



CITTÀ DI BARI

# d\_Bari

## 2022/24

**Programma per il sostegno all'economia di prossimità  
del Comune di Bari**

*A cura dell'Assessorato allo Sviluppo Economico del Comune di Bari  
e dell'Assessorato al Lavoro, alla Trasformazione Digitale e ai Servizi Civici*

**d\_Bari 2022 - 2024** è il programma triennale promosso dal Comune di Bari per sostenere l'economia di prossimità e promuovere il ruolo dei commercianti nella vita economica, sociale e culturale della città.

**d\_Bari 2022 - 2024** è un programma coerente con gli obiettivi della politica di coesione 2021-2027 dell'Unione Europea volta a rafforzare la coesione economica e sociale dei territori, a promuovere la crescita e la competitività delle PMI e a sostenere investimenti che generino benefici sociali e sviluppo territoriale e comunitario.

## Per una nuova economia di prossimità

Con l'espressione economia di prossimità si intende la fitta rete di scambi e di relazioni economiche e sociali strutturata attorno alle attività commerciali, artigianali e di servizi di vicinato.

L'economia di prossimità rappresenta una delle anime collettivamente riconosciute alla città di Bari per motivi storici, geografici ed economici. Le imprese del commercio baresi hanno contribuito nel tempo alla definizione dell'identità della città e al suo ruolo alla scala sovralocale. Negozi, mercati, botteghe, laboratori e pubblici esercizi della città rappresentano non solo l'infrastruttura di vendita più 'prossima' ai consumatori, e quindi un servizio fondamentale per i cittadini e per la qualità della vita nei quartieri, ma anche una rete vitale di luoghi della comunità che affianca alla tradizionale funzione di scambio tra denaro e merci, compiti sociali, culturali ed antropologici.

Stretta tra le dinamiche della grande distribuzione organizzata, la diffusione dei centri commerciali ed il boom del commercio elettronico, la piccola economia su strada è oggi di fronte ad una crisi epocale che impone un ripensamento complessivo circa il ruolo e l'offerta di esercizi di vicinato e pubblici esercizi. Nell'ultimo biennio, la crisi pandemica ha sottoposto a durissima prova le attività di vicinato commerciali, di svago, di servizi alla persona, somministrazione a causa dei lunghi mesi di attività bloccata o ridotta, della riduzione forzata della mobilità, del cambiamento dei comportamenti sociali e d'acquisto, dell'incremento di costi, delle giacenze di magazzino invendute, delle difficoltà di accesso al credito.

La strategia di uscita da questa crisi di sistema non può limitarsi a contenere o ristorare, ma deve fare leva sui fattori di discontinuità ed innovazione per accompagnare gli esercizi commerciali di prossimità a costruire per sé stessi un nuovo ruolo nel tessuto economico e sociale della città.

Nel prossimo futuro, quello che vedremo rigenerarsi e rinascere sarà un commercio profondamente cambiato per trovare soluzioni ed equilibri nuovi anche in seguito alla variazione della domanda: un commercio capace di cogliere le opportunità della digitalizzazione e di utilizzare tutte le leve del marketing contemporaneo, di orientarsi rispetto alle nuove scelte di consumo della clientela, di offrire nuovi servizi al cliente, di offrire esperienze legate alla unicità del prodotto e del servizio, di costruire un ruolo nel contesto del quartiere e della comunità locale, di garantire più funzioni, esperienze e servizi sulla stessa superficie di vendita, di assicurare accessibilità e sicurezza dei luoghi di acquisto e di consumo.

Per incoraggiare ed accompagnare questa transizione, il Comune di Bari intende sostenere con uno sforzo straordinario la scena della piccola economia cittadina valorizzando il ruolo dei commercianti nel tessuto economico, sociale e culturale della città per favorire la ripartenza delle attività interrotte e l'avvio di nuove attività che vadano a compensare le inevitabili chiusure imposte dalla crisi, promuovere la collaborazione e le reti territoriali a supporto del commercio, sperimentare nuove soluzioni che affrontino con coraggio la sfida del cambiamento.

## Scenario e tendenze del retail

- In tutte le città italiane è in corso un processo di 'desertificazione' commerciale. Tra il 2012 e il 2020 hanno abbassato la saracinesca 77mila negozi in sede fissa, con una riduzione del 14%. Non è sufficiente a ribaltare questa tendenza, il segno positivo (+ 8,8%) registrato dalle attività di alloggio (alberghi, b&b) e pubblici esercizi (bar, ristoranti). Per il commercio in sede fissa, resistono i negozi di base (alimentari - 2,6%) e le attività che, accanto al soddisfacimento dei bisogni primari, svolgono nuove funzioni (tabaccherie - 2,3%). Netti cambiamenti, invece, sono correlati alle modifiche nelle scelte e negli stili di consumo: ad esempio, crescono i negozi di tecnologia e comunicazioni (+ 18,9%) e le farmacie e parafarmacie (+ 19,7%), come luoghi per sviluppare la cura del sé e non solo punti di approvvigionamento di medicinali. Il resto dei settori merceologici è, invece, in declino: sono i negozi di beni tradizionali che chiudono o si spostano nei centri commerciali (- 17% abbigliamento, - 25,3% libri e giocattoli, - 27,1% per mobili e ferramenta). La pandemia ha acuito alcune tendenze e ne ha modificate altre: nel 2021, solo nelle zone centrali a vocazione commerciale dei 110 capoluoghi di provincia e altre 10 città di media ampiezza, oltre ad un calo ancora maggiore per il commercio al dettaglio (- 17,1%), si registra per la prima volta nella storia economica degli ultimi due decenni anche la perdita di un quarto delle imprese di alloggio e ristorazione (- 24,9%).  
(Fonte: *Demografia di impresa nelle città italiane, Confcommercio, 2021*)
- La dinamica di nati-mortalità delle attività commerciali a Bari rispecchia il dato riferito a tutte le città del Sud Italia. Nel periodo considerato (2012-2020) cala il numero di esercizi di commercio al dettaglio (in maniera pressoché omogenea sia nel centro che nel resto della città). Cala anche il numero delle imprese relative al commercio ambulante, e il commercio al dettaglio al di fuori nei negozi. Aumentano, infine, i pubblici esercizi (bar e ristoranti) e le attività ricettive.
- Il Documento Strategico del Commercio del Comune di Bari offre un quadro riepilogativo della rete commerciale della città, realizzato incrociando i dati rilevati presso gli archivi dell'Ufficio Commercio con quelli relativi agli elenchi TARI presso l'Ufficio Tributi del Comune di Bari. Gli esercizi di vicinato (ovvero quelli con una superficie di vendita inferiore a 250 mq) sono complessivamente 3.516 con una superficie media di 72 mq. Di questi 983 (27,9%) appartengono al Settore Alimentare e Misto, mentre 2.533 (72,1%) appartengono al Settore Non Alimentare. I pubblici esercizi, invece, sono 1.455, divisi in 705 attività di ristorazione (ristoranti, pizzerie, ecc.) e 750 attività per la somministrazione di bevande, dolci, ecc.

prodotti di gastronomia (bar, caffetterie, pasticcerie, ecc.). I mercati giornalieri coperti e scoperti sono 16 in tutti i quartieri della città per un totale di posteggi pari a 963 con un tasso di occupazione del 64%.

- Il decreto “Cura Italia”, introdotto con il D. L. 18/2020, ha riconosciuto agli esercenti di attività d’impresa (negozi e botteghe; categoria catastale C/1) un credito d’imposta nella misura del 60% dell’ammontare del canone di locazione, relativo a marzo 2020.

Tuttavia, questa misura non ha previsto deprezzamenti, risultando quindi uno strumento temporaneo per alleviare gli impatti a breve termine di un credito sofferente. I contratti commerciali sono solo parzialmente contemplati dalle misure di supporto agli imprenditori introdotte sia dal decreto “Cura Italia” che coi successivi emendamenti introdotti con il “Decreto Rilancio” (D. L. 34 del 19 maggio 2020, convertito in legge il 17 luglio 2020), e a due anni di distanza dall’inizio della pandemia, vi sono motivi di credere che l’onda lunga della crisi post-Covid-19, per quanto riguarda le economie di città e quartieri, colpisca soprattutto esercenti e piccoli imprenditori.

- La pandemia da Covid19 ha innescato modifiche nei comportamenti dei consumatori. Le ricerche online dei consumatori relative alle attività commerciali locali sono aumentate del +20.000% durante la pandemia (Fonte: *dati Google Trends, Febbraio 2020 - Febbraio 2021*).

Durante il picco pandemico, complici restrizioni di movimento e smart working, gli acquisti si sono spostati dagli ipermercati ai supermercati più vicini a casa, fino ai punti vendita più prossimi all’abitazione.

La pandemia ha quindi permesso a molti consumatori di conoscere nuove attività nella propria zona: non solo prodotti da acquistare, ma anche servizi di assistenza e supporto di vario genere.

- Su Google Maps ogni mese si registrano oltre 9 miliardi di connessioni tra persone e attività commerciali, oltre 1 miliardo di telefonate, più di 3 miliardi di indicazioni stradali (*Dati Google, 2021*). Il 30% di tutte le ricerche da mobile a livello globale riguarda attività a livello locale, il 76% delle persone che cerca sul proprio smartphone un esercizio nelle vicinanze lo visita entro un giorno e il 28% delle ricerche ‘nelle vicinanze’ si traduce in un acquisto.

Emerge una tendenza verso un approccio commerciale integrato e multicanale, dove l’esperienza del negozio fisico si unisce a quella digitale.

- Le attività commerciali ‘Food&Beverage’ stanno affrontando importanti cambiamenti, in particolare: focus sui cibi salutistici, dove il salutismo diventa sempre più uno stile di vita; ritorno all’artigianalità e attenzione ai prodotti locali; crisi delle grandi superfici (iper) e sviluppo della prossimità con formati dedicati e nascita di formati ibridi (ristorazione/retail, laboratorio/somministrazione, ecc.); nuove modalità di shopping (e-commerce, nelle sue varie forme: home delivery, click & collect, ecc.).

Questi trend hanno subito un’accelerazione in seguito agli effetti della pandemia: le restrizioni del lockdown hanno intensificato notevolmente le transazioni e-commerce. Il 34% dei consumatori italiani ha ordinato la spesa online per la prima volta o più spesso, e il 19% ha fatto lo stesso con il pick-up in store. Nel complesso, ora il 43% degli italiani compra prodotti F&B online. Oggi il 20% degli italiani compra healthy F&B più spesso rispetto a prima del lockdown. Inoltre il 63% dichiara che il mantenimento di

uno stile di vita sano è diventato più importante, e il 38% mangia frutta e verdura fresche con maggiore frequenza rispetto a prima del lockdown.

Il 28% degli italiani compra più frequentemente prodotti alimentari locali e artigianali rispetto a prima del lockdown, mentre il 25% dei consumatori si dichiara disponibile a pagare di più per prodotti autentici. Infine, il 43% degli italiani oggi cucina a casa con maggiore frequenza rispetto a prima del lockdown. I timori per la salute non stanno limitando sensibilmente lo shopping fisico né la frequentazione dei ristoranti. Il 40% degli italiani continua a frequentare i ristoranti come prima della pandemia - più di ogni altro paese europeo. Pesano, invece, preoccupazioni per il futuro di natura economica e finanziaria. Il 35% degli italiani dichiara di cercare prezzi più bassi per la propria spesa alimentare. (Fonte: *AlixPartners Research, 2020*)

- Dopo la crescita progressiva degli ultimi anni, l'e-commerce ha avuto un balzo a partire dal primo lockdown dovuto alla pandemia, avvicinando anche molti consumatori tradizionali che non avevano mai usato il canale virtuale. In tutti i comparti del non alimentare nel 2020 si è assistito alla crescita di pure player di settore che erodono quote di mercato al retail fisico.

Il risultato più eclatante è quello nell'elettronica di consumo dove il web è stato il canale di vendita a maggior crescita annua, sia in termini di fatturato (+55,5%) che di quota di mercato, arrivata al 26,0%. Un boom che ha riguardato soprattutto la telefonia, dove le vendite online sono salite in un anno del 74,5%, trainate dalla comodità di acquisto, in tutta sicurezza, dalla celerità di consegna e dai prezzi vantaggiosi. Crescono anche le vendite via web di prodotti informatici (+59,8% sul 2019), dove il canale online ha una quota di mercato del 28,6%.

Nei piccoli elettrodomestici il web è diventato il primo canale di vendita con il 40,4% di quota (+11,1%). Anche nel secondo maggiore comparto rilevato dall'Osservatorio Non Food, quello che raggruppa abbigliamento e accessori, il 2020 ha visto un netto aumento degli acquisti online (+13,3%), pertanto il web è salito così al 14,0% di quota. (Fonte: *Non Food: le 10 tendenze, Osservatorio Non Food di GS1 Italy, Edizione 2021*)

- I 'personal shopper' salvano i punti di vendita fisici dei negozi specializzati: presenza capillare sul territorio, competenza del personale, in grado di accompagnare il consumatore durante tutto il processo di acquisto e fornire consulenza sulla modalità di utilizzo dei prodotti, e il servizio in fase di pre e post vendita - analogamente a quanto fanno i 'personal shopper' nel fashion di lusso - sono i punti di forza che ancorano gli italiani ai negozi specializzati tradizionali.
- Il caso dell'ottica è emblematico: nel 2020 i negozi specializzati tradizionali hanno guadagnato il 4% di quota di mercato rispetto al 2019 e si sono confermati i numeri uno (65,5% di quota) grazie non solo a una rete molto capillare ma anche alla capacità del personale di fornire consulenza ai clienti e di offrire prodotti non omologati, molto ricercati soprattutto dai Millennials. Anche nell'hardware i negozi specializzati (come i computer shop) sono rimasti il primo canale (30,2% di quota): sono diffusi sul territorio, anche in centri più piccoli, hanno un elevato livello di servizio e strutture dei costi flessibili, e intervengono spesso come rassicurazione all'acquisto per le generazioni più adulte e come assistenza continuativa nel post acquisto.

(Fonte: *Non Food: le 10 tendenze, Osservatorio Non Food di GS1 Italy, Edizione 2021*)

- Si consolida in Italia la tendenza al consumo responsabile: nell'ultimo ventennio la quota di cittadini italiani che adottano scelte di consumo responsabile segna un incremento del +219%. Nel 2020 circa due terzi della popolazione italiana segue pratiche di consumo responsabile, più del doppio rispetto al 2002. Inoltre, aumenta l'intensità del consumo responsabile, diventando uno stile di vita: sono infatti sempre più numerose le persone che adottano forme plurime di tali pratiche di acquisto. (Fonte: *Osservatorio per la coesione e l'inclusione sociale-SWG, 2020; IREF, Ottavo rapporto sull'associazionismo italiano, 2002*)
- Avanza il fenomeno della second hand economy, soprattutto trainato dal fenomeno della compravendita online. Nel 2020 il 54% degli italiani ha comprato e/o venduto oggetti usati, e il 14% lo ha fatto per la prima volta (Fonte: *Osservatorio Second Hand Economy condotto da BVA Doxa, settima edizione 2021*).

## Le iniziative recenti del Comune di Bari

Negli ultimi anni, il Comune di Bari ha promosso alcune iniziative finalizzate a sostenere gli operatori commerciali e a rivitalizzare il commercio cittadino.

### *Distretti Urbani del Commercio*

Il Comune di Bari è impegnato nell'attuazione di un progetto di rilancio del commercio della città di Bari e attuazione dei Distretti Urbani del Commercio (DUC) denominato d\_Bari. Il progetto è stato messo a punto dall'amministrazione comunale con il supporto delle associazioni di categoria più rappresentative del territorio. Il documento di visione e gli obiettivi strategici sono stati recepiti dalla Giunta Comunale (DCC n. 753/2017) nell'ambito del progetto candidato al programma regionale per il sostegno alla creazione dei DUC. Il documento di visione del progetto d\_Bari rappresenta la base programmatica per definire la rete distributiva per disciplinare l'insediamento delle attività commerciali e produttive all'interno del tessuto cittadino. In tale documento sono riportate le linee strategiche ed il modello di governance del processo di rilancio delle economie urbane attraverso l'istituzione del distretto urbano del commercio metropolitano (DGC n. 139/2018).

### *Sicurezza nei negozi*

Nel 2017 il Comune di Bari ha promosso un avviso pubblico a sportello per erogare contributi a fondo perduto a sostegno di artigiani e commercianti per l'acquisto e la posa in opera di sistemi di sicurezza per il contrasto al fenomeno dei furti e delle rapine.

## *Il bando d\_ Bari Start Up*

A partire dal 2019 il Comune di Bari ha promosso il bando d\_ Bari Start up, un avviso pubblico per la creazione di start up imprenditoriali nel settore del commercio. La misura, con l'obiettivo di incentivare la creazione di realtà micro-imprenditoriali nel settore del commercio, dell'artigianato e dei servizi, ha finanziato ad oggi 24 esercizi di prossimità nelle aree target dei programmi di rigenerazione urbana del Comune di Bari, garantendo ai beneficiari l'erogazione di incentivi a fondo perduto e attività di supporto tecnico e accompagnamento.

## *I mercati coperti della città*

Il Comune di Bari ha strategicamente scelto di trasferire i mercati giornalieri ambulanti rionali dalle strade urbane, in cui storicamente si svolgevano, in luoghi specifici, sostituendo i punti vendita precari con strutture fisse, appositamente predisposte. In questa complessa operazione rientra lo spostamento del mercato ambulante da via Pitagora alla nuova struttura del Mercato comunale coperto 'Santa Chiara' di Via Pitagora.

## *OPEN d\_ Bari*

Nel 2021 il Comune di Bari ha promosso la misura per incoraggiare la ripresa ed il mantenimento delle attività operanti nel settore del commercio, dell'artigianato, della somministrazione di alimenti e bevande, del commercio ambulante colpite dalla crisi derivante dall'emergenza sanitaria Covid 19. Attraverso questo avviso è stata erogata una "indennità una tantum" concessa mediante procedura "a sportello" per le imprese operanti nei settori del commercio sottoposte a disposizioni di ridimensionamento orario e organizzativo seppur aperte (attività di ristorazione, della somministrazione di alimenti e bevande) e di sospensione totale e per gli esercenti del commercio ambulante – ad esclusione di quelli del food & beverage - titolari di concessione del Comune di Bari a svolgere la propria attività presso i mercati rionali cittadini, per non meno di tre giorni alla settimana.

## *Il Documento Strategico del Commercio*

Il Consiglio Comunale di Bari sta esaminando la proposta di deliberazione relativa all'approvazione del Documento strategico del commercio (DSC) di Bari, il documento che disciplina tutte le tipologie di attività commerciale sul territorio cittadino in conformità alle disposizioni indicate dalla Legge Regionale 24/2015 s.m.i. (meglio conosciuta come "Codice del Commercio") e dai vari Regolamenti regionali attuativi. Il DSC è composto da diversi Piani e Regolamenti specifici: Censimento di tutte le attività commerciali esistenti in città; Piano delle medie strutture di vendita; Regolamento di disciplina Attività di somministrazione di alimenti e bevande; Piano del Commercio su aree pubbliche; Regolamento di disciplina del commercio

su aree pubbliche; Piano di localizzazione di rivendite di giornali e riviste; Regolamento di disciplina della rete distributiva di carburanti; Regolamentazione delle forme speciali di vendita.

## **Gli obiettivi del programma d\_Bari 2022-2024**

Con *d\_Bari 2022-2024* il Comune di Bari vuole affiancare ai compiti tradizionalmente svolti dall'amministrazione comunale dal punto di vista formale e amministrativo (gestione delle autorizzazioni, rilascio dei permessi, definizione delle tariffe, ecc.) un nuovo ruolo per le politiche del settore, definendo un programma integrato di interventi a sostegno della scena commerciale locale.

*d\_Bari 2022 – 2024* si articola in 4 obiettivi strategici:

- favorire la nascita e lo sviluppo di una nuova scena commerciale della città capace di coniugare gli obiettivi economici dell'impresa con finalità di carattere sociale e culturale;
- sostenere gli investimenti degli imprenditori di vicinato della città di Bari per promuovere innovazione, sostenibilità ambientale, accessibilità, sicurezza, qualità urbana;
- promuovere il protagonismo dei commercianti, la collaborazione tra essi e la scena sociale e culturale cittadina come leva per la rivitalizzazione del tessuto urbano;
- favorire un'economia dei luoghi per contrastare il fenomeno della desertificazione commerciale che coinvolge le aree della città più distanti dal centro e rafforzare l'economia urbana;



## Gli assi e gli interventi

*d\_Bari 2022 – 2024* è un programma organizzato in 4 assi. Gli assi del programma sono i seguenti:

### *Asse 1 - Negozi d\_Bari*

**Obiettivo specifico:** sostenere gli esercizi di vicinato di Bari attraverso investimenti e supporto alla gestione. In cambio il Comune di Bari chiede il loro impegno a lavorare insieme per migliorare la città.

### *Asse 2 - Mercati d\_Bari*

**Obiettivo specifico:** Valorizzare i mercati su strada e i mercati coperti comunali sperimentando forme di ibridazione tra le tradizionali funzioni di vendita e nuove funzioni sociali e culturali e l'implementazione all'interno delle aree mercatali di servizi ed attività di nuova generazione orientati all'innovazione, alla sostenibilità ambientale e all'inclusione sociale.

### *Asse 3 - Strade d\_Bari*

**Obiettivo specifico:** favorire la collaborazione tra negozi di vicinato e tra essi ed altre organizzazioni sociali e culturali per l'animazione con finalità commerciali dei quartieri della città.

### *Asse 4 - Mare d\_Bari:*

**Obiettivo specifico:** sostenere l'attivazione, l'intraprendenza e la creatività della comunità locale come strumento per la valorizzazione del mare e della costa come risorse della città.

## Gli interventi: incentivi, contributi e concessioni

Ogni asse è articolato in diversi interventi, come di seguito specificato:

### *Asse 1 - Negozi d\_Bari*

#### **Intervento 1.1 - *Impresa prossima***

*Impresa prossima* è l'iniziativa del Comune di Bari che sostiene i nuovi esercizi di vicinato con contributi a fondo perduto e attività di formazione ed accompagnamento. In cambio, gli esercizi di vicinato beneficiari di contributo si impegnano a promuovere attività e servizi per migliorare dal punto di vista sociale culturale ed ambientale il quartiere in cui sono insediati.

Con *Impresa prossima* il Comune di Bari vuole incrementare e diversificare l'offerta commerciale della città per favorire, al di fuori del centro cittadino, la vitalità ed il miglioramento della qualità sociale ed ambientale del tessuto urbano.

#### **Intervento 1.2 - *Un negozio non è solo un negozio***

*Un negozio non è solo un negozio* è l'iniziativa del Comune di Bari che sostiene gli esercizi di vicinato esistenti con contributi a fondo perduto per investimenti e gestione. In cambio, gli esercizi di vicinato beneficiari di contributo si impegnano a promuovere attività e servizi per migliorare il quartiere in cui sono insediati.

Con *Un negozio non è solo un negozio* il Comune di Bari vuole sostenere investimenti da parte degli esercizi di vicinato esistenti per promuovere la sostenibilità ambientali attraverso l'acquisto e la posa in opera di sistemi per la riduzione degli impatti ambientale (ad esempio, interventi per il risparmio energetico, interventi per il risparmio e riutilizzo delle acque, allestimenti green, mezzi di mobilità a basso consumo, ecc.); migliorare la sicurezza attraverso l'acquisto e la posa in opera di sistemi di sicurezza (ad esempio, allarmi anti-intrusione, impianti di videosorveglianza, nebbiogeno, ecc.); garantire l'accessibilità degli ambienti attraverso interventi per l'abbattimento delle barriere architettoniche; favorire la digitalizzazione attraverso l'acquisto di tecnologie e servizi informatici e di comunicazione (ad esempio, sistemi per il commercio elettronico, sistemi di prenotazione, metodi di pagamento digitali, ecc.); promuovere la cura e la valorizzazione dello spazio pubblico (acquisto e posa in opera di elementi di arredo mobili, cura del verde di pertinenza, ecc.).

#### **Intervento 1.3 - *Bari Marketplace***

Con *Bari Marketplace* il Comune di Bari offre una piattaforma digitale agli esercizi di vicinato della città

dedicata alla compravendita di prodotti e servizi.

*Bari Marketplace* mette in relazione venditori e acquirenti consentendo loro di effettuare un'operazione commerciale nelle migliori condizioni, ponendosi così nel ruolo di garante e animatore. L'azione prevede la finalizzazione e la gestione della piattaforma esistente realizzata durante la pandemia dal Comune di Bari.

#### ***Intervento 1.4 - Negozi storici***

Il Comune di Bari, vuole favorire, con azioni concrete, gli esercizi commerciali e artigianali di tipo tradizionale che costituiscono una preziosa risorsa per Bari, come testimonianza della più nobile tradizione imprenditoriale e commerciale che, fin dalle origini, ha contraddistinto la comunità barese.

*Negozi storici* è una misura del Comune di Bari per promuovere la salvaguardia, la valorizzazione e la tutela delle attività commerciali e artigianali storiche baresi testimoni della tradizione cittadina e della storia dell'economia barese. Attraverso un albo cittadino ed una specifica misura di contributo, il Comune di Bari vuole incoraggiare e sostenere il consolidamento nel tempo delle imprese commerciali e artigianali, anche ai fini del ricambio generazionale, e promuoverne l'immagine e la conoscenza entro e fuori i confini comunali.

#### ***Intervento 1.5 - Bari Artigiana***

*Bari Artigiana* è l'iniziativa del Comune di Bari che sostiene le attività artigianali artistiche e tradizionali localizzate nel centro storico con contributi a fondo perduto e attività di formazione ed accompagnamento.

Con *Bari Artigiana* il Comune di Bari vuole promuovere il protagonismo degli artigiani artistici e tradizionali come leva di promozione economica, sociale, turistica e culturale; tutelare e valorizzare l'artigianato artistico e tradizionale come elemento tipico del patrimonio storico e culturale locale; diversificare e qualificare l'offerta commerciale del centro storico per rafforzare l'attrattività turistica del nucleo antico della città.

### ***Asse 2 - Mercati d\_ Bari***

#### ***Intervento 2.1 - Mercato Vivo***

*Mercato Vivo* è una misura del Comune di Bari per sostenere progetti di animazione commerciale, culturale e sociale da realizzare nei mercati su strada e nei mercati coperti cittadini per migliorare le attività di vendita ed i servizi, sperimentare nuove funzioni ed utilizzi, coinvolgere nuovi pubblici, prolungare gli orari di apertura, ecc.

Con *Mercato Vivo* il Comune di Bari, in linea con le principali esperienze nazionali ed europee di ibridazione e nuova destinazione delle aree mercatali urbane, intende promuovere, insieme alle comunità degli operatori mercatali, la valorizzazione dei mercati come vere e proprie infrastrutture economiche, sociali e culturali della città.

### ***Intervento 2.2 - Mercato Futuro***

*Mercato Futuro* è il progetto di rifunzionalizzazione e gestione del Mercato Comunale Coperto di Via Amendola come Mercato Contadino in applicazione del D.M. 20/11/2007 “Attuazione dell’art. 1, comma 1065, della legge 27 dicembre 2006 n. 296 sui mercati riservati all’esercizio della vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli”.

Con *Mercato Futuro* il Comune di Bari intende sperimentare la realizzazione in città di un mercato a km 0 che affianchi ad obiettivi di sostenibilità economica finalità ecologiche, educative e sociali.

## ***Asse 3 - Strade d\_ Bari***

### ***Intervento 3.1 - Strade vive***

*Strade Vive* è l’iniziativa del Comune di Bari che sostiene le associazioni di strada e l’animazione delle strade commerciali della città. L’obiettivo della misura è promuovere il protagonismo dei commercianti nell’animazione commerciale della città e favorire le collaborazioni e le alleanze tra operatori.

*Strade Vive* finanzia programmi di animazione sociale e culturale a fini commerciali, anche attraverso l’acquisizione di servizi e forniture, promosse da sodalizi di commercianti, costituiti e costituendi, in collaborazione con associazioni e comitati locali

### ***Intervento 3.2 - Restart Via Manzoni***

*Restart Via Manzoni* è un progetto integrato per la valorizzazione commerciale, urbanistica e culturale della storica arteria commerciale Via Manzoni alla luce delle attuali condizioni di criticità riscontrata (chiusura di attività commerciali, sicurezza, ecc.).

Il progetto prevede un set integrato di interventi urbanistici, di mobilità, economici, sociali e culturali per favorire una nuova vitalità di una delle strade simbolo del quartiere Libertà.

Gli obiettivi del progetto sono:

- promuovere la pedonalizzazione di una porzione di Via Manzoni per favorire l’attrattività della strada dal punto di vista della fruizione;
- favorire l’intensità e la diversificazione di usi come presidio territoriale a garanzia della sicurezza e della coesione sociale;
- promuovere nuove economie urbane.

### ***Intervento 3.3 - Bari Temporary Shop***

*Bari Temporary Shop* è l'iniziativa del Comune di Bari che sostiene l'apertura di negozi temporanei aperti solo per limitati periodi all'anno, per promuovere un brand o lanciare un nuovo prodotto sul mercato. L'obiettivo della misura è quello di sostenere l'animazione commerciale della città, favorendo l'incontro tra la disponibilità di spazi commerciali dismessi o sottoutilizzati e nuove forme commerciali.

### ***Intervento 3.4 - Chioschi di Bari***

*Chioschi di Bari* è un progetto integrato per la rifunzionalizzazione e la gestione con nuove finalità dei chioschi dismessi della città.

Con *Chioschi di Bari* il Comune di Bari intende valorizzare, ai fini dell'animazione commerciale urbana, un patrimonio pubblico in dismissione e sottoutilizzo attraverso la sperimentazione di nuove funzioni ed usi in collaborazione con operatori economici e sociali della città.

## ***Asse 4 - Mare d\_ Bari***

### ***Intervento 4.1 - Gente di mare***

*Gente di mare* è l'iniziativa del Comune di Bari per sostenere progetti ed iniziative per la valorizzazione e la fruizione sostenibile del mare e della costa della città.

*Gente di mare* finanzia progetti ed iniziative nel campo della manifattura, dell'artigianato, dei servizi, della mobilità sostenibile, della tutela ambientale, della valorizzazione del patrimonio, del turismo, dello sport e del tempo libero, della ristorazione che abbiano come obiettivo generale quello di promuovere il mare e la costa come risorsa per l'intera comunità.

### ***Intervento 4.2 - La Casa del Mare***

Il Comune di Bari intende avviare il progetto di recupero e rifunzionalizzazione dell'Ostello della Gioventù di Palese - Santo Spirito come spazio sociale per la comunità locale che valorizzi il suo posizionamento fronte mare.

### ***Intervento 4.3 - Concessione dell'Ex Mercato del Pesce***

Il Comune di Bari intende affidare in *concessione l'ex Mercato del Pesce* di Piazza del Ferrarese come spazio multifunzionale aperto ai cittadini, ai visitatori ed ai turisti che integri funzioni ricreative, turistiche e culturali.