

Rinnovato il direttivo, ecco le linee guida per il futuro

Giuliano Bruni alla guida del Centro commerciale naturale

PISTOIA. Rinnovati gli organi del Centro commerciale naturale di Pistoia. Il consiglio direttivo è oggi composto da 15 imprenditori del centro storico: Sergio Barghini, titolare delle omonime attività commerciali, Sergio Tricomi, titolare dei negozi Tricomi Calzature, Nicola Biagioni, titolare della libreria Mondadori, Giuliano Bruni, titolare dell'Ottica Bruni Aligi, Enrico Ciardi, titolare dei negozi Belmonte, Marella e Ivi Oxford, Simone Bovani, titolare de Lo Spaccio del parmigiano e del ristorante Cacio Divino, Renzo Cipollari, titolare dell'omonimo gruppo di macellerie, Massimiliano Mariotti, titolare dell'omonimo negozio di intimo, Paolo Ciulli, titolare del negozio l'Arte della camicia di via del Can Bianco, Sandro Zampini, titolare dell'Ottica Fotorama, Emilia Marini, titolare di Pelletterie Gey,



Giuliano Bruni
alla guida
del Centro
commerciale
naturale

Venturini Claudia titolare dell'omonima pellicceria, Girolami Giovanni titolare dell'omonima bottega alimentare, Caccarelli Paolo titolare dell'omonima camiceria e del negozio Street 67 e Olmi Alessandro, titolare della bottega "I Sapori della Bottegaia" e del ristorante "La Bottegaia".

Alla guida del consorzio è stato eletto Giuliano Bruni, già consigliere delegato nel corso dell'ultimo anno del precedente mandato.

Nel corso della prima riunione il direttivo ha poi definito gli indirizzi su cui improntare l'azione per il triennio 2011-2013 dando di fatto il via al

processo di programmazione delle attività per il 2011.

Queste le linee guida dell'attività del Ccn, che, guardando con attenzione a quanto di buono fatto in questi anni, si inseriscono nelle direttrici delle politiche regionali per il commercio, con un occhio però agli scenari di evoluzione della nostra città.

La politica degli eventi: con la realizzazione di eventi propri e con il supporto agli eventi realizzati dagli operatori delle singole aree cittadine.

La promozione: verso i soci, rafforzando la comunicazione e le sinergie con la base associativa del consorzio, e verso i

consumatori sostenendo la visibilità del Ccn sui principali canali e media di comunicazione.

La fidelizzazione: dei soci, della clientela e dell'opinione pubblica.

La politica dei servizi: agevolando la conoscenza degli orari di apertura delle attività commerciali, degli eventi, sostenendo l'accessibilità e la sosta urbana, valorizzando le aperture delle attività commerciali, eccetera.

Rafforzamento dell'immagine della città e delle imprese durante il periodo delle festività natalizie.

In questo contesto sarà centrale il rafforzamento degli accordi e delle sinergie con le istituzioni pubbliche e private della città e una particolare attenzione al coinvolgimento della base associativa nella programmazione delle varie iniziative.