



Comune di
CASTEL MELLA



Comune di
FLERO



Comune di
RONCABELLE



Comune di
TORBOLE CASAGLIA



PROGRAMMA DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

INDICE

pagina 3	Introduzione
pagina 4	L'area del Distretto del Commercio
pagina 6	Il sistema distributivo dei 4 Comuni: i dati
pagina 11	Il sistema distributivo dei 4 Comuni: l'evoluzione
pagina 14	Il sistema distributivo dei 4 Comuni: le criticità
pagina 16	Il sistema distributivo dei 4 Comuni: le prospettive
pagina 18	Perimetrazione del Distretto: criteri e motivazioni
pagina 20	Partenariato
pagina 21	Percorso di coinvolgimento dei partners
pagina 23	Mantenimento partnership e strutturazione della governance
pagina 24	Obiettivi e finalità
pagina 29	Interventi del Distretto del Commercio
pagina 30	Interventi pubblici
pagina 33	Interventi privati
pagina 36	Piano finanziario del Distretto del Commercio
pagina 37	Tempi di realizzazione
pagina 41	Tavole di sintesi: riepilogo ai fini della procedura di valutazione
pagina 42	Tavole di sintesi: modello evolutivo del Distretto del Commercio
pagina 43	Allegati

GRUPPO DI LAVORO

COMUNI DI CASTEL MELLA, FLERO, RONCADELLE E TORBOLE CASAGLIA
Sindaci, Assessori al Commercio, Uffici Tecnici e Uffici Commercio

ANGELO STRAOLZINI & PARTNERS SRL

Angelo Straolzini, Elvira Bugatti, Silvia Catalano, Nicola Straolzini

COORDINAMENTO ISTITUZIONALE

Dott.ssa Marisa Visconti

PROGETTO GRAFICO-EDITORIALE

Gianluigi Tagliabue

Giugno 2011

PROGRAMMA DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

INTRODUZIONE

Lo sviluppo della città, di un centro urbano, di un Comune nasce dall'insieme delle diverse esigenze alle quali lo stesso è chiamato a dare risposta: in questo modo si realizzano le funzioni tipiche di un centro abitato, prima fra tutti l'abitare, l'offerta di servizi in senso lato per i residenti e per coloro che gravitano su di esso per motivi vari, l'espletare la propria funzione lavorativa, il trascorrere momenti liberi di svago con modalità diverse, culturali, ricreative, relax. Tutti questi elementi formano un mix che contribuisce a connotare con determinati aspetti peculiari il centro abitato, caratteristiche che ne definiscono la fisionomia.

In questo ambito il commercio ha un ruolo determinante non solo nella sua dimensione di settore di rilievo nel sistema economico comunale (valore aggiunto, tessuto imprenditoriale, fonte occupazionale, etc.), ma, trattandosi di un comparto dell'economia orientato direttamente al consumatore finale e, quindi, ai cittadini residenti, anche nella sua finalità di fornire un servizio essenziale. Inoltre, per le caratteristiche localizzative e per le funzioni espositive, assume una valenza strategica anche nella definizione e qualificazione dell'ambito urbano, nella sua qualità urbanistico-edilizia e di vivibilità.

Nella costituzione iniziale dell'agglomerato urbano questa funzione è stata espletata attraverso la localizzazione spontanea delle attività, con una modalità e una concentrazione che ha contribuito in modo determinante a creare un centro nel territorio comunale.

La conformazione del centro abitato, costituitosi attraverso la nascita sequenziale di porzioni urbane che si sono via via aggiunte in un mix di edifici con funzioni diverse, ha definito il centro storico e il nucleo del Comune, in spazi e modi; d'altro canto, l'evoluzione delle forme distributive ha presentato soluzioni diverse, le quali hanno scelto un'ubicazione spesso a margine del territorio comunale.

In relazione a tutto ciò e in connessione ai cambiamenti delle necessità ed esigenze dei consumatori anche la rete commerciale di un centro abitato ha intrapreso nuove iniziative, che possano rispondere ai cambiamenti interve-

nuti, alle sfide competitive e all'evoluzione della città. Il tutto con modalità varie, ma coordinate e guidate, che contribuiscono alla realizzazione di un disegno urbanistico del territorio comunale delineato e, quindi, del centro urbano. La rete del commercio e quella dei servizi, dunque, fornisce un contributo fondamentale, non tanto e non solo al commercio, ma all'ulteriore sviluppo della città. La finalità del pensare un territorio comunale.

In tal senso s'inserisce il **DISTRETTO DEL COMMERCIO** come definito dalla **REGIONE LOMBARDIA** "...area di rilevanza intercomunale nella quale cittadini, imprese e realtà sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore strategico di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali..." e soprattutto il supporto che la Regione ha predisposto con risorse economiche, che vanno ad aggiungersi agli impegni finanziari pubblici e privati a sostegno d'iniziative, le quali facciano del commercio uno strumento essenziale per la valorizzazione del contesto urbano.

L'AREA DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO



I quattro Comuni di **CASTEL MELLA**, **FLERO**, **RONCADELLE** e **TORBOLE CASAGLIA** sono localizzati all'interno di un territorio che presenta delle caratteristiche particolari sia da un punto di vista ambientale paesaggistico, che da un punto di vista dello sviluppo economico produttivo: si trova, infatti, nel primo hinterland cittadino, una collocazione geografica che, sotto il profilo residenziale, ha assi-

milato l'espansione urbana delle periferie della città, ma che ha saputo mantenere alcune connotazioni particolari del borgo, quali la piazza, il nucleo antico, il permanere di un'ampia zona agricola ai margini del centro abitato, fattori aggreganti e forza vitale per la sussistenza di servizi commerciali di potenziale identificazione territoriale, basati sulla pros-

simità e, perché no, su un'afezione con il proprio paese e la sua gente. Un elemento di connessione tra le area comunali contigue è costituito dagli assi stradali di collegamento: il sistema delle tangenziali di Brescia (la Sud e la Ovest), l'asse stradale SS235 e le strade provinciali e comunali che collegano le varie frazioni dei territori comunali. La posizione geografica e la presenza di relevantissime vie di comunicazione, accanto alla disponibilità di vaste aree ha favorito, negli anni, l'insediamento di complessi produttivi, commerciali e di terziario in genere. Anche lo sviluppo residenziale avvenuto negli anni - e in particolare, in alcuni casi, negli anni recenti - ha dato un contributo fondamentale alla definizione del territorio e alle sue trasformazioni. Tali cambiamenti hanno arricchito in termini occupazionali, di offerta di servizi e qualità della vita i Comuni che formano il Distretto del Commercio. Questa evoluzione del territorio comunale e quindi anche del centro urbano dei vari Comuni ha apportato modifiche alla conformazione primordiale del nucleo abitativo e dell'intera area comunale.

In sintesi l'espansione residenziale che ha interessato un po' tutti i Comuni, seppur con modalità diversa, ha traslato naturalmente l'asse del territorio comunale rispetto alla sua posizione centrale: questo, da un lato, ha causato una richiesta di servizi essenziali e di prima necessità nelle vicinanze dei nuovi quartieri, ma, dall'altro lato, ha generato una richiesta maggiore in qualità e in quantità di servizi da parte del nucleo storico del Comune, centro naturale commerciale e terziario del territorio, offrendo nuove opportunità di sviluppo. Lo stesso effetto si è prodotto in seguito all'espansione produttiva terziaria e artigianale avvenuta con modalità differenti in tutti i Comuni, elemento che ha generato ulteriori esigenze e, quindi, opportunità di servizio sia tradizionale (quali ristorazione, commercio e altro), sia innovativo, inerente le attività.

Il territorio dei quattro Comuni è connotato dalla **presenza di elementi ritenuti premianti dal Bando della Regione Lombardia**, secondo quanto esposto in sintesi nella tabella qui di seguito riportata.

Tabella 1: Elementi premianti presenti nei Comuni

	CASTEL MELLA	RONCADELLE	FLERO	TORBOLE CASAGLIA
Parchi (mq)	18.000	275.000	201.885	81.565
Parcheggi (mq)	84.000	274.866	31.226	96.191
Rifiuti riciclati (%)	39,00%	56,80%	43,40%	36,10%
Distributori metano	no	In fase di realizzazione A.D.S. Valtrompia Sud (tangenziale) e A.D.S. Valtrompia Nord (autostrada)	no	no

IL SISTEMA DISTRIBUTIVO NEI 4 COMUNI

I DATI

La rete commerciale al dettaglio presente nei 4 Comuni interessati all'iniziativa del Distretto del Commercio è composta complessivamente da 321 punti vendita, articolati sotto il profilo della merceologia e della tipologia ai sensi del D.lgs 114/98. I dati statistici, da noi rielaborati, sono ricavati dall'Osservatorio Regionale del Commercio.

Tabella 2: Riepilogo del numero degli esercizi commerciali e della superficie per tipologia presenti nei Comuni di Castel Mella e Flero

COMUNE DI CASTEL MELLA			COMUNE DI FLERO		
Esercizi di vicinato			Esercizi di vicinato		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	16	1.058	Alim./misti	12	799
Non alim.	60	4.046	Non alim.	44	2.889
Totale	76	5.104	Totale	56	3.688
Medie strutture di vendita			Medie strutture di vendita		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	4	2.083	Alim./misti	4	1.300
Non alim.	4	4.011	Non alim.	18	12.273
Totale	8	6.094	Totale	22	13.573
Grandi strutture di vendita			Grandi strutture di vendita		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	1	1.500	Alim./misti	0	0
Non alim.	1	10.100	Non alim.	0	0
Totale	2	11.600	Totale	0	0
Tot. Commercio al Dettaglio			Tot. Commercio al Dettaglio		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	21	4.641	Alim./misti	16	2.099
Non alim.	65	18.157	Non alim.	62	15.162
Totale	86	22.798	Totale	78	17.261

Tabella 3: Riepilogo del numero degli esercizi commerciali e della superficie per tipologia presenti nei Comuni di Roncadelle e Torbole Casaglia

COMUNE DI RONCADELLE			COMUNE DI TORBOLE CASAGLIA		
Esercizi di vicinato			Esercizi di vicinato		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	20	1.153	Alim./misti	8	485
Non alim.	54	3.543	Non alim.	43	2.812
Totale	74	4.696	Totale	51	3.297
Medie strutture di vendita			Medie strutture di vendita		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	3	992	Alim./misti	1	150
Non alim.	16	6.235	Non alim.	5	3.255
Totale	19	7.227	Totale	6	3.405
Grandi strutture di vendita			Grandi strutture di vendita		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	1	5.623	Alim./misti	0	0
Non alim.	6	64.654	Non alim.	0	0
Totale	7	70.277	Totale	0	0
Tot. Commercio al Dettaglio			Tot. Commercio al Dettaglio		
Settore	Numero	Superficie	Settore	Numero	Superficie
Alim./misti	24	7.768	Alim./misti	9	635
Non alim.	76	74.432	Non alim.	48	6.067
Totale	100	82.200	Totale	57	6.702

Come si può notare nella tabella riepilogativa con il totale dei 4 Comuni riportata nella pagina seguente, sotto il profilo numerico vi è una elevata prevalenza quantitativa degli esercizi di vicinato, 257 su 321, pari all'80% del totale.

La distribuzione territoriale è abbastanza omogenea, vista in rapporto al numero degli abitanti: mediamente si hanno 135 abitanti per punto vendita; soltanto Flero denota una densità minore (152 abitanti per esercizio), compensata, tuttavia, da un maggior radicamento delle medie strutture di vendita.

Tabella 4: Riepilogo del Commercio nei 4 Comuni del Distretto

	CASTEL MELLA		FLERO		RONCADELLE		TORBOLE CASAGLIA		TOTALE	
Esercizi di vicinato										
Settore	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie
Alim./misti	16	1.058	12	799	20	1.153	8	485	56	3.495
Non alim.	60	4.046	44	2.889	54	3.543	43	2.812	201	13.290
Totale	76	5.104	56	3.688	74	4.696	51	3.297	257	16.785
Medie strutture di vendita										
Settore	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie
Alim./misti	4	2.083	4	1.300	3	992	1	150	12	4.525
Non alim.	4	4.011	18	12.273	16	6.235	5	3.255	43	25.774
Totale	8	6.094	22	13.573	19	7.227	6	3.405	55	30.299
Grandi strutture di vendita										
Settore	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie
Alim./misti	1	1.500	0	0	1	5.623	0	0	2	7.123
Non alim.	1	10.100	0	0	6	64.654	0	0	7	74.754
Totale	2	11.600	0	0	7	70.277	0	0	9	81.877
Totale Commercio al Dettaglio										
Settore	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie	Numero	Superficie
Alim./misti	21	4.641	16	2.099	24	7.768	9	635	70	15.143
Non alim.	65	18.157	62	15.162	76	74.432	48	6.067	251	113.818
Totale	86	22.798	78	17.261	100	82.200	57	6.702	321	128.961

Più problematico il rapporto merceologico: l'incidenza della rete alimentare è, per quanto attiene al numero degli esercizi, pari al 21,8%; sostanzialmente 1 esercizio alimentare ogni 5 esercizi.

L'eccezione è rappresentata da Torbole Casaglia, realtà nella quale gli esercizi di vicinato alimentari rappresentano solo il 15% del totale, sia pure in assenza di medie strutture alimentari significative.

Tabella 5: Densità commerciale (mq/1000 abitanti)

comune	abitanti	esercizi di vicinato		medie strutture		grandi strutture		distretto		
		alim	non alim	alim	non alim	alim	non alim	alim	non alim	totale
Castel Mella	10.573	100	383	197	379	208	955	505	1.717	2.156
Flero	8.525	94	339	152	1.440	-	-	246	1.779	2.025
Roncadelle	9.251	125	383	100	674	608	608	832	8.046	8.886
Torbole Casaglia	6.265	77	449	24	995	-	-	101	968	1.070
Distretto	34.614	101	384	129	745	226	2.160	456	3.288	3.726

La rete commerciale denota, quindi, quantitativamente e qualitativamente un buon livello del presidio territoriale e delle funzioni di servizio di prossimità. Alla diffusione territoriale si affianca anche una discreta presenza di punti significativi della media distribuzione, soprattutto nel settore non alimentare, con una diversificazione dell'offerta caratterizzata da strutture con funzione di attrattori su scala comunale, rafforzando in questo modo il livello di integrazione urbana e riducendo, per quanto possibile, il negativo (dal punto di vista economico, energetico, ambientale e della qualità della vita) fenomeno della mobilità per acquisti.



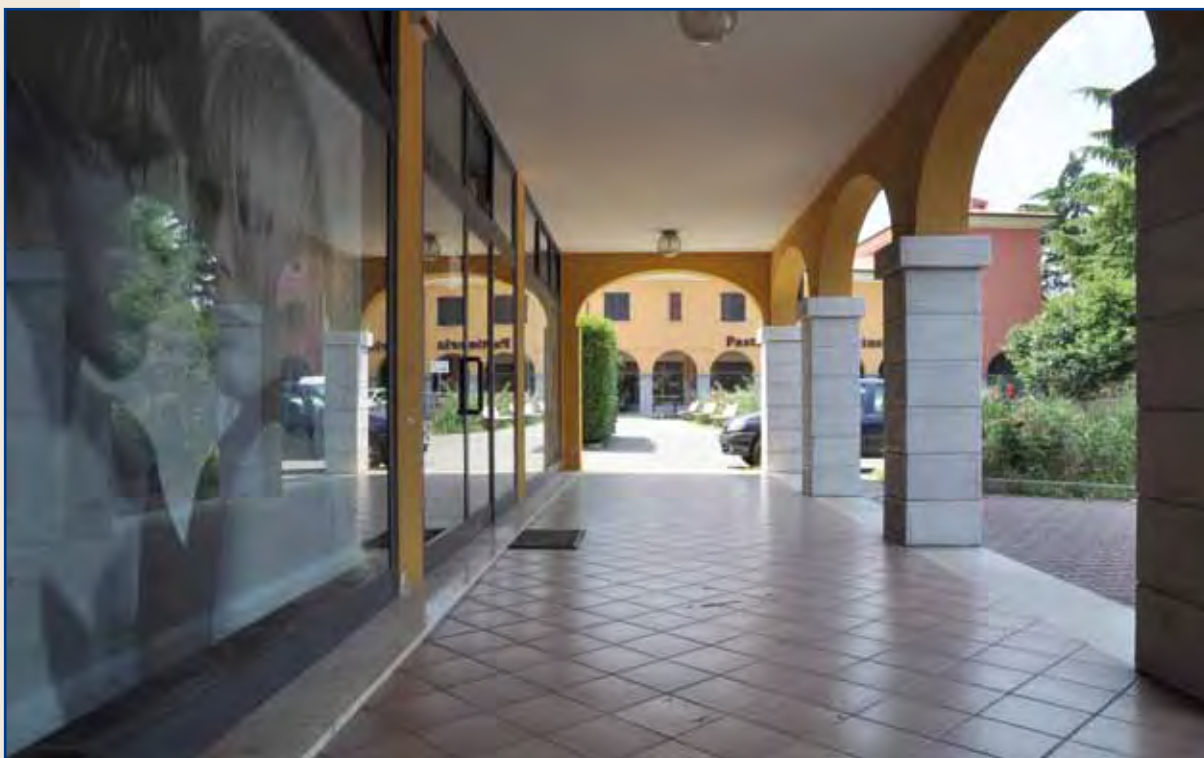
Roncadelle: la grande area commerciale del Centro Le Rondinelle

Nell'assetto distributivo del Distretto, vi è inoltre una elevata presenza di grandi strutture di vendita. Elevata dal punto di vista quantitativo, in quanto essa è di fatto concentrata nel territorio comunale di Roncadelle, in un'area a ridosso della tangenziale Sud della città, nei pressi del casello autostradale della A4-Brescia Ovest, la cui funzione è rivolta soprattutto all'utenza della città e dell'area sud-ovest della Provincia. Si tratta di un gruppo di brand importanti della distribuzione europea che progressivamente hanno dato vita a un polo a valenza provinciale: AUCHAN, IKEA, DECATHLON, OBI.

In conclusione, la struttura commerciale del Distretto presenta buone condizioni di tenuta rispetto alle spinte competitive di più vasta scala territoriale, affiancando al radicamento territoriale diffuso, significative esperienze di innovazione e di eccellenza gestionale, oltre che una funzione di attrazione su scala provinciale. In sostanza un buon mix di pluralismo distributivo che, come vedremo nel paragrafo successivo, ha consentito sinergie funzionali e di ruolo fra i diversi segmenti della rete più che generare situazioni d'impatto traumatiche.

L'obiettivo, rispetto al quale la progettualità del Distretto assume una portata di assoluto rilievo, è quello di mantenere e consolidare questo equilibrio del pluralismo, accentuando le funzioni del commercio più legate all'assetto urbano, capaci di connotare la qualità della vita dei residenti e di implementare la solidità economica delle imprese nelle vie e nelle piazze, nelle zone di espansione residenziale. Soprattutto fornendo a queste imprese opportunità e strumenti per un loro progressivo miglioramento, centrato sul radicamento territoriale e generando un accordo di sinergia, di marketing, di comunicazione, di formazione e anche finanziario, tra le diverse formule commerciali presenti nel territorio.

Castel Mella: nuovo insediamento residenziale e commerciale in via Torbole



L'EVOLUZIONE

Ai fini della comprensione delle tendenze evolutive nell'arco temporale di circa un decennio, utilizzando i dati dell'Osservatorio Regionale sul Commercio, sono state colte le variazioni intervenute nel sistema distributivo del Distretto dal 2003 al 2010.

Tabella 6: Variazioni nel periodo 2003-2010

CASTEL MELLA - andamento commercio 2003/2010																				
Prov.	Comune	Abit.	Esercizi di vicinato				Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale					
			N. Alim.	N. n. alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Tot.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale
BS	CASTEL MELLA 2003	8.754	13	54	67	516	3.485	4.101	13	1.103	7.018	8.121	2	1.500	10.100	11.600	82	3.219	20.603	23.822
BS	CASTEL MELLA 2010	10.573	16	60	76	1.058	4.046	5.104	8	2.083	4.011	6.094	2	1.500	10.100	11.600	86	4.641	18.157	22.798
	Differenza 2010/2003	1.819	3	6	9	442	561	1.003	-5	980	-3.007	-2.027	0	0	0	0	4	1.422	-2.446	-1.024
RONCADELLE - andamento commercio 2003/2010																				
Prov.	Comune	Abit.	Esercizi di vicinato				Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale					
			N. Alim.	N. n. alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Tot.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale
BS	RONCADELLE 2003	8.178	19	64	83	988	4.685	5.673	22	992	7.334	8.326	5	5.623	47.254	52.877	110	7.603	59.273	66.876
BS	RONCADELLE 2010	9.251	20	54	74	1.153	3.543	4.696	19	992	6.235	7.227	7	5.623	64.654	70.277	100	7.768	74.432	82.200
	Differenza 2010/2003	1.073	1	-10	-9	165	-1.142	-977	-3	0	-1.099	-1.099	2	0	17.400	17.400	-10	165	15.159	15.324
TORBOLE CASAGLIA - andamento commercio 2003/2010																				
Prov.	Comune	Abit.	Esercizi di vicinato				Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale					
			N. Alim.	N. n. alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Tot.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale
BS	TORBOLE CASAGLIA 2003	5.376	8	30	38	528	1.828	2.356	7	150	3.455	3.605	0	0	0	0	45	678	5.283	5.961
BS	TORBOLE CASAGLIA 2010	6.265	8	43	51	485	2.812	3.297	6	150	3.255	3.405	0	0	0	0	57	635	6.067	6.702
	Differenza 2010/2003	889	0	13	13	-43	984	941	-1	0	-200	-200	0	0	0	0	12	-43	784	741
FLERO - andamento commercio 2003/2010																				
Prov.	Comune	Abit.	Esercizi di vicinato				Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale					
			N. Alim.	N. n. alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Tot.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale
BS	FLERO 2003	7.570	12	44	56	799	2.889	3.688	5	0	1.274	1.274	0	0	0	0	61	799	4.163	4.962
BS	FLERO 2010	8.525	12	44	56	799	2.889	3.688	22	1.300	12.273	13.573	0	0	0	0	78	2.099	15.162	17.261
	Differenza 2010/2003	955	0	0	0	0	0	0	17	1.300	10.999	12.299	0	0	0	0	17	1.300	10.999	12.299
TOTALE DISTRETTO - andamento commercio 2003/2010																				
Prov.	Comune	Abit.	Esercizi di vicinato				Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale					
			N. Alim.	N. n. alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Tot.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n. alim.	Sup. Totale
	Distretto 2003	29.878	52	192	244	2.931	12.887	15.818	47	2.245	19.081	21.326	7	7.123	57.354	64.477	298	12.299	89.322	101.621
	Distretto 2010	34.614	56	201	257	3.495	13.290	16.785	55	4.525	25.774	30.299	9	7.123	74.754	81.877	321	15.143	113.818	128.961
	Differenza 2010/2003	4.736	4	9	13	564	403	967	8	2.280	6.693	8.973	2	0	17.400	17.400	23	2.844	24.496	27.340

I valori "di saldo", come si evince dalla tabella, sono tutti positivi nel numero degli esercizi delle diverse tipologie e nella loro superficie di vendita. A proposito dei valori così evidenziati è necessario precisare che le 2 grandi strutture di vendita (per mq. 17.400 di area di vendita) che risultano aggiunte

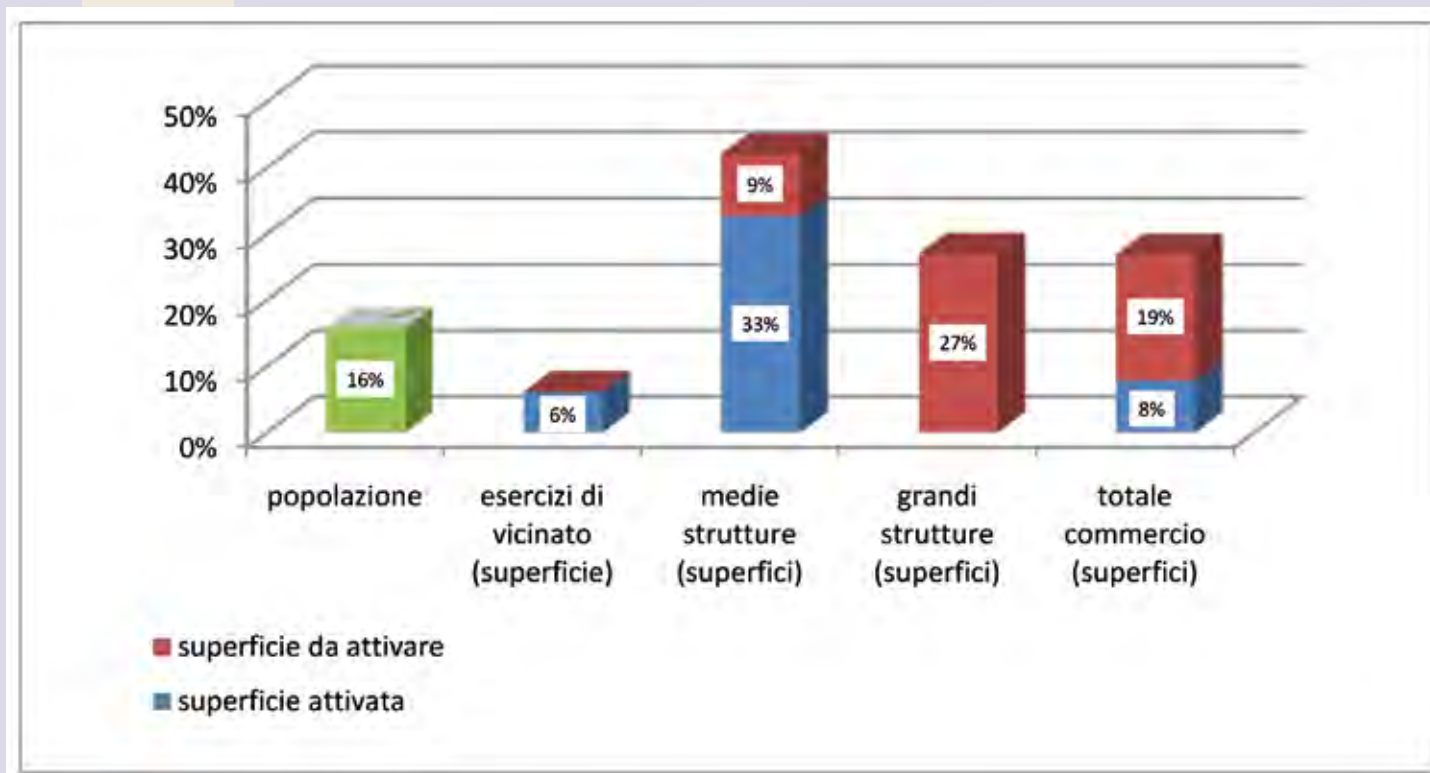
(nel Comune di Roncadelle) rispetto al 2003 non sono ancora state attivate e così vale anche per 3 medie strutture di vendita (nel Comune di Flero). Si tratta dunque di esercizi autorizzati che troveranno, forse, attivazione in un prossimo futuro. Analogamente la riduzione in Castel Mella di 5 medie strutture di vendita deriva in parte dal fatto che avendo il Comune superato il dato demografico dei 10.000 abitanti, la soglia dimensionale della media struttura si è spostata dai 150 ai 250 mq di superficie di vendita.



Torbole Casaglia: portico commerciale in piazza della Repubblica

Fatte queste correzioni lo scenario di mutamento si ridimensiona, facendo prevalere una tendenza di maggiore stabilità rispetto ai dati dell'Osservatorio Regionale sul Commercio, tuttavia improntata a una caratterizzazione positiva. Va tenuto presente, come già richiamato nei precedenti paragrafi, che nel Distretto si è assistito a un sensibile incremento della popolazione residente, derivante in modo quasi esclusivo dal fattore migratorio interno (spostamenti di residenza dalla città o da altri Comuni), il che ha generato nuovi valori di consumo dal punto di vista quantitativo, nuove esigenze di servizio, anche se gli abitanti, inseriti da poco nel nuovo contesto territoriale, probabilmente hanno tenuto forti legami, anche sotto il profilo degli acquisti, con i territori di origine.

Grafico 1: Sintesi dell'evoluzione della popolazione e della superficie di vendita della rete commerciale nei Comuni del Distretto



È comunque interessante notare, anche ai fini della progettualità del Distretto del Commercio, come la presenza delle grandi superfici di vendita non abbia più di tanto inciso nella consistenza e nell'organizzazione del commercio tradizionale e specializzato: anche gli esercizi di vicinato alimentari mantengono la propria presenza, accrescendosi numericamente e dimensionalmente.

L'assetto della rete commerciale appare ormai stabilizzato e la preoccupazione delle imprese riguarda più la situazione economica generale, che non le spinte concorrenziali che, nell'ambito dell'area, possono essere generate, in quanto le iniziative della grande distribuzione sono sempre ormai più caratterizzate dal fenomeno che, in termini tecnici, viene definito "cannibalismo", cioè a erodersi reciprocamente le quote di mercato.

LE CRITICITÀ

Permangono, tuttavia, aree di criticità. La prima di esse riguarda la **capacità delle reti commerciali locali di dare una adeguata e articolata risposta alla domanda dei residenti**. Se escludiamo il polo della grande distribuzione di Roncadelle e lo store Conforama di Castel Mella, chiaramente dimensionati per un servizio su scala provinciale e, quindi, non riconducibili alle funzioni tradizionali di un servizio di prossimità, la quota di cittadini che nell'area del Distretto, così come delineato, si rivolge a strutture fuori dal proprio territorio comunale (e tra queste rientrano anche quelle appena citate) è pari al 50%, articolato fra acquisti alimentari (45%) e non alimentari (55%). Si tratta di valori consistenti, sui quali appare possibile un'azione di recupero caratterizzata, non tanto e non solo, con nuovi insediamenti a concorrenzialità diretta (grandi superfici), ma attraverso una graduale e costante azione di miglioramento della rete; quindi una riqualificazione dell'ambiente urbano di riferimento, unito a una capacità d'innovazione delle imprese. La cornice unitaria di questa duplice strategia sta, poi, nell'azione di marketing e di comunicazione, non più astratta o individuale, ma che faccia leva sugli elementi portanti del rapporto punto vendita/consumatore, tra i quali l'identificazione territoriale costituisce un *plus* non marginale.

Il secondo tema è quello dell'**accessibilità e dell'ambiente urbano**. Da questo punto di vista, essendo le reti distributive locali prevalentemente localizzate su strade urbane ed in immobili con destinazione mista (residenza e, a piano terra, servizi commerciali e non), gli standard di parcheggio sono, nella maggior parte dei casi, limitati, quando non insufficienti, nè le altre modalità di accesso risultano presenti, quali, per esempio, la pedonalizzazione di porzioni del centro urbano o la viabilità ciclopedonale. Ad aggravare questa carenza oggettiva dal punto di vista dell'accessibilità, cioè della raggiungibilità in modo adeguato del punto vendita, stanno altri fattori che "deprimono" la visibilità della funzione commerciale: attrezzature di arredo urbano quasi inesistenti, illuminazione carente e, comunque, non finalizzata al passaggio sui marciapiedi, scarsa qualità urbanistico-edilizia degli edifici, segnaletica appena sufficiente e non mirata ai nuclei di esercizi di vendita o di ristorazione. Una posizione non marginale riguarda anche il livello dell'aggregazione territoriale delle attività commerciali e di servizio, presente in maniera sufficiente solo nelle località più centrali, ma del tutto assente nelle zone di nuove espansione o sui tragitti di percorrenza interna ai Comuni. Se risulta difficile agire, in modo diretto, nel tessuto già costruito, questa "attenzione" risulta praticabile nelle nuove realizzazioni, garantendo, dal punto di

vista della programmazione edilizia, spazi a questo servizio. I nuclei di aggregazione, come è stato constatato nell'analisi sui sistemi distributivi, anche se di ridotta dimensione, dimostrano una maggiore capacità di tenuta nel tempo e offrono spazi al rinnovamento della rete mediante la sostituzione delle attività che cessano. Laddove questi “percorsi del commercio” ci sono già, vanno sostenuti e incentivati, laddove non ci sono e non sono possibili soluzioni urbanistiche, va sviluppata un'azione virtuale di “rete” tra le imprese commerciali e le altre funzioni presenti.

Infine vi è la **tematica della dimensione degli spazi di vendita e dell'introduzione dei fattori di innovazione nella gestione aziendale**. Sotto questo profilo l'indice di qualità delle imprese si ferma alle funzioni più tradizionali del negozio. In sostanza, al di là di punti di eccellenza comunque significativi, ci troviamo di fronte ad una rete commerciale che è stata costruita sui “costi” e che risulta tuttora poco attenta alle potenzialità di mercato che il territorio esprime: complessivamente l'area del Distretto propone un mercato teorico dei consumi “commercializzabili” (che passano attraverso la rete al dettaglio) di oltre 200 milioni di euro, un valore di tutto rispetto sul quale è possibile ragionare in termini di accrescimento dell'indice di fidelizzazione e di recupero di nuove fasce di mercato, in particolare tra i nuovi residenti ed i giovani. Per esempio, è del tutto assente la fase comunicazionale comune fra imprese, come quella legata agli eventi del territorio o alle problematiche del consumo consapevole.

Castel Mella: insediamento residenziale e commerciale in via Umberto I



LE PROSPETTIVE

Nel precedente paragrafo relativo alle “criticità” si possono già trovare alcune indicazioni sulle prospettive e sulla loro praticabilità in relazione allo stato dei sistemi commerciali comunali. E’ interessante, tuttavia, affrontare pregiudizialmente la questione se esistano o meno le condizioni per parlare, in modo concreto, di “prospettive”.

L’evoluzione del commercio nell’area del Distretto, analizzata nel paragrafo precedente, ci propone dei valori di crescita, sia pure contenuta. Una retrospettiva al dato del 1998 (12 anni fa) ci dimostra un analogo andamento, con la sola differenza di una contrazione degli esercizi di vicinato del settore alimentare (-15 unità) e delle medie strutture di vendita (- 11 punti vendita). Sulla visuale più lunga cresce, invece, in modo più significativo la grande distribuzione (non come unità, che restano 7, ma come superficie di vendita, +37.000 mq c.a.). Possiamo dire, in sostanza, che si tratta di sistemi che hanno già sopportato e in parte assorbito l’urto della concorrenzialità interna, determinata dalle grandi superfici di vendita degli anni Novanta sorte all’interno del perimetro dei Distretto, nella città e ai bordi dello stesso. La quota di mercato oggi occupata difficilmente potrà ulteriormente contrarsi se non con l’accettazione di un concetto di marginalità, sia da parte delle imprese che da parte delle Amministrazioni Comunali. Al contrario si hanno di fronte fenomeni, quelli locali della crescita demografica e dello sviluppo degli insediamenti economici produttivi e dei servizi, e quelli più generali di una nuova proiezione del concetto della “prossimità” tra i consumatori, che possono contribuire ad accrescere le opzioni per il commercio di vicinato e specializzato.

Vi sono altri due fattori che contribuiscono a uno scenario di maggiori opportunità per le piccole imprese del commercio: esaurita la fase espansiva, del consumo di nuovo suolo, dello sviluppo residenziale, oggi, grazie anche alle indicazioni della programmazione urbanistica regionale contenute nella l.r. 12/2005, i PGT (piani di governo del territorio) guardano più al recupero ed alla qualità della vita nei centri urbani, tematiche alle quali anche il commercio tradizionale e specializzato è fortemente interessato. Un’analisi di quelli recentemente approvati dai Comuni del Distretto, con pochi Ambiti di Trasformazione, conferma la fase di attenzione alla qualità dello sviluppo urbano, più che alla quantità.

Infine l’atteggiamento “green” del consumo si sta affermando sempre più, attraverso una selezione più mirata dei prodotti, degli assortimenti e anche delle modalità di acquisto dei prodotti. I lunghi tragitti, le code alle casse,

il congestionamento veicolare, la maxi-spesa settimanale, stanno lasciando il posto a una diversificazione dei comportamenti, nei quali il “localismo”, purché moderno, propositivo, vantaggioso ed efficace, può avere la meglio, anche giocando il fattore “tradizione”.

Da questa brevissima e sommaria analisi sulle condizioni delle prospettive emerge una risposta positiva: si può sfuggire dal luogo comune che “tutti i piccoli negozi sono destinati a chiudere”, innanzi tutto perché i dati dimostrano che non è vero, in secondo luogo perché ci sono fattori di ordine territoriale, di specificità dei sistemi locali e di ordine generale, che aprono possibilità e opportunità.

È dunque necessario per le singole imprese:

- **Implementare l'innovazione, puntando a imprese solide, sicure, dotate di metodi gestionali sofisticati e moderni.**
- **Accrescere la fidelizzazione e affrontare nuovi segmenti di mercato, generare nuova comunicazione, attivando metodi di conoscenza e di monitoraggio sulla clientela.**
- **Accrescere il valore aggiunto, agendo sugli assortimenti, sulle tecniche gestionali, introducendo la formazione in azienda, riducendo i costi gestionali, anche energetici, con metodi di benchmark.**

In questo modo le imprese potranno risultare in grado di sostenere gli scenari competitivi e le nuove domande del consumo.

Ma questo non basta, è indispensabile che l'ambiente di riferimento dell'impresa commerciale locale subisca un netto miglioramento. Diversamente anche l'innovazione (e l'investimento) del singolo negozio affogherà nella trascuratezza e nella neutralità della strada o della piazza urbana. Quindi una nuova progettualità, che significa proposte e non solo richieste, in un rapporto con le Amministrazioni Comunali e con le altre imprese (anche della grande distribuzione), che dev'essere giocato con piena convinzione.

In questo senso le problematiche e le prospettive del sistema commerciale del Distretto del Commercio trovano un elevato livello di congruenza con gli obiettivi del bando dei distretti 2011, che può divenire una valida strumentazione di supporto alla strategia di rinnovamento e sviluppo che l'analisi propone come fattore influente su tutti gli aspetti della vita urbana ed economica dei territori interessati.

PERIMETRAZIONE DEL DISTRETTO

CRITERI E MOTIVAZIONI

Il Distretto del Commercio coincide con l'intera estensione dei quattro territori comunali. La ragione di tale scelta risiede nella volontà di perseguire tutte le opportunità possibili di sviluppo e innovazione delle attività commerciali, a prescindere dall'ubicazione. L'evoluzione del settore, come si evince dai dati riportati nello specifico paragrafo, denota una tenuta della dimensione quantitativa del servizio commerciale, ma, a fronte di una crescita demografica non marginale (+4.736 abitanti dal 2003 al 2010, pari al 15,9%), una parziale mancata crescita soprattutto nella tipologia degli esercizi di vicinato.



Tra Castel Mella e Roncadelle: nuovo insediamento in via Martiri della Libertà

Tale fenomeno è determinato dai fattori combinati della congiuntura economica negativa (che colpisce in modo particolare i consumi familiari) e della crescita della concorrenzialità infrasettoriale. Questa situazione - a fronte di un trend demografico che, come si è visto nello specifico paragrafo, evidenzia un costante andamento di crescita - rimarca nuove necessità di servizio, anche commerciale, dovute ai più recenti insediamenti residenziali.

L'accordare la possibilità di migliorie e qualificazione, nell'ottica degli obiettivi del 4° bando regionale, a ogni singolo punto di vendita, rappresenta, dunque, una delle condizioni importanti per rendere rilevante, nell'esperien-

za del vissuto dei vecchi e dei nuovi residenti, il commercio e la sua funzione, la sua capacità di servizio e la sua volontà di rinnovo, accrescendo in questo modo il livello di identificazione sociale. Accanto a questo obiettivo generale, che cerca di dare una risposta alla esigenza della singola impresa di agire in condizioni più adeguate nello scenario competitivo su scala comunale e non solo, sta inoltre il disegno di una presentazione complessiva del sistema distributivo locale agli occhi del consumatore, nelle sue più svariate sfaccettature merceologiche, tipologiche e localizzative, coinvolgendo anche le attività isolate e meno centrali, generalmente più retrive alla ricerca di sinergie sintetizzabili nel fattore “territorio”, ad “azioni” comuni, mediante una proposta di marketing territoriale unitaria per cui anche il negozio di motocicli ubicato nella strada periferica si senta parte di un sistema locale e coinvolto, al pari del fashion store del centro storico o della forneria del quartiere residenziale, in una prospettiva evolutiva di segno positivo, in un disegno di marketing urbano, in una funzione importante di servizio ai consumatori.

La caratterizzazione dei Comuni facenti parte del Distretto, primo anello dell’hinterland della città, solitamente considerati “periferia” del capoluogo, propone dunque uno sforzo di ampio coinvolgimento e di valorizzazione di ogni segmento della distribuzione, anche nell’ottica di una riduzione della mobilità per acquisti, problematica di sempre maggior rilievo ai fini di un risparmio energetico e una maggiore sensibilità ambientale.

Oggi, tale strategia trova nel consumatore un atteggiamento più consapevole, capace di approfondita valutazione nel mix prezzo-qualità dell’offerta di prodotti e nel rapporto costi-benefici dei luoghi d’acquisto. Se un tempo la crisi maggiore connotava il commercio delle periferie, ora anche le località centrali dei nuclei urbani e i luoghi artificiali della spesa segnano performance altrettanto negative. I prodotti e i format commerciali hanno cicli di vita estremamente ridotti: discount, outlet, farmers market, e-commerce, fashion store, etc. nascono e si esauriscono nel giro di pochi anni. Il consumatore è alla ricerca di un acquisto conveniente, ma anche propositivo di esperienza, gratificazione ed emozione. Tutti “sentiment” che possono trovare nel territorio quel livello di armonia e d’integrazione del vissuto in grado di offrire alle imprese del commercio percorsi di successo, concreti e duraturi. In questo senso la localizzazione non ha più un carattere così dirimente rispetto al passato, anche più recente, e la ricerca dei mercati di riferimento o di nicchie di mercato può avvenire con successo anche in zone non centrali o a forte concentrazione commerciale, ma coerenti e funzionali con il mix di offerta e servizi proposto.

PARTENARIATO

I Comuni che costituiscono il Distretto del Commercio sono **RONCADELLE**, in qualità di capofila, **CASTEL MELLA**, **FLERO** e **TORBOLE CASAGLIA**.

Del Distretto fanno parte le Associazioni di categoria:

- o **ASSOCIAZIONE COMMERCianti DELLA PROVINCIA DI BRESCIA**
- o **CONFESERCENTI**.

Inoltre hanno aderito le seguenti Associazioni:

- o **ASSOCIAZIONE DON CHISCIOTTE**
- o **ASSOCIAZIONE COMMERCianti PUBBLICI ESERCIZI E ATTIVITÀ IN FLERO**
- o **PROLOCO DI FLERO**
- o **ASSOCIAZIONE STRADA DEL VINO COLLI DEI LONGOBARDI - BRESCIA**
- o **GRUPPO HOBBISTI - FLERO**
- o **MC AUTO E MOTO D'EPOCA DI FLERO**
- o **PARCO DEL MONTE NETTO - CAPRIANO DEL COLLE**.

Come partners in qualità di soggetti privati figurano il **CONSORZIO DEGLI OPERATORI DEL CENTRO COMMERCIALE LE RONDINELLE**, gli istituti di credito **BCC AGROBRESCIANO DI GHEDI** e la filiale di **BANCA INTESA SANPAOLO DI RONCADELLE**.

In particolare il Consorzio Le Rondinelle si è impegnato a un contributo strumentale e finanziario alla funzionalità del Distretto Commerciale, per un periodo quinquennale. Gli Istituti di Credito hanno attestato la loro disponibilità a una particolare valutazione nel finanziamento degli interventi promossi dagli operatori privati in questa fase iniziale (e contenuti negli allegati) e comunque a quelli che rientrano nella logica progettuale del Distretto del Commercio.

È, inoltre, obiettivo del Distretto del Commercio il coinvolgimento dell'insieme delle espressioni tipologiche del settore, quindi anche le medie e grandi strutture di vendita presenti sui territori dei Comuni, per una loro partecipazione attiva, in termini di marketing e di sostegno finanziario in particolare alle "azioni" generali che verranno promosse.

PERCORSO DI COINVOLGIMENTO DEI PARTNERS

Per definire una progettualità condivisa che si conforma all'area del Distretto del Commercio i vari soggetti sono stati coinvolti con modalità diverse. Si è reso in primo luogo necessario creare un collegamento tra i vari soggetti istituzionali (Comuni) al fine di far sviluppare il senso di partecipazione di ciascuno perché costituissero la base del Distretto stesso. Il senso della partecipazione e della condivisione, infatti, rappresenta il vero spirito del Distretto del Commercio dove le diverse componenti, pubblica e privata, cittadini, imprese e realtà sociali fanno sinergia.



Roncadelle: insediamento residenziale e commerciale in piazza Nikolajewka

Questo insieme di soggetti riuniti in un'unica realtà sono in grado di guidare la formulazione della strategia nel cogliere le esigenze dei vari soggetti, coniugandole nei loro aspetti diversi in un'unica e condivisa progettualità.

A tale fine, partendo dal Comune di Roncadelle (Comune capofila), è stato istituito un gruppo di lavoro con il compito di seguire l'iter di creazione del Distretto, formato dagli Assessori al Commercio dei Comuni di Roncadelle (Damiano Spada), Castel Mella (Lucio Pedroni), Flero (Piera Prederi) e Torbole Casaglia (Marco Mosca); dal Segretario Comunale di Roncadelle e Flero, dott.ssa Marisa Visconti, e dai ricercatori di "Angelo Straolzini & Partners Srl", società accreditata specializzata in servizi integrati per il commercio. La struttura opera in stretta collaborazione con gli uffici dei vari Comuni, in particolare con quello di Roncadelle (arch. Eva Semenzato, geom. Giovanni Peli, geom. Dario Vespa).

Nella costruzione del Distretto del Commercio si vuole coinvolgere la molteplicità dei soggetti che lo costituiscono, per favorire la partecipazione e l'attivazione di tutti, dai passi iniziali, nella programmazione delle iniziative e nella loro realizzazione.

Le fasi principali dell'attività di sensibilizzazione sono state:

- **una serie d'incontri istituzionali tra le Amministrazioni Comunali per la definizione e condivisione del progetto Distretto diffuso di rilevanza intercomunale del commercio (DID);**
- **4 incontri pubblici di presentazione con operatori commerciali, della ristorazione, dei pubblici esercizi, del turismo e dei servizi nei diversi Comuni del Distretto per illustrare l'iniziativa, le sue finalità e caratteristiche e le modalità di partecipazione. Le imprese private presenti sono state circa 150. Questi incontri hanno visto la partecipazione di rappresentanti delle associazioni Confesercenti, Associazione Commercianti, CGIL, Consorzio degli Operatori del Centro Commerciale Le Rondinelle, esponenti di Associazioni del territorio;**
- **inoltre, nel Comune di Flero, in occasione della creazione del Distretto, si è formata un'associazione locale di commercianti e artigiani al fine di promuovere l'aggregazione e lo sviluppo delle iniziative, assumendo come primo obiettivo la creazione e la funzionalità del Distretto del Commercio;**
- **a tutti gli operatori del settore di ogni Comune è stata poi inviata una specifica comunicazione accompagnata da una scheda sintetica sul Distretto e dal modulo di adesione a questo progetto;**
- **sono state invitate e informate le associazioni e organizzazioni territoriali che potessero avere attinenza con il Distretto del Commercio, nonché alcune realtà private;**
- **si sono svolti incontri con le Associazioni di categoria dei commercianti (Associazione Commercianti della Provincia di Brescia e Confesercenti) e con il Consorzio degli Operatori del Centro Commerciale Le Rondinelle.**

Nell'allegato, che si trova alla fine del Programma del Distretto del Commercio, è riportata un'ampia documentazione contenente la scheda riepilogativa del Distretto del Commercio, alcune lettere d'invito dei vari Comuni agli Operatori commerciali e la lettera d'informazione e comunicazione destinata alle Associazioni.

MANTENIMENTO DELLA PARTNERSHIP E STRUTTURAZIONE DELLA GOVERNANCE

La significativa rappresentatività territoriale, realizzatasi in occasione della costituzione del Distretto del Commercio, va mantenuta e consolidata nel tempo, oltre i limiti temporali necessari per la realizzazione degli interventi, pubblici e privati, oggetto della richiesta di finanziamento, **su una base almeno quinquennale**, per dare forza e capacità realizzativa al progetto elaborato e condiviso e per il quale, come si è visto nei paragrafi precedenti, esistono le condizioni di mercato e territoriali. Si è pensato all'articolazione della partnership in due momenti. Il primo, il più ampio e articolato possibile, costituito dal

- **FORUM DEI PARTNERS**

con funzione di indirizzo e controllo dei risultati, aperto a tutti coloro che hanno aderito. Le funzioni del Forum dei Partners sono le seguenti:

- **verificare, ed eventualmente integrare o correggere, lo stato di avanzamento del progetto di Distretto del Commercio;**
- **ricercare nuove partnership;**
- **valutare i risultati finali del primo progetto di Distretto;**
- **delineare nuove proposte per eventuali futuri bandi o iniziative;**
- **affiancare le Amministrazioni Comunali nelle “azioni” riferite al settore commerciale.**

Accanto a questo essenziale organismo di partecipazione e di espressione della partnership, l'attività attuativa degli indirizzi verrà affidata a una

- **CABINA DI REGIA**

del Distretto del Commercio, strumento operativo e ristretto, composto da:

- **il Sindaco (o suo delegato) del Comune capofila;**
- **un rappresentante dei partners non istituzionali;**
- **un esperto del settore.**

L'attività di questa struttura sarà quella gestionale/operativa, con riunioni periodiche molto frequenti, di gestione delle procedure del Distretto, di rapporto con gli operatori che hanno presentato progetti e con gli Enti Istituzionali (Comuni e Regione Lombardia), di programmazione e predisposizione degli interventi e delle iniziative.

L'attività di entrambi gli organismi (forum dei partners e cabina di regia) poggia su una **struttura operativa** stabile ed efficace costituita dall'**UFFICIO TECNICO DEL COMUNE DI RONCADELLE**, e in particolare nelle persone

dell'arch. Eva Semenzato, del geom. Giovanni Peli e del geom. Dario Vespa. Per quanto attiene la **consulenza specialistica di settore** il Distretto sarà affiancato dalla società **ANGELO STRAOLZINI & PARTNERS SRL**, specializzata nei Servizi Integrati per il Commercio e gli Enti Locali.

L'organigramma così strutturato consente l'individuazione delle specifiche modalità di gestione del Distretto, in quanto attribuisce un livello di governance non solo teorico, ma con l'attribuzione di puntuali funzioni e responsabilità nella gestione del programma d'intervento.

OBIETTIVI E FINALITÀ

La costituzione del Distretto offre un'opportunità fondamentale nell'ottica di riarmonizzare le funzioni svolte dai centri urbani dei piccoli Comuni, coinvolti nei vari anni in profonde trasformazioni, ma che per la loro rivitalizzazione prospettica devono oggi affermare un nuovo ruolo e nuove competenze rispetto al mantenimento della propria centralità nella vita dei Comuni stessi, centralità non più garantita dai fattori tradizionali (la chiesa, il municipio, la piazza, etc.), ma con una proposta articolata di "interesse" orientata soprattutto verso i nuovi residenti e i giovani. Ciò significa che:

- **la centralità effettiva non è più un'esclusiva e va "guadagnata sul campo";**
- **anche nella realtà minori vi sono sempre più possibilità per luoghi centrali;**
- **la qualità dell'ambiente e la presenza di occasioni di servizio, di entertainment e culturali sono le basi concrete delle nuove micro-centralità urbane;**
- **va rotto lo schema ormai superato tra funzioni nobili dei centri urbani (l'amministrazione, la cultura, l'arte) e attività funzionali (la residenza, le attività economiche, il commercio, il divertimento): questa separazione concettuale ha provocato danni pesanti sotto il profilo dello sviluppo urbano, generando costi enormi non ammortizzabili ed a rendimento zero per realizzazioni poi scarsamente vissute dai cittadini e sottovalutando le necessità di sostegno e supporto alle attività economiche, in particolare il commercio, non più esclusiva delle élites locali.**

La strategia del Distretto del Commercio propone, al contrario, di assumere come centrale il progetto del futuro della città (del Comune), coinvolgendo in esso le espressioni economiche che possono costruirlo, alimentarlo, farlo diventare esperienza comunitaria.

Le definizioni di tale strategia si chiamano:

- **APPROFONDITA CONOSCENZA DEI FENOMENI**
- **BUONA PROGETTUALITÀ**
- **PROMOZIONE DELLA PARTECIPAZIONE**
- **AMPIA CONDIVISIONE**
- **COMPETENZA NELLA GESTIONE**
- **MONITORAGGIO DEI RISULTATI**
- **QUALITÀ NEI CONTROLLI.**

Da un lato, dunque, è necessario rafforzare la centralità del centro storico dei diversi Comuni del Distretto del Commercio come funzioni e vivibilità: negli anni il nucleo urbano storico è andato svolgendo il suo ruolo attraverso la rete commerciale e di servizi; si tratta ora di ridefinire la sua vocazione, rafforzandola sulla base dei cambiamenti intervenuti, per riconquistare un ruolo da protagonista rispetto alla nuova fisionomia del territorio e delle esigenze.

Dall'altro lato, è necessario garantire le funzioni di servizio basilari anche nelle altre zone dei territori comunali, raggiungendo le frazioni che sono localizzate ai margini delle aree comunali o comunque non contigue al centro abitato storico. In queste zone è opportuno sostenere e valorizzare le iniziative commerciali sorte, appunto, per espletare questo servizio in modo da inserire anche queste realtà che compongono la rete commerciale comunale in un'ottica di Distretto.

Si tratta di focalizzare l'attenzione sulle polarità urbane, centro storico, altre vie del servizio, del commercio, dell'aggregazione (piazze, etc.), anche attraverso la valorizzazione del patrimonio storico e culturale dei Comuni. Questa rivitalizzazione dei luoghi del commercio centrale e periferico, aggregati o isolati, sarà realizzata, inoltre, attraverso progetti diversificati finalizzati a creare attrazione da parte di flussi di consumatori e di visitatori. Tale prospettiva differente, collegata all'evoluzione delle realtà comunali in oggetto, riguarderà anche la definizione delle infrastrutture e vie di collegamento, che si conformano alle esigenze emerse.

Differenti sono, quindi, le modalità di azione di questa strategia: si andrà ad agire su specifici aspetti (spazi esterni, strade, attività, persone, programmazio-

ne di eventi, etc.), che riversano su tutto il tessuto urbano i propri benefici effetti, grazie all'interazione dei vari elementi che costituiscono il centro abitato e soprattutto all'azione sinergica della rete distributiva e dei servizi. In tal modo si realizza l'azione rigeneratrice del commercio nei vari ambiti del Comune.

Questa ottica nuova mira, in dettaglio, a ridefinire l'ambiente più favorevole ai residenti, più vivibile, maggiormente accogliente e godibile. D'altro canto, tale visione prospettica mira a rendere più funzionale il territorio, con una integrazione dei diversi settori economici operanti in loco con le loro funzioni (agricoltura, manifatturiero, commercio e servizi vari) rispetto alle attività che in esso svolgono la propria mansione economica istituzionale e funzionale.

In tale ottica, ai fini della realizzazione del Distretto, è necessario incentivare la cooperazione tra i vari attori del Distretto e tra i vari soggetti del territorio, proprio per diffondere e condividere lo spirito di questa iniziativa e trasmettere alle diverse realtà tale *modus operandi*.

Gli obiettivi e il programma del Distretto sono così schematizzabili:

- 1) **orientare gli interventi pubblici già programmati alla qualificazione delle condizioni “ambientali” dello svolgimento delle attività commerciali sul territorio (viabilità accessibilità, arredo urbano, verde diffuso, recupero degli edifici, etc.);**
- 2) **dare vita a una effettiva valorizzazione dell'insieme dei territori considerati, attraverso un'azione congiunta delle Amministrazioni Comunali e delle imprese, di qualsiasi tipologia, che trovi nel commercio uno dei punti nodali per la riproposizione di un concetto di qualità della vita urbana (dotazione quantitativa e qualitativa di servizio, mantenimento delle funzioni urbane primarie a livello di prossimità, manutenzione, sicurezza e qualità dei luoghi e degli edifici, accrescimento del livello nelle relazioni sociali ed economiche, sviluppo equilibrato del sistema economico locale e della capacità del territorio di offrire occupazione vicino a casa);**
- 3) **affrontare problematiche specifiche delle imprese commerciali, del turismo e dei servizi, sostenendo, attraverso la parte finanziaria del bando regionale, gli investimenti finalizzati e proponendo un progetto di comunicazione di ampio respiro;**
- 4) **dare vita a un'alleanza stabile e duratura tra i partners coinvolti, basata sui principi di trasparenza e condivisione, poggiando su una struttura di governance ben individuata e qualificata, proiettata su un progetto quinquennale;**

- 5) realizzare un costante monitoraggio della situazione dei sistemi commerciali locali, sulle tendenze evolutive e sui fattori incidenti sulle prospettive. Tale azione di “osservazione” verrà effettuata sull’andamento degli interventi, pubblici e privati, individuati dal Distretto, a cura della struttura di governance e, per essa, saranno progettati “indicatori di effetto” di quanto prodotto (crescita del commercio, qualità dei percorsi commerciali, occupazione settoriale, stato delle imprese, etc.);
- 6) attivare, in osservanza della normativa 2010 (Dpr 160/2010) in materia di Sportello Unico e SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività – legge 122/2010), processi concreti di semplificazione e trasparenza procedurale ai fini di agevolare le imprese del settore, le loro trasformazioni. A questo proposito va sottolineato il fatto che tutti i Comuni hanno effettuato l’accreditamento previsto dal Dpr 160/2010 entro i termini di legge;
- 7) organizzare, in accordo con la Camera di Commercio e con l’Istituto ISFOR 2000, una serie di corsi di formazione riservati alle imprese locali e relativi alle tecniche di vendita, al marketing, alla comunicazione, alla gestione, etc., realizzando un vero e proprio progetto formativo su base triennale;
- 8) valutare, alla luce delle esigenze emergenti dalle imprese, sotto il punto di vista delle tipologie medie e grandi e dei diversi territori comunali, l’armonizzazione dei calendari di apertura domenicale e festiva, in ottemperanza, laddove ne emerga la necessità, all’applicazione dell’articolo 103, commi 9 e 10, della l.r. 6/2010, ai fini di iniziative di responsabilità sociale di impresa;
- 9) individuare esigenze specifiche di segmenti della distribuzione o di luoghi dei territori comunali, sui quali costruire ulteriori momenti di intervento e di sostegno, oltre al bando 2011, ricercando le fonti di finanziamento e la fattibilità economica.

L’esperienza specifica di questi mesi di progettualità e partecipazione ha già consentito alcuni risultati importanti:

- il coinvolgimento e la condivisione, intorno al progetto di Distretto del Commercio, delle due Associazioni di categoria, in un’ottica propositiva e di “azione”;

- l'adesione, su un concetto di centralità del commercio, di partners privati riconducibili ad altri settori;
- la presenza nel gruppo dei partners del Consorzio degli operatori di una grande struttura di vendita, con una adesione progettuale, di fattibilità e finanziaria, di rilievo non marginale. È una tematica che s'intende ulteriormente approfondire considerata la presenza di altre strutture di questa tipologia interessate a una crescita complessiva del commercio e a un miglioramento della capacità attrattiva dei luoghi del commercio del Distretto, nonché a un accrescimento delle possibilità, anche temporali, di fruizione delle strutture commerciali in esso ubicate;
- la costituzione nel Comune di Flero di una locale Associazione dei commercianti e delle attività economiche, generata dal coinvolgimento degli operatori sulla problematica del Distretto e dalla volontà di affiancare l'Amministrazione Comunale nella gestione di questo progetto;
- la messa in opera di alcuni rilevanti interventi da parte di Enti pubblici e soggetti privati, orientati agli obiettivi del bando 2011 del Distretto del Commercio.

Roncadelle: uno degli ingressi del Centro Le Rondinelle



INTERVENTI DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

Il Programma affronta le seguenti tipologie d'intervento, come classificate dal punto 15 del 4° Bando:

- 1. comunicazione marketing:** sulla base dell'analisi del sistema commerciale dei 4 Comuni, viene organizzata una "azione" di monitoraggio costante delle performance del Distretto e un progetto di comunicazione unitaria; inoltre verrà steso un progetto di marketing con ideazione di nome e logo del Distretto, realizzazione di sito web e di altri opportuni strumenti di comunicazione;
- 2. promozione e animazione:** attraverso l'individuazione di tematiche di tipo temporale (le stagioni, la scuola, il Natale), territoriale e ambientale (la piazza, le vie e i quartieri, la campagna, il fiume, i parchi), merceologico (la moda, il gioco, il regalo, la cucina), verrà definito un programma con manifestazioni esistenti e di nuova formulazione;
- 3. interventi strutturali:** negli interventi pubblici figurano opere finalizzate al miglioramento dell'arredo urbano e dell'illuminazione pubblica, di qualificazione del verde pubblico. Negli interventi privati sono programmati progetti di sistemazione delle facciate degli immobili commerciali, di qualificazione estetica (vetrine e insegne) e di arredo (dehors e attrezzature);
- 4. accessibilità e mobilità:** gli interventi sono prevalentemente di tipo pubblico e riguardano opere stradali finalizzate al miglioramento e alla messa in sicurezza della viabilità centrale, alla realizzazione di piste ciclo-pedonali e all'abbattimento di barriere architettoniche;
- 5. sicurezza:** nella sezione degli interventi privati figurano numerosi progetti di installazione di sistemi di video-sorveglianza e di allarmi elettronici, vetrine antisfondamento e sistemi antintrusione;
- 6. gestione di servizi in comune:** la problematica potrà essere affrontata dal Distretto del Commercio, facendo leva sulla informatizzazione garantita dagli Sportelli Unici Comunali che dispongono per legge di siti web dedicati alle imprese, sui quali è possibile attivare sistemi di gestione e comunicazione comune;
- 7. interventi di sostenibilità energetica e ambientale:** negli interventi pubblici figurano iniziative per la raccolta differenziata di rifiuti;
- 8. iniziative finalizzate allo sviluppo e sostegno dell'imprenditoria:** nel programma di Distretto uno specifico obiettivo è dedicato all'avvio, in collaborazione con Camera di Commercio e Isfor 2000, di un progetto formativo rivolto alle imprese del commercio, del turismo e dei servizi.

Vengono di seguito riportati analiticamente gli interventi pubblici e privati, la loro descrizione e i relativi costi attuativi.

INTERVENTI PUBBLICI

Il valore complessivo degli interventi di tipo pubblico è pari a € 4.519.766,00 così suddivisi dal punto di vista territoriale:

CASTEL MELLA

Si tratta di una serie d'interventi finalizzati al miglioramento funzionale ed estetico di alcuni percorsi stradali sui quali si affacciano punti di vendita e altamente fruiti da parte dei cittadini.

TIPOLOGIA

misura 3. Interventi strutturali e misura 7. Interventi per la sostenibilità energetica e ambientale

DESCRIZIONE E COSTO DELLE OPERE

Asfaltatura strade:

€ 22.143,00

Abbattimento di barriere architettoniche (abbassamento di marciapiedi e creazione di dossi dissuasori di velocità con passaggio pedonale):

€ 8.840,00

Fornitura di 17 fioriere in graniglia:

€ 2.046,00

Acquisto e posa di contenitori per raccolta differenziata:

€ 14.364,00

Totale interventi:

€ 47.393,00

RONCADELLE

Si tratta di un corposo intervento di riqualificazione delle vie Roma e San Bernardino, due assi centrali storici della viabilità comunale, dove si registra la presenza di alcuni esercizi commerciali e della ristorazione e che sono direttamente collegati con l'aggregazione di via Togliatti. Nell'intervento saranno valorizzati gli spazi più significativi del capoluogo (antistanti il Municipio, il Castello e la Chiesa), dotandoli di opportuno arredo e con ridimensionamento del traffico veicolare, aumento della dotazione di parcheggi e conferimento alle vie di un aspetto più ordinato ed elegante, con eliminazione delle barriere architettoniche.

TIPOLOGIA

misura 3. Interventi strutturali

DESCRIZIONE INTERVENTO

riqualificazione via Roma e via San Bernardino

COSTO DELLE OPERE

Realizzazione:

€ 2.540.000,00

Spese tecniche e Iva:

€ 810.000,00

Totale:

€ 3.350.000,00

FLERO

Si tratta di un intervento in un'area centrale dell'agglomerato urbano in adiacenza a una serie di funzioni pubbliche (il municipio, la scuola, la chiesa) e commerciali (la piazza, il percorso commerciale, il mercato ambulante settimanale). La finalità è il miglioramento dell'accessibilità al centro storico e ai negozi qui ubicati con un efficace contributo alla qualità dell'ambiente urbano.

TIPOLOGIA

misura 3. Interventi strutturali

DESCRIZIONE E COSTO DELLE OPERE

Sistemazione percorsi ciclo-pedonali del parco Barbaglio, piantumazione, sostituzione illuminazione pubblica, realizzazione di nuovi attraversamenti:

€ 123.383,00

TORBOLE CASAGLIA

Si tratta di una serie di interventi sulla viabilità centrale del Comune, sulla quale si sviluppa in modo quasi esclusivo la rete commerciale e dei servizi e dove convergono le strade minori del centro abitato. L'obiettivo è una qualificazione della via centrale, a seguito dello sviamento del traffico pesante e di mero attraversamento funzionale sulla tangenzialina esterna, con l'evidente finalità di creare, anche sotto il profilo dell'accessibilità, un ambiente urbano e stradale, che consenta una piena fruibilità delle attività commerciali e di servizio qui ubicate.

TIPOLOGIA

misura 3. Interventi strutturali

DESCRIZIONE E COSTO DELLE OPERE

Realizzazione di verde di arredo su viabilità comunale:

€ 60.000,00

Realizzazione di 2 intersezioni a rotatoria al fine di riqualificazione del centro abitato finalizzata al miglioramento della sicurezza stradale in particolare per quanto riguarda l'utenza debole (pedoni e ciclisti), con messa a verde dell'aiuola centrale:

€ 713.000,00

Realizzazione di nuovi impianti per l'illuminazione pubblica:

€ 176.000,00

Totale:

€ 949.000,00

INTERVENTI DI MARKETING, COMUNICAZIONE, PROMOZIONE

Nella fase che ha portato alla costituzione del Distretto del Commercio, definita come "partecipazione", svoltasi nei primi mesi del 2011, la generalità dei partecipanti (Comuni, associazioni di categoria, operatori commerciali, associazioni sociali e culturali) ha convenuto la necessità di definire un primo programma di marketing territoriale che sappia garantire al comparto del commercio e dei servizi un più elevato livello di visibilità, di riconoscibilità e, quindi, di fidelizzazione, da parte dei consumatori.

Sulla base di questa convinzione comune i soggetti che costituiscono il partenariato, in primo luogo le Amministrazioni Comunali e le Associazioni di categoria, sono impegnati alla definizione di un progetto di marketing e comunicazione calendarizzato in precise fasi operative:

- 1) definizione del nome e del logo** (entro gennaio 2012, successivamente al riconoscimento del Distretto);
- 2) censimento degli eventi e delle manifestazioni programmati sul territorio** (in parte già effettuato nelle analisi preliminari di Distretto) e loro calendarizzazione su criteri di razionalità, equilibrio territoriale e tematiche (febbraio 2012);

- 3) **realizzazione di un sito web**, contenente indicazioni sull'offerta commerciale dei Comuni del Distretto e aperto a inserzioni delle singole imprese (o gruppi di imprese) sulle iniziative commerciali assunte (entro marzo 2012);
- 4) **produzione e divulgazione di materiali riferiti all'offerta commerciale del Distretto**: cartina geografica con rilevazione dei punti vendita e delle loro caratteristiche merceologiche, realizzazione cartellonistica e segnaletica stradale del Distretto del Commercio (periodicamente nel corso del quinquennio preventivato per la durata del Distretto).

L'impegno finanziario per tale intervento di marketing, comunicazione e promozione è quantificato in € 50.000,00 e sarà totalmente a carico dei 4 Comuni e degli sponsor, senza richiesta del contributo regionale.

INTERVENTI PRIVATI

CASTEL MELLA. Investimenti operatori privati

N	Beneficiario	Indirizzo	Tipologia attività	Intervento	Importo
1	DSC Brescia	Via Davide Pinardi, 21	integratori alimentari	allarme con impianto di videosorveglianza, serrande a cancello per le vetrine	7.000,00
2	Ambrosi Michela	Via Santuario 2/B	ferramenta, fai da te, colori, pesca	tende	3.000,00
3	L'Angolo Giallo	Via Santuario, 1/A	abbigliamento	tende da sole, 3 tende sopra gli archi	2.000,00
4	Braga Roberta	Via Roncadelle, 19	tabacchi, cancelleria, lotto	vetri sicurezza, tende sole, tavolini e sedie, ampliamento sistema videosorveglianza, installazione dissuasori	16.500,00
5	Kalundra Viaggi	Via Solone Reccagni, 11	agenzia viaggi	rivestimento vetrina con pellicola microforata	456,00
6	Bar Osteria La Micia di Gnoffo Agata	Via Solone Reccagni, 4	ristorante bar	allestimento gazebo esterno	3.200,00
7	La Cantina s.n.c. Osteria La Masna	Via Macina, 66	osteria	dehors sedie e tavoli da esterno, lavori edili, acquisto impianti videosorveglianza	60.000,00
8	Siro srl	Via Davide Pinardi, 17	elaborazione elettronica dati contabili	sicurezza: acquisto e installazione mezzi dissuasione e anti intrusione, sistema di videosorveglianza	3.500,00
TOTALE INTERVENTI					95.656,00

RONCADELLE. Investimenti operatori privati

N	Beneficiario	Indirizzo	Tipologia attività	Intervento	Importo
1	Trattoria Conti di Baroni Giuseppina	via San Bernardino, 21	trattoria	risistemazione facciata, attrezzature per spazi esterni	20.000,00
2	Tomasi Pierino e Franco snc	via San Bernardino, 10	vendita alimentari, tabaccheria	rifacimento estetico, portoncino, illuminazione esterna (vetrina, faretti, etc.) riqualificazione area esterna	5.000,00
3	Continental Hotel	via Martiri della Libertà, 267	albergo	facciate esterne con cappotto, sistemi di sicurezza con telecamere	90.000,00
4	Gelateria Sottozero	via Martiri della Libertà, 84	gelateria	acquisto e sistemazione di 5 panchine e 2 bidoni	6.000,00
5	Non solo pizza	via Martiri della Libertà, 251	pizza da asporto, friggitoria con consegna a domicilio	acquisto auto a metano per consegne a domicilio, tinteggiatura e stuccatura esterna	25.000,00
6	B&B srl	via Terracini, 10	commerci arredi	sostituzione vetrate tradizionali con termoisolanti	5.870,00
7	Gussoni Ezio	via Pietro Cismondi, 3	commercio fiori	acquisto auto a metano	17.000,00
8	La cartoleria di Panada Erika	via Palmiro Togliatti, 2/L	articoli cartoleria	impianto videosorveglianza, vetrina luminosa, vetrina	2.500,00
9	Carpi Franco	via Martiri della Libertà, 291	farmacia	intervento strutturale riferito alle insegne	15.295,00
10	Casa e luce	via Palmiro Togliatti, 2/F	elettrocasalingshi	messa a norma impianto telesorveglianza e teleallarme, manutenzione straordinaria vetrine	4.000,00
11	Panificio Fanelli di Fanelli P. e C. snc	via Mandolossa, 1	panificio	vetrine	10.000,00
12	BCE di Bettariga Felice	via Fratelli Cervi, 119	commercio elettrodomestici	impianto videosorveglianza, tenda esterna per entrata, furgone a metano, pannelli solari	35.000,00
13	Bar Pasticceria Bencetti Raffaele	via Roma, 45	pasticceria	dehors e loro attrezzature	15.000,00
14	Bar Bocciodromo	via Giuseppe Di Vittorio	bar	impianto allarme e videosorveglianza, arredamento aree esterne con chioschi e tende	7.000,00
15	Gelateria Amici Mieì	via Guglielmo Marconi, 3	gelateria bar	riqualificazione accesso e insegna + dehors, impianto allarme e videosorveglianza, tavoli sedie e arredi	30.000,00
16	Bar Centro Sociale	via Don Carlo Vezzoli, 29	bar	riqualificazione aree esterno, realizzazione impianto videosorveglianza	12.000,00
17	Snack Bar Framir	via Guglielmo Marconi, 40	bar	rifacimento vetrine esterne, realizzazione impianto videosorveglianza	10.000,00
18	Pabo Pizza di Lombardi Fabio	via Martiri della Libertà, 12	pizzeria, gastronomia d'asporto	acquisto e installazione impianti di videosorveglianza e allarme elettronici	6.336,00
19	Nuova Edicola Sas di Inselvini Amelia	Via Roma, 24	rivendita giornali e riviste	manutenzione straordinaria facciate perimetrali	30.000,00
TOTALE					346.001,00

TORBOLE CASAGLIA. Investimenti operatori privati

N	Beneficiario	Indirizzo	Tipologia attività	Intervento	Importo
1	Chico Bomboniere	via Martiri della Libertà, 14	bomboniere, oggettistica, mobili	vetri antisfondamento nelle vetrine con luci aggiuntive, abbellimento facciata con tende	20.000,00
2	Mazzoli srl	via Enrico Mattei, 6	commercio divani	tende esterne, vetrine interattive, touch screen, pannelli solari, impianti videosorveglianza	48.000,00
3	Bonny Prince S.n.c. di Boldini Emanuela & C.	piazza Repubblica, 13	bar, rivendita giornali	installazione attrezzature e mezzi di dissuasione e anti-intrusione con serrande elettriche esterne	12.000,00
4	AZ - Agricole Bresciane Srl	via Giuseppe Mazzini, 1	alimentari e somministrazione	rifacimento facciate e realizzazione dehors esterni per somministrazione prodotti	70.000,00
TOTALE					150.000,00

FLERO. Investimenti operatori privati

N	Beneficiario	Indirizzo	Tipologia attività	Intervento	Importo
1	Barbaggio f.lli S.n.c	via 25 Aprile, 40	ferramenta	messa in sicurezza scala esterna	600,00
2	L'Alternativa di Belloni Jenny	via 25 Aprile, 106	vendita abbigliamento donna	rifacimento vetrina	1.800,00
3	Voglia di Piada di Bertolotti Deborah	piazza le Sorgive, 43	piadineria	allarme, videosorveglianza, insegna	5.200,00
4	Bar Mingò S.a.s di Bonometti Davide & C.	via Umberto I, 83	bar	nuove attrezzature per spazi esterni, risistemazione facciate	45.000,00
5	Ristorante Portichetto di Cassetti Aldo & C. S.n.c	via 25 Aprile, 70	ristorante	risistemazione facciata, installazione nuove tende, tavoli e sedie da esterno	27.000,00
6	Bilu & Bilei store Z.B.I S.r.l	piazza le Sorgive, 26	vendita abbigliamento	insegna luminosa, vetrofanie, impianto allarme, sistema illuminazione vetrina	6.240,00
7	Sartoria for Lady di Chiesa Donatella	via Garibaldi, 34	vendita abbigliamento	fioriere esterne	800,00
8	Gelateria Cordeschi di Cordeschi Daniele	piazza le Sorgive, 41	gelateria	antifurto elettronico, arredamento esterno, insegna, pellicole adesive	4.065,00
9	Cucendo di Covone Maria	via Umberto I, 87	vendita merceria e abbigliamento bimbo	insegna luminosa e vetrina	1.590,00
10	Tacco 12 di Cremaschini Elena	piazza le Sorgive, 48	vendita calzature e accessori	Insegna luminosa, vetrofania, Impianto antifurto, vetrina	20.800,00
11	Tabaccheria Facchini di Divittini Cristina	via Vittorio Emanuele II, 31	vendita prodotti di monopoli e regalo	allarme elettronico, videosorveglianza, rifacimento fioriere e vetrina	15.000,00
12	Tiririca S.a.s di Dos Santos & C.	via Garibaldi, 28/30	snack bar - caffetteria	realizzazione gazebo con copertura scorrevole, sedie, tavoli e tende	30.350,00
13	Mec di Dusi Cristina	piazza le Sorgive	Bar	insegne, tavoli e sedie, dehor, sistema anti intrusione	16.500,00
14	Tom Logan di Faletti Michela	piazza le Sorgive, 49	vendita abbigliamento	insegna luminosa, sistema di allarme anti intrusione	5.000,00
15	Nolita di Gilberti Monica	via Umberto I, 79	vendita abbigliamento	tende vetrine esterne	1.000,00
16	Guerini e Gatta S.n.c	via Vittorio Emanuele II, 10	forneria	Insegna luminosa	900,00
17	Gioiellieri f.lli Gussago S.n.c	via Vittorio Emanuele II, 52/D	gioielleria	luci delle vetrine con lampade a led	6.500,00
18	Trattoria Bersagliere di Marfella Orsolina	via Vittorio Emanuele II, 43	Trattoria	intervento anti intrusione con cancellata su entrata principale	4.351,00
19	Bar Centrale di Masserdotti Aurora Ambra	piazza 4 novembre 93/95	Bar	sistemazione del dehor	25.000,00
20	Fotovideo di Mazzoleni Fabio & C. S.n.c	via Vittorio Emanuele II, 52	fotografia - ottico	sistema di sicurezza, antifurto, serrande anti sfondamento	6.000,00
21	La bottega del giornale di Natali Beatrice	piazza le Sorgive, 23	edicola - articoli da regalo	allarme, vetrina, vetrofania, totem insegna, divanetto da esterno	2.053,10
22	Alessandra moda di Nodari Alessandra	piazza le Sorgive, 34	vendita abbigliamento donna	antifurto, vetrina, insegna	9.960,00
23	Trattoria La Vigna S.a.s di Panni Elisabetta & C.	via Umberto I, 66	trattoria - pizzeria	ristrutturazione dehors e annessi, accessori	35.000,00
24	G & B S.r.l di Peroni Giannino	via Mazzini, 18	vendita abbigliamento	installazione tensostruttura, mezzi di dissuasione e anti intrusione	100.000,00
25	Happy Animals di Antonella Raffelli	via Umberto I, 80	vendita articoli per animali - toelettatura	insegna luminosa e 2 fioriere	800,00
26	Rendez Vous Café di Serioi Omar	via Vittorio Emanuele II, 48	bar	copertura e basamento dehors compreso tende	4.250,00
27	In'cart di Sottini Giuliana	piazza le Sorgive, 50	cartoleria e oggettistica regalo	impianto allarme, insegna luminosa	3.990,00
28	Alessandro Zanola	via Don Maestrini, 36/A	telefonia	tende esterne e tinteggiatura esterna, sistemazione entrata	5.000,00
29	Cartosfera di Zubbiani Luisa	via Vittorio Emanuele II, 10	cartoleria e oggettistica regalo	insegna luminosa	600,00
30	Bar trattoria Primavera di Crotti Enrica	via Brescia, 17	bar caffetteria	barriera di protezione, rifacimento facciata, tavoli e sedie, porta d'entrata	20.000,00
TOTALE INTERVENTI					405.349,10

PIANO FINANZIARIO DEL DISTRETTO

Riepilogo complessivo e dettaglio dei singoli Comuni

Interventi	Costi totali	Cofinanziamento	Contributo regionale	% Contributo regionale
Interventi a finalità pubblica	4.519.776,00	4.319.776,00	200.000,00	4,42%
Interventi a finalità privata (n. 62)	997.006,00	797.006,00	200.000,00	20,06%
Ulteriori disponibilità finanziarie		50.000,00		
TOTALE	5.516.782,00	5.166.782,00	400.000,00	7,25%
Costi di gestione e coordinamento	20.000,00	0,00	20.000,00	100%
TOTALE COSTI DEL DISTRETTO	5.536.782,00	5.166.782,00	420.000,00	7,59%

RONCADELLE		
Interventi	Operatori	Importi
Interventi a finalità pubblica	1	3.350.000,00
Interventi a finalità privata	19	346.001,00
TOTALE	20	3.696.001,00

CASTEL MELLA		
Interventi	Operatori	Importi
Interventi a finalità pubblica	1	47.393,00
Interventi a finalità privata	8	95.656,00
TOTALE	9	143.049,00

FLERO		
Interventi	Operatori	Importi
Interventi a finalità pubblica	1	123.383,00
Interventi a finalità privata	31	405.349,00
TOTALE	32	528.732,00

TORBOLE CASAGLIA		
Interventi	Operatori	Importi
Interventi a finalità pubblica	1	949.000,00
Interventi a finalità privata	4	150.000,00
TOTALE	5	1.099.000,00

4 COMUNI DEL DISTRETTO		
Interventi	Operatori	Importi
Marketing territoriale	4	50.000,00

TEMPI DI REALIZZAZIONE

CASTEL MELLA: cronotabella realizzazione interventi pubblici

N	Comune	Intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Castel Mella	asfaltatura, abbattimento di barriere architettoniche, abbassamento marciapiedi e formazione dossi dissuasori di velocità con passaggio pedonale									
2	Castel Mella	fioriere in graniglia da collocare nel territorio comunale									
3	Castel Mella	acquisto contenitori per raccolta differenziata da distribuire ai cittadini, sensibilizzazione tramite distribuzione di ecocalendario per le famiglie con criteri e modalità per la raccolta differenziata									

FLERO: cronotabella realizzazione interventi pubblici

N	Comune	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Flero	Sistemazione percorsi ciclo-pedonali del parco Barboglio, piantumazione, sostituzione illuminazione pubblica, nuovi attraversamenti									

RONCADELLE: cronotabella realizzazione interventi pubblici

N	Comune	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Roncadelle	riqualificazione di via Roma e via San Bernardino									

TORBOLE CASAGLIA: cronotabella realizzazione interventi pubblici

N	Comune	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Torbole Casaglia	interventi sulla viabilità centrale del Comune con opere di riqualificazione varia									

4 COMUNI: cronotabella realizzazione interventi marketing territoriale

N	Comuni	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Castel Mella, Flero, Roncadelle, Torbole Casaglia	marketing territoriale									

RONCADELLE: cronotabella realizzazione interventi privati

N	Beneficiario	Intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Trattoria Conti di Baroni Giuseppina	risistemazione facciata, attrezzature per spazi esterni									
2	Tomasi Pierino e Franco snc	refacimento estetico, portoncino, illuminazione esterna (vetrina faretto, etc.) riqualificazione area esterna									
3	Continental Hotel	facciate esterne con cappotto, sistemi di sicurezza con telecamere									
4	Gelateria Sottozero	acquisto e sistemazione di 5 panchine e 2 bidoni									
5	Non solo pizza	acquisto auto a metano per consegne a domicilio, tinteggiatura e stuccatura esterna									
6	B&B srl	sostituzione vetrate tradizionali con termoisolanti									
7	Gussoni Erio	acquisto auto a metano									
8	La cartoleria di Panada Erika	impianto videosorveglianza, vetrina luminosa									
9	Carpi Franco	intervento strutturale riferito alle insegne									
10	Casa e luce	messa a norma impianto telesorveglianza e teleallarme, manutenzione straordinaria vetrine									
11	Panificio Fanelli di Fanelli P. e C. snc	vetrine									
12	BCE di Bettariga Felice	impianto videosorveglianza, tenda esterna per entrata, furgone a metano, pannelli solari									
13	Bar Pasticceria Benicetti Raffaele	dehors e attrezzature									
14	Bar Bocciodromo	impianto allarme e videosorveglianza, arredamento aree esterne con chioschi e tende									
15	Gelateria Amici Miel	riqualificazione accesso e insegna + dehors, impianto allarme e videosorveglianza, tavoli sedie e arredi									
16	Bar Centro sociale	riqualificazione aree esterno, realizzazione impianto videosorveglianza									
17	Snack Bar Framir	refacimento vetrine esterne, realizzazione impianto videosorveglianza									
18	Pabo Pizza di Lombardi Fabio	acquisto e installazione impianti di videosorveglianza e allarme elettronici									
19	Nuova Edicola Sas di Inseghini Amelia	manutenzione straordinaria facciate perimetrali									

FLERO: cronotabella realizzazione interventi privati

N	Beneficiario	Intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Barbaglio f.lli S.n.c	messa in sicurezza scala esterna									
2	L'Alternativa di Beilioni Jenny	rifacimento vetrina									
3	Voglia di Piada di Bertolotti Deborah	allarme, videosorveglianza, insegna									
4	Bar Mingò S.a.s di Bonometti Davide & C.	nuove attrezzature per spazi esterni, risistemazione facciate									
5	Ristorante Portichetto di Cassetti Aldo & C. S.n.c	risistemazione facciata, installazione nuove tende, tavoli e sedie da esterno									
6	Bilu & Bilei store Z.B.L.S.r.l	insegna luminosa, vetrofania, impianto allarme, sistema illuminazione vetrina									
7	Sartoria for Lady di Chiesa Donatella	fioriere esterne									
8	Gelateria Cordeschi di Cordeschi Daniele	antifurto elettronico, arredamento esterno, insegna, pellicole adesive									
9	Cucendo di Covone Maria	insegna luminosa e vetrina									
10	Tacco 12 di Cremaschini Elena	insegna luminosa, vetrofania, impianto antifurto, vetrina									
11	Tabaccheria Facchini di Divittini Cristina	allarme elettronico, videosorveglianza, rifacimento fiore e vetrina									
12	Tiririca S.a.s di Dos Santos & C.	realizzazione di gazebo con copertura con sedie, tavoli e tende									
13	Mec di Dusi Cristina	insegne, tavoli e sedie, dehors, sistema anti intrusione									
14	Tom Logan di Faletti Michela	insegna luminosa, sistema di allarme anti intrusione									
15	Nolita di Gilberti Monica	tende vetrine esterne									
16	Guerini e Gatta S.n.c	insegna luminosa									
17	Gioiellieri f.lli Gussago S.n.c	luci delle vetrine con lampade a led									
18	Trattoria Bersagliere di Marfella Orsolina	intervento anti intrusione con cancellata su entrata principale									
19	Bar centrale di Masserdotti Aurora Ambra	sistemazione dehors									
20	Fotovideo di Mazzoleni Fabio & C. S.n.c	sistema di sicurezza, antifurto, serrande anti sfondamento									
21	La bottega del giornale di Natali Beatrice	allarme, vetrina, vetrofania, totem insegna, divanetto da esterno									
22	Alessandra moda di Nodari Alessandra	antifurto, vetrina, insegna									
23	Trattoria La Vigna S.a.s di Panni Elisabetta & C.	ristrutturazione dehors e annessi, accessori									
24	G & B S.r.l di Peroni Giannino	installazione tensostruttura, mezzi di dissuasione e anti intrusione									
25	Happy Animals di Antonella Raffelli	insegna luminosa e 2 fiore									
26	Rendez Vous caffè di Serioi Omar	copertura e basamento dehors compreso tende									
27	In'cart di Sottini Giuliana	impianto allarme, insegna luminosa									
28	Alessandro Zanola	tende esterne e tinteggiatura esterna, sistemazione entrata									
29	Cartosfera di Zubbiani Luisa	insegna luminosa									
30	Bar trattoria Primavera di Crotti Enrica	barriera di protezione, rifacimento facciata, tavoli e sedie, porta d'entrata									

CASTEL MELLA: cronotabella realizzazione interventi privati

N	Beneficiario	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	DSC Brescia	allarme con impianto di videosorveglianza serrande a cancello per le vetrine									
2	Ambrosi Michela	tende									
3	L'angolo giallo	tende da sole, 3 tende sopra gli archi									
4	Braga Roberta	vetrine con vetri speciali sicurezza, tende sole, tavolini e sedie, ampliamento sistema videosorveglianza, installazione dissuasori fissi									
5	Kalundra Viaggi	rivestimento vetrina con pellicola microforata									
6	Bar Osteria La micia di Gnoffo Agata	allestimento gazebo esterno									
7	La Cantina s.n.c. Osteria La Masna	dehors sedie e tavoli da esterno lavori edili acquisto impianti videosorveglianza									
8	Siro srl	sicurezza: acquisto e installazione di mezzi di dissuasione e antintrusione, sistema di videosorveglianza									

TORBOLE CASAGLIA: cronotabella realizzazione interventi privati

N	Beneficiario	Tipo di intervento	II trim. 2011	III trim. 2011	IV trim. 2011	I trim. 2012	II trim. 2012	III trim. 2012	IV trim. 2012	I trim. 2013	II trim. 2013
1	Chico Bomboniere	bomboniere, oggettistica, mobili									
2	Mazzoli srl	commercio divani									
3	Bonny Prince S.n.c. di Boldini Emanuela & c.	bar, rivendita giornali									
4	AZ - Agricole Bresciane Srl	alimentari e somministrazione									

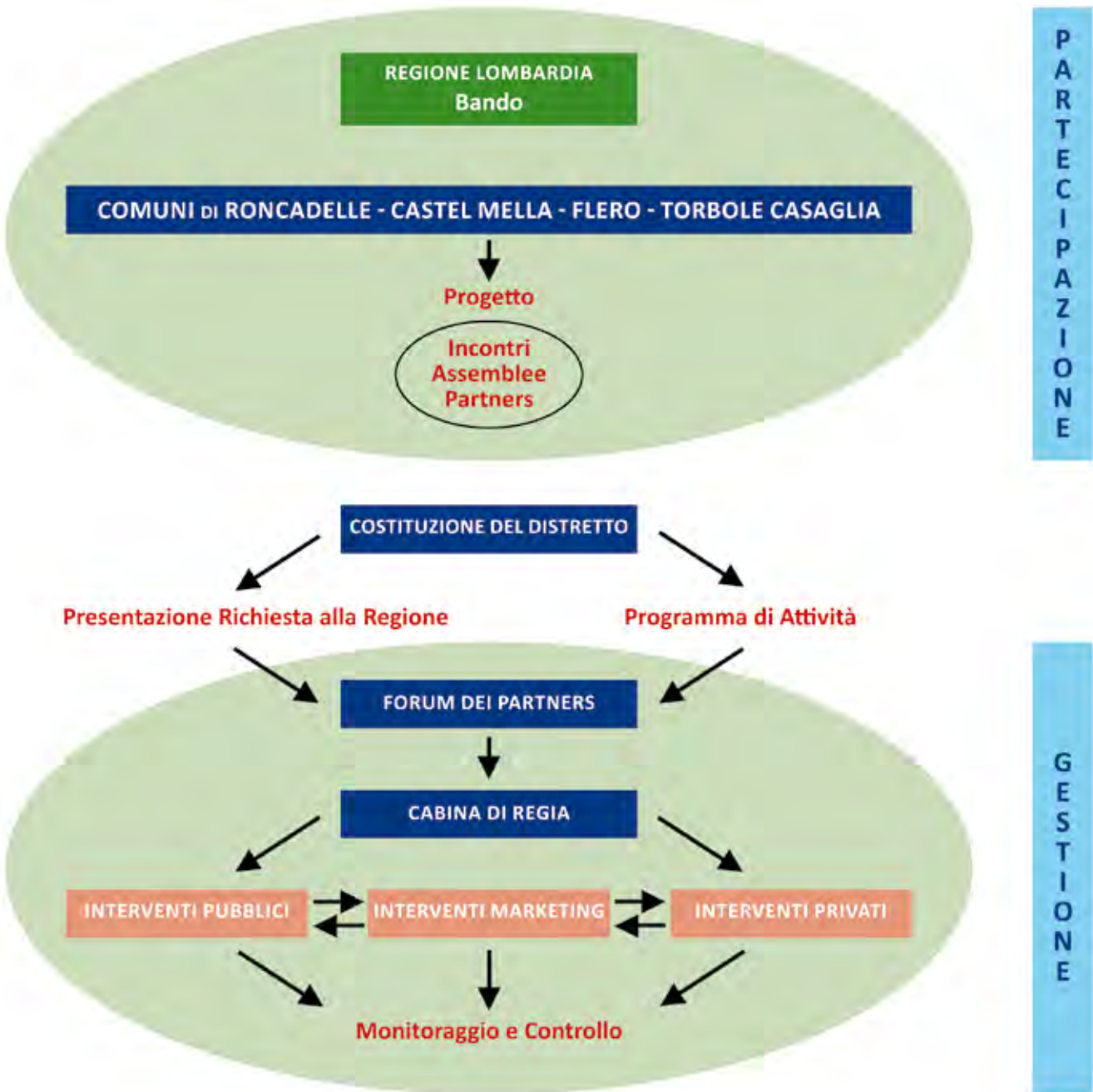
TAVOLE DI SINTESI

Riepilogo ai fini della procedura di valutazione

CRITERIO	ELEMENTI PREMIANTI CONTENUTI NEL PROGRAMMA DI DISTRETTO	RIFERIMENTO
Composizione ed effettivo coinvolgimento del partenariato	* al Distretto aderiscono 4 Comuni, entità superiore al minimo del 4° bando	pag. 4
	* sottoscrivono l'accordo di Distretto le 2 associazioni di categoria	pag. 20
	* sono presenti soggetti pubblici e privati del turismo e dei servizi	pag. 20
	* sono individuati e formalizzati organismi di gestione (forum dei partecipanti e cabina di regia)	pag. 23
Analisi del contesto	* l'analisi del contesto è stata condotta con particolare approfondimento del settore del commercio, come logico trattandosi di un Bando a esso riferito, mediante rilevazioni e comparazioni territoriali	pag. 6-13
	* sulla base del dimensionamento e delle caratteristiche dei sistemi distributivi locali, è stata definita la strategia di sviluppo del settore nel futuro, individuando un posizionamento della rete orientato al servizio di prossimità a livello comunale e di attrazione su scala sovracomunale (Distretto), da attuarsi mediante una più efficace integrazione con le politiche pubbliche in campo urbanistico, una maggiore omogeneità nei metodi di comunicazione e promozione, un nuovo rapporto tra il commercio tradizionale e la media e grande distribuzione presente nel territorio del Distretto	pag. 24-29
Qualità del Programma	* la perimetrazione del Distretto è stata assunta sulla base di un'analisi dei sistemi distributivi locali e finalizzata a creare il massimo di opportunità d'innovazione per le imprese e di servizio per i consumatori	pag. 18-19
	* sono descritte le modalità di monitoraggio, mediante indicatori di effetto e rilevazioni periodiche sull'evoluzione della rete, anche avvalendosi della strumentazione informatica degli Sportelli Unici Comunali	pag. 27
	* la trasversalità del programma è garantita dal fatto che le "azioni" intraprese in sede di Distretto del Commercio riguardano tematiche afferenti non solo le imprese commerciali, ma anche la qualità urbana (es. verde, strade, sicurezza, turismo, lavoro, etc.)	pag. 29-32
Qualità, innovazione ed efficacia degli interventi previsti	* tutti i Comuni del Distretto hanno intrapreso l'accreditamento per il SUAP, strumento di semplificazione delle procedure. Attraverso la strumentazione SUAP verrà supportata l'attività del Distretto del Commercio, anche ai fini del monitoraggio sull'evoluzione della rete commerciale e sulla tempistica ed entità delle variazioni promosse dal Programma di Distretto	pag. 29
	* una delle problematiche affrontate non più dai singoli Comuni, ma in modo unitario dal Distretto sarà quello degli orari e delle aperture domenicali e festive, sia per garantire omogeneità territoriale e, quindi, corrette condizioni concorrenziali alle imprese, sia per i risvolti occupazionali, sia infine per l'intrapresa d'iniziativa di responsabilità sociale d'impresa, come indicate dal comma 10 dell'articolo 103 della l.r. 6/2010	pag. 27
	* si segnala che alcune iniziative, sia di tipo pubblico che privato, sono già state cantierate e, addirittura, concluse	pag. 37 e seg.
Piano finanziario del Distretto	* la durata del Distretto è stabilita in un periodo minimo di 5 anni, superiore al triennio previsto dal 4° bando e dotato, grazie alle partnership costruite, di sufficiente prospettiva finanziaria	pag. 23
	* nel bando in oggetto, mediante i contenuti della l.r. 6/2010 articolo 103 e la condivisione delle Associazioni di categorie, è prevista un'entrata aggiuntiva al contributo regionale stimata in € 50.000,00 da parte di partner privati non beneficiari di contributo regionale	pag. 36

TAVOLE DI SINTESI

Modello evolutivo del Distretto del Commercio



ALLEGATI

pagine 44-45

Allegato A:

SCHEDA RIEPILOGATIVA DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

pagine 46-49

Allegato B:

LETTERE D'INVITO AGLI OPERATORI COMMERCIALI

pagina 50

Allegato C:

LETTERA D'INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ALLE ASSOCIAZIONI



IV BANDO "DISTRETTI DEL COMMERCIO"- REGIONE LOMBARDIA

Il Distretto del Commercio diffuso di rilevanza intercomunale

Il Distretto del Commercio diffuso di rilevanza intercomunale (DID) è un'area di rilevanza intercomunale nelle quali i cittadini, le imprese e realtà sociali liberamente aggregati fanno del commercio il fattore strategico di integrazione e valorizzazione delle risorse del territorio, per accrescere l'attrattività dello stesso, rigenerare il tessuto urbano e proporsi con le sue caratteristiche. Per costituire un nuovo Distretto Diffuso di rilevanza Intercomunale del Commercio è un'aggregazione di almeno tre Comuni

Soggetti (per una proposta di Distretto del Commercio è necessaria la partecipazione finanziaria sia della parte pubblica che privata)

- Comuni, Comunità Montana, Unione di Comuni
- Associazioni, consorzi, cooperative
- Partner pubblici e privati (tra i quali Imprese del commercio, del turismo e dei servizi avente attività definita come dall'allegato 1 del Bando)

Finalità del Bando sul Distretto del Commercio

Porre al centro dell'attenzione la qualificazione commerciale dei luoghi urbani, attraverso progetti sulle aree, sul territorio e sulle funzioni urbane, da un lato, e dall'altro attraverso interventi di qualificazione delle imprese e delle reti commerciali del Distretto e fornire contributi strumenti per contribuire a realizzarlo

Domande

Vanno presentate in Regione Lombardia dal 16 maggio 2011 dalle 9.00 al 30 giugno 2011. Pertanto le dichiarazioni di disponibilità da parte dei singoli operatori commerciali vanno comunicate all'Ufficio Commercio del Comune di Roncadelle entro il 25 maggio (telefono: 030.2589672; e-mail: sportellounico@comune.roncadelle.bs.it).

Tempi di realizzazione degli interventi:

Le attività previste dal Programma devono concludersi entro 18 mesi dalla data di pubblicazione sul Burl della graduatoria. E' prevista una proroga accordata da Regione Lombardia, dopo una richiesta motivata, per un periodo non superiore a 180 giorni.

Tipologia di interventi previsti nel distretto da parte delle imprese private

• Interventi strutturali

Ideazione ed attuazione di interventi di realizzazione, restauro, risanamento, ristrutturazione patrimonio edilizio destinato al commercio in sede fissa e su aree pubbliche (ad esempio interventi di manutenzione straordinaria e di qualificazione estetica coordinata dei negozi e dei chioschi - anche edicole- con esclusivo riferimento a facciate, vetrine, insegne, dehors e loro attrezzature)

• Sicurezza

Ideazione e realizzazione di opere per la sicurezza per le persone, le merci e gli immobili (es: installazione di sistemi di videosorveglianza e di allarme elettronici)

• Interventi per la sostenibilità energetica ed ambientale

Ideazione e realizzazione di interventi per favorire la minore emissione di sostanze inquinanti, il miglioramento del contesto ambientale, la riduzione dei consumi, il risparmio energetico e soluzioni per una migliore sostenibilità.

Spese ammissibili sostenute da operatori privati

1. acquisizione di nuove attrezzature per spazi esterni ai locali ad uso commerciale (tende, dehors, tavoli e sedie da esterno, chioschi per le edicole) compresa manodopera, installazione ed opere murarie strettamente connesse alla posa in opera delle attrezzature finanziabili;
2. lavori e opere edili per la risistemazione di facciate e fronti strada a quota marciapiede, pertinenti ad attività commerciali, turismo e servizi;
3. acquisto di mezzi per la mobilità dolce funzionali all'intervento di valorizzazione del distretto, nel caso di mezzi motorizzati, esclusivamente a metano, elettrici o misti;
4. vetrine, anche vetrine interattive touch screen con affaccio sulla strada;
5. acquisto di pannelli solari (non saranno finanziati gli impianti);
6. acquisto e installazione di sistemi esterni di video-sorveglianza e di allarme elettronici, installazione di mezzi di dissuasione ed anti-intrusione.

Non sono ammissibili le spese relative a:

- acquisto di terreni e/o immobili;
- materiali di consumo e minuterie;
- contratti di manutenzione;
- acquisto di materiali e di attrezzature usati;
- acquisto di software gestionali e di hardware;
- interventi riguardanti parti di immobili che non hanno affaccio sulla pubblica via (no interno cortili o entrate secondarie, etc.);
- costo del personale dipendente da pubbliche amministrazioni;
- acquisto di mezzi motorizzati alimentati esclusivamente a benzina o diesel;
- attrezzature, beni e arredi ubicati all'interno del punto vendita e rifacimento di impianti interni;
- impianti fotovoltaici;
- pagamenti sostenuti in contanti o mediante assegno circolare.

Sono ammissibili le spese fatturate dal 1 marzo 2011

Per interventi di iniziativa privata il contributo regionale è **pari al massimo al 50%** delle spese ritenute ammissibili a fondo perduto.

Gli interventi oggetto di contributo ai sensi del presente bando **non** potranno godere, per la realizzazione delle medesime spese, di ulteriori agevolazioni ed incentivi di fonte statale, regionale e comunitaria.

Il bando completo è disponibile su: www.comune.roncadelle.bs.it.

Roncadelle, 10 maggio 2011



COMUNE di RONCADELLE

(Provincia di Brescia)

Via Roma, 50 - 25030 Roncadelle (BS) - Tel. 030 2589611 - Fax 030 2589659

Prot. 7946/08/04

Roncadelle, 21/04/2011

A tutti gli operatori commerciali del Comune

L'Amministrazione Comunale intende promuovere con i Comuni di Torbole Casaglia e di Castel Mella un Distretto del Commercio, al fine di individuare strategie e iniziative comuni per la valorizzazione dei sistemi commerciali locali.

La creazione di un Distretto, tra l'altro, consente la partecipazione ad un bando regionale finalizzato all'erogazione di contributi per il miglioramento e l'ammodernamento dei piccoli esercizi commerciali.

Al fine di illustrare i contenuti di tale opportunità e di verificare l'interesse degli operatori ad investimenti nella propria attività che potrebbero essere cofinanziati dalla Regione, l'Amministrazione Comunale ha indetto

per il giorno Mercoledì 04 maggio 2011

alle ore 20:30

presso la Sala Consigliare

un incontro con gli operatori del settore commercio, avente come tema:

“Il Distretto del Commercio: obiettivi, opportunità di sviluppo e di finanziamento per il commercio locale”

All'incontro saranno presenti gli Amministratori Comunali ed i Tecnici.
Sono state altresì invitate le Associazioni dei commercianti.

Data l'importanza dei temi in discussione, contiamo sulla presenza e sulla puntualità.
Cordiali saluti,

Il Sindaco
Michele Orlando



L'Assessore alle Attività Produttive
Damiano Spada



COMUNE di RONCADELLE

(Provincia di Brescia)

via Roma, 50

telefono 030-2589611 telefax 030 - 2589659

Roncadelle, 10 / 5 / 2011

A tutti gli operatori commerciali
del Comune di Roncadelle

Oggetto: promozione del Distretto del Commercio

Egredi Signori, Gentili Signore,

nell'incontro del 4 maggio scorso abbiamo presentato l'intenzione di promuovere il Distretto del Commercio in sinergia con i comuni di Castel Mella e Torbole Casaglia.

Il distretto del Commercio è un'opportunità di sviluppo per il commercio locale che, attraverso progetti promossi sia da enti pubblici che da singole imprese del commercio, del turismo e dei servizi, nell'immediato permette di ottenere un finanziamento a fondo perduto, pari sino al 50% delle spese sostenute: ad esempio, gli interventi ammessi riguardano il miglioramento e l'ammodernamento edilizio, funzionale ed estetico, oppure la riqualificazione energetica o la sicurezza.

Considerando questo possibile beneficio, invitiamo tutti voi operatori economici a valutare attentamente il materiale di approfondimento che alleghiamo alla presente, al fine di poter raccogliere il prima possibile le adesioni degli interessati (indicativamente entro il 25 maggio). Chiariamo che ogni adesione non risulta vincolante, in quanto la realizzazione dell'intervento potrà avvenire anche dopo la certezza di assegnazione del contributo.

Poter contribuire alla valorizzazione dei sistemi commerciali locali, in momenti di generale difficoltà, è un'occasione di sicuro valore e quindi confidiamo in una forte partecipazione degli operatori. L'Ufficio Commercio del Comune è a completa disposizione per ogni possibile chiarimento (030.2589672).

Ringraziando della preziosa collaborazione, certi di un positivo riscontro, con l'occasione porgiamo distinti saluti.

L'Assessore alle Attività Produttive
Damiano Spada



il Sindaco
Michele Orlando



Comune di Castel Mella

(Provincia di Brescia)

Piazza Nuova n. 3 - 25030 Castel Mella (BS)

Tel. 030/25.50.811 Fax 030/25.50.892 e-mail: comune@comune.castelmella.bs.it
C.F. e P.IVA 00886000173

A tutti gli operatori commerciali del Comune

L'Amministrazione Comunale intende promuovere con i Comuni di Roncadelle e di Torbole Casaglia un Distretto del Commercio, al fine di individuare strategie e iniziative comuni per la valorizzazione dei sistemi commerciali locali.

La creazione di un Distretto, tra l'altro, consente la partecipazione ad un bando regionale finalizzato all'erogazione di contributi per il miglioramento e l'ammodernamento delle imprese.

Al fine di illustrare i contenuti di tale opportunità e di verificare l'interesse degli operatori ad investimenti nella propria attività che potrebbero essere cofinanziati dalla Regione, l'Amministrazione Comunale ha indetto

per il giorno mercoledì 27 aprile 2011

alle ore 20.30

Presso la Sala Consiliare, Piazza Nuova n. 3

un incontro con gli operatori del settore commercio, avente come tema:

**“Il Distretto del Commercio: obiettivi, opportunità di sviluppo
e di finanziamento per il commercio locale”**

All'incontro saranno presenti gli Amministratori Comunali ed i Tecnici. Sono state altresì invitate le Associazioni dei commercianti.

Data l'importanza dei temi in discussione, contiamo sulla presenza e sulla puntualità.

Cordiali saluti,

Il Sindaco
(Ettore Aliprandi)



Comune di Flero

Provincia di Brescia

Tel. 030.2563173

e-mail : poliziale@comune.flero.bs.it

Fax. 030.2761200

A tutti gli operatori commerciali
del Comune di Flero (Bs)

L'Amministrazione Comunale intende promuovere con i Comuni di Roncadelle, Torbole Casaglia e di Castelmella un Distretto del Commercio, al fine di individuare strategie e iniziative comuni per la valorizzazione dei sistemi commerciali locali.

La creazione di un Distretto, tra l'altro, consente la partecipazione ad un bando regionale finalizzato all'erogazione di contributi per il miglioramento e l'ammodernamento delle imprese.

Al fine di illustrare i contenuti di tale opportunità e di verificare l'interesse degli operatori ad investimenti nella propria attività che potrebbero essere co-finanziati dalla Regione, l'Amministrazione Comunale ha indetto

Per il giorno 6 giugno 2011

Alle ore 20.30

Nel saloncino di Villa Grasseni Via Mazzini 11.

Un incontro con gli operatori del settore commercio, avente come tema:

**“Il Distretto del Commercio: obiettivi, opportunità di sviluppo
e di finanziamento per il commercio locale”**

All'incontro saranno presenti gli Amministratori Comunali ed i Tecnici. Sono state altresì invitate le Associazioni dei commercianti.

Data l'importanza dei temi in discussione, contiamo sulla presenza e sulla puntualità.



Il Sindaco
Nadia Pedersoli



COMUNE DI FLERO

(Provincia di Brescia)

Spett.le _____

Il Comune sta partecipando alla costituzione di un Distretto del Commercio con i Comuni di Roncadelle, Castel Mella e Torbole Casaglia.

Il Distretto del Commercio è un'area di rilevanza intercomunale nelle quali i cittadini, le imprese e realtà sociali liberamente aggregati fanno del commercio il fattore strategico di integrazione e valorizzazione delle risorse del territorio, per accrescere l'attrattività dello stesso e rigenerare il tessuto urbano.

I partners che costituiscono questo Distretto sono Comuni, Associazioni di categoria, Associazioni varie, Istituzioni pubbliche e private, Imprese e operatori commerciali.

Le finalità di tale progetto sono di porre al centro dell'attenzione la qualificazione commerciale dei luoghi urbani attraverso due diverse modalità, da un lato progetti sulle aree, sul territorio e sulle funzioni urbane e dall'altro interventi di qualificazione delle imprese e delle reti commerciali del Distretto.

Per realizzare tutto ciò la Regione Lombardia nel IV Bando del Distretto del Commercio mette a disposizione risorse per contribuire a realizzarlo.

Vi chiediamo quindi di aderire a tale progetto per raccogliere attorno a questa iniziativa le varie realtà del territorio affinché possano dare un apporto alla progettualità e favorire l'aggregazione. Vi precisiamo che tale adesione non comporta nessun impegno finanziario da parte vostra.

Nella progettualità presentata alla Regione Lombardia da parte del Distretto al fine di ottenere un contributo alla realizzazione degli investimenti sia pubblici che privati proposti, costituisce fattore premiante l'adesione di Associazioni, Imprese e realtà varie del territorio, come la vostra.

Distintamente.

IL SINDACO
(*Nadia Pedersoli*)