

“Distretti del commercio verso EXPO 2015: il quinto bando distretti del commercio per un percorso di accompagnamento e di promozione delle eccellenze e delle attrattività territoriali lombarde”

# DISTRETTO DEL COMMERCIO DI TREVIGLIO RELAZIONE FINALE SULL'ATTIVITÀ SVOLTA



Treviglio, dicembre 2014

- ◉ Il Distretto del Commercio di Treviglio ha partecipato al quinto bando “Distretti del commercio verso EXPO 2015: il quinto bando distretti del commercio per un percorso di accompagnamento e di promozione delle eccellenze e delle attrattività territoriali lombarde” (d.d.g. 1 marzo 2013 n.1744), presentando un progetto che è stato approvato da Regione Lombardia, classificandosi quarto in graduatoria con un punteggio di 104.
- ◉ Il contributo assegnato è stato di 32.224,06 (+ 5.000,00 euro per spese di coordinamento relative alla partecipazione al Bando).
- ◉ Il Programma di Intervento presentato prevedeva un piano di azioni che riguarda tutte e tre le aree individuate da Regione Lombardia all’interno del 5° Bando regionale come linee di sviluppo e di consolidamento dei Distretti, di seguito riportate.

## **PROGRAMMA DI INTERVENTO 2013-2014**

### ➤ **AREA 1 – QUALIFICAZIONE E SVILUPPO DEL DISTRETTO; INIZIATIVE DI GOVERNANCE EVOLUTA**

1. Evoluzione del ruolo del manager
2. Redazione di un regolamento interno all’Associazione

### ➤ **AREA 2 - ATTRATTIVITÀ E ANIMAZIONE DEL TERRITORIO**

1. Itinerari dell’attrattività

### ➤ **AREA 3 – SOSTEGNO ALLE IMPRESE**

1. Potenziamento degli strumenti di comunicazione (e vendita) online (sviluppo di servizi di area)
2. Sviluppo di un piano di comunicazione integrato (sviluppo di servizi di area)
3. Sviluppo di una Social Card (sviluppo di servizi di area)
4. Integrazione del servizio wi-fi pubblico con punti di accesso privati (sviluppo di servizi di area)
5. Potenziamento delle attività di animazione (organizzazione/promozione eventi e manifestazioni)
6. Promozioni coordinate (sviluppo di servizi di area)
7. Distretto come consulenza alle imprese sulle spese generali e “Centrale di Acquisto” (sviluppo di servizi di area)
8. Servizi informativi comuni (sviluppo di servizi di area)
9. Coordinamento delle politiche degli orari (coordinatore di politiche di area)
10. Allineamento sui regolamenti comunali e altri vincoli gestionali (coordinatore di politiche di area)
11. Integrazione filiera KM 0 (sviluppo di servizi di area)

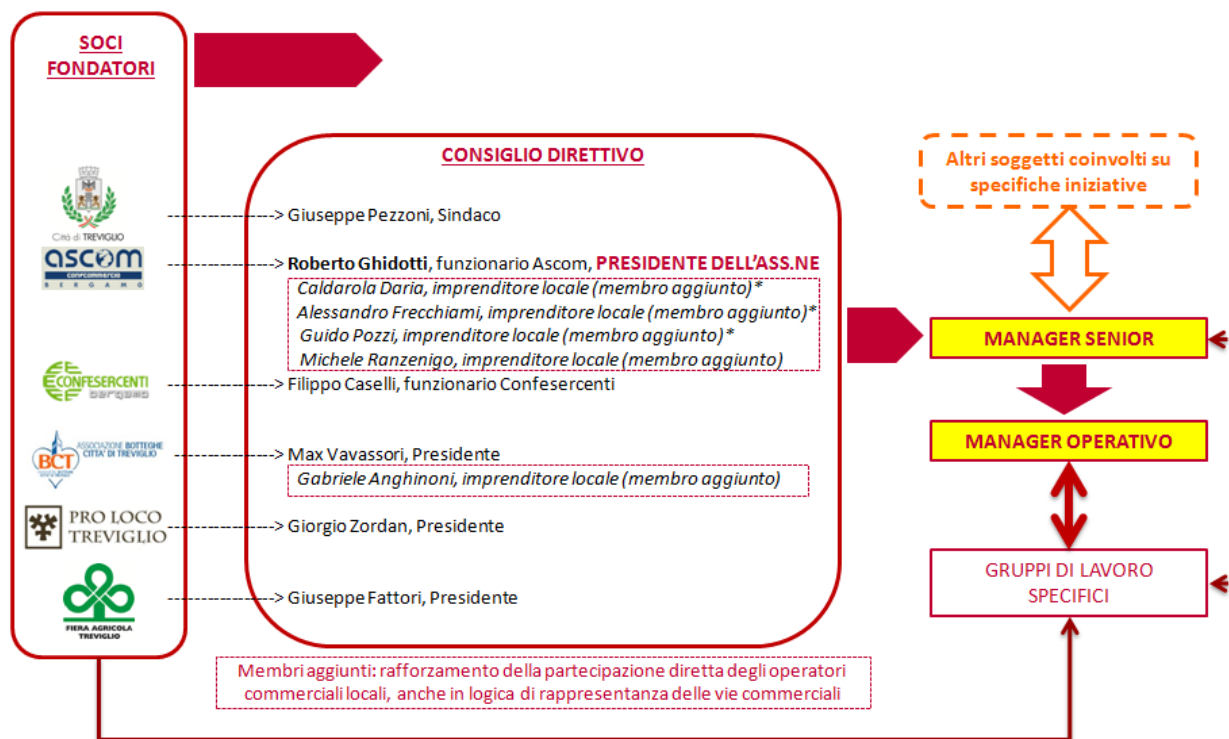
- ⊙ Si ricorda che il DUC di Treviglio si configura come **un polo d'attrazione commerciale** rilevante nell'ambito della Media Pianura Lombarda la cui vocazione turistica, sebbene non elevata come in altri territori, sta attraversando una fase di riscoperta legata non solo al patrimonio artistico-culturale, ma in particolar modo al patrimonio ambientale e rurale, e può essere ulteriormente sviluppata, soprattutto in vista di EXPO 2015.
- ⊙ A fronte di ciò, e in coerenza con la funzione che ha progressivamente assunto, il Distretto è da tempo impegnato a supportare il buon andamento delle imprese e delle organizzazioni che ne fanno parte promuovendo l'intera area nei confronti dei potenziali fruitori e assicurando che la stessa rimanga parte integrante dell'intera città per le persone che la visitano, la vivono, ci lavorano e qui realizzano i loro acquisti.
- ⊙ In continuità con questa strategia si è puntato a rafforzare il posizionamento dell'area come luogo di attrazione commerciale anche attraverso l'individuazione di iniziative di valorizzazione e innovazione delle imprese.
- ⊙ Coerentemente a questo posizionamento il Distretto nell'ambito del 5° Bando di Regione Lombardia, si è posto come priorità lo sviluppo di una progettazione relativa al **SOSTEGNO ALLE IMPRESE (AREA DI INTERVENTO 3)** in ottica di area e di networking.

# AREA 1 - LA GOVERNANCE DEL DISTRETTO

- ⊙ La direzione strategica e la gestione operativa del Distretto del Commercio di Treviglio sono affidate all'Associazione del Distretto del Commercio di Treviglio (associazione di II livello), con partecipazione paritetica in termini di voti tra la componente pubblica e quella privata.
- ⊙ Il suo disegno strutturale dell'Associazione è stabilito dallo Statuto: gli organi dell'Associazione sono **l'Assemblea dei Soci, il Consiglio Direttivo, il Presidente e il Revisore dei Conti**. Lo Statuto definisce altresì le competenze degli organi e le modalità di funzionamento, nonché i sistemi di controllo gestionale amministrativo.
- ⊙ Sin dalla sua costituzione, il DUC di Treviglio è stato supportato da un team di consulenti esterni, che hanno svolto attività diverse a supporto del Comitato di Indirizzo, distinguibili in funzione della loro natura di supporto al Consiglio Direttivo o di gestione operativa della rete di operatori del Distretto, nonché delle attività che richiedono un presidio più specifico. In particolare, dalla costituzione dell'Associazione, il Consiglio Direttivo si è avvalso di professionalità a cui è stato attribuito il ruolo di **manager di distretto**.
- ⊙ **Al fine di migliorare le capacità di governo e di gestione del Distretto** in considerazione dell'evoluzione del contesto ambientale e competitivo (gestione della crisi, ricerca di opportunità in particolare con riferimento all'appuntamento di Expo 2015), nell'area della Governance **il Consiglio Direttivo ha deciso di realizzare nel periodo 2013-2014 i seguenti interventi:**
  1. **Evoluzione dei ruoli dei manager**
  2. **Definizione di un Regolamento interno**

# 1. EVOLUZIONI DEL RUOLO DEL MANAGER DI DISTRETTO

- La figura del manager del Distretto è stata introdotta al fine di superare i limiti dell'approccio volontaristico e parziale dei rappresentanti del partenariato all'interno del Comitato di Indirizzo del Distretto, prima, e poi del Consiglio Direttivo. In particolare, si è resa evidente la necessità di figure direttamente responsabili della realizzazione operativa delle attività previste e che fossero specificamente incaricate della sensibilizzazione e del coinvolgimento diretto di tutti i commercianti del Distretto, indipendentemente dalla loro condizione di soci degli organismi collettivi partner del Distretto stesso.
- In funzione dell'esperienza maturata e soprattutto dei cambiamenti del contesto competitivo, degli scenari prospettici e degli obiettivi che si pone il Distretto, le funzioni di management sono state formalmente distinte in due figure: Manager Senior e Manager Operativo (Manager Junior).



\* Membri nominati originariamente, sostituiti da nuovi imprenditori nel corso del 2014 in seguito a dimissioni per ragioni personali.

- ⊙ Sono stati poi definiti il profilo, il ruolo e i compiti delle due figure di management, manager senior e manager operativo, contenuti in una delibera del Consiglio Direttivo.
  - Il **Manager Senior** deve avere elevate competenze in campo distributivo e relativamente alle tematiche di aggregazione commerciale, sia in generale, sia con specifico riferimento alle soluzioni di natura territoriale (Town Centre Management, Distretti del Commercio). Deve avere maturato esperienza di affiancamento di Distretti del Commercio e avere una buona conoscenza del territorio specifico del Distretto di Treviso. Per quanto riguarda competenze ed esperienze di natura funzionale del Manager Senior quelle prioritarie sono riconducibili alla strategia, al marketing, alla comunicazione e ai sistemi di pianificazione e controllo di gestione.
  - Il **Manager operativo** (Junior) deve avere capacità relazionali e di gestione e coordinamento di gruppi di lavoro. Inoltre deve avere capacità progettuali e organizzative, competenze in ordine alla gestione del piano di comunicazione e avere una buona conoscenza del territorio specifico del Distretto del Commercio di Treviso.
  
- ⊙ Ruolo e compiti delle due figure sono stati successivamente formalizzati in un apposito **disciplinare di incarico**.
  
- ⊙ L'operato del Manager viene valutato collegialmente da tutti i partner del Distretto in funzione del raggiungimento di obiettivi, stabiliti in relazione alle attività che è chiamato a svolgere (così come contenute nel disciplinare di incarico).

## 2. DEFINIZIONE DI UN REGOLAMENTO INTERNO

Il funzionamento dell'Associazione del Distretto del Commercio di Treviglio è regolata dallo Statuto e da specifiche delibere del Consiglio Direttivo o dell'Assemblea dei soci. Al fine di colmare le lacune esistenti nella disciplina del funzionamento interno dell'Associazione relativamente alla sua gestione ordinaria e straordinaria e poter disporre di un documento integrato, è stata avviata nel 2014 la predisposizione di un apposito Regolamento interno. Si tratta, di fatto, di un documento che formalizza le prassi in essere – condivise dai soci – ma disciplina anche alcuni aspetti fino a oggi non praticati. In particolare, saranno disciplinati integralmente:

- ✓ l'utilizzo del logo dell'Associazione;
- ✓ le modalità di ammissione dei soci;
- ✓ la qualifica dei soci (fondatori, ordinari e sostenitori) e le quote associative;
- ✓ i collaboratori dell'Associazione (manager ed eventuali altri collaboratori);
- ✓ il sistema delle deleghe.

Si prevede di completare la stesura del regolamento entro la fine del 2014 e di portarlo all'approvazione del Consiglio Direttivo a gennaio 2015.

# AREA 2 – ATTRATTIVITÀ ED ANIMAZIONE DEL TERRITORIO

- ⊙ Il DUC di Treviglio ha sviluppato una concreta collaborazione con Pianura da Scoprire, finalizzata a potenziare la promozione turistica e commerciale del centro storico cittadino, in vista di EXPO 2015.
- ⊙ Pianura da Scoprire ([www.pianuradascoprire.it](http://www.pianuradascoprire.it)), è un'associazione partecipata da un partenariato pubblico e privato, di cui il Comune di Treviglio è socio fondatore, nata per realizzare un programma di valorizzazione socio-turistico-culturale del territorio della media pianura lombarda. In particolare, l'associazione si prefigge tre obiettivi principali (condivisi dal Distretto del Commercio): la promozione e lo sviluppo della mobilità dolce, la creazione di un piano di marketing territoriale.
- ⊙ L'evento EXPO 2015, che secondo le stime più aggiornate dovrebbe muovere oltre 20 milioni di visitatori provenienti da varie parti del mondo, non potrà non diventare punto di riferimento fondamentale per la riscoperta turistica dell'ambito della Media Pianura Lombarda, che vede Treviglio in posizione centrica e ben connessa alle polarità che saranno più direttamente interessate dalla manifestazione.
- ⊙ Il Distretto (con i suoi partner) ha avviato con Pianura da Scoprire una concreta collaborazione per la riuscita del Festival Bike della Media Pianura Lombarda 2013 e 2014 (materiale informativo in allegato). In particolare, nel 2013 l'evento era stato realizzato a Treviglio e organizzato da Pianura da Scoprire con un coinvolgimento del DUC su alcuni specifici aspetti:
  - Il potenziamento dell'attività di comunicazione dell'evento (blog, Facebook, volantino eventi estivi del Distretto)
  - La realizzazione di un'iniziativa promozionale coordinata che ha coinvolto gli operatori commerciali del centro storico offrendo vantaggi per i partecipanti al festival (Promozione Speciale Sport in Centro)
  - Il coordinamento di attività/visite culturali nel centro storico durante lo svolgimento della manifestazione (visite guidate a cura di Pro Loco Treviglio, apertura straordinaria dei musei cittadini, apertura dei negozi)

Nell'edizione 2014, Pianura da Scoprire ha scelto di distribuire l'evento su più tappe su porzioni distinte del territorio di competenza, individuando per ciascuna tappa un comune ospite. Anche dal punto di vista organizzativo è stata introdotta una diversa modalità che ha visto impegnata Pianura da Scoprire nell'attività di comunicazione e promozione dell'evento, mentre le attività prettamente organizzative sono state delegate a partner sul territorio. In questa nuova configurazione, il DUC di Treviglio si è fatto carico di coordinare l'organizzazione dell'evento che ha visto coinvolti direttamente, oltre ai soci Pro Loco Treviglio e Fiera Agricola Treviglio, i referenti locali di Legambiente e Slow food.

- ⊙ Inoltre, si segnala che il DUC di Treviglio ha promosso la costituzione del DAT della Bassa Pianura Bergamasca, presentato al recente Bando per i Distretti dell'Attrattività Territoriale di Regione Lombardia, coinvolgendo da subito Pianura da Scoprire quale soggetto che già opera con obiettivi coerenti sul territorio di area vasta individuato. Nell'ambito del progetto DAT sono previste specifiche iniziative di costruzione di itinerari turisti e percorsi cicloturistici volti alla valorizzazione dei luoghi e delle eccellenze artistico-cultura e agroalimentari-gastronomiche locali.

# AREA 3 – SOSTEGNO ALLE IMPRESE

Nel corso del periodo 2013-2014 si è proceduto al potenziamento degli strumenti di comunicazione online attraverso:

**1. Il consolidamento delle attività di comunicazione online già attivi:**

- Aggiornamento e sviluppo del database di indirizzi e-mail di tutti gli operatori del Distretto, da utilizzare per tutte le attività di comunicazione, condivisione delle informazioni e monitoraggio
- Gestione pagina Facebook Botteghe Città di Treviglio e Pro Loco Treviglio
- Gestione del blog del Distretto

**2. La realizzazione sito web del Distretto** (online da aprile 2014), attraverso la ristrutturazione e integrazione di botteghetreviglio.it con il blog del Distretto. Il nuovo sito web **www.treviglioincentro.it** contiene:

- Informazioni istituzionali (cosa è il distretto, come è organizzato, chi sono i partner, ecc.)
- Gli eventi in calendario e news di vario genere, in primis commerciali, che possano interessare i visitatori del centro storico in chiave promozionale (es. aperture domenicali, hot spot free wifi, chiusure al traffico, ecc.)
- Elenco (e mappatura) di tutte le attività commerciali e di servizio presenti nell'area del Distretto con le principali informazioni di base (denominazione, indirizzo, telefono, orari di apertura, link al proprio sito web o pagina Facebook pubblica)

**3. L'attivazione e gestione della pagina Facebook "Treviglio in centro"** (da dicembre 2013), quale pagina ufficiale del Distretto del Commercio su cui pubblicare non solo eventi e manifestazioni, ma anche – in prospettiva - novità e promozioni dei negozi del centro storico. La pagina ha raggiunto a dicembre 2014 oltre 1.000 "Mi piace". In merito all'uso del social network, è in corso una fase di valutazione dei risultati ottenuti dalle diverse pagine attive dei partner del Distretto, nonché del grado di efficacia nei confronti degli utenti finali, al fine di ottimizzarne la presenza e la gestione.

**4. La verifica del livello di interesse degli operatori commerciali a potenziare la propria presenza online in forma aggregata e all'attivazione di una piattaforma di e-commerce per la vendita diretta dei prodotti/servizi a disposizione delle attività del Distretto.** L'esito di tale verifica ha portato all'attivazione della **piattaforma di promozione e vendita online www.treviglioshopping.it** a cui aderiscono numerosi operatori commerciali che vi pubblicano offerte promozionali, novità di prodotto, consigli e curiosità inerenti i prodotti e i servizi offerti. Treviglioincentro.it contiene un link permanente verso la piattaforma Treviglioshopping.it, e viceversa. La decisione di mantenere le piattaforme differenziate, ancorché linkate tra loro, è dovuta alla diversa tempistica di sviluppo del primo e del secondo strumento e alla diseconomicità dell'integrazione completa delle due piattaforme. Ciò detto, si è mantenuto per quanto possibile uniformità di grafica tra i due siti, in modo che l'utente abbia l'impressione di rimanere in un ambiente omogeneo.

[www.treviglioincentro.it](http://www.treviglioincentro.it)



[www.treviglioshopping.com](http://www.treviglioshopping.com)



In Treviglioshopping.com, ogni commerciante dispone di uno spazio delimitato e autogestito in cui può promuovere la propria attività e la propria offerta, attraverso una serie di servizi disponibili:

- ✓ servizio promozioni, in cui il commerciante può inserire foto e descrizione di un oggetto in vendita, con indicazione del prezzo iniziale e del prezzo scontato; la durata dell'offerta può essere ben definita in un arco temporale impostato anticipatamente;
- ✓ servizio coupon, in cui il commerciante può inserire un numero preciso di prodotti e proporre un prezzo scontato;
- ✓ prenota on-line, in cui i clienti possono prenotare gli articoli di proprio interesse tra quelli proposti dai commercianti, che registrano quindi i dati di prenotazione dell'utente per il ritiro direttamente in negozio;
- ✓ commercio on-line, in cui il cliente può acquistare direttamente dalla vetrina del commerciante, che dopo aver incassato il denaro, si può accordare sulla spedizione come meglio crede.

## 2. SVILUPPO DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO

- Per valorizzare e promuovere le diverse iniziative è stato pianificato un piano di promo-comunicazione che ha previsto l'utilizzo di una serie di strumenti diversificati in un mix specifico a seconda delle iniziative da promuovere:
  - blog e sito web del Distretto [www.trevigioincentro.it](http://www.trevigioincentro.it)
  - pagina Facebook Treviglio in Centro e inserzioni pubblicitarie sul social network
  - siti web e pagine Facebook dei soci fondatori
  - newsletter Pro Loco Treviglio – IAT Treviglio e comprensorio
  - box pubblicitari e redazionali sulla stampa locale (Il Giornale di Treviglio e Il Popolo Cattolico)
  - comunicati stampa alle redazioni dei principali organi di informazione locali e sovra-locali
  - display luminosi nelle piazze del Comune
  - cartellonistica e affissioni
  - volantaggio
- Lo staff del Distretto (manager senior e manager operativo), con il coinvolgimento dello staff Pro Loco Treviglio – Ufficio IAT, ha realizzato un vero e proprio servizio di ufficio stampa, coordinando le uscite sui mezzi gratuiti forniti dai partner e dialogando con le Redazioni dei principali mezzi di informazione del territorio per sollecitare le uscite media.
- Il piano ha previsto inoltre l'impegno del manager operativo in visite personali agli operatori commerciali, in occasione di molte delle iniziative del Distretto, per sensibilizzare, raccogliere adesioni e sviluppare la rete degli operatori al fine di aumentare le adesioni e il coinvolgimento. Il servizio ha permesso di compensare la carenza di informatizzazione di parte degli operatori e di raccogliere il sentiment degli operatori.

### 3. SVILUPPO DI UNA SOCIAL CARD

- ⊙ L'iniziativa programmata prevedeva lo sviluppo di una social card che, oltre a promuovere la fidelizzazione dei clienti attraverso meccanismi di premialità (la classica Fidelity Card), consentisse ai suoi possessori di accedere a tariffe agevolate a un sistema di servizi pubblici (come ad esempio parcheggi, strutture sportive), piuttosto che devolvere il valore dei punti in progetti di interesse generale predefiniti.
- ⊙ Trattandosi di un progetto ambizioso (sia in termini organizzativi che economici), si è proceduto a una prima verifica di interesse e di fattibilità con gli operatori commerciali: sono state valutate meccaniche alternative e relativi costi nell'ambito di alcuni incontri dedicati con gli operatori commerciali. Alla luce delle perplessità e delle problematiche sollevate dagli operatori, il Consiglio direttivo dell'Associazione del Distretto ha deciso di rinviare il progetto e di dare priorità ad altre iniziative di più immediata realizzazione.

## 4. INTEGRAZIONE DEL SERVIZIO WI-FI PUBBLICO CON PUNTI DI ACCESSO PRIVATI

- A gennaio 2014 è stato lanciato ufficialmente “Treviglio WIFI”: il servizio di accesso a Internet tramite wi-fi offerto da operatori commerciali e integrato al servizio wi-fi pubblico già attivo e gestito dall’amministrazione comunale.
- Offrono il servizio 7 operatori che hanno attivato un hot spot privato installato presso il proprio esercizio commerciale e sostengono i costi del traffico generato. Contestualmente, gli esercenti sono assolti dall’onere dell’autenticazione degli accessi e dalla responsabilità in merito alla navigazione e assumono visibilità fornendo un servizio di tipo professionale.
- Il segnale del singolo hot spot copre un’area di circa 50 metri dal negozio presso il quale è installato, è quindi accessibile anche dall’esterno del locale, lungo la via. L’intervento ha quindi consentito l’ampliamento della copertura del servizio già fornito dall’amministrazione comunale in piazza Manara e presso la Biblioteca, permettendo agli utenti di effettuare l’accesso con una unica combinazione user name-password.
- Il lancio del servizio è stato accompagnato da una campagna di comunicazione sulla stampa locale e online. Gli esercizi che offrono il servizio espongono in vetrina la vetrofania “Treviglio WIFI free zone”



- Nel biennio 2013-2014 il DUC di Treviglio ha svolto un ruolo di coordinamento delle attività di animazione dell'area del centro storico attraverso azioni di consolidamento e azioni di potenziamento del calendario eventi.
- **Consolidamento:** supporto (in termini di coinvolgimento degli operatori commerciali), pubblicizzazione e gestione coordinata degli eventi che nel corso degli anni hanno generato ricadute positive a carattere commerciale:
  - *Terza domenica del mese*, con l'apertura coordinata dei negozi del centro in occasione del mercatino dell'antiquariato Antico in via
  - *Eventi sotto il campanile febbraio-marzo*, con particolare focalizzazione sulla Rievocazione Storica Miracol si grida e la fiera della Madonna delle Lacrime. Nel corso dell'anno sarà valutato l'ulteriore avvicinamento della fiera al centro storico, con l'obiettivo di dislocarne una parte lungo la circonvallazione interna nel 2014.
  - *Trevigliopoesia*, con il coinvolgimento degli esercizi commerciali per la realizzazione di micro-eventi poetici e partecipazione alla guerriglia poetica
  - *Fiera Agricola-Cavalli*
  - *Shopping al chiaro di Luna*, con l'apertura serale dei negozi il mercoledì sera nei mesi di giugno e luglio e la prima settimana di agosto e la realizzazione di iniziative di intrattenimento coordinate (es. concerti, micro iniziative dei singoli commercianti). Alle serate dei mercoledì si è aggiunta, sia nel 2013 che nel 2014, la serata del primo sabato dei saldi estivi, con la realizzazione di un concerto e di alcune attività di animazione per bambini.
- **Potenziamento:** individuazione e coordinamento/realizzazione di nuove iniziative di animazione che possano generare ricadute positive sulle attività commerciali del centro storico, ma anche migliorare l'attrattiva complessiva del territorio.
  - Nei primi mesi del 2013 è stato chiuso un accordo con Promoberg per la realizzazione al PalaFacchetti di "*Treviglio a Teatro*": Rassegna Teatrale Autunnale che ha portato in città i Legnanesi (a ottobre), Paolo Migoni (a novembre) e il concerto gospel con Earl Bynum & The Mount Unity Choir, protagonista della scena gospel della Virginia (organizzato con Fondazione Credito Bergamasco).

- *Treviglio Amarcord ... in vetrina*, prendendo spunto dalla nascita del gruppo Facebook “Sei di Treviglio se ricordi...”, che in poco tempo ha raccolto più di 3.000 membri e sul quale sono postati ricordi di luoghi, persone, modi di dire Trevigliesi, talvolta corredati da immagini, è stata realizzata un’operazione “amarcord” che ha coinvolto le vetrine del centro storico (ma non solo) di Treviglio nella settimana precedente la ricorrenza della Madonna delle Lacrime, con esposizione di foto, oggetti, modi di dire trevigliesi “di una volta”. Inoltre, nell’ambito di questa operazione è stata realizzata la raccolta fondi solidale “Sei di Treviglio se con un braccialetto aiuti Come Noi”: nei negozi aderenti i cittadini hanno potuto richiedere un braccialetto con la scritta “6 di 3i se”, a fronte di un contributo a favore del Comitato Come Noi, da sempre in prima linea in città per dare una mano alle persone con disabilità e alle loro famiglie.
- *Treviglio Vintage*, giornata dedicata ai ricordi dei trevigliesi (il 22 giugno, con una piccola anticipazione la sera precedente): in diversi spazi del centro storico sono stati realizzati “angoli di passato”, con esposizioni di biciclette, automobili, motociclette, telefoni, radio e molti altri oggetti d’epoca ... vintage, che sono però ancora parte della memoria di molti. L’iniziativa nasce da un’idea di alcuni cittadini attivi sul gruppo Facebook “Sei di Treviglio se ricordi se ...” ed è stata accolta e sviluppata nell’ambito del Distretto del Commercio con l’importante coinvolgimento di associazioni, enti, commercianti e cittadini volontari.



- ⊙ A giugno 2013 il DUC di Treviglio ha sostenuto due eventi legati allo sport e all'attività all'aria aperta: Sport al chiaro di luna (5 giugno, serata di avvio dello Shopping al chiaro di luna – rassegna estiva delle aperture serali dei negozi del centro accompagnata da eventi e intrattenimenti di vario genere) e il Festival Bike della Media Pianura Lombarda (domenica 16 giugno, di cui si è detto in occasione della descrizione degli interventi riferibili all'area 2). In occasione di questi eventi, il Distretto ha organizzato la **“Promozione Speciale Sport in centro”** iniziativa a cui hanno aderito 26 esercizi del Distretto. La promozione ha previsto la consegna di buoni sconto a fronte di:
  - Acquisti effettuati la sera di Sport al chiaro di luna presso un esercizio commerciale aderente
  - Partecipazione attiva alle attività di avvicinamento alle discipline sportive, organizzate dalle associazioni sportive che hanno animato la serata di Sport al chiaro di luna
  - Partecipazione al Festival Bike della Media Pianura Lombarda

Chi ha ricevuto i buoni sconto ha potuto utilizzarli durante la giornata del Festival Bike e la successiva serata di Shopping al chiaro di luna.
- ⊙ Visto l'interesse suscitato, l'iniziativa è stata riproposta in occasione della Sagra di Sant'Anna (luglio 2013 e 2014). Nello specifico, la Sagra di Sant'Anna è stata dedicata nei due anni alla sensibilizzazione contro la violenza sulle donne con una serie di iniziative fatte rientrare nel programma **“Treviglio in Rosa”** che ha visto coinvolte associazioni locali e soggetti attivi nella lotta alla violenza e nel supporto alle donne in difficoltà. In tale ambito, è stata realizzata una Camminata solidale per le vie del centro; ai partecipanti è stato distribuito un segno “rosa” (braccialetto e palloncini) e un volantino contenente buoni sconto e promozioni delle attività commerciali che hanno partecipato alla promozione coordinata.



## 7. DISTRETTO COME CONSULENTE ALLE IMPRESE SULLE SPESE GENERALI E COME "CENTRALE DI ACQUISTO"

- ◉ Dopo aver valutato l'interesse degli operatori commerciali e la fattibilità dell'iniziativa, il Distretto del Commercio ha attivato un servizio di consulenza personalizzata per la riduzione delle spese generali delle attività commerciali.
- ◉ L'intervento ha consentito di creare economie a beneficio degli operatori commerciali coinvolti, non solo attraverso la ricerca di condizioni migliori nell'accesso ad alcuni servizi (Energia e Gas in primis), ma anche attraverso servizi di consulenza volti a individuare problemi specifici (ad esempio, consumi eccessivi su certe aree di spesa o polizze con coperture non adeguate).
- ◉ L'intervento è stato promosso in una logica intersettoriale (commercio, artigianato, servizi): hanno aderito una quindicina di operatori, con risparmi medi stimabili nell'ordine del 15-20% a seconda della tipologia di utenza.
- ◉ Si tratta di una iniziativa interdistrettuale, che ha visto coinvolti altri Distretti della provincia di Bergamo (tra i quali Morus Alba, Alta Val Seriana-Clusone, Asta del Serio, Fontium et Mercatorum, Brebemi Shopping, Area Zingonia).
- ◉ Il raggiungimento di una massa critica, ha consentito di stipulare una convenzione per il settore energia (elettricità e gas) con l'operatore Axpo Energia, grazie alla quale gli operatori potranno usufruire di ulteriori sconti in caso di sottoscrizione del contratto di fornitura di energia elettrica o gas.

- ◉ Nel corso del biennio di riferimento sono state realizzate le seguenti attività di monitoraggio di primo livello:
- ◉ Rilevazione e analisi della struttura dell'offerta commerciale, del mix di merceologie e servizi offerti e del grado di occupazione dei locali a destinazione commerciale
- ◉ Rilevazione e analisi dell'interesse e della soddisfazione degli operatori commerciali rispetto alle iniziative dell'Associazione del Distretto del Commercio, sia attraverso la somministrazione di questionari strutturati che attraverso colloqui in profondità con rappresentanti dei commercianti e operatori reputabili "opinion leader" nel proprio settore di competenza.
- ◉ Rilevazione e analisi della soddisfazione dei consumatori rispetto agli elementi che costituiscono il sistema di offerta del Distretto, attraverso colloqui mirati con referenti di associazioni e comitati di cittadini, ma anche attraverso il monitoraggio delle opinioni espresse sulle pagine Facebook del Distretto e dei partner associati. Inoltre, il livello di interesse relativamente alle singole iniziative è stato dedotto dalla partecipazione più o meno consistente dei consumatori alle iniziative stesse.

- Nel corso del biennio sono state realizzate attività di sensibilizzazione degli operatori commerciali per l'incremento delle adesioni alle iniziative di apertura coordinata dei negozi in occasione degli eventi sostenuti dal Distretto. In tal senso, sono state realizzate iniziative di:
  - ✓ comunicazione diretta (one-to-one) per il coinvolgimento degli operatori anche in fase di definizione del calendario e per la raccolta delle adesioni
  - ✓ indagini sul consumatore finalizzate a verificare gli orari di visita abituale e quelli desiderati

Anche grazie a tali attività si è registrato un progressivo incremento del numero di attività commerciali che ha aderito alla proposta di aperture serali (in particolare in occasione dello Shopping al Chiaro di Luna) e di apertura domenicale (in particolare la terza domenica del mese e in occasione di eventi che hanno coinvolto direttamente le attività commerciali anche in chiave promozionale, come Treviglio Vintage).

- Inoltre, si richiama come ulteriore fattore di rafforzamento di questa iniziativa la definizione di elementi di indirizzo delle condotte gestionali contenute nel bando comunale per la locazione degli spazi commerciali resi disponibili nell'edificio di proprietà comunale "ex-UPIM", in piazza Garibaldi, in seguito ai lavori di riqualificazione a cura dell'amministrazione comunale. Infatti, da un lato gli esercizi commerciali del nuovo edificio dovranno garantire l'apertura 12 ore al giorno e, comunque, con il vincolo di due fasce orarie, dalle 10 alle 14 e dalle 18 alle 22; dall'altro lato, il bando ha favorito gli operatori che garantiranno l'ampliamento della fascia oraria di apertura dell'esercizio proprio in occasione degli eventi proposti o patrocinati dal Distretto. Si ritiene che tali condotte, di fatto entrambe obbligatorie per gli operatori dell'ex-UPIM, potranno contribuire ad accelerare il processo di adesione alle iniziative da parte degli altri esercizi. L'estensione in via continuativa dell'orario di apertura nella cosiddetta pausa pranzo e in orario serale, che rappresenta per il centro storico di Treviglio un fattore di innovazione di servizio commerciale, potrà, in prospettiva, generare feed-back concreti sulla realizzazione di una linea di indirizzo già individuata in passato, ma non perseguita a causa di una resistenza di fondo al cambiamento da parte degli operatori.

- In seguito agli esiti positivi della sperimentazione realizzata nel corso del 2012, con Delibera di Giunta Comunale n.77 del 15 maggio 2013 il Comune di Treviglio ha confermato l'autorizzazione, in via generale, all'occupazione gratuita di suolo pubblico a favore delle attività commerciali e di servizio del centro storico in occasione delle manifestazioni organizzate dal Distretto del Commercio (o soci fondatori) e che coinvolgono le attività economiche. Pertanto, in tali occasioni le attività commerciali del centro storico possono occupare, a titolo gratuito, una porzione di suolo pubblico all'esterno del proprio locale per l'esposizione della merce e la promozione della propria attività attraverso micro-iniziativa di animazione realizzate in autonomia. L'autorizzazione è subordinata al rispetto di alcune condizioni e prescrizioni specificate nella delibera.
- Con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 47 del 30.04.2013 il Comune di Treviglio ha approvato il nuovo regolamento in materia di inquinamento acustico. In particolare, anche in seguito alle proposte emerse nell'ambito del Consiglio Direttivo del Distretto del Commercio, con il nuovo regolamento sono state semplificate le procedure per la realizzazione di dehor da parte di pubblici esercizi ed estesi degli orari per la somministrazione al pubblico all'esterno del locale.

- Nel corso del 2014 è stato realizzato uno studio di fattibilità per una prima valutazione di fattibilità di iniziative con cui introdurre e valorizzare i prodotti agroalimentari di Treviglio e dell'ambito sovracomunale di riferimento nell'offerta dei negozi di alimentari e dei pubblici esercizi (bar e ristoranti) del Distretto.
- Tale valutazione è partita dall'analisi dei soggetti direttamente coinvolti, ossia la domanda commerciale e dell'offerta dei prodotti agricoli, finalizzata:
  - sul fronte della domanda commerciale, a comprendere l'interesse all'inserimento tout court o all'aumento della quota di prodotti agricoli presenti nell'assortimento dei negozi di alimentari di vicinato e nel novero delle materie prime utilizzate dai bar e ristoranti della zona, gli obiettivi commerciali alla base di queste scelte e di conseguenza le caratteristiche che i prodotti coinvolti dovrebbero avere;
  - sul fronte dell'offerta di prodotti agricoli, a valutare l'interesse all'aumento dei volumi di prodotto veicolati nell'area del DUC, i benefici eventualmente ricercati (oltre naturalmente all'aumento delle vendite) e gli ostacoli di natura commerciale, logistica o organizzativa che eventualmente si verrebbero a creare.
- Per poter effettuare queste valutazioni, l'analisi si è basata su alcune interviste personali strutturate a un gruppo di operatori del commercio locale e soggetti del settore agroalimentare attivi sul territorio, dotati della necessaria esperienza e rappresentatività (per questo in seguito definiti anche opinion leader). Le interviste hanno consentito di individuare innanzitutto:
  - le principali caratteristiche commerciali e logistiche dei negozi di vicinato di prodotti alimentari (specializzati e non) e dei pubblici esercizi (bar e ristoranti) presenti nell'area, al fine di comprenderne i canali e le dinamiche di approvvigionamento, nonché le forme di integrazione dei prodotti agroalimentari e l'interesse a potenziarle o introdurne di nuove;
  - le caratteristiche produttive e organizzative di alcune imprese agroalimentari dell'area, nonché l'interesse a partecipare a forme di promozione o integrazione della loro offerta nei negozi e pubblici esercizi del Distretto.
- Sono stati pertanto intervistati alcuni *opinion leader* di entrambi i settori
  - SOGGETTI COLLETTIVI DEL SETTORE AGRO-ALIMENTARE LOCALE: Fiera Agricola, Coldiretti Bergamo, O.P. Lombardia Latte, Associazione Alti Formaggi;
  - 5 PRODUTTORI dei comparti ortofrutta, formaggi, salumi e carne;
  - 9 OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO: tre esercizi di vicinato alimentari specializzati di cui uno integrato con attività di somministrazione, un ristorante di fascia alta, un ristorante di fascia media a conduzione tradizionale, un esercizio integrato bar/ristorante e tre bar (uno tradizionale diurno, uno tradizionale con apertura anche serale, uno caratterizzato da una forte componente di offerta in fascia aperitivo/happy hour);
  - UNA COOPERATIVA DI CONSUMO TREVIGLIESE (Cooperativa Famiglie Lavoratori – CFL Treviglio), attiva dal 1976 e oggi gerente di un negozio alimentare di medie dimensioni, che propone in via continuativa prodotti di operatori della filiera agro-alimentare locale.

- ⊙ I risultati dello studio sono riportati in uno specifico report presentato al Consiglio Direttivo del Distretto del Commercio. In sintesi, lo studio ha permesso di far emergere **diversi livelli di coinvolgimento e di iniziative che il DUC di Treviglio potrebbe mettere in campo**, caratterizzate da **diversi livelli di complessità organizzativa e integrazione tra i diversi soggetti**.
- ⊙ Le cinque possibili soluzioni individuate sono:
  1. **DUC facilitatore dell'incontro tra domanda e offerta commerciale;**
  2. **DUC facilitatore dei flussi informativi tra domanda e offerta commerciale;**
  3. **DUC facilitatore del potenziamento del Mercato degli Agricoltori locale;**
  4. **DUC promotore/venditore di prodotti agroalimentari;**
  5. **DUC coordinatore della promozione dei prodotti agroalimentari dell'area.**
- ⊙ Per ciascuna soluzione è stata prodotta una scheda che delinea i seguenti elementi qualitativi:
  - descrizione sintetica delle caratteristiche e delle modalità di funzionamento della soluzione, delle tipologie e dei ruoli dei soggetti coinvolti, e in particolare del ruolo del Distretto del Commercio;
  - indicazione dei benefici ottenibili e di eventuali problemi che verrebbero risolti (o mitigati) con la sua adozione;
  - condizioni di base necessarie per la sua realizzazione e possibili ostacoli esistenti;
  - grado di opportunità/fattibilità complessiva, in funzione degli elementi di cui ai punti precedenti.
- ⊙ Il Consiglio Direttivo del Distretto del Commercio di Treviglio, sta valutando la prosecuzione o meno dell'iniziativa nel senso della verifica estensiva dell'interesse da parte di produttori e operatori commerciali, della determinazione della fattibilità economica e della successiva implementazione operativa. In particolare, le prossime fasi di lavoro prevedono:
  - la scelta della/e soluzione/i da sottoporre all'analisi approfondita di fattibilità, da parte del Consiglio Direttivo.
  - il coinvolgimento degli operatori mediante momenti di comunicazione comuni e sondaggi estesi a tutti i potenziali aderenti.
  - la raccolta di informazioni approfondite su:
    - *variabili economiche in gioco (volumi e categorie di prodotti trattate, numero di soggetti da coinvolgere sia della domanda che dell'offerta);*
    - *effettiva volontà di partecipazione da parte degli operatori (anche ipotizzando diversi scenari di coinvolgimento e di contribuzione economica/organizzativa);*
    - *modalità di gestione della soluzione individuate e, se prevista, prima selezione di soggetti terzi potenzialmente interessati, sulla base del funzionamento ipotizzato della soluzione;*
    - *eventuale ricerca preliminare di fonti di finanziamento dell'iniziativa.*