



**Comune di
Bonate Sopra**



**Comune di Bonate
Sotto**



**Comune di
Presezzo**

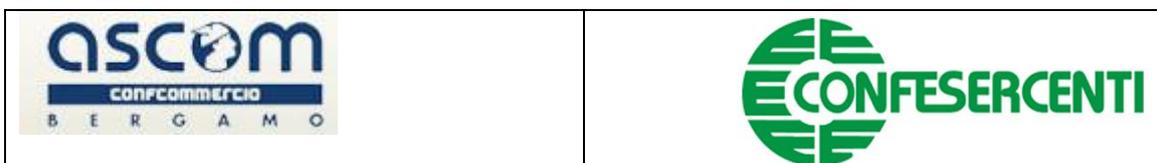
(Provincia di Bergamo)

PROGRAMMA DI INTERVENTO DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO "Lexena"



Regione Lombardia

Giugno 2011



INDICE DEL PROGRAMMA DI DISTRETTO

Parte I Ambito nel quale si sviluppa il Distretto

Introduzione

1. Il ruolo del commercio e la sua evoluzione
2. Perché un Distretto diffuso del commercio

Contesto del Distretto

1. Area di riferimento del Distretto
 - 1.1 L'area scelta per il Distretto
2. Descrizione dell'area di Distretto
 - 2.1 Metodologia di indagine
 - 2.2 Il contesto ambientale
 - 2.3 Analisi demografica
 - 2.4 La situazione commerciale
 - 2.5 Il turismo
 - 2.6 Analisi SWOT

Parte II Linee strategiche di distretto

Il Distretto

1. I Confini del Distretto
2. Gli obiettivi strategici del Distretto
3. Strategia del Distretto e piano degli interventi
 - 3.1 Piano degli interventi
 - 3.2 Focus Interventi delle imprese
4. Partenariato
 - 4.1 Partner pubblici e associazioni di categoria
 - 4.2 Partner privati
 - 4.3 Modello di gestione del Distretto
5. Piano finanziario e tempi di realizzazione

Parte III Valutazione del Distretto e Comunicazione

1. Monitoraggio e comunicazione
 - 1.1 Monitoraggio valutazione
 - 1.2 Comunicazione

Parte I

Ambito nel quale si sviluppa il Distretto

INTRODUZIONE

1 Il ruolo del commercio e la sua evoluzione

Negli ultimi anni si è assistito sul territorio bergamasco ad un cambiamento nella concezione commerciale, che vede sempre più la necessità **di cooperazione e coinvolgimento** di diversi settori nell'ambito della crescita urbana ed economica di un territorio. Il commercio sta subendo dei cambiamenti, che lo portano da un lato a dover convivere con la concorrenza di centri commerciali e outlet che pur non essendo presenti sul territorio del Distretto del commercio in esame lo sono nella cintura più ristretta. Dall'altro con le mutate esigenze della clientela, formata da anziani che possono fare acquisti durante la giornata e da molti soggetti in età da lavoro che hanno poco tempo per gli acquisti, concentrati la sera (pertanto nei centri commerciali) e il fine settimana (giornate di maggiore affluenza anche per i piccoli negozi).

Il commercio deve pertanto operare per favorire la sua permanenza sul territorio:

- Cooperando con le altre imprese commerciali e non del territorio
- Puntando su strategie di marketing allargato e non rivolto alla singola impresa
- Migliorando ed in certi casi diversificando i servizi offerti
- Contribuendo ad una maggiore diffusione delle eccellenze del territorio, che possono attrarre utenti extra-distretto

La capacità competitiva di un sistema territoriale infatti può essere definita come la capacità di:

- Individuare i punti di forza e le opportunità che un territorio è in grado di offrire e unirli al fine di raggiungere medesimi obiettivi
- Assicurare che questi punti di forza abbiano le migliori condizioni per il loro corretto sviluppo, in un'ottica di integrazione e visibilità

Il commercio deve svolgere un ruolo di **agente di integrazione** di uno sviluppo più vasto del territorio capace di individuare la vocazione economica dell'area rispetto alle esigenze della società locale e di rafforzare un processo identitario a livello di comunità.

Il processo di integrazione deve svilupparsi attraverso una interdipendenza di diverse azioni, al fine di ottimizzare risorse e favorire economie di scala.

2 Perché un Distretto diffuso del commercio

Lo strumento del Distretto, che Regione Lombardia ha messo a disposizione del territorio, grazie al suo carattere flessibile e di valenza *bottom-up*, è in grado di rispondere a diverse esigenze del territorio e del commercio. Prevede la cooperazione tra soggetti pubblici (in questo caso 3 amministrazioni comunali) e soggetti privati (imprese e associazioni) per la realizzazione di progettualità che richiamino utenti sul territorio e favoriscano la nascita di nuove attività commerciali ed il consolidamento di quelle esistenti.

I Comuni di Bonate Sopra, Bonate Sotto e Presezzo presentano sul loro territorio aree centrali, anche di pregio, che hanno bisogno di essere valorizzate non solo da un punto di vista estetico (in passato sono stati realizzati diversi progetti per renderle maggiormente interessanti) ma

soprattutto da un punto di vista sociale: **questi territori necessitano di essere vissuti dagli utenti**, in quanto hanno diverse valenze storiche e tradizionali che devono essere valorizzate appieno.

A questo si aggiunge il fatto che le imprese hanno manifestato in passato la necessità di essere maggiormente informate sulle normative e sulle opportunità che possono favorire una loro crescita, e un **miglioramento delle attività gestionali**, anche attraverso momenti formativi.

Infine la necessità di fare rete più volte manifestata dalle imprese ed in alcuni casi già sperimentata da alcune imprese operanti sulla stessa area territoriale. In questo senso un'azione di **marketing territoriale** deve riuscire non solo ad attrarre investimenti esterni, ma ad innestare a livello locale un vero e proprio processo di sviluppo e di cooperazione in rete dei soggetti che operano sull'area.

In particolare è importante mettere in evidenza le **difficoltà riscontrate in alcuni dei centri comunali in esame nel presente distretto**: le imprese sono diffidenti verso forme di cooperazione e culturalmente non hanno ancora capito l'importanza di un processo collaborativo. Inoltre in particolare il centro di Bonate Sopra assiste ad un lento processo di spopolamento commerciale che attraverso il Distretto si vorrebbe rallentare al fine di favorire lo sviluppo di nuove aree dedicate al commercio.

Da qui l'idea di dare vita ad un Distretto del commercio, che favorisca una conciliazione tra lo sviluppo del territorio e quello del commercio e che crei le condizioni per una migliore qualità della vita urbana, rivitalizzando le aree storiche dei tre paesi e proponendo una **fruizione "slow" del territorio, nell'ottica di offrire un'area attrattiva anche in vista di expo2015**.

CONTESTO DEL DISTRETTO

1. Area di riferimento del Distretto

Il presente paragrafo intende mettere in evidenza l'area di riferimento del Distretto Commerciale e indicare da un punto di vista urbanistico il tessuto commerciale che si intende valorizzare e promuovere.

1.1 L'area scelta per il Distretto

I comuni facenti parte del Distretto del Commercio sono: Bonate Sopra, Bonate Sotto e Presezzo, tutti situati in provincia di Bergamo.

	Superficie Km/q	Altitudine	Zona altimetrica	Provincia
Bonate Sopra	5,94 Km/q	230 m s.l.m.	Pianura	Bergamo
Bonate Sotto	6,27 Kmq	215 m s.l.m.	Pianura	Bergamo
Presezzo	2,13 Kmq	236 m s.l.m.	Pianura	Bergamo
Totale	<i>14,34</i>	-	-	-

Fonte: rielaborazione dati Annuario Statistico Regionale della Lombardia

Complessivamente la superficie territoriale dei comuni del Distretto è pari a 14,34 Km/q, ma i tre comuni risultano essere di piccole dimensioni, essi infatti non superano la soglia dei 7 Km/q. La totalità della superficie della Provincia di Bergamo è di 2.722,86 Km/q, quella regionale di 23.863 Km/q.

L'area di intervento su cui operare è stata identificata sulla base della risposta ricevuta da parte delle imprese operanti sul territorio dei tre comuni interessati dal progetto e sulla volontà espressa dalle amministrazioni comunali di **riqualificare elementi nevralgici del tessuto storico-commerciale ed urbanistico**: riqualificazione di importanti aree ad alta densità commerciale.

Si specifica che nel corso della elaborazione della strategia di Distretto NON è stata fatta alcuna scelta di perimetro, ma è stata data la possibilità all'intero territorio di concorrere all'iniziativa, come previsto anche dal bando. Obiettivo delle amministrazioni comunali e dei commercianti infatti è quello di dare vita ad un Distretto diffuso, che racchiuda al suo interno l'intero territorio dei 3 comuni. Questa scelta è stata fatta anche a causa delle **ridotte dimensioni dei comuni coinvolti** e della necessità per il territorio di avviare **forme di collaborazione estese** ed in grado di facilitare una crescita comune di intenti per favorire lo sviluppo del territorio.

2. Descrizione dell'area di Distretto

Il settore del commercio e della distribuzione di merci ha assunto un ruolo di primo piano nello sviluppo del sistema economico lombardo, arrivando oggi a produrre circa il 13,5% del PIL regionale ed il 18% dell'occupazione complessiva (pari a circa 650mila occupati). Tuttavia, l'importanza della distribuzione commerciale risiede anche nella sua capacità di **attuare cambiamenti radicali** in tutta la catena del valore per rispondere all'evoluzione della domanda dei consumatori e alla segmentazione dei comportamenti di acquisto.

Sul lato della domanda, infatti, il mutamento degli stili di consumo e delle aspettative del consumatore, che prendono in considerazione non solo i beni da acquistare ma anche i **contesti di acquisto**, le modalità di vendita, la provenienza dei prodotti, fa continuamente evolvere l'offerta verso nuovi standard di qualità ed equilibri dinamici che trasformano l'acquisto ed il consumo in esperienza di socializzazione (*shopping experience*) sempre più attenta al contesto in cui l'offerta è collocata.

Sul lato dell'offerta, il sistema distributivo ha implementato e completato in questi anni un profondo processo di modernizzazione, raggiungendo standard quantitativi e qualitativi che pongono la Lombardia al pari delle più avanzate realtà regionali e metropolitane europee.

La competitività degli esercizi di prossimità si gioca, oltre che su fattori e qualità proprie del singolo operatore, sulla loro capacità di **fare sistema** e di organizzare **un'offerta integrata di qualità** - similmente a quanto riesce ad ottenere un centro commerciale attraverso la gestione coordinata dei punti vendita - valorizzando le rispettive sinergie e complementarità.

Pertanto l'elaborazione della strategia di sviluppo del Distretto, non può esulare da un preventivo sguardo d'insieme al quadro sociale ed economico dell'area di riferimento: una contestualizzazione necessaria, volta anzitutto a fornire i parametri per **conoscere l'area** stessa che pur unitaria nel suo insieme, manifesta inevitabilmente una sua propria complessità e varietà di parti e, in un secondo momento utile a focalizzarne i punti di forza da valorizzare o le eventuali carenze da colmare.

Il tutto orientato a realizzare l'obiettivo ultimo del Distretto, ovvero **la qualificazione e l'innovazione** della struttura economica locale, agendo, con l'apporto di diversi attori pubblici e privati, sul tessuto delle medie e piccole imprese in una logica sostenibile nel lungo periodo.

2.1 Metodologia di indagine

Per la stesura della presente analisi del contesto ambientale e sociale, nonché del tessuto economico e produttivo che caratterizza i tre comuni del Distretto sono state utilizzate diverse fonti.

Prima su tutte il patrimonio informativo fornito dagli stessi comuni, tramite la compilazione, a cura degli uffici comunali, di questionari creati ad hoc per una conoscenza approfondita del territorio. In secondo luogo, sia per migliorare il quadro complessivo che per rilevare eventuali specificità dei comuni tra loro e rispetto al territorio circostante, è stata effettuata una ricognizione documentale degli studi e delle varie banche dati statistiche ufficiali già esistenti. In quest'ottica hanno costituito ottime fonti:

- ISTAT
- il Sistema Informativo Statistico Enti Locali
- l'Annuario Statistico Regionale della Lombardia
- Unioncamere Lombardia

- la Camera di commercio di Bergamo
- comuni-italiani.it
- l'Atlante della competitività

Nell'intento di meglio connotare l'utilità e i benefici attesi degli interventi previsti dal presente Distretto del Commercio, si è voluto dare rilievo a quattro elementi chiave quali:

1. il contesto ambientale
2. l'analisi demografica
3. la situazione commerciale
4. il turismo e i suoi effetti sull'economia locale

2.2 Il contesto ambientale

Il territorio dei comuni del Distretto è complessivamente pianeggiante, tranne che per alcune depressioni naturali causate dall'erosione del fiume Brembo e della **Lesina**, e si attesta ad una altitudine media compresa tra i 215 m s.l.m. di Bonate Sotto e i 236 m s.l.m. di Presezzo.



I territori comunali del Distretto sono situati all'interno dell'area denominata Isola bremabana, una propaggine occidentale della provincia di Bergamo, di forma triangolare, delimitata dai fiumi Adda a ovest e Brembo a est. Il territorio è bagnato lungo tutto il confine orientale dal fiume Brembo, mentre da nord a sud è percorso dai **torrenti Lesina** e Dordo. Dal torrente Lesina pende il nome il Distretto.

L'area è attraversata dal **Parco Locale di Interesse Sovracomunale del Basso**

Brembo, istituito, per ora, da sette Comuni lambiti dal fiume, tra cui il comune di Bonate Sotto, (gli altri comuni: Boltiere, Osio Sotto, Osio Sopra, Dalmine, Filago, Madone).



Il PLIS rappresenta nel concreto un'importante intervento di tutela di un'area verde, complessivamente di 970 ettari, caratterizzata da molteplici aspetti paesaggistici, naturalistici e storici, di rilevante interesse, quali: l'ampia valle definita da suggestive scarpate e terrazzi alluvionali, all'interno della quale scorre il fiume Brembo; il paesaggio agrario costituito da piccoli appezzamenti terrieri inframezzati da un complesso sistema di rogge, canali e siepi; gli antichi residui di nuclei boscati; le preziose testimonianze storiche, come l'insediamento longobardo di Santa Giulia di Bonate Sotto, che segnala l'antica storia di questo territorio.

Comuni limitrofi e frazioni

Dei tre comuni, quello di Presezzo, il più piccolo in termini di estensione, presenta la frazione di Ghiaie di Presezzo, che ha solo case e non negozi o servizi.

Bonate Sopra ha due frazioni: Ghaie di Bonate Sopra, che ha negozi, case e la chiesa parrocchiale e Cabanetti.

Per la completezza dell'analisi, si riportano di seguito i comuni confinanti a quelli del Distretto:

- Bonate Sopra confina con Bonate Sotto, Chignolo d'Isola, Curno, Mapello, Ponte San Pietro, Presezzo, Terno d'Isola, Treviolo
- Bonate Sotto confina con Bonate Sopra, Chignolo d'Isola, Dalmine, Filago, Madone, Treviolo
- Presezzo confina con Bonate Sopra, Mapello, Ponte San Pietro

Vie di comunicazione

Come evidente dalla cartina sottostante i tre comuni del Distretto sono limitrofi tra loro, e risultano **ben collegati ai principali centri urbani della regione** grazie alla vicina autostrada A4, uscita Dalmine, ed al collegamento con la SS 470DIR, alla SS 671, alla SS 342 ed alla SP 155.

Complessivamente il territorio si trova a breve distanza da Bergamo (Bonate Sopra-Bergamo 12,3 km), da Lecco (Bonate Sopra-Lecco 29 Km) e Milano (Bonate Sopra-Milano 57,5 km). Gli aeroporti più vicini sono Bergamo-Orio al Serio (da Bonate Sopra 13 Km) e Milano-Linate (da Bonate Sopra 43 Km); l'aeroporto di Milano Malpensa è a circa 83 km da Bonate Sopra, mentre quello di Brescia ne dista 73.

Va sottolineato che tale collocazione geografica, al centro di importanti vie di comunicazione e contemporaneamente luogo di interesse turistico, ha favorito l'espansione dei comuni, e di conseguenza lo **sviluppo di aree commerciali produttive ed attrattive**.



I comuni del Distretto e le vie di comunicazione

2.3 Analisi demografica

Il paragrafo che segue ha l'importante compito di mettere in evidenza gli aspetti che caratterizzano la situazione demografica, grazie ai quali è possibile individuare spunti per la strategia di sviluppo del Distretto.

Residenti

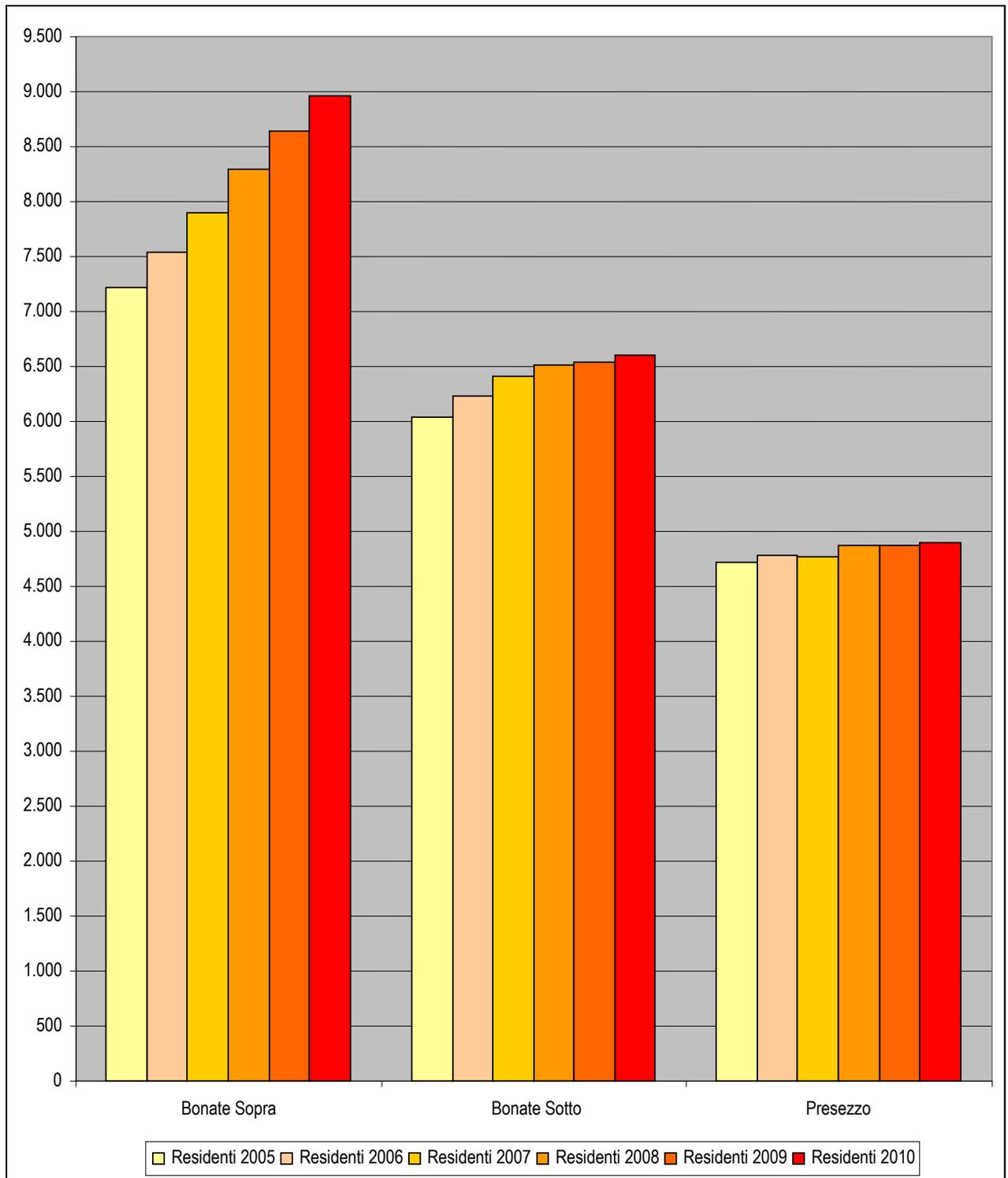
I dati relativi alla popolazione residente nell'ultimo quinquennio (aggiornati al 1 gennaio di ogni anno) mostrano un andamento costante per tutti i comuni del Distretto.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Bonate Sopra	7.212	7.537	7.895	8.297	8.637	8.964
Bonate Sotto	6.042	6.228	6.404	6.516	6.538	6.606
Presezzo	4.722	4.780	4.774	4.866	4.878	4.896
Totale	17.976	18.545	19.073	19.679	20.053	20.466
Lombardia	9.475.202	9.545.441	9.642.406	9.742.676	9.826.141	9.917.714

Fonte: rielaborazione dati Annuario Statistico della Regione Lombardia

La popolazione di Presezzo rimane quasi invariata dal 2005 al 2010, con un aumento di poco più di 170 unità nei cinque anni. Bonate Sotto e ancor di più Bonate Sopra mostrano invece valori di crescita più consistenti, dalle 560 alle 1750 unità di Bonate Sopra. Al 01.01.2010 i residenti nei comuni del Distretto sono un totale di 20.466, dove Bonate Sopra costituisce oltre il 43% del totale, con 8.964 abitanti per 5,94 Km/q.

Complessivamente, osservando i dati più recenti, aggiornati al 01.01.2010, si evince per tutti e tre i comuni del Distretto un **aumento della popolazione residente**, che conferma e rafforza il trend di crescita positiva che caratterizza le tre realtà comunali, riconfermando, per il quinto anno consecutivo, un aumento che si attesta oltre le centocinquanta unità annue, ad eccezione del comune di Presezzo, che registra una crescita non superiore alle cinquanta unità.



Andamento popolazione

Popolazione per classi di età

La tabella sottostante riporta i dati relativi alla composizione della popolazione dei comuni del Distretto aggiornati al 01.01.2010.

	0-5	6-10	11-14	15-19	20-29	30-59	60-64	65 e +	Totale
Bonate Sopra	693	456	338	388	1.078	4.164	441	1.079	8.637
Bonate Sotto	464	368	244	274	715	3.114	389	970	6.538
Presezzo	273	260	216	271	555	2.206	316	781	4.878
Totale	1.430	1.084	798	933	2.348	9.484	1.146	2.830	20.053
Lombardia	582.728	458.630	348.244	432.712	991.997	4.432.523	608.127	1.971.180	9.826.141

Fonte: rielaborazione dati Annuario Statistico della Regione Lombardia

Complessivamente **la popolazione dei tre comuni si presenta ben distribuita**, con valori per classe d'età proporzionati al totale dei residenti. Naturalmente la fascia d'età della popolazione tra i 30 e i 59 anni è nettamente superiore rispetto al resto della popolazione, circa la metà del totale in ogni comune.

La **popolazione anziana risulta piuttosto elevata** (in misura simile in tutti e tre i comuni) ed il trend si mostra in linea con la media regionale e nazionale; il numero dei bambini al di sotto dei 5 anni rapportato a quello degli anziani è mediamente in rapporto di uno a due. Da sottolineare però come, secondo i dati statistici del 2010, il comune di Bonate Sopra risulta essere il terzo comune (>5.000) con il più alto Tasso di Natalità (15,8%) nella Provincia di Bergamo.

Indici di struttura della popolazione

Molto interessanti ed utili per studiare e rendere confrontabile un fenomeno sociale, in questo caso la struttura e l'evoluzione della popolazione in un determinato territorio, si rivelano essere gli indici statistici che rapportano tra loro i dati emersi dalle rilevazioni per ottenerne risultati comparabili.

Nella tabella sottostante sono rappresentati alcuni indici demografici di base quali quello di vecchiaia, di dipendenza senile nonché l'indice di dipendenza totale.

	Indice vecchiaia	Dipendenza anziani	Dipendenza totale
Bonate Sopra	72,6	17,8	42,3
Bonate Sotto	90,1	21,6	45,5
Presezzo	104,3	23,3	45,7
Lombardia	141,9	30,5	52,0

Fonte: rielaborazione dati Sisel Lombardia

L'indice di vecchiaia rappresenta un indicatore dinamico che stima il grado di invecchiamento di una popolazione, emerge dal rapporto tra la popolazione over 65 e la classe 0-14. Di norma valori superiori a 100 segnalano una maggiore presenza di anziani rispetto ai giovani. Eccetto

Presezzo, con 104,3, i comuni del Distretto non superano il 100, anzi nel caso di Bonate Sopra l'indice si attesta a 72,6.

Gli indici di dipendenza vengono invece considerati indicatori di rilevanza economica e sociale. Interessante è l'indice di dipendenza totale che vede al numeratore la popolazione che a causa dell'età si considera non autonoma (ovvero la somma tra la fascia 0-14 e quella oltre i 65) mentre al denominatore la fascia di popolazione attiva (tra i 15 e i 64 anni) che dovrebbe provvedere al sostentamento della parte "dipendente".

Mediamente l'indice dei comuni del Distretto è inferiore a quello della media Lombarda, con una differenza anche di 10 punti, come nel caso di Bonate Sopra.

L'indice di dipendenza della popolazione anziana indica invece il rapporto percentuale tra la popolazione inattiva (over 65) e quella potenzialmente attiva (in età 15-64). Tale indice risulta complessivamente contenuto rispetto al valore medio regionale, pari a 30,5, soprattutto nel caso di Bonate Sopra in cui l'indice si attesta a 17,8, dato che trova conferma nel ridotto indice di vecchiaia del comune.

Stranieri

Il numero di residenti di origine straniera presenti nei comuni del Distretto è in aumento, in linea con il trend regionale e nazionale. Tra i tre comuni l'incremento è compreso tra le 23 unità di Presezzo e le oltre 50 di Bonate Sotto. La tabella seguente riporta l'andamento demografico degli stranieri nell'arco di un anno:

	Stranieri al 01.01.2008	Stranieri 01.01.2009
Bonate Sopra	763	798
Bonate Sotto	709	762
Presezzo	465	488
Totale	1.937	2.048
Lombardia	904.816	982.225

Fonte: rielaborazione dati Sisel Lombardia

Su un totale di 6.538 residenti, il comune di Bonate Sotto presenta, al 01.01.2009, 762 stranieri cioè circa l'11% del totale; interessante anche il dato relativo a Presezzo che rileva una discreta percentuale di stranieri, 488 su 4.878 residenti, il 10%. Il maggior numero di stranieri, per tutti i comuni, si assesta nella fascia di popolazione tra i 30 ed i 59 anni, cui segue immediatamente dopo, la fascia di età dagli 0 ai 5 anni. Generalmente è dunque presente nei comuni una quota discreta di cittadini stranieri, ma va considerato che i dati non tengono conto dei cittadini stranieri non residenti.

2.4 La situazione commerciale

Il territorio che circonda i tre comuni del Distretto, pur risentendo inevitabilmente della situazione di crisi resasi più acuta soprattutto nell'ultimo anno, è caratterizzato da un'economia locale piuttosto solida e competitiva. Per l'elaborazione di una strategia di sviluppo del Distretto coesa ed efficace risulta di primaria importanza l'analisi della situazione commerciale dell'area.

Unità locali presenti

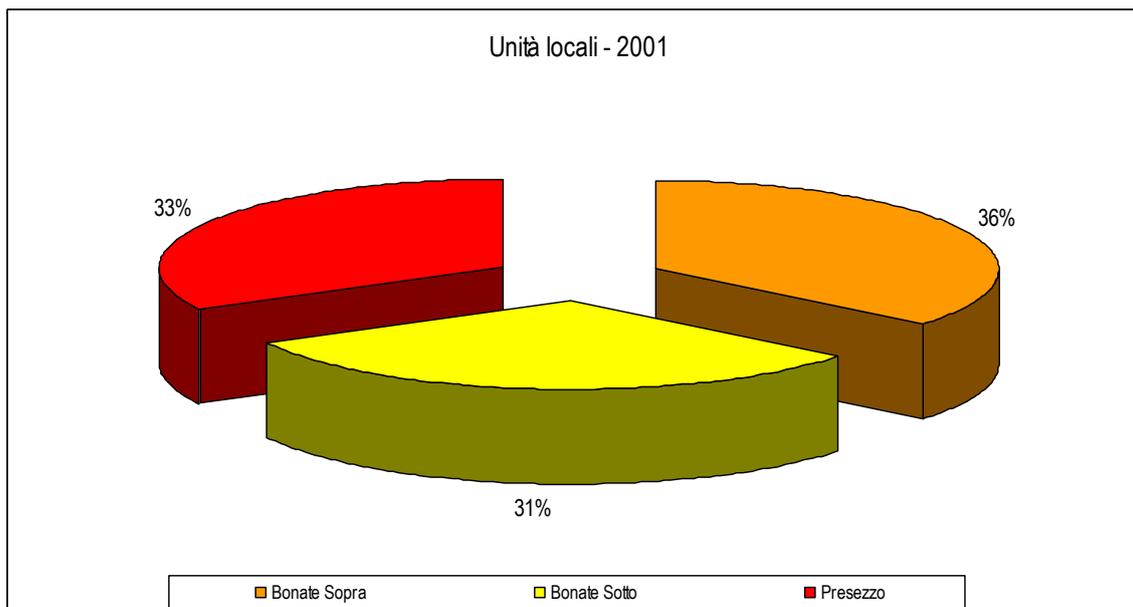
Per delineare un quadro il più possibile completo del tessuto economico dell'area di riferimento, si presentano di seguito i dati relativi all'ottavo censimento industria, del 2001. Il censimento, seppur ad oggi datato (ha cadenza decennale), assume rilevanza in quanto ha avuto per oggetto tutte le imprese (unità giuridico-economiche) operanti nel settore industriale e dei servizi iscritte al Registro delle imprese delle Camere di Commercio, gli artigiani, i lavoratori autonomi, i liberi professionisti, le istituzioni pubbliche e quelle non profit (associazioni di volontariato, partiti politici, cooperative sociali, fondazioni, enti ecclesiastici). Come già nel 1991, nel campo di osservazione sono comprese le Unità Locali operanti in tutti i settori di attività economica, con esclusione dei servizi domestici presso le famiglie e degli organismi extraterritoriali. Tra le unità locali delle istituzioni pubbliche continua ed essere esclusa la Polizia di Stato.

	Bonate Sopra	Bonate Sotto	Presezzo
Agricoltura	1	2	1
Attività manifatturiere	79	53	104
Energia, gas, acqua	0	1	0
Costruzioni	134	115	66
Commercio e riparazioni	76	67	86
Alberghi e ristoranti	9	12	11
Trasporti e comunicazioni	11	6	7
Inter. monetaria, finanziaria	7	12	8
Attività professionali, immobiliari, informatica	53	48	48
Istruzione	4	3	5
Sanità e servizi sociali	16	15	15
Altri servizi pubblici e sociali	30	31	32
<i>Totale</i>	420	365	383

Fonte: rielaborazione dati ISTAT

La situazione dell'area territoriale fotografata al 2001, la vede caratterizzata dal settore delle attività manifatturiere, da quello delle costruzioni e da quello del commercio; per quest'ultimo settore al 2001 erano 76 le unità locali presenti nel comune di Bonate Sopra, 67 a Bonate Sotto e 86 a Presezzo. Per il settore delle costruzioni erano 134 le attività a Bonate Sopra, 115 a Bonate Sotto e 66 a Presezzo; rilevante è poi anche il numero di unità registrate, per lo stesso anno, nel settore manifatturiero: 79 per Bonate Sopra, 53 per Bonate Sotto e 104 per Presezzo.

Il grafico seguente rappresenta visivamente il totale delle unità locali per ogni comune:



Unità locali presenti sul territorio (censimento industria 2001)

I dati del censimento industria, pur interessanti per una panoramica complessiva dell'area di riferimento, devono essere accolti con le dovute precisazioni, soprattutto per quanto riguarda il settore del Commercio, i cui dati sono di evidente importanza per il presente Distretto del commercio.

Infatti alla voce "Commercio e riparazioni" del Censimento industria 2001 sono ricomprese una vasta tipologia di realtà, alcune di queste non interessate dalla strategia di sviluppo del presente Distretto. Le categorie di realtà a cui si fa riferimento sono: il commercio all'ingrosso, il commercio al dettaglio, le attività di riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali per la casa.

Nel Distretto rientrano invece soltanto le attività di commercio al dettaglio.

In proposito, è possibile tracciare una panoramica dei settori di attività degli esercizi commerciali che riguardano più da vicino l'area di interesse per lo sviluppo del presente Distretto del commercio.

La tabella sotto riportata mostra per l'anno 2009 (dati aggiornati annuario statistico regionale Lombardia) il numero degli esercizi alimentari e non presenti sul territorio dei 3 comuni aderenti al Distretto.

Comune	Alimentari		Non alimentari		Misti	
	Numero	Superficie (mq)	Numero	Superficie (mq)	Numero	Superficie (mq)
Bonate Sopra	7	338	22	936	4	159
Bonate Sotto	5	147	44	2.372	8	661
Presezzo	6	341	39	1.922	3	184
Totale area distrettuale	18	826	105	5.230	15	1.004
Totale Lombardia	18.815	868.835	85.469	5.658.340	9.054	572.557

Per quanto attiene ai negozi alimentari, vi sono solo 18 negozi sul territorio, ripartiti equamente sui tre comuni del Distretto.

Vi sono poi 105 negozi non alimentari, anche in questo caso ripartiti in maniera omogenea sul territorio dei tre comuni.

A questo dato si deve aggiungere quello attinente ai bar e ristoranti presenti sul territorio. Al 2009 vi sono sul territorio dei 3 comuni ben 51 esercizi ristorativi e di accoglienza, che ricomprendono anche i bar. Al distretto hanno aderito 5 bar e 2 ristoranti.

In totale l'area ha all'attivo n. 138 attività commerciali, cui si aggiungono 51 attività ristorative e ricettive. Guardando al numero di imprese aderenti al distretto (16) è possibile specificare che il 12% delle imprese operanti sul territorio hanno aderito al Distretto. Si tratta di un numero certamente limitato, che però deve essere messo in relazione con le caratteristiche del territorio e con il clima di diffidenza dei commercianti nei confronti di uno strumento nuovo quale può essere il Distretto del commercio.

Centri commerciali

Il territorio presenta i seguenti centri che rientrano nella categoria grandi magazzini e centri commerciali:

- Le Due Torri Shopping Center, che ha sede in Via Guzzanica, 62 Stezzano Bergamo
- Grandi Magazzini e Supermercati Il Gigante S.p.a. – Vendita Alimentari, Bottanuco Bergamo
- Centro Melania (Unes, Biomedicals, un China bazar, un negozio di oggetti per la casa, una banca e un centro estetico) di Bonate Sotto
- Centro Commerciale di Curno, con più di 60 negozi e Centro Le Vele di Curno
- Centro Commerciale le Ghiaie, di Bonate Sotto, che raggruppa un supermercato Conad, un bar e altri negozi minori di vendita abbigliamento e scarpe

Il centro commerciale che danneggia maggiormente l'area distrettuale è quello di Curno, a causa delle sue ampie dimensioni e stante la sua posizione favorevole.

2.5 Il turismo

Elementi di interesse e manifestazioni

L'area del Distretto presenta elementi che costituiscono ad oggi considerevoli risorse per lo sviluppo di diverse tipologie di turismo; tutti e tre i comuni infatti sono caratterizzati dalla presenza di **importanti beni artistico-culturali di prestigio**, come, oltre al già sopracitato insediamento longobardo di Santa Giulia, a Bonate Sotto, il Borgo medievale di Mezzovate, nucleo di origine medievale composto da torri e case rurali, sempre a Bonate Sotto, e la Chiesa parrocchiale del Sacro Cuore di Gesù, una gigantesca costruzione in stile neogotico a tre navate.

Nel territorio comunale di **Bonate Sopra**, grande importanza ricopre la Chiesa parrocchiale di Santa Maria Assunta, di cui si hanno notizie già nel IX secolo, e che, più volte soggetta ad interventi di restauro e di ampliamento, recentemente è stata oggetto di un restauro di notevole portata. Notevole è anche l'Oratorio della Madonna delle Ghiaie, edificato in seguito alle miracolose apparizioni della Madonna ad una ragazza nel 1944, che ad oggi è ancora meta di pellegrinaggio ed elemento di devozione popolare.

Restando sempre in ambito religioso, molto importante è la Chiesa parrocchiale di San Fermo e Rustico edificata a Presezzo nel 1875, in luogo di un precedente edificio di culto; la struttura al suo interno oltre ad ospitare numerose opere dedicate ai due santi protettori, possiede un organo completamente restaurato. Sempre a Presezzo, degne di nota sono anche Palazzo Furietti-Carrara, di origine seicentesca, al suo interno ospitò un pregevole ciclo di affreschi di Gian Paolo Cavagna, ad oggi dispersi, e i resti del castello di Capersego, ancora circondato da abitazioni utilizzate in passato dai coloni.

Dal punto di vista naturalistico l'area si contraddistingue per la presenza del fiume Brembo e dei torrenti della Lesina e del Dordo, che con il loro andamento influenzano l'intero paesaggio del Distretto. Di fondamentale importanza è poi la presenza del **Parco Locale di Interesse Sovracomunale del Basso Brembo** che, con una superficie di 970 ettari, racchiude al suo interno una varietà di peculiarità paesaggistiche e naturalistiche di elevato prestigio.

Nei comuni sono organizzate anche iniziative di carattere ludico-ricreativo e promozionale, un indubbio fattore positivo per la pubblicizzazione e lo sviluppo delle attività commerciali. Tra queste si possono citare:

Comune di Bonate Sopra:

- Organizzazione della 3 giorni "B-Energy", week-end all'insegna dello sport e del benessere, volto a valorizzare la pratica sportiva e che prevede dimostrazioni pratiche e piccoli corsi di gruppo per le vie del paese. Indubbiamente l'evento attrae diversi utenti che usufruiscono dei negozi del paese – mese di febbraio
- Mercatini della solidarietà, organizzati in data 8 dicembre e volti alla raccolta di fondi per il sociale
- Mercatini di primavera, organizzati dalla Proloco e volti a promuovere le imprese del territorio di Bonate
- Raduno delle Cornamuse scozzesi (Bergamo On Pipes), volto ad animare il territorio con una attrazione alternativa rispetto alle aree circostanti
- Rassegna teatrale e cinematografica, organizzata tutto l'anno attrae più di 20.000 visitatori l'anno. Tratta cabaret, cene con delitto, musical, opera lirica, spettacoli per bambini, concerti. Viene organizzata in collaborazione con ristoranti e gelaterie della zona che offrono pacchetti "cinema + pizza" e "cinema + gelato"
- Cene con delitto, organizzate in cooperazione tra amministrazione comunale, proloco e ristoranti del territorio
- Mostre mensili dedicate all'arte locale
- Festa di piazza a tema in occasione delle feste patronali
- Progetto "Emergenza e soccorso", si tratta di una iniziativa organizzata dalle associazioni locali e volta a organizzare delle dimostrazioni pratiche di primo soccorso, per adulti e bambini. In passato ha attratto numerosi utenti sul territorio

Comune di Bonate Sotto:

- Festa di carnevale, che prevede carri e iniziative di coinvolgimento dei partecipanti, In passato ha attratto utenti di numerosi paesi confinanti. Anche le imprese in tale occasione sono state coinvolte in maniera attiva
- Festa di fine anno, organizzata a settembre, e volta a rievocare anche caratterizzazioni medioevali, che attraggono numerosi utenti dal territorio provinciale. Durante l'iniziativa le imprese espongono stand per la vendita dei loro prodotti

Comune di Presezzo:

- Notte bianca di luglio, impostata su tre giornate, da venerdì a domenica. Prevede il coinvolgimento delle imprese e la chiusura delle vie centrali del paese, sulle quali vengono esposte bancarelle e gonfiabili per bambini
- Mercatini di Santa Lucia, che prevedono l'esposizione di bancarelle da parte delle imprese
- Sfilata di moda itinerante, organizzata in collaborazione con "Radio Ponte"
- Festa delle contrade, che prevede anche la tradizionale corsa dei galli

Esercizi alberghieri ed extralberghieri

Le strutture alberghiere presenti sul territorio non sono molte, come risulta dalla tabella sottostante che riporta i dati relativi al 31.12.2009; soltanto Bonate Sotto e Presezzo hanno un albergo all'interno del territorio comunale, ed in particolare è proprio la struttura alberghiera che ha sede nel comune di Presezzo ad avere le maggiori dimensioni: 97 posti letto e 52 camere.

I Bed & Breakfast sembrano essere una realtà ancora sconosciuta così come gli alloggi agroturistici che al 31.12.2009 risultano del tutto assenti sul territorio del Distretto.

	Bonate Sopra	Bonate Sotto	Presezzo
Strutture alberghiere	0	1	1
Posti letto	0	8	97
Camere	0	8	52
Alloggi agro- turistici	0	0	0
Posti letto	0	0	0
Bed & Breakfast	0	0	0
Posti letto	0	0	0
Totale strutture	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

Fonte: rielaborazione dati Annuario Statistico della Regione Lombardia

A questi dati si aggiunga la presenza sul territorio di Bonate Sopra della struttura SOLAF, appartenente alla catena alberghiera Best Western e registrato con categoria residence. Si tratta infatti di un distacco dell'hotel Solaf di Medolago.

2.6 Analisi SWOT

L'analisi territoriale elaborata nei precedenti paragrafi è funzionale all'individuazione di alcuni tratti caratteristici del contesto socio economico del territorio interessato dal Distretto: è proprio in base a tale analisi che è ora possibile individuare gli spazi di intervento (punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce) attorno ai quali focalizzare l'attenzione nella definizione della **strategia di intervento complessiva del documento di programmazione distrettuale**.

Obiettivo del Distretto, infatti, è quello di far emergere nell'ambito locale uno scenario di sviluppo coerente e unitario, in grado di orientare in maniera coordinata le scelte per la crescita ed il rilancio dell'intero contesto commerciale dell'area, in un'ottica integrata ed omogenea.

A partire dall'analisi del contesto territoriale, sociale ed economico delineata nei paragrafi precedenti è quindi possibile individuare alcuni elementi di criticità, così come alcune opportunità da approfondire per incentivare il rilancio della realtà commerciale locale.

Sulla base dei dati e delle informazioni statistiche raccolte nella fase di analisi del contesto territoriale, e grazie alla conoscenza diretta della realtà locale da parte dei soggetti promotori del Distretto, è possibile fornire il seguente quadro di sintesi dei bisogni e delle opportunità del territorio e della realtà socioeconomica.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Buona collocazione sulle vie di comunicazione, facile accessibilità del territorio e ottimi collegamenti ad autostrade e principali aeroporti della regione • Comuni con centri storici curati, il cui patrimonio culturale è stato oggetto di interventi di riqualificazione e tutela • Tessuto culturale, associazionistico attivo e ben inserito nei comuni • Articolazione merceologica ampia con un mix di offerta in grado di soddisfare una variegata gamma di richieste 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficoltà di avviare campagne di promozione e marketing coese e coordinate delle imprese commerciali, con impegno di soggetti pubblici e privati • Mancanza di un'azione coordinata di sviluppo e programmazione commerciale da parte del territorio dei 3 comuni nel suo complesso • Diffusione sul territorio della popolazione anziana che necessita di maggiori servizi • diffidenza dei commercianti nei confronti di iniziative ed eventi, guardati con scarsa attenzione
Minacce	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> • Eccessivo sviluppo nel territorio limitrofo dei grandi centri commerciali che limitano lo sviluppo dei piccoli e medi negozi • Recente periodo di congiuntura economica 	<ul style="list-style-type: none"> • Territorio con forte potenziale di attrattività turistica sia dal punto di vista naturalistico che storico-artistico • Presenza di tratti caratteristici ed identitari ben radicati che marcano la specificità del territorio rispetto alle zone limitrofe • Area complessiva in continuo sviluppo, con crescita della popolazione e ottime possibilità di espansione commerciale • Presenza di eventi ed iniziative uniche nel loro genere

In linea generale le caratteristiche del territorio mettono in evidenza la presenza di eccellenze che possono essere utilizzate come punto di partenza per richiamare sul territorio diversi utenti. Ma per favorire una reale affluenza di utenti sull'area è necessario puntare con maggiore attenzione agli eventi di richiamo che devono avere un carattere di unicità e devono essere caratteristici per il territorio.

Da qui si sono delineate le linee strategiche riassunte nelle pagine successive.

Parte II

Linee strategiche di distretto

IL DISTRETTO

1 I Confini del Distretto

Il Distretto diffuso del Commercio "Lexena" coincide a livello perimetrale con la somma dei confini delle tre amministrazioni comunali coinvolte dal progetto. Essendo infatti un Distretto diffuso del commercio riguarda l'intera area territoriale e non alcune parti di essa.

Inoltre è importante mettere in evidenza che le imprese aderenti al Distretto sono situate in diverse aree del territorio, e non nelle sole aree centrali.

La cartografia allegata mette in evidenza chiaramente la posizione degli interventi privati e pubblici.

In particolare le Imprese di Presezzo sono situate lungo la principale via commerciale del Comune, mentre quelle di Bonate Sopra e Bonate Sopra si trovano sparse sul territorio comunale.

Origine del nome

Il Distretto del commercio "Lexena" prende il nome dal Torrente Lesina che accomuna tutti e tre i comuni aderenti al Distretto. Il nome è qui proposto nella sua versione latina.

2 Gli obiettivi strategici del Distretto

Il Distretto del commercio promosso dai Comuni di Bonate Sopra, Bonate Sotto e Prezezzo si pone quale strumento nelle mani di amministratori, associazioni di categoria ed imprese finalizzato alla realizzazione di **progettualità strategiche utili alla crescita del territorio**.

Grazie al Distretto i partner intendono ottenere una serie di importanti risultati che permetteranno al Distretto stesso di individuare ulteriori forme di sviluppo per il settore commerciale, così da sperimentare lo sviluppo di un modello di collaborazione che possa auto sostenersi nel tempo.

In particolare il Distretto del commercio qui presentato intende raggiungere i seguenti obiettivi:

- favorire il **consolidamento dei sistemi di partnership** sul territorio, per far sì che le risorse limitate a disposizione siano indirizzate verso finalità di sviluppo comuni
- favorire la creazione di un **programma di comunicazione omogeneo** per l'intero territorio distrettuale, per creare una sorta di "marchio" del commercio locale
- favorire la **collaborazione tra commercio, enti locali e associazioni** di categoria per la realizzazione di progetti territoriali che permettano di migliorare i livelli di competitività attualmente presenti
- favorire un processo di miglioramento delle caratteristiche strutturali dell'offerta commerciale locale attraverso interventi di riqualificazione dell'accessibilità urbana
- dare vita ad una **programmazione unitaria di azioni di sviluppo** che si estenda per **almeno 3 anni di vita del distretto** e che permetta un suo sostentamento negli anni successivi delle azioni individuate, evitando sovrapposizioni di azioni
- avviare un **piano di ascolto e conoscenza del territorio**, finalizzato a dare evidenza dei bisogni delle imprese operanti sul territorio e lavorare insieme per individuare delle possibili soluzioni
- dare vita ad un **modello di gestione snello** ed in grado di rispondere alle esigenze del territorio e dei soggetti che in esso operano
- impostare la valorizzazione del territorio su **temi forti e specifici** del distretto (in questo caso sport e tradizione)



Sulla base di questi obiettivi è stato possibile delineare la strategia di sviluppo alla base del Distretto, riassunta nelle pagine che seguono.

3 Strategia del Distretto e piano degli interventi

L'idea di dare vita ad un Distretto diffuso del commercio è nata da parte delle 3 amministrazioni comunali coinvolte per migliorare il livello di **competitività delle imprese** che operano sul territorio e per favorire lo sviluppo di progettualità pubbliche e private volte a migliorare da un punto di vista estetico l'area e favorire processi di **animazione territoriale**.

La strategia di intervento del Distretto è individuabile a partire dai risultati emersi sia tramite l'analisi socio-economica del territorio, sia grazie al confronto avviato all'interno del gruppo di lavoro creato dai partner di progetto, che ha permesso di individuare e condividere le necessità del territorio e le possibili soluzioni da porre in atto.

A seguito delle riflessioni condotte si può quindi procedere nell'impostare le linee di indirizzo per la strategia di intervento del Distretto. Tale strategia dovrà articolarsi attorno ad una serie di **punti cardine** che rappresentano elementi da valorizzare e che possono essere riassunti come segue:



A fronte di questi temi di intervento l'idea forza del Distretto del Commercio può essere declinata nella volontà di garantire per il Distretto uno sviluppo in grado di generare reali ricadute sul territorio attraverso la "messa a sistema" dell'iniziativa pubblica e delle associazioni di categoria con le singole iniziative promosse dai soggetti privati con l'obiettivo comune da un lato di **riqualificare ed ammodernare le attività commerciali** presenti, dall'altro di **sostenere azioni di animazione e di promozione**, a sostegno del commercio e del turismo e che costituiscono la base di un Distretto del commercio.

E' evidente che una corretta integrazione fra interventi pubblici e privati, e la funzionalità dei primi rispetto ai secondi, sia una delle leve su cui agire per innescare e favorire processi di sviluppo locale duraturi e sostenibili.

L'idea forza che caratterizza il Distretto si basa sulla volontà di **mettere in rete** le aree centrali e commerciali dei tre Comuni, per favorire il consolidamento del tessuto commerciale esistente.

Oltre ad una logica di rivalizzazione dell'area è opportuno sottolineare che, nell'immediato, il mantenimento delle attività commerciali che attualmente si collocano sul territorio rappresenta di fatto un'esigenza imprescindibile per garantire alla popolazione residente (spesso anziana) un servizio di vicinato, che assuma, sotto questo punto di vista, una valenza anche sociale e non solo economica. E' infatti importante ricordare che sul Comune di Bonate Sopra si è assistito negli ultimi anni ad un lento spopolamento commerciale, dovuto a diversi fattori. Obiettivo del distretto quello di rendere maggiormente appetibile il territorio per potenziali investitori esterni, che possano così rioccupare i locali vuoti.

L'idea forza sulla quale agisce il Distretto consiste nell'incremento della crescita delle attività economiche attraverso l'individuazione di tematismi forti, legati alla tradizione dei luoghi e attraverso l'avvio di processi di innovazione.

3.1 Piano degli interventi

In particolare, sulla base degli obiettivi perseguiti dal Distretto, le iniziative e progettualità che saranno avviate nei prossimi mesi sono trasversali a tutte le linee attivabili dal bando. Questo perché è intenzione del Distretto trarre il maggior vantaggio di questa prima fase di start up e potersi consolidare al meglio per gli anni futuri. Le azioni sono le seguenti:

Misura 1: Comunicazione e marketing di distretto

Iniziativa	Descrizione	Obiettivo
realizzazione del "logo del distretto"	Il logo sarà apposto su tutto il materiale promozionale del distretto e utilizzato anche per identificare le imprese che hanno aderito all'iniziativa. Si prevede di affidare lo studio grafico e la realizzazione del logo a professionisti locali che sapranno individuare l'aspetto migliore e il relativo necessario collegamento con il territorio distrettuale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificare in maniera precisa il Distretto e la sua offerta • Utilizzare il logo su tutto il materiale distrettuale
realizzazione del sito internet	Il sito avrà il compito di porsi quale vetrina del territorio, con sezioni	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare un interfaccia in grado di promuovere

	<p>affidenti ai seguenti aspetti: ambiente e natura, cultura e tradizione, produzioni locali, introduzione al distretto del commercio, vetrina imprese, area eventi e manifestazioni, area promozioni. Il sito sarà arricchito anche di una sezione legata al progetto "Sportello Impresa" descritto in seguito, che avrà l'obiettivo di mettere in evidenza i bandi disponibili per la crescita delle imprese</p>	<p>l'area distrettuale, i suoi eventi, le sue imprese</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offrire alle imprese del territorio un servizio informativo sui bandi disponibili
locandina del distretto	<p>Pieghevole in A5 che descriva in sintesi obiettivi del distretto e iniziative portate avanti. La locandina potrà essere divulgata presso le fiere alle quali parteciperà il distretto, presso i luoghi pubblici del territorio dei 3 comuni, presso le associazioni di categoria e presso la stampa locale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informare circa le finalità del Distretto e sui servizi che esso eroga • Presentare il territorio, le sue imprese e i servizi offerti, nonché le iniziative
vetrofanie del distretto	<p>Il logo del distretto verrà stampato anche su vetrofanie che potranno essere esposte dalle imprese presso le proprie vetrine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Certificare le imprese del distretto secondo specifici target (da individuare)
sporta del distretto	<p>La sporta riporterà il logo del distretto e all'occorrenza il nome del negozio che lo vende. Sarà utilizzato nei normali acquisti degli utenti e durante feste allo stand di promozione del distretto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgare il logo del distretto • Andare incontro alla normativa che prevede l'utilizzo di sacchetti riciclabili o di stoffa/carta

Misura 2: Promozione e animazione

Una volta predisposto il materiale di comunicazione precedentemente illustrato, è intenzione del Distretto avviare un **piano di marketing** volto a richiamare diversi utenti sul territorio del distretto. Non si tratta di azioni generiche che verranno individuate nei prossimi mesi, ma di azioni specifiche già valutate dai partner e per le quali anche le imprese sono state coinvolte sotto alcuni aspetti:

INIZIATIVA N. 1

Titolo: Oscar dello Sport

Descrizione:

Il Comune di Bonate Sopra nell'anno 2010 ha organizzato il primo Oscar dello Sport, che ha riscosso un notevole successo di pubblico, a beneficio delle imprese che in quelle giornate sono rimaste aperte e hanno potuto incrementare le vendite. I partner hanno deciso di estendere all'intero territorio del Distretto tale importante evento, per dargli maggiore rilievo e favorire una più ampia partecipazione di pubblico e di imprese. L'evento si articolerà su tre giornate che prevedono la seguente organizzazione:

- Venerdì sera: organizzazione di una serata di gala che prevede la **erogazione di premi alle figure sportive residenti o nate sul territorio del distretto**. Si prevede di acquistare dei premi che imitino l'oscar e che caratterizzino l'evento.

- Sabato pomeriggio e sera: durante il pomeriggio verranno organizzate delle **lezioni gratuite attinenti alle discipline sportive tema dell'evento**. Tali corsi potranno essere organizzati nelle strade al fine di favorire la presenza di numerosi utenti. Le imprese commerciali apriranno i negozi e potranno organizzare le vetrine con il tema dell'evento. La sera verranno organizzati ritrovi in piazze e strade.
- Domenica pomeriggio e sera: durante il pomeriggio si organizzerà, sempre in tema sportivo, lo storico **Gruppo di cammino**, per le vie del distretto e si organizzeranno altri eventi in tema sportivo e culturale

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- attrarre numerosi utenti sul territorio per la durata di 3 giornate
- coinvolgere le imprese nella organizzazione delle azioni collaterali (ad esempio allestimento vetrine a tema, offerta di prodotti legati allo sport e al benessere, erogazione buoni spesa da spendere in settimane successive, ...)
- identificare l'area distrettuale con un tema forte, che si possa diffondere sui territori limitrofi

Tempistica: si prevede di organizzare l'evento nel periodo primaverile o autunnale, in vista da un lato dei saldi e dall'altro degli acquisti natalizi.

Risultati attesi:

- almeno 2000 presenze esterne all'area sul territorio distrettuale
- incremento del 15% delle vendite da parte di negozianti e ristoratori
- coinvolgimento del 50% delle imprese operanti sul territorio distrettuale
- presenza di vetrine coordinate sul tema sport e benessere
- erogazione di circa 500 buoni spesa (per negozi e ristoranti/bar) da spendere nel mese successivo all'evento
- ritorno del 10% dei visitatori sul territorio distrettuale

INIZIATIVA N. 2

Titolo: Torneo del Distretto

Descrizione:

Il territorio distrettuale è ricco di testimonianze storiche e tradizionali legate al passato medioevale e più recente. Attraverso il distretto si vorrebbero rinsaldare tali aspetti. Da qui l'idea di organizzare il "Torneo del Distretto" che possa **evolvere le attuali feste di contrada organizzate dai tre comuni**. In dettaglio si prevede di articolare l'iniziativa come segue:

- venerdì sera: si prevede di effettuare **l'apertura ufficiale dei giochi** e presentare le discipline alla base del Torneo, che riguarderanno le discipline storiche del territorio, nell'ottica di una riscoperta del passato. All'apertura verrà fatta la presentazione dei premi (che potranno consistere in buoni spesa da spendere in periodi successivi e/o in premi simbolici da definire)
- sabato mattina, pomeriggio: **realizzazione dei giochi** (per individuarli si prevede di effettuare una ricerca dei giochi che venivano praticati sul territorio in tempi antichi, e organizzarli per queste due giornate di eventi – ad esempio il lancio del tronco, la corsa, ...) secondo uno specifico calendario (da definire)

- domenica pomeriggio e sera: il pomeriggio organizzazione della **caccia al tesoro** del distretto, con il coinvolgimento delle imprese del territorio. La sera **premiazione dei vincitori** del giorno precedente
- per le 3 giornate: creazione di **percorsi a tema** a valenza storico/culturale con visita ai siti culturali (e naturali) del territorio

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- Attrarre utenti sul territorio dei tre comuni
- Coinvolgere attivamente le imprese nella organizzazione delle iniziative collaterali
- Ampliare il calendario i eventi del distretto
- Valorizzare importanti aspetti della tradizione

Tempistica: si prevede di organizzare il torneo nel periodo primaverile o autunnale (da stabilire in base al precedente evento – oscar dello sport)

Risultati attesi:

- Almeno 2000 presenze esterne all'area sul territorio distrettuale
- Incremento del 15% delle vendite da parte di negozi e ristorazione
- Mobilitazione di almeno il 50% delle imprese
- Creazione di vetrine a tema
- Erogazione di buoni spesa, circa 400
- ritorno del 10% dei visitatori sul territorio distrettuale
- realizzazione di percorsi culturali spendibili in altri ambiti progettuali

INIZIATIVA N. 3

Titolo: Lotteria di distretto

Descrizione:

I partner del distretto prevedono di organizzare la lotteria di distretto, esperienza nuova per il territorio dei tre comuni. In dettaglio si prevede di procedere come segue:

- mappare le imprese interessate all'iniziativa
- redarre un Regolamento della lotteria con indicazione dei punti vendita aderenti e delle modalità di erogazione dei biglietti della lotteria, nonché delle quote di spesa minime (da definire) per poter ottenere il timbro utile al completamento della tessera
- predisporre e stampare delle tessere raccolta timbri
- predisporre e stampare i biglietti della lotteria
- individuare i premi (si prevede di dare buoni spesa)

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- Sostenere ed incrementare gli acquisti sull'area distrettuale
- Favorire un processo di cooperazione tra i commercianti aderenti

Tempistica: si prevede di organizzare la lotteria nel periodo di minor spesa da parte degli utenti (da identificare in dettaglio)

Risultati attesi:

- Incremento del 15% delle spese sul territorio distrettuale
- Incremento dei guadagni dei commercianti (in fase di raccolta timbri e in fase di erogazione di buoni spesa)

INIZIATIVA N. 4

Titolo: Vetrine tematiche

Descrizione:

Il Distretto intende migliorare il coinvolgimento delle imprese nelle iniziative che intende realizzare a titolo di distretto (si vedano le iniziative precedenti) e più in generale a livello di singolo comune, durante la realizzazione del normale calendario di eventi. A tal fine prevede di coinvolgere le imprese nella definizione di temi da utilizzare per l'allestimento delle vetrine a seconda degli eventi in programmazione. Si prevede pertanto di:

- Individuare le imprese interessate
- Organizzare il programma di eventi sui quali attivare tale linea di azione

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- Migliorare la qualità visiva del territorio
- Favorire un processo di cooperazione e di ideazione tra i commercianti aderenti
- Offrire un valido supporto durante le manifestazioni

Tempistica: si prevede di organizzare l'iniziativa in concomitanza degli eventi strategici del distretto (eventi di distretto e alcuni eventi specifici delle amministrazioni comunali e di eventuali altri soggetti attivi sul territorio)

Risultati attesi:

- maggiore interesse verso il territorio da parte del pubblico
- Incremento delle vendite del 10% da parte delle imprese
- Offerta di una immagine coordinata e coesa
- Avvio di processi di cooperazione partecipata tra le imprese

INIZIATIVA N. 5

Titolo: Buoni spesa del Distretto

Descrizione:

Il Distretto deve operare per innalzare le occasioni di spesa e consumo da parte di utenti sull'area distrettuale. Pertanto ha individuato nella fornitura dei buoni spesa una tattica

vincente. In particolare si prevede di mettere a disposizione, da parte dei commercianti, buoni spesa da legare ad un certo numero di acquisti, da erogare durante eventi di rilievo e da spendere in date successive (da individuare strategicamente) affinché gli utenti tornino sul territorio.

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- Favorire un incremento degli acquisti in ambito distrettuale
- Creare un legame di fidelizzazione con il cliente
- Offrire un valido supporto durante le manifestazioni

Tempistica: si prevede di abbinare tale iniziativa agli eventi strategici del distretto

Risultati attesi:

- Incremento del 15% delle vendite
- Attrazione del 10% delle spese nell'ambito gravitazionale commerciale (formato dai comuni della cintura attorno al distretto)

INIZIATIVA N. 6

Titolo: Certificato di storicità

Descrizione:

Il Distretto ha al suo interno diverse imprese attive da anni sul territorio. In particolare vi sono le seguenti tipologie che il distretto intende valorizzare:

- Negozi "storici" che sono attivi da diverse generazioni (passano di padre in figlio)
- Negozi "storici" che da diversi anni operano sul territorio ma passano a diversi proprietari
- Famiglie gestrici di negozi storiche, che hanno nel tempo creato nuovi negozi e cambiato merceologia

Si prevede di valorizzare tali categorie attraverso la creazione del "Certificato di storicità" che avrà valenza solo a livello distrettuale e non andrà in conflitto con le certificazioni regionali esistenti. Tali categorie, oltre ad essere premiate, verranno valorizzate all'interno del materiale promozionale che verrà prodotto in occasione degli eventi di distretto e in altro materiale che dovesse essere creato per la valorizzazione del territorio.

Soggetti coinvolti:

- Comitato di Distretto
- Gruppi di lavoro tematici

Obiettivi perseguiti:

- Premiare imprese ed imprenditori che hanno favorito la crescita del territorio
- Promuovere i negozi storici del territorio

Tempistica: si prevede di avviare la ricerca di tali categorie nei primi mesi di vita del distretto, per poi pianificare le premiazioni all'interno di altri eventi

Risultati attesi:

- Incremento del 15% delle vendite
- Attrazione del 10% delle spese nell'ambito gravitazionale commerciale (formato dai comuni della cintura attorno al distretto)

Oltre a queste importanti iniziative, è intenzione del Distretto organizzare percorsi specifici volti a scoprire le eccellenze culturali e naturali del territorio, da percorrere in bici e a piedi.

Misura 3: Interventi strutturali

Il miglioramento attrattivo di un territorio è dato anche dall'aspetto infrastrutturale dei luoghi. Il Distretto ha previsto anche questi aspetti. In particolare i progetti che saranno realizzati riguardano:

1. **Bonate Sotto:** prevede la riqualificazione dell'area mercatale e la realizzazione di bagni per disabili. In particolare l'area adibita a parcheggio e piazzale del mercato si trova in Via Trieste snc. L'intervento consiste nella demolizione degli attuali servizi igienici e successiva ricostruzione di nuovi (uomini – donne – disabili) affiancati da un locale accessorio a servizio del mercato del mercoledì. Inoltre si provvederà alla realizzazione di un marciapiede in fregio alla via Trieste e a dotare il piazzale del mercato di impianto forza motrice (pozzetti interrati dotati di linea elettrica) a servizio degli ambulanti che svolgono il mercato. L'intervento permetterà anche di qualificare tale area utilizzabile in occasione di eventi e manifestazioni di Distretto.

Misura 4: Accessibilità e mobilità

La fruizione del territorio è data anche dal livello di fruibilità che offre. Per tale motivo alcuni progetti inseriti nel Distretto sono volti al miglioramento delle aree di accesso delle zone pubbliche e dei negozi.

In particolare i progetti che saranno realizzati saranno i seguenti:

1. **Comune di Presezzo:** prevede la sistemazione del parcheggio esistente su Via Vittorio Veneto. Il progetto prevede la totale rimozione degli alberi e dell'attuale marciapiede di separazione dell'area parcheggio dalla strada e la traslazione del marciapiede verso la strada stessa al fine di consentire la realizzazione di un adeguato apparato di sosta con stalli per sole auto disposti a lisca di pesce con corsia centrale di manovra a senso unico. Lungo il marciapiede sono previste nuove alberature da impiantare in apposite aiuole adeguatamente dimensionate e delimitate da cordoli in cls. La piazzola delle pensiline per la fermata dei bus rimane nella posizione attuale in piano rialzato rispetto al parcheggio e alla corsia stradale con lo scopo di assicurare una adeguata protezione dei pedoni in sosta per la salita ai mezzi pubblici. Il progetto prevede la pavimentazione del parcheggio con asfalto di tipo tradizionale (tuotvenant bitumato spess. cm 8 e tappeto d'usura spess. cm 2,5) eseguito previa scarifica/rimozione del fondo e bonifica con mistone di cava per le parti ammalorate. Il marciapiede verrà realizzato con cordoli perimetrali in cls con banda rifrangente per la parte con fronte strada e pavimentazione in masselli autobloccanti. La larghezza minima del marciapiede sarà di m. 1,50. Le aiuole verranno delimitate con cordoli in in cls e pacciamatura interna per inibire la crescita di erbe infestanti.

Misura 5: Sicurezza

Le amministrazioni comunali hanno investito negli scorsi anni in sicurezza del territorio, posando telecamere in aree commerciali o all'ingresso dei centri. In questa fase non sono previsti progetti di questo tipo da parte delle amministrazioni comunali.

1. **Bonate Sopra:** prevede il potenziamento del Sistema di videosorveglianza già esistente dal 2008. Il presente progetto riguarda l'estensione dell'impianto esistente per coprire le parti centrali dell'ambito urbano in prossimità degli esercizi pubblici e commerciali posti in punti sensibili. Sono previsti i seguenti interventi:
 - Via Roma ingresso parcheggio sotterraneo – Installazione n. 1 telecamera speed dome – software
 - Piazza Vittorio Emanuele II° presso la Biblioteca – Installazione di n. 2 telecamere fisse megapixel – trasmettitore wireless slave – software
 - Piazza Vittorio Emanuele II° - Installazione n. 1 telecamera speed dome, collegamento wired – software
 - Incrocio Via S. Rocco/Via A. Moro – Installazione trasmettitore wireless - Installazione di n. 2 telecamere fisse megapixel (1,3 mp)
 - Incrocio Via Marconi/Via Trieste (5Vie) – Installazione trasmettitore wireless slave. Installazione n. 2 telecamere fisse megapixel (1,3 mp) – software
 - Incrocio semaforico Via Roma/Via Como – Installazione trasmettitore wireless slave – Installazione di n. 2 telecamere fisse megapixel – software
 - Frazione Ghiaie, Piazza Locatelli – Installazione n. 1 telecamera fissa megapixel – software
 - Frazione Ghiaie, Scuola Elementare – Installazione trasmettitore wireless slave – Installazione n. 1 telecamera fissa megapixel – software
 - Frazione Ghiaie, Via S. Geminiano discesa – Installazione punto di rilancio wireless punto-punto – Videoserver – switch

Misura 6: Gestione di servizi in comune

In questa primissima fase di avvio del distretto, il servizio che si vuole proporre al territorio è quello riguardante lo "**Sportello Impresa**". Si tratta di un servizio di informazione alle imprese su aspetti legati alla normativa commerciale vigente e sulla divulgazione dei bandi di contributo rivolti alle imprese. Il servizio sarà presieduto dagli uffici commercio dei comuni coinvolti, da Confcommercio/Confesercenti e da personale esterno competente.

Misura 7: Interventi per la sostenibilità energetica ed ambientale

L'efficienza energetica è un tema molto sentito dal territorio, sul quale insiste un Parco (Parco del Basso Corso del Fiume Brembo) e vi sono processi di Agenda 21 locale. Molte imprese hanno attivato questa linea di azione prevedendo il rifacimento di serramenti e vetrine con materiali nuovi ed in grado di ridurre la dispersione di calore.

Misura 8: Sviluppo e sostegno dell'imprenditoria

L'ultima, ma non meno importante linea di azione attivata dal distretto riguarda il sostegno allo sviluppo delle imprese. Tale azione verrà perseguita attraverso due progettualità concrete:

- **Confcommercio e Confesercenti:** organizzazione **di corsi di formazione** rivolti alle imprese del Distretto e finalizzati ad una migliore gestione di impresa, ad una migliore promozione della propria attività. I corsi verranno individuati successivamente

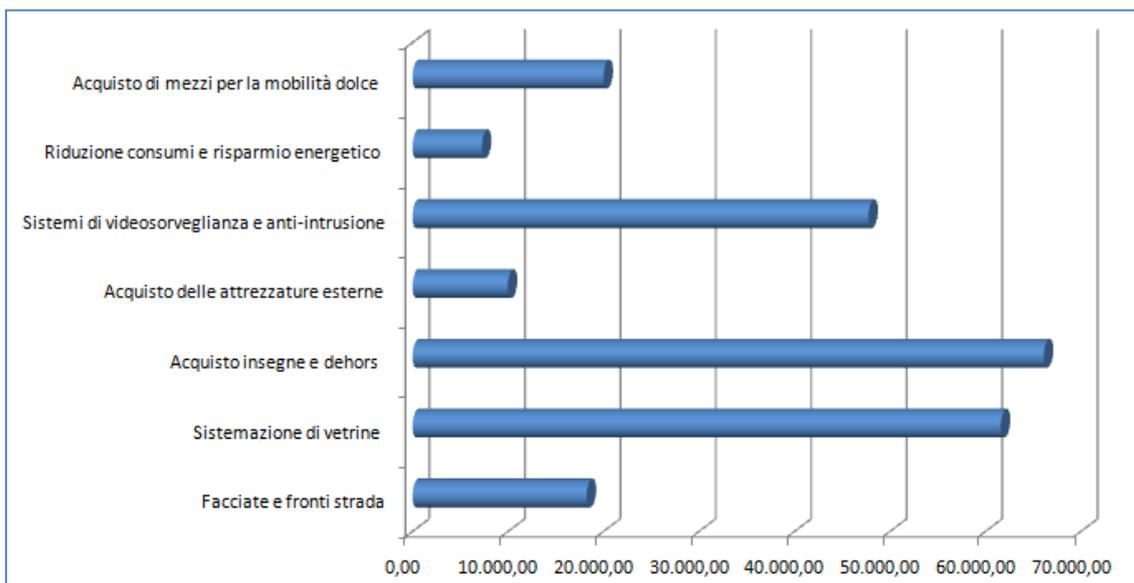
sulla base delle esigenze dei commercianti e sulla base degli obiettivi strategici del distretto poco sopra esposti

- **Progetto "Sportello Impresa"**: lo sportello prevede la sua attivazione sia in loco presso l'ufficio commercio dei comuni, attraverso la fornitura di materiale idoneo, sia on line, attraverso l'accesso ad un elenco di bandi nazionali e regionali messi a disposizione delle imprese, con possibilità di porre quesiti on line al Distretto ed ottenere delle risposte in tempi rapidi

3.2 Focus Interventi delle imprese

Il paragrafo che segue ha l'importante obiettivo di mettere in evidenza gli investimenti delle imprese.

In totale, le imprese aderenti al Distretto diffuso del commercio sono 16 (in dettaglio sono 5 a Bonate Sopra, 3 a Bonate Sotto e 8 a Presezzo).



Nell'ottica di supportare gli investimenti strategici del distretto e in vista di un'ampia affluenza di utenti sul territorio, le imprese del Distretto hanno deciso di investire in maniera massiccia sull'estetica dei propri locali, in particolare rendendo maggiormente visibili i negozi attraverso la posa di nuove e più moderne insegne e dall'altro attraverso la realizzazione di strutture esterne in grado di ospitare un maggior numero di clienti.

Allo stesso modo sono stati avviati interventi volti alla sistemazione delle vetrine e dei fronti strada, anche in vista dei concorsi che verranno organizzati a tema e per migliorare l'impatto estetico dei visitatori sul territorio.

Le imprese del territorio hanno investito molto anche in videosorveglianza, al fine di assicurare maggiori livelli di tutela alle merci e ai clienti.

Nel complesso si può dire che gli investimenti proposti dalle imprese sono perfettamente in linea con gli obiettivi perseguiti dal Distretto, ed in particolare con l'obiettivo di programmazione sovralocale (abbellimento estetico nell'ottica di migliorare l'impatto visivo del distretto).

Di seguito si fornisce indicazione specifica circa le imprese aderenti al Distretto e gli interventi attivati:

N R.	IMPRESA	SEDE	COM UNE	Intervento attivato
1	Bianco e Nero merceria abbigliamento intimo	P.zza Vitt.Emanuele, 17	BSOP	Sistemazione vetrine
2	Loco bar srl	Via Principe Umberto, 2	BSOP	Sicurezza
3	Ristorante Favaron	Via Como,9	BSOP	Sistemazione facciate, insegna e sicurezza
4	Riva Adelaide	Via Monte Grappa, 19-21	BSOP	Sistemazione facciate e fronti strada e sicurezza
5	Cattaneo Adele e figli snc	Via Vittorio Veneto, 569	PRE	Sistemazione vetrine
6	OI Baretì di Viscardi Debora	Via Trieste, 13	BSOT	Insegna e attrezzature esterne
7	Arcobaleno Crotti E Esposito snc	Via XXV aprile, 42	BSOT	Sistemazione facciate e sicurezza
8	F.M.G di Rocchi Mauro	Via Trento, 1	BSOT	Sistemazione vetrine, facciata insegna e acquisto attrezzature esterne
9	Bar Ai Portici di Alcaini	P.zza Papa Giovanni XXIII, 16	PRE	Sistemazione vetrine e sicurezza
10	Farmacia Dell'Isola	P.zza Papa Giovanni XXIII, 9	PRE	Sicurezza e risparmio energetico
11	Pizza Barbanera C. sas	Via Vittorio Veneto, 1741	PRE	Sistemazione facciate, insegna, acquisto attrezzature esterne e sicurezza
12	Artigianmarmi	Via Vittorio Veneto 937	PRE	Sistemazione facciate, vetrine, sicurezza
13	Black horse	Via Vittorio veneto 279	PRE	Acquisto insegna
14	Alice shoes	Via Vittorio Veneto 680	PRE	Sistemazione vetrine e sicurezza
15	Welcome	Via Vittorio Veneto 617	PRE	Acquisto insegna
16	Brescia condizionatori	Via Pascoli 6	BSOP	Sicurezza e risparmio energetico

4 Partenariato

La definizione della strategia di distretto e l'individuazione delle specifiche progettualità ha comportato un'azione di condivisione e di coordinamento che ha visto impegnate in primo luogo le Amministrazioni comunali e le due associazioni di categoria coinvolte attivamente nella definizione del processo strategico, Confesercenti ed ASCOM Bergamo e, in seconda battuta, i commercianti.

La concertazione locale è stata presentata e gestita come capacità di **progettazione integrata**, a livello territoriale, sostenuta dai principali soggetti del territorio. Risultato di questo metodo, reso operativo con incontri pubblici, è la costruzione di un progetto che per la sua rispondenza agli obiettivi di area, e la sua aderenza alle dinamiche territoriali locali è in grado di attivare e completare tutte le azioni previste e di renderle permanenti, operando in modo complementare con le progettualità in atto sul territorio.

Sotto il profilo operativo le fasi principali attivate per l'implementazione del Distretto sono state:

- mappatura delle imprese presenti sul territorio, individuandone gli obiettivi, i campi e le modalità di intervento e le priorità
- azione di confronto e definizione delle linee di indirizzo del Distretto
- predisposizione delle progettualità e del programma di Distretto

Il confronto tra Amministrazioni, imprese, Confesercenti ed ASCOM ha avuto l'obiettivo di:

- suscitare l'interesse degli operatori
- creare un clima di collaborazione
- far emergere le esigenze del territorio in quanto insieme organico di persone, di relazioni e di idee
- organizzare la collaborazione tra istituzioni pubbliche e private in previsione dell'implementazione ed attuazione del programma di sviluppo di Distretto
- mobilitare le risorse pubbliche e private
- spronare il territorio ad un nuovo modo di pensare il proprio sviluppo

L'organizzazione degli incontri ha avuto di fatto i seguenti obiettivi:

- illustrare ai diversi soggetti del territorio la metodologia e le opportunità del Distretto
- chiarire le categorie di attività ammesse a partecipare
- censire la disponibilità dei privati a partecipare
- evidenziare le problematiche socio-economiche che caratterizzano l'area e l'intento risolutivo del programma, ad esse mirato
- verificare i livelli di accordo e consenso dei soggetti rispetto ai temi chiave dello sviluppo sostenibile in merito all'area individuata e al progetto
- censire interessi e strategie dei soggetti economici operanti sul territorio per verificare le ipotesi di riqualificazione dell'area in funzione degli interessi locali
- concordare un percorso di collaborazione e di partnership pubblico-privata teso alla riqualificazione del centro storico del paese

A livello operativo si è proceduto nel seguente modo:

- in primo luogo le Amministrazioni, tramite i propri uffici (commercio) hanno predisposto un elenco comprendente sia le attività commerciali sia ristorative presenti sul Distretto

- i soggetti individuati sono stati contattati dall'Amministrazione che, in collaborazione con Confesercenti ed ASCOM, li ha invitati a partecipare al workshop informativo sui Distretti
- durante l'incontro sono state distribuite delle check-list finalizzate a raccogliere i dati relativi alle attività e ai tipi di investimento proposti, che sono state poi raccolte in un secondo momento
- è stato inoltre predisposto e distribuito materiale illustrativo delle principali caratteristiche del Distretto e dei suoi obiettivi strategici

Parallelamente all'azione di animazione, le amministrazioni comunali hanno proceduto alla predisposizione del presente programma di Distretto, sulla base delle indicazioni via via ricevute da parte del territorio.

4.1 Partner pubblici e associazioni di categoria

I partner pubblici aderenti al Distretto sono 3: Comune di Bonate Sopra (capofila dell'iniziativa), Comune di Bonate Sotto e Comune di Presezzo.

Si tratta di **amministrazioni comunali** che basano la loro attrattività su eventi ed iniziative che permettono alle imprese di operare ancora sul territorio.

In particolare, le amministrazioni hanno un importante compito all'interno del distretto: quello di creare delle sinergie tra le necessità urbanistiche presenti sull'area e le necessità delle imprese commerciali e più in generale del tessuto economico operante sull'area.

Inoltre il capofila ha dei compiti importanti da svolgere, previsti da Regione Lombardia e sintetizzabili in:

- Gestione finanziaria dei fondi nei confronti degli altri partner
- Gestione dei rapporti con Regione Lombardia
- Verifica della corretta applicazione dei processi

A questi compiti più amministrativi e gestionali si aggiungono anche i compiti progettuali che sono alla base del Distretto, e che riguardano anche gli altri partner.

Gli altri comuni del Distretto hanno meno compiti amministrativo/gestionali ma hanno i medesimi compiti progettuali delle altre parti coinvolte nel distretto.

Le **associazioni di categoria** hanno invece il compito di preservare le necessità delle imprese che sono da loro rappresentate. Hanno pertanto il compito di portare al tavolo gli interessi delle imprese e programmare con le amministrazioni locali iniziative ed interventi in grado di portare reale beneficio alle imprese, diretto ed indiretto.

4.2 Partner privati

I soggetti privati attualmente aderenti al Distretto sono 16. Si tratta di un numero comunque rilevante per un territorio che presenta al suo interno poche imprese commerciali e ristorative:

Impresa	Indirizzo	
Bianco e Nero merceria abbigliamento intimo	P.zza Vitt.Emanuele, 17	BSOP
Loco bar srl	Via Principe Umberto, 2	BSOP
Ristorante Favaron	Via Como,9	BSOP
Riva Adelaide	Via Monte Grappa, 19-21	BSOP
Cattaneo Adele e figli snc	Via Vittorio Veneto, 569	PRE
OI Baretì di Viscardi Debora	Via Trieste, 13	BSOT
Arcobaleno Crotti E Esposito snc	Via XXV aprile, 42	BSOT
F.M.G di Rocchi Mauro	Via Trento, 1	BSOT
Bar Ai Portici di Alcaini	P.zza Papa Giovanni XXIII, 16	PRE
Farmacia Dell'Isola	P.zza Papa Giovanni XXIII, 9	PRE
Pizza Barbanera C. sas	Via Vittorio Veneto, 1741	PRE
Artigianmarmi	Via Vittorio Veneto 937	PRE
Black horse	Via Vittorio veneto 279	PRE
Alice shoes	Via Vittorio Veneto 680	PRE
Welcome	Via Vittorio Veneto 617	PRE
Brescia condizionatori	Via Pascoli 6	BSOP
Il chiosco e la quercia	Via Vittorio Veneto 1064	PRE

Si tratta di imprese che appartengono alle seguenti categorie merceologiche:

- 6 bar
- 2 ristoranti
- Imprese di vendita al dettaglio

Si tratta delle prime 16 imprese che insieme al Comitato di Distretto opereranno i prossimi mesi per favorire l'organizzazione di eventi ed iniziative. Infatti le imprese saranno chiamate, proprio per avere aderito al Distretto, a dare il loro contributo in termini di idee e di tempo alla organizzazione di iniziative che richiameranno utenti sul territorio.

Il loro compito sarà quello di realizzare quanto verrà deciso a livello di Comitato e partecipare direttamente al coinvolgimento delle altre imprese del territorio in questo importante procedimento.

Tra loro verranno individuate le imprese maggiormente operative che si proporranno come portavoce di tutte le imprese e che avranno il compito di animare l'area e di coinvolgere le imprese meno collaborative.

Si tratta di una sfida per il Distretto in esame, in quanto le imprese fino ad oggi hanno lavorato per contro proprio e con l'idea di agire per proprio conto. Solo nell'ultimo anno alcune cose hanno cominciato a cambiare, alcune imprese (ancora poche)

hanno capito l'importanza della cooperazione anche grazie agli eventi recentemente organizzati sul territorio da parte delle amministrazioni.

4.3 Modello di gestione del Distretto

L'azione di confronto sopra illustrata, oltre a disciplinare i temi di intervento del Distretto, ha permesso di delineare il modello di gestione che i partner si prefiggono di adottare per la realizzazione dello stesso.

Tali scelte organizzative e gestionali trovano diretto riscontro nell'Accordo di Distretto, che i partner hanno sottoscritto per dotarsi di un'organizzazione snella, capace da un lato di rappresentare le aspettative del partenariato, e dall'altro di assicurare, attraverso **procedure e modelli organizzativi predefiniti**, il necessario supporto tecnico per la piena realizzazione delle iniziative che il Distretto intende avviare.

Il modello di gestione individuato prevede il seguente modello:



L'organo più importante del Distretto è la **Cabina di Regia**, formata in questo caso da 1 rappresentante di ciascuna delle amministrazioni comunali, da 1 rappresentante di Confesercenti e da 1 rappresentante di ASCOM.

Tra i **compiti di natura programmatica** ci sono:

- Delineare la strategia del programma di Distretto
- Coordinare le diverse fasi di stesura del Distretto e approvare il documento
- Effettuare una preselezione e una valutazione preliminare dei progetti strategici da prevedere nel documento, tenendo presenti da un lato le finalità della programmazione e pertanto gli obiettivi individuati all'interno della strategia di intervento e dall'altro lato dei suggerimenti forniti dalla Regione Lombardia
- Valutare i progetti presentati dal partenariato in merito alla loro coerenza interna rispetto agli obiettivi del Distretto
- Valutare i progetti presentati dal partenariato per quanto attiene alla loro coerenza esterna rispetto ad altri strumenti di programmazione presenti sul territorio in esame

Tra i **compiti di natura gestionale**, invece, troviamo i seguenti:

- Supportare lo sviluppo del partenariato in ambito locale, coinvolgendo sia i soggetti pubblici che privati, in maniera tale da accrescere la capacità di concertazione del territorio di riferimento e l'integrazione tra soggetti pubblici e privati
- Valutare le domande di adesione al Distretto da parte dei nuovi soggetti che ne facciano richiesta
- Proporre all'interno del partenariato una serie di progetti sovralocali, in un'ottica di creazione di sinergie tra i diversi partner per realizzare un effettivo sviluppo territoriale omogeneo

Tra i **compiti di monitoraggio** troviamo i seguenti:

- Monitorare lo stato di attuazione del Distretto in maniera tale da poter procedere ad una rimodulazione periodica degli interventi in esso previsti ed una ridefinizione dei contenuti del documento, anche in un'ottica di sviluppo nel tempo
- Verificare l'effettiva realizzazione delle attività per le quali è stato richiesto il contributo regionale
- Valutare gli impatti ottenuti dalla realizzazione del Distretto sul territorio di riferimento

Quest'ultimo aspetto, insieme a quello connesso al coordinamento delle attività, risulta particolarmente significativo in quanto il contributo regionale, in caso di approvazione del Distretto, verrà erogato al soggetto capofila (Comune di Bonate Sopra) che si occuperà successivamente di erogarlo secondo specifici stati di avanzamento, agli altri partner di progetto, secondo il modello previsto da Regione Lombardia.

Accanto alla Cabina di Regia opera la **Consulta di Distretto**, formata dai membri della Cabina di Regia e da altri soggetti che gli stessi membri potranno individuare e che possano essere di utilità alla corretta crescita del Distretto (ad esempio Camera di Commercio, parti sociali operanti sul territorio, quali associazioni, Proloco, imprese di settori differenti da quello commerciale, turistico e dei servizi che possono cooperare per la crescita del territorio).

La Consulta viene convocata dalla Cabina di Regia previa decisione di tutte le parti.

La Consulta, come si evince anche dal nome, ha compiti consultivi e può dare indicazioni o idee alla Cabina di Regia, che successivamente decide se accettare oppure no tali proposte.

Si prevede anche la creazione di **Gruppi di lavoro**, formati da tecnici comunali e da imprese maggiormente operative del territorio, che avranno il compito di realizzare quanto proposto dalla Cabina di Regia e provvedere operativamente alla realizzazione degli eventi e delle iniziative alla base del distretto.

Tali organi saranno affiancati da un **nucleo di assistenza tecnica** che avrà il compito di accompagnare i partner nella realizzazione del progetto e delle iniziative che ne fanno parte, verificare il corretto andamento delle attività da un punto di vista finanziario (verificare rendiconti trasmessi dalle imprese affinché il Comune capofila sia in grado di erogare in maniera corretta i contributi) e far sì che le procedure applicate siano snelle ed efficaci.

5. Piano finanziario e tempi di realizzazione

Di seguito si fornisce il piano finanziario del Distretto e la tempistica di realizzazione degli interventi pubblici e privati e degli interventi strategici del distretto: comunicazione e monitoraggio.

Soggetto	Spesa	Contributo richiesto
Bianco e Nero merceria abbigliamento intimo	10.000,00	5.000,00
Loco bar srl	10.595,00	5.297,50
Ristorante Favaron	50.000,00	25.000,00
Riva Adelaide	1.900,00	950,00
Cattaneo Adele e figli snc	8.500,00	4.250,00
OI Baretì di Viscardi Debora	5.200,00	2.600,00
Arcobaleno Crotti E Esposito snc	7.234,00	3.617,00
F.M.G di Rocchi Mauro	20.570,00	10.285,00
Bar Ai Portici di Alcaini	20.500,00	10.250,00
Farmacia Dell'Isola	7.000,00	3.500,00
Pizza Barbanera C. sas	9.315,00	4.657,50
Artigianmarmi	31.000,00	15.500,00
black horse	2.500,00	1.250,00
alice shoes	13.600,00	6.800,00
welcome	3.000,00	1.500,00
brescia condizionatori	30.000,00	15.000,00
Il chiosco e la quercia	11.800,00	5.900,00
INTERVENTI PRIVATI	242.714,00	121.357,00
Comunicazione e marketing	20.000,00	10.000,00
INTERVENTI DI COMUNICAZIONE	20.000,00	10.000,00
Comune di Bonate Sopra	65.000,00	32.000,00
Comune di Bonate Sotto	97.800,00	42.000,00
Comune di Presezzo	100.000,00	42.000,00
INTERVENTI PUBBLICI	262.800,00	116.000,00
TOTALE DISTRETTO	525.514,00	247.357,00

Per quanto riguarda la tempistica di realizzazione delle azioni inserite nel distretto, si rimanda al prospetto che segue e alle specifiche riportate al capitolo 3.1 del presente documento:

Soggetto	Tempistica									
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
Bianco e Nero merceria abbigliamento intimo			■	■						
Loco bar srl			■	■						
Ristorante Favaron				■	■					
Riva Adelaide				■	■	■				
Cattaneo Adele e figli snc			■	■						
Ol Baretì di Viscardi Debora			■	■	■					
Arcobaleno Crotti E Esposito snc				■	■	■				
F.M.G di Rocchi Mauro			■	■						
Bar Ai Portici di Alcaini		■	■							
Farmacia Dell'Isola			■	■	■					
Pizza Barbanera C. sas				■	■	■	■			
Artigianmarmi				■	■					
black horse			■	■	■					
alice shoes					■	■	■	■		
welcome					■	■	■	■		
brescia condizionatori				■	■	■				
Il chiosco e la quercia				■	■	■				
Comunicazione e marketing	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Monitoraggio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Comune di Bonate Sopra			■	■						
Comune di Bonate Sotto				■	■					
Comune di Presezzo				■	■	■				

Il prospetto è diviso in trimestri e parte da giugno 2011 per arrivare a giugno 2013. Si specifica che le azioni progettuali che prevedono un contributo verranno realizzate tutte entro 18 mesi dalla pubblicazione della graduatoria. Proseguiranno poi tutte le attività per la gestione del distretto, il monitoraggio, la comunicazione e la realizzazione di manifestazioni ed eventi.

Obiettivo del Distretto infatti è operare oltre i 18 mesi di vita del distretto. Per farlo è prevista una intensa azione di animazione del territorio per favorire la nascita di iniziative da parte delle imprese, che siano da loro coordinate e che possano essere sostenute dalle amministrazioni comunali e da eventuali sponsor che verranno individuati nei prossimi anni.

Parte III

Valutazione del Distretto e Comunicazione

1. Monitoraggio e comunicazione

Il monitoraggio e la comunicazione rappresentano aspetti fondamentali per la corretta realizzazione del Distretto e per far sì che tale strumento possa effettivamente produrre risultati concreti, efficaci e duraturi per i partner che lo hanno attivato. Di seguito pertanto si illustrano le modalità che il distretto ha individuato per l'azione di monitoraggio, valutazione e comunicazione del distretto.

1.1 Monitoraggio valutazione

L'attività di monitoraggio dell'andamento del Distretto e dei risultati conseguiti è molto importante e per poter essere svolta in maniera adeguata deve prevedere la verifica dei risultati attesi attraverso una attività di monitoraggio basata su precisi indicatori. L'attività di valutazione e di monitoraggio rappresenta non solo un elemento essenziale per la corretta attuazione e gestione del progetto ma permette di:

- evidenziare le problematiche sulla quale intervenire
- coinvolgere e informare la comunità
- mettere in luce i risultati raggiunti
- verificare lo stato di avanzamento dei progetti
- verificare la corrispondenza tra progetti e obiettivi
- verificare il raggiungimento degli obiettivi preposti
- verificare lo stato di attuazione del programma (quindi dei progetti in esso inseriti)
- verificare il grado di successo rispetto ai risultati attesi

Per poter attuare gli obiettivi previsti dal monitoraggio occorre definire una serie di **strumenti e di parametri** che permettano di garantire un corretto svolgimento dell'attività di analisi ed il controllo. A tale scopo occorre individuare una serie di procedure atte a definire gli elementi che consentano al partenariato di focalizzare la propria attenzione e di contribuire a mantenere sotto osservazione il grado di attuazione del programma, in funzione degli interventi previsti.

Per far sì che il monitoraggio sia concreto e realizzabile, è necessario definire alcune tipologie di indicatori che siano **effettivamente in grado** di costruire un'immagine del processo in atto, mettendo in evidenza i risultati raggiunti e quelli ancora da raggiungere, l'andamento del progetto e le problematiche da affrontare, nonché di monitorare gli elementi quali-quantitativi (e di conseguenza predisporre un quadro generale circa l'andamento del programma e delle ricadute dello stesso).

Gli indicatori che verranno studiati nei prossimi mesi dovranno essere applicati in aree di rilevazione utili alla raccolta di dati significativi per capire l'andamento del progetto:

- situazione generale del contesto progettuale (occupazione, incoming, riqualificazione urbana, etc)
- situazione commerciale (varietà, qualità e ampiezza mix commerciale)
- servizi pubblici (accessibilità, sicurezza, arredo urbano etc)
- customer satisfaction (di operatori, commercianti e clienti)

Gli indicatori dovranno essere in grado di consentire la verifica del raggiungimento dell'obiettivo nonché fornire un quadro dei risultati attesi rispetto all'idea guida del Distretto e all'analisi iniziale, e sono suddivisibili nelle seguenti macrocategorie:

- **indicatori di realizzazione:** stato di avanzamento dei progetti rispetto alla tempistica programmata. Valore in % che costituisce una misura dell'affidabilità degli operatori e di conseguenza del sistema
- **indicatori di indotto** (misure quantitative su indici percentuali elaborate su basi statistiche)
- **indicatori di effetto** (misure qualitative che individuano i benefici diretti e indiretti)
- **indicatori di risultato** (misure quantitative che verificano il raggiungimento degli obiettivi di fondo)

Nella fase di realizzazione, al fine di effettuare un monitoraggio complessivo del Distretto, dovranno essere previste una serie di azioni di controllo (una tantum o periodiche) in relazione agli obiettivi generali perseguiti.

Il tipico strumento di valutazione di un programma è costituito dagli indicatori di impatto e di risultato e/o di realizzazione.

I primi hanno l'obiettivo di verificare se i progetti sono stati capaci di migliorare la **tendenza generale del sistema rispetto a variabili pre-definite** (giro d'affari, addetti, nuove imprese, ecc.); i secondi sono più semplici da valutare perché si riferiscono alla **realizzazione delle attività previste nel progetto** (realizzazione di una infrastruttura, acquisto di attrezzature, materiale promozionale, ecc.)

In particolare, per quanto riguarda gli indicatori di realizzazione, mensilmente saranno contattati i proponenti dei diversi progetti per monitorare lo stato di avanzamento delle attività e per permettere di intervenire sugli operatori che non dovessero realizzare il progetto o che abbiano incontrato ostacoli nella realizzazione.

L'attività di monitoraggio rispetto alla realizzazione fisica degli interventi programmati, avrà l'obiettivo di verificare l'effettiva attuazione degli interventi finanziati, nei tempi e secondo le modalità previste dal programma. Tale attività sarà, quindi, finalizzata alla verifica del progressivo raggiungimento dei risultati fisici previsti, risultati che potranno essere agevolmente quantificati man mano che i singoli progetti si avviano a conclusione, fino al completamento del programma. Ciò consentirà di esprimere giudizi in merito, non solo sulla verifica delle performance delle procedure attuative e gestionali previste dal programma, ma permetterà anche di formulare precise indicazioni circa lo stato di attuazione delle iniziative sia in relazione al raggiungimento degli obiettivi assunti a base della programmazione, che in funzione delle eventuali azioni correttive da porre in essere.

Anche per quanto riguarda la **rilevazione dei dati riguardanti gli indicatori di risultato**, verranno rilevati gli scostamenti in valore assoluto e in percentuale tra il valore degli investimenti effettuati e quelli previsti sia dai singoli interventi sia in rapporto al piano finanziario complessivo previsto dal programma. Per una maggiore utilità gli indicatori verranno elaborati per tipologia di investimento (Infrastrutture, attrezzature, ecc).

Sulla base del sistema degli indicatori sarà, inoltre, possibile procedere all'analisi dei risultati e, quindi esprimere le valutazioni circa gli obiettivi raggiunti dal Progetto. Al fine di poter effettuare tale valutazione le azioni di controllo, relative all'attività di monitoraggio, porteranno alla realizzazione delle seguenti attività:

- 1. valutazione in itinere e intermedia:** realizzata analizzando il rapporto tra i dati rilevati con gli obiettivi prefissati. La fase di valutazione intermedia è essenziale in quanto consente di monitorare l'impatto degli interventi proposti dal progetto cercando di leggere il valore e le caratteristiche delle singole attività implementate attraverso la percezione dell'utente/operatore. I punti di vista e l'esperienza dei gruppi coinvolti

incrementa la capacità di fare sistema. In particolare la valutazione intermedia permetterà di conoscere:

- l'identificazione dei fattori organizzativi o di contesto che inibiscono o facilitano la realizzazione del progetto
- l'identificazione delle modifiche rispetto al progetto iniziale
- i primi risultati ottenuti
- la corrispondenza rispetto alle aspettative definite nella valutazione ex-ante

2. Valutazione ex-post: prevede una fase di valutazione finale che rilevi l'impatto del programma al fine di ottenere le considerazioni conclusive in merito a:

- il successo del programma
- la soddisfazione dei soggetti coinvolti
- la qualità delle competenze acquisite da ciascun attore del progetto
- il livello di raggiungimento degli obiettivi
- la qualità dei risultati ottenuti
- l' idoneità delle strutture di gestione e coordinamento
- l'adeguatezza, congruenza e tempestività dei resoconti, dei report e della comunicazione

Il monitoraggio del Distretto sarà effettuato da un apposito gruppo di lavoro coordinato dall'ente capofila che avrà il compito di redigere i documenti necessari per la rilevazione degli indici, compiere lo studio sulla base degli indicatori predisposti ed elaborare i report di valutazione programmati.

Il modello prevede anche la realizzazione di questionari che saranno rivolti ai seguenti soggetti:

- imprese
- clienti
- residenti

e che avranno il compito di mettere in evidenza alcuni aspetti specifici di interesse per il Comitato di Distretto. Sulla base infatti dei questionari richiesti da Regione Lombardia, è intenzione del Comitato aggiornare tali documenti aggiungendo le domande ritenute necessarie per una corretta evoluzione del distretto.

Accanto ai questionari da distribuire agli utenti di cui sopra, attraverso il coinvolgimento diretto delle imprese che dovranno sottoporli ai propri clienti, si prevede di fare delle indagini e degli studi specifici da parte del Comitato sui seguenti aspetti:

- numero locali commerciali vuoti: indagine utile a capire le motivazioni e cercare di trovare delle soluzioni affinché possano essere occupati in tempi brevi
- orari di apertura/chiusura dei negozi: indagine utile a capire quali soluzioni in termini di orari possono essere offerte alla cittadinanza, affinché i pendolari, dopo una giornata di lavoro, possano arrivare a casa e trovare i negozi aperti, senza doversi recare in centri commerciali per fare la spesa
- altri dati che dovessero rendersi utili e necessari per l'evoluzione del distretto

1.2 Comunicazione

La strategia del Distretto per poter funzionare e produrre risultati concreti deve essere comunicata in maniera adeguata. Pertanto di seguito si fornisce il modello che verrà utilizzato per favorire il corretto flusso delle informazioni.

Comunicazione interna

La comunicazione interna riguarda il processo di trasferimento delle informazioni all'interno del partenariato.

Affinchè tutti siano sempre informati di tutto si prevede di attuare il seguente modello:

- individuazione di 1 referente operativo interno a ciascun Comune
- realizzazione di una apposita mailing list
- trasmissione delle comunicazioni da parte del referente del capofila a tutta la mailing list
- invio di tutta la documentazione progettuale e strategica a tutti i soggetti
- creazione di un archivio documentale presso il Comune capofila, con il compito di raccogliere tutti i documenti e le informazioni (articoli, rassegna stampa, documenti ufficiali, scambi di materiale con RL, ...) e di metterle a disposizione in caso di necessità a tutti i partner
- verbalizzazione di tutti gli incontri di Comitato e relazione circa gli incontri Tecnici

Questo modello ha il compito di facilitare la raccolta delle informazioni e permettere rapide consultazioni al materiale, nonchè favorire una conoscenza completa dell'iter progettuale da parte di tutti i partner.

Comunicazione esterna

La comunicazione riguarda invece la diffusione delle informazioni progettuali all'esterno. Non deve essere fraintesa con le azioni progettuali descritte nel capitolo dei progetti (sito internet, brochure, ..) ma attiene ai rapporti tra il gruppo di lavoro nei confronti da un lato di Regione Lombardia e dall'altro della cittadinanza.

Per tale tipo di comunicazione ovviamente verranno utilizzati gli strumenti già illustrati in precedenza, quali:

- sito internet del distretto (ma anche i siti istituzionali dei partner)
- diffusione del materiale promozionale del distretto (presso specifici canali da individuare in dettaglio)

Il processo di comunicazione favorisce la conoscenza del Distretto da parte dei non addetti ai lavori.