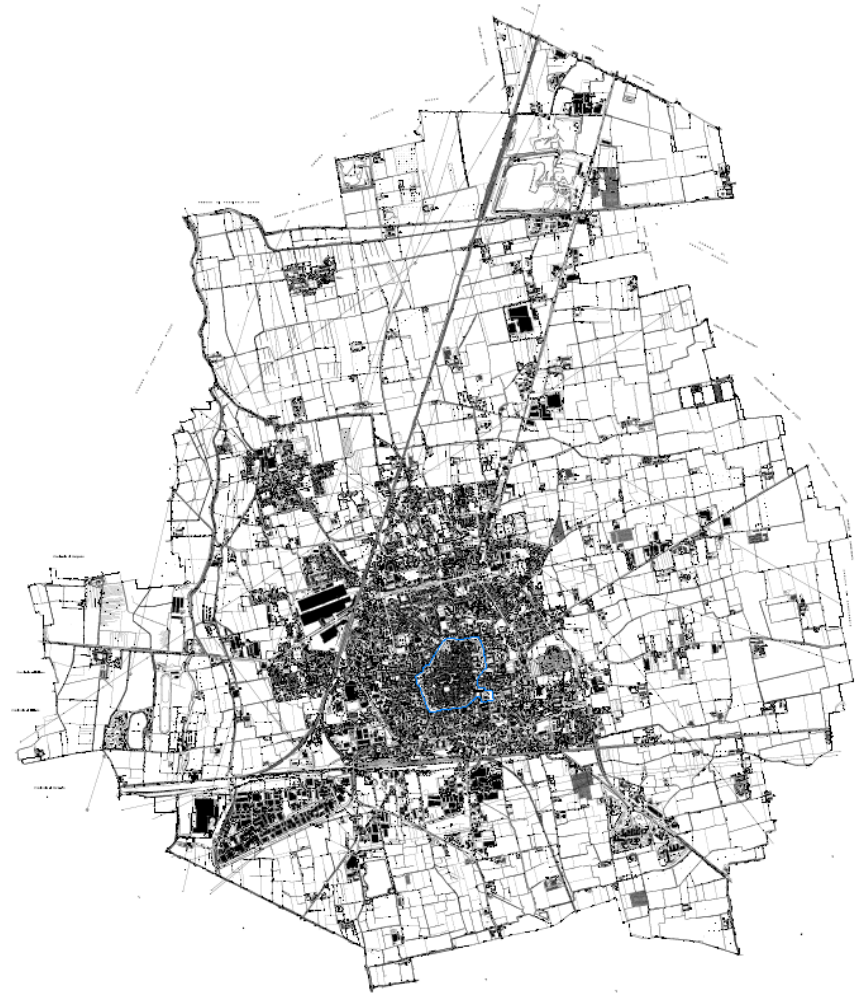




PIANO DI INTERVENTO 2012-2013

Dicembre 2011



1. Relazione programmatica
2. Piano degli interventi
3. Consolidamento del Distretto

RELAZIONE PROGRAMMATICA

- Le pagine che seguono illustrano la situazione attuale del Distretto del Commercio di Treviglio, partendo da quanto previsto e analizzato in sede di costituzione e aggiornando il quadro con informazioni rese disponibili nei primi anni di vita del Distretto.

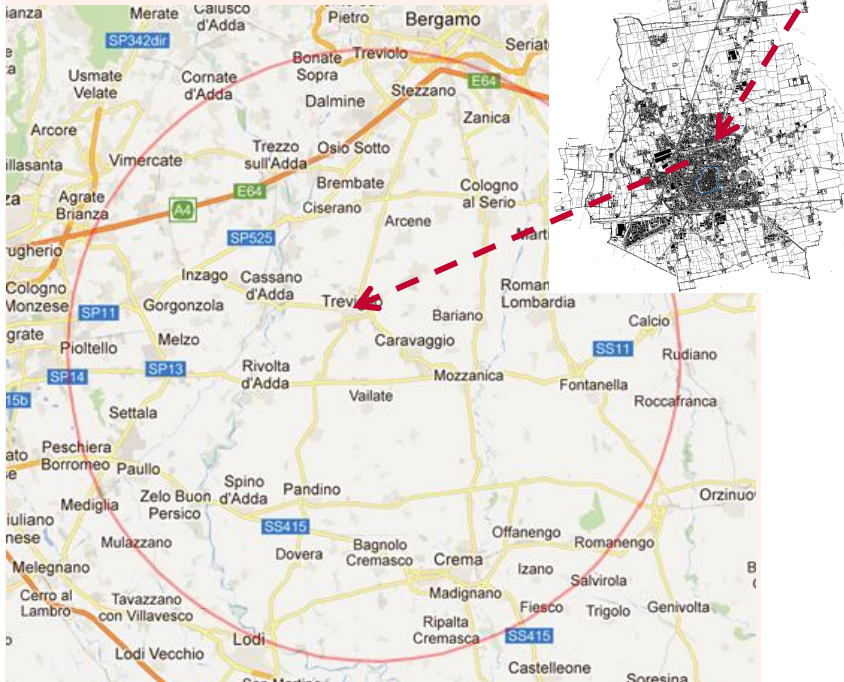
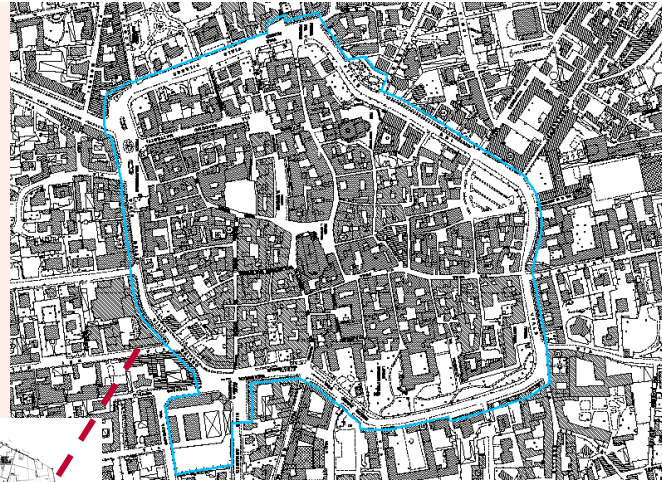
In particolare:

- ✓ la **carta d'identità del Distretto** ne illustra le principali caratteristiche in termini di economia locale, rete commerciale e di servizi, e il percorso evolutivo dall'ideazione alla concretizzazione del Distretto stesso;
- ✓ le pagine seguenti illustrano il **modello di governance** adottato e una sintesi delle **attività** che il Distretto ha realizzato nel corso del periodo 2008-2011;
- ✓ la **SWOT analysis**, partendo da quanto individuato in sede di costituzione, illustra il ruolo, attuale e potenziale, del Distretto in termini di ricaduta, sviluppo e valorizzazione del territorio;
- ✓ la **Vision del Distretto** ne illustra **gli obiettivi**, andando anche in questo caso a individuare eventuali mutamenti maturati nel contesto in cui opera, dalla sua costituzione a oggi, e il **ruolo strategico** del Distretto del Commercio di Treviglio;
- ✓ **l'analisi dei benefici** mostra, infine, quali vantaggi, in termini di efficacia ed efficienza, erano stati previsti e voluti in sede di costituzione, e sono stati aggiornati, laddove necessario, in funzione della loro effettiva raggiungibilità. Per ciascun beneficio è indicata una stima del relativo livello di raggiungimento allo stato attuale.

DISTRETTO DEL COMMERCIO DI TREVIGLIO

Il Distretto (urbano) del Commercio di Treviglio coincide con l'area del centro storico della città: essa comprende l'area delimitata dalla circonvallazione interna, sede della fortificazione muraria della città fino al XVIII secolo, e piazza Cameroni.

È il più importante centro commerciale naturale della cosiddetta "bassa bergamasca" e uno dei più rilevanti nell'ambito più allargato della media pianura lombarda.



L'OFFERTA DEL DISTRETTO

TIPOLOGIE	NUMERICHE	
	v.a.	%
Negozi	244	62,1
Pubblici esercizi	56	14,2
Artigianato di servizio	32	8,1
Servizi diversi	61	15,5
Totale	391	100,0

Mercato settimanale, Mercatino degli agricoltori, Teatro, Biblioteca, Centro civico, mostre, eventi, manifestazioni culturali ed eno-gastronomiche

VALUTAZIONE FATTIBILITÀ	Mar-Giu 2008	ANALISI PER IL TCM
	Gen 2009	PARTECIPAZIONE AL 1 BANDO REGIONALE SUI DISTRETTI DEL COMMERCIO
START UP	Feb 2010	COSTITUZIONE COMITATO DI INDIRIZZO E AVVIO LAVORI
	Mag 2010	APPROVAZIONE PROGETTO E PUBBLICAZIONE GRADUATORIA SUL BURL --> gestione programma di intervento
	Dic 2010	CHIUSURA TERMINI DEL BANDO REGIONALE
	Mar 2011	APPROVAZIONE COSTITUZIONE ASSOCIAZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO
CONSOLIDAMENTO	Apr 2011	CHIUSURA RENDICONTAZIONE BANDO REGIONALE
	Giu 2011	<i>ELEZIONI AMMINISTRATIVE</i>
	Set 2011	CONFERMA PARTNERSHIP E RILANCIO ATTIVITA'
	Dic 2011	COSTITUZIONE DELL'ASSOCIAZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI TREVIGLIO
	IMPLEMENTAZIONE PROGRAMMA 2012-2013	

Città di Treviglio
 ASCOM
 COMMERCIO TURISMO SERVIZI
 CONFESERCENTI
 BERGAMO
 BCT
 ASSOCIAZIONE BOTTEGHE
 CITTÀ DI TREVIGLIO
 Cuore Pulsante
 della Città!
 Camera di Commercio
 Bergamo
 BCC
 Cassa Rurale
 Treviglio
 FIERA AGRICOLA
 TREVIGLIO
 PRO LOCO
 TREVIGLIO
 Camera di Commercio
 Bergamo
 BCC
 Cassa Rurale
 Treviglio

La struttura organizzativa

Il Distretto è stato gestito da un **Comitato di Indirizzo** composto dai rappresentanti dei Partner del Distretto. Nel corso del 2010 al Comitato hanno partecipato a titolo consultivo i rappresentanti di Fiera Agricola Treviglio e Proloco Treviglio, con la finalità di verificare le eventuali sinergie implementabili in particolare sul fronte della promozione e della comunicazione.

Il Comitato, che si è riunito con cadenza pressoché mensile, è stato affiancato da un gruppo di lavoro tecnico, a composizione variabile (funzionari comunali, funzionari delle associazioni di categoria, operatori commerciali, assessori, ecc.) e comunque presieduto da TradeLab in qualità di coordinatore della cabina di regia. Il gruppo di lavoro si è occupato di coordinare e di implementare puntuali progetti e/o interventi sul fronte della riqualificazione urbana e sul fronte della comunicazione e promozione, riportando direttamente al Comitato di Indirizzo.



	Comune di Treviglio Sindaco/Assessore al commercio (Pierluigi Giuliani – resp,le ufficio commercio)
	Ascom di Bergamo e del. CCIAA Bergamo Roberto Ghidotti - Funzionario (Carlo Garzetta – Funzionario delegazione Treviglio)
	Confesercenti di Bergamo Filippo Caselli - Funzionario (Alberto Maver – Funzionario delegazione Treviglio)
	Associazione Botteghe Città di Treviglio Mauro Bonfanti - Presidente
	BCC-Cassa Rurale di Treviglio Nicola Stucchi – Capo area
	Fiera Agricola Treviglio Giuseppe Fattori - Presidente
	Proloco Treviglio Giorgio Zordan - Presidente

Compiti del Comitato di Indirizzo

- supervisionare sull’attuazione degli interventi di iniziativa pubblica e privata previsti nel Piano delle Attività
- nominare una figura responsabile a cui delegare i compiti operativi per la gestione e il coordinamento delle attività del Distretto;
- programmare le attività di valorizzazione del Distretto identificando nuovi progetti e ulteriori opportunità di sviluppo
- definire la struttura organizzativa per la gestione del Distretto

- Il Distretto del Commercio di Treviglio, nei suoi primi tre anni di vita, ha realizzato pressoché tutti gli interventi che aveva programmato in sede di presentazione del Programma di Intervento al primo Bando sui Distretti del Commercio di Regione Lombardia nonché alcune di iniziative ad integrazione degli stessi, inizialmente non previste, così come ampiamente descritto nella *Relazione sull'attività 2008-2011*. Ciò ha consentito di raggiungere gli obiettivi prefissati, sebbene in misura diversa da obiettivo a obiettivo.

MACROAREE	AZIONI
COMUNICAZIONE E MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> Acquisto e installazione tabelloni informacittà Sviluppo del Logo del Distretto Realizzazione e gestione di un Blog del Distretto Progettazione e realizzazione di un sistema informativo di marketing Comunicazione e sensibilizzazione degli operatori commerciali
PROMOZIONE E ANIMAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> Potenziamento e coordinamento luminarie natalizie Acquisto palco modulare, sedie e attrezzature Potenziamento calendario eventi
INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE ESTETICA	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione di Dehors e predisposizione delle relative attrezzature e arredamento Qualificazione estetica degli immobili a uso commerciale Riqualificazione piazze e strade del centro storico Riqualificazione parco Largo Marinai d'Italia-piazza Mentana e arredo vie commerciali
ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	<ul style="list-style-type: none"> Bike Sharing
SICUREZZA	<ul style="list-style-type: none"> Potenziamento della videosorveglianza
GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE	<ul style="list-style-type: none"> Dotazione aggiuntiva cestini Miglioramento pulizia parco Largo Marinai d'Italia-Piazza Mentana e pulizia portici di via Matteotti Creazione di una Cabina di regia per la gestione e il coordinamento dell'iniziativa

CONSUNTIVO PER AREA DI INTERVENTO

ATTIVITÀ	INVESTIMENTI (euro)	INVESTIMENTI (%)
Comunicazione e marketing	142.166	11,4
Promozione e animazione	403.459	32,3
Interventi strutturali di qualificazione urbana	610.099	48,8
Accessibilità e mobilità	17.657	1,4
Sicurezza	22.389	1,8
Gestione servizi in comune	53.998	4,3
TOTALE	1.249.768	100,0

CONSUNTIVO PER INVESTITORE

INVESTITORE	INVESTIMENTI (euro)	INVESTIMENTI (%)
Comune di Treviglio	601.661	48,1
Ascom - Confesercenti Associazione Botteghe Città di Treviglio	75.310	6,0
Camera di Commercio	16.000	1,3
Operatori commerciali	165.151	13,2
Altri (1)	71.650	5,7
Regione Lombardia	319.996	25,6
TOTALE	1.249.768	100,0

(1) Si riferisce agli eventi nel Programma di Intervento organizzati e sponsorizzati in quota maggioritaria (o nella totalità) da Cassa Rurale-BCC di Treviglio, Fiera Agricola Treviglio e Ariston Multisala (importi indicativi), oltre al progetto di illuminazione natalizia realizzato nel 2011.

SWOT ANALYSIS: punti di forza e di debolezza

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	RUOLO DEL DISTRETTO
OFFERTA NON ALIMENTARE	Buon livello qualitativo Numerosità adeguata Varietà dei target serviti	Varietà al di sotto delle attese Mancanza di convenienza Elevato turn over (nel periodo più recente) Tendenza all'omologazione con altri poli (affiliazione)	- Promuovere il commercio locale con iniziative che consentano di ridurre l'evasione dei consumi verso altri poli commerciali - Promuovere ingresso operatori solidi e innovativi
OFFERTA ALIMENTARE	Specializzazione Rapporto personale	Poco accessibile, poco conveniente	
OFFERTA DI PUBBLICI ESERCIZI	Numerosità e livello di servizio adeguato nel corso delle ore diurne Particolarità/distintività di alcuni locali	Alla sera: poco numerosi, poco attrattivi, mancanza di varietà Posizionamento meno attrattivo rispetto all'offerta di altri centri urbani	- Verificare adeguatezza dei regolamenti comunali - Coordinare iniziative congiunte, eventi e promozioni da parte degli operatori commerciali
OFFERTA DI SERVIZI	Buon livello di servizio funzionale al quartiere e alla città	Mancanza di servizi a valore aggiunto e di "attrazione"	
ACCESSIBILITÀ	Zona a traffico limitato	Difficoltà logistiche (inadeguatezza dei parcheggi) Zona a traffico limitato	- Verificare adeguatezza ZTL e sua regolamentazione - Individuare e proporre nuove soluzioni per la regolamentazione delle zone di sosta
CONTESTO	-	Qualità dell'arredo urbano ancora insufficiente Non pienamente sicuro (soprattutto alla sera)	- Proporre interventi e stimolare il dialogo tra l'Amministrazione comunale e i privati
VISSUTO DEL CENTRO STORICO	Luogo di vita sociale, svago e aggregazione Ricco di storia e cultura Vivibile	Non attrattivo, limitata capacità di entertainment Progressiva perdita di identità, soprattutto tra i giovani	- Coordinare iniziative congiunte, eventi e promozioni da parte degli operatori commerciali

OPPORTUNITÀ		MINACCE	RUOLO DEL DISTRETTO
SITUAZIONE ECONOMICA	Riduzione della mobilità complessiva (per incremento costi di spostamento)	<p>Congiuntura economica negativa a livello nazionale e locale con conseguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - calo generalizzato della domanda (consumi) - spostamento dei consumi verso offerta a maggiore contenuto di convenienza (prodotti e format distributivi) ricercati al di fuori del DUC 	Promuovere in modo congiunto l'offerta di attività commerciali
DESTINAZIONI CONCORRENTI	Ruolo centrale rispetto al territorio allargato (Comune e altri comuni della bassa bergamasca)	<p>Concorrenza da parte dei centri commerciali pianificati che meglio rispondono a una domanda sempre più incisiva di convenienza, varietà ed esperienzialità</p> <p>Concorrenza da parte del centro di alcuni poli urbani (Bergamo, Crema, Milano)</p>	Sviluppare iniziative di animazione che generino flussi di visitatori aggiuntivi
TREND SOCIO DEMOGRAFICI	<p>Crescita della popolazione residente (domanda interna)</p> <p>Crescita del segmento senior (aumento domanda di servizi di vicinato)</p>	<p>Riduzione della dimensione media della famiglia (maggiore facilità di evasione verso destinazioni "lontane")</p> <p>Nuovi trend di acquisto e di consumo: ricerca di esperienzialità, convenienza e comodità, che aumenta l'interesse verso nuove forme di commercio moderno</p>	Sviluppare iniziative di supporto alla comunità locale da parte della rete commerciale
GESTIONE COORDINATA	Recupero delle necessarie economie di scala su alcune funzioni centrali, in particolare sulla comunicazione e il marketing di area	-	Gestire in modo efficiente le sempre più scarse risorse per comunicazione e marketing, anche sviluppando sinergie tra le realtà che operano nell'area

- In sede di analisi degli sviluppi futuri possibili per il Distretto, gli obiettivi inizialmente considerati in sede di costituzione sono stati rivisti e aggiornati, sulla base della situazione attuale ed evolutiva del Distretto.

Obiettivi indicati alla costituzione del Distretto	Obiettivi aggiornati
1. Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità	CONFERMATI: Il Distretto limiterà però la propria azione alla raccolta di stimoli e suggerimenti dagli operatori privati verso il Comune (soggetto a cui spetta la responsabilità di interventi infrastrutturali e la competenza sulla sicurezza).
5. Migliorare l'accessibilità e la mobilità nel Distretto	
4. Incrementare il livello di sicurezza	
2. Vivacizzare il Distretto	CONFERMATI: Da potenziare attraverso: <ul style="list-style-type: none"> la realizzazione di una strategia degli eventi atta ad attrarre flussi aggiuntivi di visitatori e a valorizzare l'esperienza di visita del Distretto, e che sia coerente con il posizionamento dell'offerta commerciale dell'area; il coinvolgimento di soggetti (come ad esempio Pianura da Scoprire e media locali) in grado di promuovere, attraverso un'azione coordinata, l'offerta del Distretto al suo interno e al suo esterno; un maggior coordinamento dei diversi soggetti con competenze sul territorio (Comune e suoi Assessorati, Distretto, Associazioni, altri soggetti) proposte di adeguamento dei regolamenti comunali che favoriscano l'attività dei pubblici esercizi la definizione di una politica degli orari delle attività condivisa
3. Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto	
6. Progettare e realizzare un sistema informativo di marketing	CONFERMATO: Il Distretto lavorerà per creare una rete che coinvolga il maggior numero possibile di portatori di interesse, tra cui gli stessi operatori privati (esigenza segnalata proprio da questi ultimi) e li spinga a mettere in gioco risorse monetarie e di partecipazione alle attività.
PIÙ PARTECIPAZIONE E COINVOLGIMENTO	NUOVI OBIETTIVI
PIÙ COORDINAMENTO E INTEGRAZIONE	

- La leadership del Distretto deriva da elementi relativi al suo ruolo, che possono essere così riassunti:
 - coordinare, valorizzare e mettere a sistema le iniziative esistenti: nell'area del Distretto operano diversi soggetti/associazioni, che rappresentano una risorsa importante per la perseguimento degli obiettivi che il Distretto si è posto e per la realizzazione delle attività definite. Il Distretto raggruppa di fatto, in qualità di soci fondatori, alcune importanti realtà; a partire da tale presenza, creerà iniziative e Tavoli di coordinamento allargati per stimolare la raccolta di spunti e la condivisione di informazioni sia la gestione di nuove iniziative che per l'ottimizzazione – in chiave commerciale - delle iniziative esistenti
 - aumentare la capacità di attrazione dell'area: all'interno del Distretto sono presenti sia vie tradizionalmente connotate da un'offerta commerciale sviluppata, sia vie/zone che registrano una minore attrattività commerciale. Il Distretto lavorerà per aumentare la capacità complessiva dell'area, attraverso iniziative di promozione e di comunicazione, ma anche stimolando il completamento degli interventi strutturali di riqualificazione urbana
 - attirare risorse finanziarie integrative (pubblico-private) necessarie alla sostenibilità del Distretto,: il Distretto fino ad oggi si è assicurato una sufficiente dotazione di risorse finanziarie grazie all'apporto dei suoi partner, e di Regione Lombardia. Tuttavia, gli organi decisionali della neo-costituita associazione, consci della necessità di assicurare una sempre maggiore sostenibilità finanziaria, daranno il via a una specifica attività di *fund raising*.
 - sviluppare collaborazioni con altri Distretti del commercio su aree di interesse comune (come ad esempio SIAE e luminarie natalizie) nell'ambito delle quali attivare un'azione congiunta di ottimizzazione delle risorse (di tempo, di conoscenza, economiche)

Beneficio	Descrizione	Grado attuale di raggiungimento
Conseguimento di economie di scala a livello di area	Il Distretto del Commercio di Treviglio rappresenta un soggetto operativo con cui i partner, coordinando le politiche di marketing territoriale e di valorizzazione del commercio locale, possono ottenere risparmi nella realizzazione di alcune attività e nell'acquisto in comune di beni e servizi	In fase di studio per alcune attività (ad esempio comunicazione)
Razionalizzazione dei costi di promozione del territorio	Assumendo il ruolo di coordinatore delle attività di animazione che hanno ricadute sul commercio, il Distretto mira a ridurne i costi complessivi, e a incidere sui contenuti delle stesse per aumentare tali ricadute positive per il tessuto economico locale	In fase di predisposizione programma di attività
Co-partecipazione ai processi decisionali del territorio	Il Distretto rappresenta un luogo di proposta e di confronto tra l'Amministrazione pubblica, le associazioni e le imprese	Attivato mediante il Gruppo di Lavoro con gli operatori commerciali, le associazioni e i referenti del Comune
Semplificazione delle pratiche amministrative pubbliche di routine e adeguamento dei regolamenti comunali	Attraverso specifiche iniziative il Distretto propone soluzioni operative per semplificare l'iter procedurale da seguire nella pratiche autorizzatorie. Inoltre, il Distretto esprime pareri sull'adeguamento dei regolamenti comunali che incidono sull'esercizio delle attività commerciali	Da attivare Gruppo di Lavoro Tecnico specifico
Innalzamento della qualità e dei servizi commerciali per frequentatori e turisti	Mediante un'attività di comunicazione e di condivisione degli obiettivi e delle caratteristiche dei frequentatori del Distretto, si individueranno alcune iniziative di coordinamento delle politiche commerciali finalizzate a migliorare il servizio offerto dal sistema (ad orari e giornate di apertura).	In fase di conclusione l'analisi di customer satisfaction

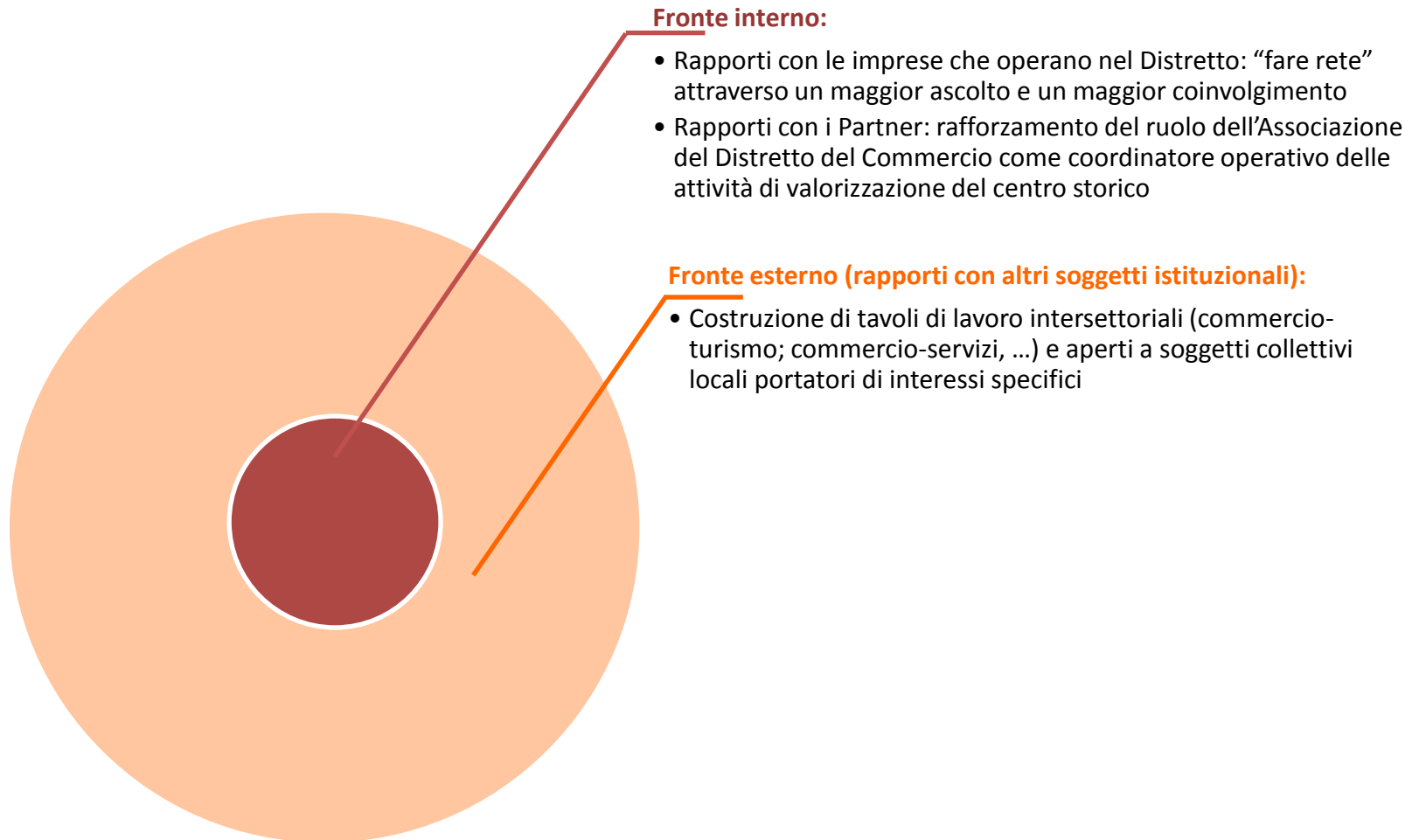
Beneficio	Descrizione	Grado attuale di raggiungimento
Ottenimento di migliori condizioni di finanziamento alle imprese	Attraverso il contatto con le banche presenti sul territorio il Distretto si impegnerà a ottenere migliori condizioni di finanziamento per le imprese commerciali dell'area	Non ancora attivato
Innalzamento della qualità e dei servizi commerciali per frequentatori e turisti	Mediante un'attività di comunicazione e di condivisione degli obiettivi e delle caratteristiche dei turisti e dei frequentatori del Distretto, si verificherà se ci sono elementi di servizio (ad esempio in termini di orari e giornate di apertura) in cui si possono migliorare le performance del Distretto nel suo complesso	In fase di lancio l'analisi di customer satisfaction

CONSOLIDAMENTO DEL DISTRETTO

- Oltre a un'analisi più specifica del ruolo del Distretto e degli altri soggetti, nelle pagine che seguono si illustrano, in primo luogo, i principali elementi relativi al modello di gestione che caratterizzerà il futuro del Distretto, in cui si sostanzia l'attività di consolidamento previsto per i prossimi anni:
 - ✓ l'attivazione di una struttura operativa di base del Distretto e la nomina di un Manager;
 - ✓ la definizione di un Budget di spesa annuale e le modalità di copertura finanziaria;
 - ✓ la programmazione dell'attività 2012-2013 e l'individuazione delle modalità di coinvolgimento dei soggetti coinvolti e da coinvolgere

- In secondo luogo, si riportano i puntatori di verifica per l'attività del Distretto, con indicazione:
 - ✓ del livello attuale, misurato puntualmente o stimato in base alle informazioni disponibili alla data di realizzazione del presente studio;
 - ✓ il livello che il Distretto si propone di raggiungere a regime, ossia nel 2013;
 - ✓ il livello di allerta, da calcolarsi alla fine del 2012, in quanto punto intermedio di valutazione dell'efficacia e dell'efficienza delle azioni del Distretto. Tale livello di allerta, se superato, indica la necessità di una rimodulazione degli interventi, perché manifesta il rischio di mancato raggiungimento dei livelli a regime.

Le linee guida lungo cui si realizzerà il consolidamento del ruolo del Distretto sono:



- L'Associazione del Distretto del Commercio di Treviso è stata ufficialmente costituita il 15 dicembre 2011.
- Contestualmente alla costituzione, sono stati nominati gli organismi operativi: il **Consiglio Direttivo** e il **Presidente**.
- Nel primo incontro utile del Consiglio Direttivo sarà ratificato l'incarico di **Manager di Distretto** attribuito pro-tempore a TradeLab, a cui sono devoluti i compiti operativi previsti nello Statuto.

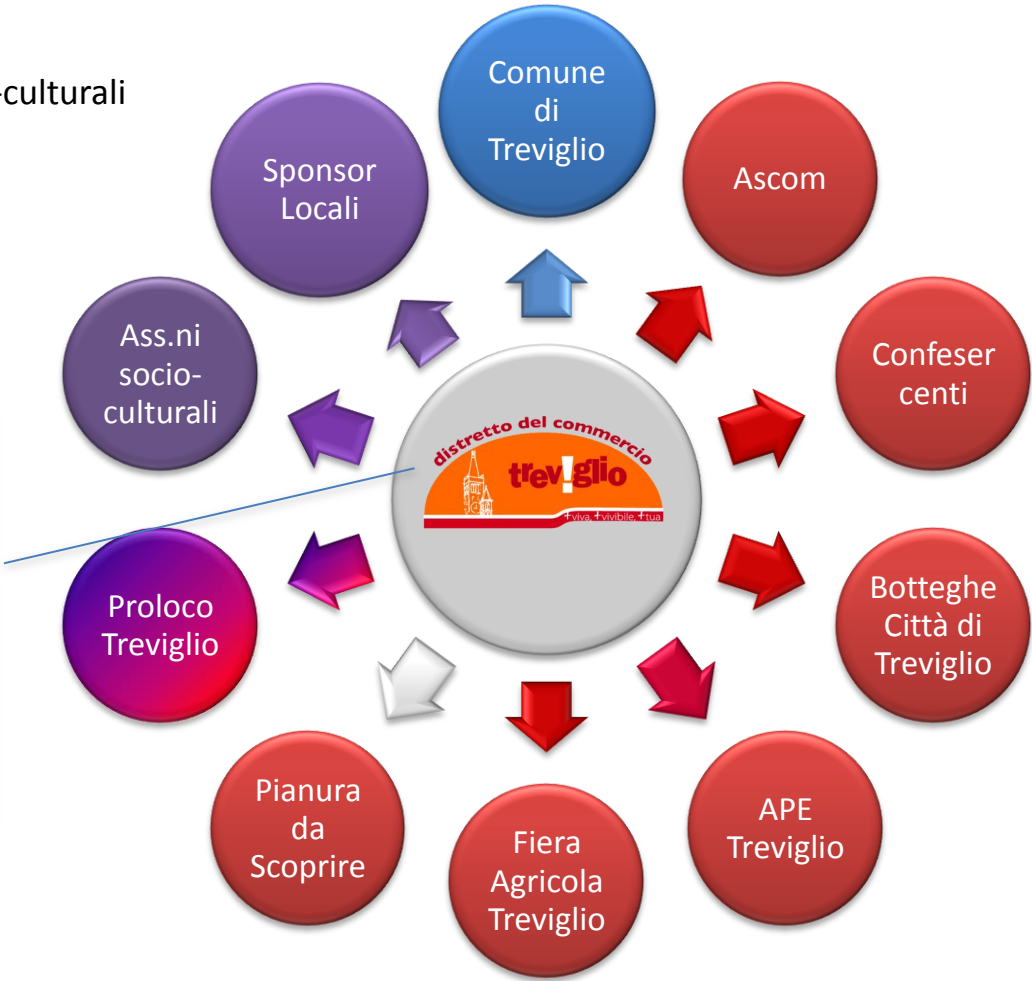


- Al fine di consolidare il proprio ruolo nel contesto locale di riferimento, il Distretto mira a sviluppare un'azione di coordinamento operativo tra i soci fondatori e tra questi e gli altri soggetti che già agiscono sul territorio in un'ottica di Town Centre Management. In particolare, oltre ai soci fondatori della neo-costituita associazione del Distretto, i principali soggetti da coinvolgere sono i seguenti:
 - ✓ **APE Treviglio** (Associazione Pubblici Esercizi): costituita nell'estate 2011, si propone come interlocutore privilegiato per i pubblici esercizi nei rapporti con l'amministrazione comunale, nonché di contribuire alla rinascita sociale della città. Pertanto, sulla base degli obiettivi condivisi, si individuano aree di possibile collaborazione per lo sviluppo di sinergie sia sul fronte della comunicazione sia nell'organizzazione di eventi sia infine nella verifica dell'adeguatezza dei regolamenti comunali specifici delle attività rappresentate.
 - ✓ **Pianura da Scoprire**: è un'associazione partecipata da un partenariato pubblico e privato, 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: la promozione e lo sviluppo della mobilità dolce, la creazione di un piano di marketing territoriale, la partecipazione (diretta e con i partner associati) alle opportunità di finanziamento per il miglioramento turistico della MPL.
 - ✓ **Associazioni socio-culturali**: in città operano una molteplicità di Associazioni che organizzano micro-eventi ma anche realtà che realizzano manifestazioni culturali di rilievo, per contenuti e per flussi di visitatori potenziali.
 - ✓ **Sponsor**: imprese, appartenenti a settori diversi, interessate a sostenere le iniziative di promozione e valorizzazione del territorio, mediante la corresponsione di contributi o l'offerta di servizi in convenzione.

- Enti locali
- Associazioni di promozione commercio e turismo
- Imprese private e associazioni socio-culturali

ATTIVITÀ TRASVERSALI

- Raccolta informativa
- Coordinamento attività di promozione commerciale (specie per iniziative degli operatori commerciali)
- Coordinamento dell'iniziativa
- Monitoraggio dei risultati

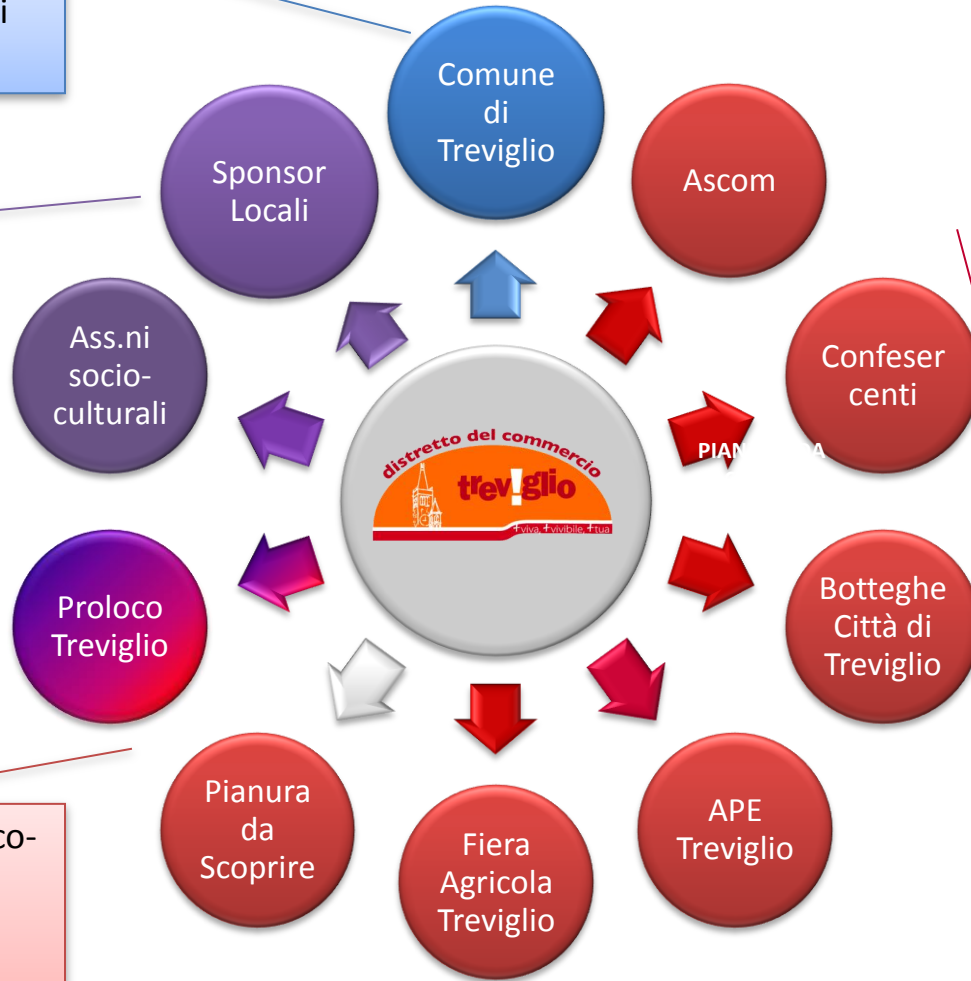


- Erogazione di risorse
- Realizzazione di interventi di propria competenza

- Erogazione di risorse
- Erogazione di servizi in convenzione

- Creazione di iniziative turistico-commerciali
- Promozione dell'immagine e dell'offerta del Distretto
- Supporto all'organizzazione di attività di animazione locale

- Coinvolgimento degli operatori
- Supporto all'organizzazione di attività di animazione locale



2011

- Completato il percorso di start up del Distretto e impostate le attività previste per i due anni successivi.
- Costituita l'Associazione del Distretto del Commercio di Treviglio e attivati gli organi operativi
- Individuato il Manager di Distretto

2012

- **Lancio a pieno regime di tutte le attività previste nel piano di consolidamento del Distretto**
- Le attività saranno lanciate e monitorate nel corso dell'anno e alla fine.

2013

- **Anno di consolidamento definitivo e a regime** delle attività che, lanciate nel corso del 2012, avranno mostrato di possedere i necessari requisiti di effettiva fattibilità (tecnica, organizzativa, finanziaria) e di portare benefici tangibili all'area del Distretto.

L'EVOLUZIONE DEI RUOLI DEI SOGGETTI COINVOLTI

Soggetto	Ruolo 2009-2011	Ruolo futuro
Comune di Treviglio	Capofila del Distretto, coordinatore delle iniziative e responsabile dei rapporti con Regione Lombardia.	Socio fondatore. Riduzione del ruolo di coordinatore, in forza della costituzione dell'Associazione del Distretto e della nomina degli organi direttivi e del manager di distretto.
Camera di Commercio di Bergamo	Partner e sponsor dell'iniziativa.	Sponsor dell'iniziativa per attività di formazione e promozione (in fase di verifica).
Associazioni di categoria (Ascom e Confesercenti)	Partner dell'iniziativa.	Socio fondatore. Coordinamento di alcuni dei tavoli di confronto con le imprese e supporto alla creazione della "rete" di operatori privati.
Botteghe Città di Treviglio	Partner dell'iniziativa.	Socio fondatore. Supporto alla creazione della "rete" di operatori privati.
Proloco Treviglio	Consultazione e primo raccordo su alcune iniziative specifiche.	Socio fondatore. Organizzazione di attività di animazione locale. Promozione dell'immagine e dell'offerta del Distretto
Fiera Agricola Treviglio	Consultazione e primo raccordo su alcune iniziative specifiche.	Socio fondatore. Organizzazione e supporto di attività di animazione locale.
APE Treviglio	Consultazione e primo raccordo su alcune iniziative specifiche.	Coinvolgimento nei gruppi di lavoro: realizzazione di attività di animazione e coordinamento delle politiche commerciali. Supporto alla creazione della "rete" di operatori locali.
Pianura da Scoprire	Consultazione e prime verifiche di possibili sinergie.	Promozione dell'offerta turistico-culturale-commerciale a livello sovracomunale.
Altre Associazioni socio-culturali	Non coinvolte nell'attività del Distretto.	Raccordo sulla programmazione di eventi e manifestazioni e sulle attività che possono avere ricadute anche di carattere commerciale .
Altri Sponsor	Coinvolti in modo non strutturato su specifiche iniziative.	Supporto economico al Distretto, mediante corresponsione di contributi su un programma strutturato o l'offerta di servizi in convenzione.

Segmento tematico	Ruolo 2009-2011	Ruolo futuro
Comunicazione e marketing di Distretto	Il Distretto ha realizzato le iniziative di base di comunicazione integrata (blog, brochure, comunicati stampa).	A regime il Distretto coordinerà tutte le attività di comunicazione e di marketing di iniziative a ricaduta commerciale, anche attraverso accordi con i media locali.
Promozione e animazione	Promozione degli eventi locali e prima valutazione finalizzata all'impostazione di una strategia degli eventi.	A regime il Distretto promuoverà l'immagine e le iniziative commerciali anche al suo esterno, attraverso accordi con network con forte penetrazione territoriale e implementerà una strategia degli eventi finalizzata a incrementare i flussi di visitatori attratti.
Interventi strutturali, accessibilità e mobilità, sicurezza e sostenibilità energetica e ambientale	Iniziative finanziate nell'ambito del Distretto.	Il ruolo del Distretto sarà quello di raccordo, proposta e stimolo al dialogo tra operatori privati e pubblici; a questi ultimi resta la responsabilità delle relative politiche.
Gestione dei servizi in comune	Gestione di una cabina di regia.	Creazione di un network di area tra operatori pubblici e privati, condivisione delle "regole del gioco". Affidamento dei compiti operativi al Manager di Distretto.
Interventi a sostegno dell'imprenditoria	Corsi di formazione e di sensibilizzazione rivolti agli operatori commerciali del Distretto.	Il Distretto riproporrà attività di formazione e informazione rivolte agli operatori commerciali per migliorare la qualità del servizio offerto.

	Indicatore	Situazione attuale (2011)	Situazione a regime (2013)	LIVELLI DI ALLERTA
Trasversalità del progetto	Numero di portatori di interesse (come ad esempio immobiliari, residenti, associazioni culturali) attualmente non coinvolti nelle attività del Distretto	-	>0	0
Sostenibilità economica	% di contributi di sponsor privati (incluso operatori commerciali) su totale budget a disposizione*	30%	> 50%	<20%
Ricaduta sul territorio	Grado di soddisfazione dei residenti e frequentatori sui servizi commerciali (misurato su una scala 1-4)	2,8	3	2
	Numero di locali vuoti	10,8%	9%	>10%
	Aumento della capacità di attrazione generata dalle iniziative di natura commerciale organizzate dal Distretto (numero contatti e vendite su panel operatori)	t	t+2%	<t-2%

* Esclusi interventi di riqualificazione urbana e opere pubbliche

	Indicatore	Situazione attuale (2011)	Situazione a regime (2013)	LIVELLI DI ALLERTA
Efficacia delle azioni proposte	% di attività commerciali (negozi, pubblici esercizi, artigianato di servizio) presenti sul sito del Distretto (in % sul totale attività del Distretto)	84%	>85%	<80%
	Giudizio degli operatori sulla capacità di creare consenso e sostegno alle iniziative nelle diverse sottoaree del Distretto (misurato su una scala 1-4, dove 1 = nulla o quasi, 2 = insufficiente, 3 = buona, 4 = ottima)	n.d.	3	2
	Livello di efficacia di ciascuna delle azioni realizzate (misurato su una scala 1-4, dove 1 = nullo o quasi, 2 = insufficiente, 3 = buono, 4 = ottimo)	n.d.	3	2
	Percentuale media di apertura delle e-mail inviate agli operatori commerciali	n.d.	30%	<20%
	Numero medio di pagine del blog/sito internet viste mensili	120	250	150
Gradimento delle iniziative	Grado di soddisfazione degli operatori sulle iniziative del Distretto (misurato su una scala 1-4, dove 1 = nulla o quasi, 2 = insufficiente, 3 = buona, 4 = ottima)	n.d.	3	2
	Giudizio degli operatori sulle capacità gestionali del management (misurato su una scala 1-4, dove 1 = nulle o quasi, 2 = insufficienti, 3 = buone, 4 = ottime)	n.d.	3	2

PIANO DEGLI INTERVENTI 2012-2013

- Partendo dalle premesse sopra individuate, relative allo stato attuale del Distretto del Commercio, alla situazione economica congiunturale, ai principali punti di forza e di debolezza e al ruolo che il Distretto si vuole dare per i prossimi anni, è stato ipotizzato un piano che comprende i seguenti interventi:
 1. Potenziamento degli strumenti di comunicazione online
 2. Rafforzamento della “rete” del Distretto con gli operatori
 3. Potenziamento delle attività di animazione dell’area
 4. Servizi informativi comuni
 5. Coordinamento delle politiche degli orari
 6. Completamento degli interventi di riqualificazione urbana

- Gli interventi sono descritti nelle pagine che seguono. Per ognuno di essi è riportata, oltre a una descrizione dei principali contenuti, l’indicazione dei livelli di compatibilità e sinergie ottenibili con altre iniziative (ove presenti), della sostenibilità finanziaria, delle principali ricadute sul territorio, dei benefici attesi e una stima indicativa delle fasi e dei tempi di realizzazione previsti.

- Per tutti gli interventi è prevista una fase di analisi e di valutazione dei risultati, finalizzata alla riprogrammazione delle attività per la fase di messa regime definitiva.

Descrizione	<p>L'intervento consentirà di sfruttare pienamente le potenzialità di Internet come strumento di comunicazione sia verso gli operatori che nei confronti dei frequentatori del Distretto .</p> <p>Per quanto riguarda i primi, l'intervento consiste nella creazione di un database di marketing contenente gli indirizzi e i recapiti di tutti gli operatori del Distretto, da utilizzare per tutte le attività di comunicazione, condivisione delle informazioni e monitoraggio.</p> <p>Con riferimento ai secondi, l'intervento prevede la raccolta di una serie di informazioni relative all'offerta (di servizi commerciali e non), da pubblicare e promuovere sul sito web del Distretto e sui siti web dei soggetti coinvolti che hanno come finalità la promozione dell'area in chiave turistico-culturale.</p> <p>Sarà inoltre verificata la fattibilità della collaborazione con Pianura da Scoprire per la promozione del Distretto sui totem informativi previsti nel piano di intervento di questa associazione.</p>
Compatibilità e sinergie	<p>L'intervento è altamente compatibile e presenta elevati livelli di sinergia con le altre attività del Distretto perché costituisce un'attività di coordinamento e comunicazione di base con gli operatori, indispensabile per il successo delle iniziative.</p>
Sostenibilità finanziaria	<p>L'intervento presenta buoni livelli di sostenibilità finanziaria, poiché prevede principalmente la raccolta, l'aggiornamento e la gestione delle informazioni, costi già affondati nel costo generale di coordinamento.</p>
Principali ricadute sul territorio	<p>L'intervento consente di aumentare l'attrattività dell'offerta complessiva (che verrà illustrata in termini di ampiezza e varietà dell'offerta sul piano della composizione merceologica e delle alternative di scelta) e, al contempo, aumentare la notorietà e promuovere i singoli esercizi operanti all'interno del Distretto.</p>
Principali benefici ottenibili	<p>L'intervento consente di migliorare i flussi di comunicazione :tra il Distretto e gli operatori dell'area. Permette, inoltre, di comunicare e promuovere la varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i City Users (residenti, frequentatori non residenti, turisti) e agli stessi operatori (attuali e potenziali).</p>
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Entro febbraio 2012: raccolta delle informazioni necessarie presso gli operatori commerciali; verifica della fattibilità della collaborazione con Pianura da Scoprire. • Entro marzo 2012: definizione dei contenuti delle schede riservate agli operatori commerciali (vetrine) da pubblicare sul sito internet del Distretto. • Entro aprile 2012: pubblicazione delle informazioni sul sito internet. • Tutto il 2012: attività di comunicazione nei confronti degli operatori commerciali (newsletter).

2. RAFFORZAMENTO DELLA “RETE” CON GLI OPERATORI

Descrizione	<p>L'intervento consiste nell'attivazione di un Tavolo di lavoro permanente con i referenti delle associazioni di imprenditori locali (Botteghe Città di Treviglio, APE Treviglio, Ascom, Confesercenti) e i referenti delle principali vie commerciali (membri aggiunti del consiglio direttivo e altri partecipanti ai gruppi di lavoro tecnici), per</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'esame dei temi di valorizzazione commerciale - l'organizzazione e il coordinamento delle diverse iniziative - l'individuazione di nuovi progetti comuni - la verifica dell'adeguatezza dei regolamenti comunali sull'esercizio dell'attività commerciale e individuazione di eventuali proposte di miglioramento - la verifica dell'adeguatezza delle condizioni infrastrutturali che garantiscono un miglior servizio all'utenza e individuazione di proposte di miglioramento (es. zona a traffico limitato, regolamentazione parcheggi)
Compatibilità e sinergie	<p>L'intervento è altamente compatibile e presenta elevati livelli di sinergia con le altre attività del Distretto perché costituisce un'attività di coordinamento e comunicazione di base con gli operatori, indispensabile per il successo delle iniziative.</p>
Sostenibilità finanziaria	<p>L'intervento presenta buoni livelli di sostenibilità finanziaria, poiché prevede principalmente la gestione e il coordinamento del Tavolo di lavoro, la raccolta, l'aggiornamento e la gestione delle informazioni, attività che generano costi già compresi in quello generale di coordinamento.</p>
Principali ricadute sul territorio	<p>Le ricadute dell'intervento sono quelle più generali del Distretto in quanto questo intervento facilita l'attività di coordinamento del DUC e rappresenta il motore per l'individuazione e la verifica di fattibilità di interventi sul contesto regolamentatorio e infrastrutturale in cui operano le attività commerciali e non.</p>
Principali benefici ottenibili	<p>L'intervento consente di migliorare e rafforzare i rapporti con le imprese del Distretto, di ottimizzare la gestione e i flussi di informazioni e comunicazioni da e verso il Distretto nei confronti degli operatori che ne fanno parte, di consentire un maggiore allineamento e condivisione degli obiettivi e delle strategie del Distretto.</p>
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Gennaio 2012: Attivazione di un Gruppo di lavoro permanente con i referenti già individuati negli ultimi mesi del 2011 ed eventuali nuovi imprenditori locali con ruolo di “opinion leader”.

3. POTENZIAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI ANIMAZIONE

Descrizione	<p>L'intervento prevede</p> <ul style="list-style-type: none"> - la raccolta di tutte le iniziative che saranno realizzate nel corso dell'anno e la valutazione delle ricadute a carattere commerciale - l'adattamento di alcuni eventi già in calendario con soluzioni realizzative che favoriscano la contemporanea realizzazione di atti di consumo e/o di acquisto e la valorizzazione dell'offerta del Distretto - il potenziamento del calendario, con inserimento di una/due iniziative ad elevato potenziale attrattivo che miri ad ampliare i target e sia coerente al posizionamento di medio-alto livello dell'offerta commerciale del Distretto. Inoltre, sarà ripetuta l'esperienza dell'illuminazione natalizia coordinata su tutto il centro storico.
Compatibilità e sinergie	<p>L'intervento consentirà di potenziare il calendario di attività promozionali del Distretto, attraverso la creazione di nuove iniziative che si integrino in modo coordinato con quelle già esistenti, dal punto di vista sia delle tematiche, sia dei soggetti organizzatori (assessorati).</p>
Sostenibilità finanziaria	<p>L'intervento prevede un impegno economico di circa 50.000 euro annui per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la realizzazione di iniziative di animazione; • la produzione e la distribuzione del materiale promo-comunicazionale (locandine, mappe e brochure) sia agli operatori economici, sia ai frequentatori del Distretto; • comunicazione sui media network ad elevata penetrazione territoriale. <p>Tali costi saranno coperti in parte da sponsorizzazioni, in parte dal Distretto attraverso il contributo dei soci. L'attività di coordinamento tra le iniziative realizzate nell'area da soggetti pubblici e privati sono, invece, già affondati nel costo generale di coordinamento.</p>
Principali ricadute sul territorio	<p>L'intervento punta a conseguire un sensibile aumento dei flussi di frequentatori (residenti e non residenti) del Distretto, con conseguente aumento dell'attività degli operatori turistici e commerciali.</p>
Principali benefici ottenibili	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del numero di frequentatori del Distretto. • Aumento della notorietà e della frequentazione dei negozi ed esercizi del Distretto da parte di turisti e residenti. • Aumento dei livelli di vitalità dell'area del Distretto.
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Gennaio 2012: programmazione del calendario eventi. • Primo trimestre 2012: Tavoli di lavoro per l'organizzazione delle manifestazioni e della politica comunicazionale relativa. • Da maggio 2012: realizzazione degli eventi e delle manifestazioni previste

Descrizione	L'intervento consiste nella realizzazione di un sistema informativo di marketing. Le informazioni saranno rilevate sia con modalità tradizionali, sia con strumenti e tecniche innovative (come le indagini online sul blog e portale del Distretto).
Compatibilità e sinergie	L'intervento è propedeutico alla progettazione di altre attività del Distretto, come ad esempio eventi e manifestazioni, attivazione di nuovi servizi e adozione di politiche per il commercio.
Sostenibilità finanziaria	L'intervento richiede un budget stimato di 10.000 euro annui per l'attività di predisposizione delle indagini, rilevazione ed elaborazione dei dati.
Principali ricadute sul territorio	Aumento dell'attrattività nei confronti dei diversi portatori di interesse e degli investitori (attuali e potenziali). Potenziale riduzione delle esternalità negative del Distretto (grazie a una corretta gestione dei "reclami").
Principali benefici ottenibili	L'intervento consente di accrescere il livello di conoscenza della situazione commerciale e monitorare in base a parametri anche di natura quantitativa la reale efficacia delle diverse iniziative realizzate all'interno del Distretto. Ciò permetterà, inoltre, di indirizzare e supportare, sulla base di riscontri oggettivi, non solo decisioni di politica commerciale, ma anche la definizione delle iniziative di promozione e di valorizzazione commerciale dell'area. Inoltre, la disponibilità di dati e informazioni che testimonino le caratteristiche e le potenzialità del Distretto, rappresenta uno strumento di promozione di quest'ultimo nei confronti di potenziali investitori.
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Primo trimestre 2012: predisposizione delle indagini. • Dal secondo trimestre 2012: realizzazione delle indagini.

5. COORDINAMENTO DELLE POLITICHE DEGLI ORARI

Descrizione	L'iniziativa consiste nel coordinamento degli orari di apertura dei negozi del Distretto. L'obiettivo è adeguare gli orari degli esercizi alle reali esigenze della domanda, garantendo almeno in alcuni giorni della settimana e in alcuni periodi dell'anno, negozi aperti con orario continuato durante la pausa pranzo e/o in orario serale e/o aperture domenicali coordinate. L'apertura sarà volontaria, per tenere conto degli oneri derivanti dalla richiesta di attività straordinaria, ma si cercherà di ottenere la massima partecipazione possibile da parte degli operatori commerciali.
Compatibilità e sinergie	Non si segnalano altre iniziative con particolari livelli di compatibilità o sinergie degne di nota.
Sostenibilità finanziaria	L'intervento presenta buoni livelli di sostenibilità finanziaria, poiché prevede principalmente attività di coordinamento tra soggetti privati, e spese limitate alle fasi di rilevazione (della situazione attuale e dei risultati al termine dell'iniziativa) e di comunicazione.
Principali ricadute sul territorio	L'intervento consentirà di garantire un aumento del livello di servizio alla popolazione , fornendo anche un sia pur limitato effetto di maggiore animazione del Distretto.
Principali benefici ottenibili	L'intervento porterà a un miglioramento della soddisfazione dei frequentatori del Distretto. Tale effetto sarà misurato, all'inizio e a regime, attraverso le analisi sulla <i>customer satisfaction</i> dei frequentatori e degli operatori commerciali.
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Febbraio 2012: analisi della situazione attuale e del calendario, individuazione dei periodi (giorni/mesi) in cui attivare l'iniziativa, anche sulla base di indagini sui frequentatori del Distretto. • Marzo 2012: incontro con gli operatori commerciali e proposta dell'iniziativa. • Aprile 2012: lancio di un'iniziativa pilota di tre mesi (fino alla fine di giugno 2012). • Giugno 2012: indagine di <i>customer satisfaction</i> su frequentatori e operatori commerciali, valutazione dell'iniziativa.

6. COMPLETAMENTO DEGLI INTERVENTI DI RIQUALIFICAZIONE URBANA

Descrizione	<p>L'amministrazione comunale ha confermato interventi di riqualificazione del centro storico già previsti nel POP precedente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ripavimentazione di via Verga e vie laterali - riqualificazione dell'edificio ex-Upim, che si affaccia sulla piazza Garibaldi nel cuore del centro storico <p>Il Distretto promuoverà inoltre la raccolta di stimoli e suggerimenti dagli operatori privati verso il Comune (soggetto a cui spetta la responsabilità di interventi infrastrutturali).</p>
Compatibilità e sinergie	<p>L'intervento è altamente compatibile in quanto da un lato – sul fronte della realizzazione delle opere - rappresenta la continuazione e completamento di interventi già realizzati nella fase di start-up, dall'altro lato – sul fronte della raccolta di stimoli e suggerimenti - presenta elevati livelli di sinergia con le altre attività del Distretto perché costituisce un'attività di coordinamento e comunicazione di base con gli operatori, indispensabile per il successo delle iniziative.</p>
Sostenibilità finanziaria	<p>L'intervento presenta buoni livelli di sostenibilità finanziaria: la realizzazione degli interventi programmati è coperta dal bilancio pubblico, mentre l'attività di stretta competenza del Distretto prevede principalmente la gestione e il coordinamento del Tavolo di lavoro, la raccolta, l'aggiornamento e la gestione delle informazioni, attività che generano costi già compresi in quello generale di coordinamento.</p>
Principali ricadute sul territorio	<p>Gli interventi di riqualificazione miglioreranno la vivibilità dei luoghi. Inoltre, l'intervento sull'edificio dell'ex-Upim arricchirà, verosimilmente, la disponibilità di spazi destinati a funzioni d'uso differenziate.</p>
Principali benefici ottenibili	<p>L'intervento consente di migliorare il contesto urbano in cui operano le attività commerciali e l'esperienza di visita da parte dei frequentatori.</p> <p>Inoltre, l'attività di raccolta di stimoli e suggerimenti per successivi interventi consentirà di ottimizzare la gestione e i flussi di informazioni e comunicazioni da e verso il Distretto nei confronti degli operatori che ne fanno parte, di consentire un maggiore allineamento e condivisione degli obiettivi e delle strategie del Distretto.</p>
Tempi di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Gennaio 2012: Attivazione di un Gruppo di lavoro permanente con i referenti già individuati negli ultimi mesi del 2011 ed eventuali nuovi imprenditori locali con ruolo di "opinion leader". • Anno 2012: realizzazione opere via Verga • Anni 2012-2013: realizzazione opere ex-Upim

- L'Associazione del Distretto finanzia la sua attività con i contributi dei soci fondatori e ordinari, e con quelli forniti direttamente dalle singole imprese in qualità di soci sostenitori.
- Inoltre sarà compito dell'Associazione sviluppare un'attività di *fund raising* finalizzata a trovare ulteriori possibili fonti di finanziamento per sviluppare l'attività del Distretto, ricercando laddove possibile sponsorizzazione ad iniziative di natura pluriennale.
- La tavola seguente riporta l'ammontare degli **investimenti ipotizzati per il biennio 2012-2013**.

Intervento	2012	2013
Potenziamento delle attività di animazione dell'area	120.000	120.000
Servizi informativi comuni del Distretto (analisi e monitoraggio) (1)	10.000	10.000
Completamento degli interventi di riqualificazione urbana (2)	350.000	-
Gestione e coordinamento dell'attività; amministrazione (3)	20.000	20.000
TOTALE	500.000	150.000

(1) Comprende anche le attività di rilevazione e analisi necessarie per il Coordinamento delle politiche degli orari

(2) Comprende l'intervento su via Verga, non invece la riqualificazione dell'ex-Upim, data la rilevanza economica e l'eccezionalità di tale intervento specifico

(3) Comprende anche le attività previste per Potenziamento degli strumenti di comunicazione online, Rafforzamento della "rete" del Distretto con gli operatori, Coordinamento delle politiche degli orari