

ID domanda	Ente capofila	Sintesi del progetto
3865528	PESCHIERA BORROMEO	<p>Attrattività e qualità urbana tra bike, food e green</p> <p>Il progetto scaturisce dalla volontà di accrescere la qualità della vita e l'attrattività del territorio a partire da: rigenerazione urbana, potenziamento della mobilità sostenibile e valorizzazione delle risorse e peculiarità che contraddistinguono quest'area. L'intento è di rendere il Distretto un luogo attrattivo in cui si sceglie di vivere e lavorare o in cui recarsi per acquisti e svago, in grado di offrire sia i servizi e le attività delle città più grandi sia standard di qualità della vita e degli spostamenti più a misura d'uomo.</p> <p>Nello specifico il DID intende promuovere una vision di sviluppo di lungo periodo basata su: 1) il miglioramento della qualità dello spazio pubblico - con interventi su vie e piazze ad alta concentrazione di attività commerciali - e il recupero del patrimonio edilizio pubblico per una migliore offerta dei servizi pubblici; 2) il rafforzamento e l'implementazione della mobilità sostenibile; 3) la valorizzazione delle risorse che caratterizzano il territorio - attraverso gli eventi - per rafforzarne l'identità e accrescerne la visibilità e l'attrattività; 4) processi di rivitalizzazione dei centri e del commercio di vicinato incentrati su sostenibilità ambientale, il coinvolgimento e la collaborazione di soggetti diversi, una maggiore competitività delle imprese e la promozione del recupero dei locali sfitti; 5) una maggiore e migliore promozione del Distretto sia al suo interno (verso cittadini e imprese dei cinque Comuni) sia all'esterno (verso visitatori e aspiranti nuovi imprenditori).</p>
3885011	JERAGO CON ORAGO	<p>CASTELLI VISCONTEI, IL DISTRETTO DEL CUORE. Il Distretto dei Castelli Viscontei si colloca nella porzione nord-ovest della regione Lombardia, nella sezione meridionale della provincia di Varese e, quindi, in prossimità di quella di Milano. Si tratta di un'area ad alta densità industriale e commerciale, caratterizzata dalla presenza di numerose infrastrutture e servizi e di un tessuto imprenditoriale molto ricco e articolato.</p> <p>Gli elementi di rischio e i punti di debolezza del Distretto sono legati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -piccole dimensioni dei comuni e disegno urbano definito dagli abitati storici con una "invasione" degli spazi per la mobilità dolce da parte degli automezzi -riduzione e invecchiamento della popolazione -tendenza nel periodo pre-pandemico a diventare aree dormitorio satelliti di centri maggiori -mancanza di poli commerciali di attrazione, di una forte polarità in grado di generare attrazione da aree esterne al Distretto -contrazione e rischio di desertificazione dell'offerta commerciale con conseguente generazione di spazi commerciali inutilizzati/sfitti <p>Le opportunità e i punti di forza sono riconducibili a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -qualità e storicità dell'ambiente urbano, caratterizzato anche da un'elevata presenza di aree verdi -presenza di attrattori turistici quali parchi e aree verdi extra urbane; siti di interesse artistico-storico-culturale e religioso presenti in tutti i comuni del Distretto -presenza e varietà di strutture e opportunità per la pratica di attività sportive, indoor e outdoor -tessuto di imprese e associazioni che sviluppano iniziative per valorizzare il territorio e la socialità -elevata cultura di cooperazione pubblico-privata territoriale sviluppata dai diversi attori che fanno parte del Distretto. <p>Obiettivi. Il Distretto intende perseguire due obiettivi strategici principali, fortemente interconnessi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -valorizzare e promuovere lo sviluppo dell'offerta di commercio e di servizi, arginando i fenomeni di impoverimento dell'offerta e di generazione di aree sfitte -attrarre domanda, sia locale (frenando l'evasione dei consumi e attraendo nuova domanda residente), sia turistica ed escursionistica <p>Strategia I Partner intendono ulteriormente rafforzare e comunicare agli stakeholders del territorio e ai target potenziali (turisti e nuovi residenti) l'identità del Distretto come luogo di eccellenza sul piano della vivibilità. A tal fine il Distretto ha varato una strategia di sviluppo che si riassume nel claim "Castelli Viscontei: il Distretto del cuore" che sintetizza la risposta alle due caratteristiche fondamentali della domanda: amore per il territorio, la sua natura, la sua storia, le sue persone e i suoi servizi e attenzione crescente alla salute.</p>
3869890	COLOGNO AL SERIO	<p>Il Distretto della bassa Bergamasca tra valorizzazione territoriale e sviluppo sostenibile e il cui Partenariato è formato dai Comuni di Cologno al Serio, Bariano, Castel Rozzone, Fornovo San Giovanni, Lurano, Morengo, Mozzanica, Pagazzano, Spirano, Urganò, dalle Associazioni di Categoria ASCOM e Confesercenti e dall'Associazione Pianura da Scoprire.</p> <p>È importante evidenziare che il fulcro della strategia è il concetto di FUTURO SOSTENIBILE, il DID, infatti, vuole raccogliere la sfida tracciata nell'Agenda 2030 e proprio per questo nella messa a terra della strategia ha pensato ad interventi che vadano a rispondere al meglio ai Goal dell'Agenda 2030, tanto che ne soddisfa bene 11 su 17. Soprattutto ha fatto suo l'approccio multidimensionale alla base della Strategia Nazionale di Sviluppo Sostenibile che è strutturata in cinque aree di intervento, corrispondenti alle "5P" dello sviluppo sostenibile proposte dall'Agenda 2030 e che richiamano alla profonda interrelazione tra dinamiche economiche, crescita sociale e qualità ambientale, aspetti conosciuti anche come i tre pilastri dello sviluppo sostenibile.</p> <p>Altro dettaglio rilevante è che questa strategia si va ad innestare perfettamente nel programma BERGAMO-BRESCIA: Capitale della Cultura 2023 che, si allarga all'interno territorio delle due province e ha dato un ruolo primario a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - azioni di tipo partecipativo e educativo finalizzate alla condivisione dei comportamenti individuali e sociali coerenti con la sostenibilità, per dare una risposta alla sfida ambientale, - lo sviluppo di una mobilità sostenibile e dolce, - la creazione e promozione di cammini e percorsi sul territorio, che costituiscono progetti di mobilità lenta che uniscono il territorio in modo qualificato e attento alla sua qualità, - la valorizzazione dei tesori culturali, anche meno noti, che punteggiano non solo le due città, ma tutto il territorio. <p>Questi aspetti sono importanti perché la popolazione del Distretto è in progressiva contrazione, così come le attività commerciali, per questo, per garantire futuro ai negozi di vicinato è necessaria una visione più ampia, un'azione di marketing territoriale che guardi al territorio nel suo insieme, mettendo in rete le eccellenze presenti nel Distretto e su esse fondare uno sviluppo economico che garantisca un futuro sostenibile.</p> <p>Fin dalla nascita del DID, tanto che il nome stesso ne è evidenza, è stata chiara la volontà, se non la necessità, di coniugare i diversi aspetti che caratterizzano il territorio per creare un circolo virtuoso tra i vari ambiti economici, ovvero commercio, agricoltura e turismo (declinato in primis come cicloturismo, a cui si affiancano le eccellenze storico-artistiche e quelle naturalistiche).</p> <p>Per attuare questa strategia sono stati coinvolti i principali attori di riferimento negli ambiti specifici per il territorio, ovvero Pianura da Scoprire e il DABB (che collabora esternamente, ma in modo sinergico, al pari degli altri Partner firmatari).</p> <p>Obiettivo della strategia è, quindi, fondare lo sviluppo economico sulla valorizzazione delle eccellenze e dei punti di forza del</p>

3893655	SOMMA LOMBARDO	<p>COMMERCIO E TURISMO FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE IL DISTRETTO MALPENSA NORA TICINO SI PONE L'OBBIETTIVO STRATEGICO DI SOSTEGNO E RIVITALIZZAZIONE DEL COMMERCIO CHE NEGLI ULTIMI ANNI È STATO PARTICOLARMENTE MESSO SOTTO PRESSIONE E HA EVIDENZIATO UNA FORTE RAZIONALIZZAZIONE DELLA RETE DI VICINATO, CAUSATA IN PARTE DAGLI EVENTI PANDEMICI, MA ANCHE E SOPRATTUTTO CONSEGUENZA DI UNA MANCATA SOSTITUZIONE DEI VECCHI IMPRENDITORI DALLE NUOVE GENERAZIONI CHE PREFERISCONO SPOSTARSI AL DI FUORI DEL COMUNE PER VIVERE E INTRAPRENDERE LE PROPRIE ATTIVITÀ LAVORATIVE. A TALE PROPOSITO DIVENTA FONDAMENTALE CHE IL TERRITORIO RIESCA A CREARE GLI STIMOLI AI NUOVI IMPRENDITORI RENDENDO INTERESSANTE L'APERTURA DI NUOVE ATTIVITÀ E AIUTANDOLI A CRESCERE. A QUESTO SI ASSOCIA UN PROGRESSIVO INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE CHE MUTA LE ESIGENZE DI ACQUISTO E FRUIZIONE DI BENI E SERVIZI SIA PER I CONSUMI "AT HOME" SIA PER I CONSUMI "AWAY FROM HOME" CHE OVVIAMENTE DEVE ESSERE TENUTA IN CONSIDERAZIONE IN TERMINI PROSPETTICI. IL TERRITORIO DEVE ESSERE IN GRADO DI AVVICINARSI IL PIÙ POSSIBILE A SODDISFARE LE ESIGENZE DI PROSSIMITÀ, CONVENIENZA, QUALITÀ, TERRITORIALITÀ DEL PRODOTTO E SERVIZIO A CUI QUESTE PARTE DI POPOLAZIONE È SENSIBILE. QUESTO PUÒ ESSERE FATTO RENDENDO PIÙ ATTRATTIVE E DI FACILE ACCESSO LE AREE CITTADINE E ANCHE RIVITALIZZANDO E RENDENDO MODERNI I MERCATI AMBULANTI CHE SONO IL COMPLEMENTO DELLE ATTIVITÀ IN SEDE FISSA DI PROSSIMITÀ UTILIZZATE DALLA POPOLAZIONE.</p> <p>Il Distretto non è solo "popolazione residente" è un territorio vivo dal punto di vista turistico e quindi è capace di attrarre flussi di turisti all'interno dei propri confini che per riflesso danno slancio alle attività di commercio, somministrazione, ricettività e servizi.</p> <p>Esistono:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Un turismo business, che sfrutta la posizione strategica per offrire una funzione di servizio logistico per i dipendenti, per i piloti e personale di bordo, per i turisti che si trovano a dover far scalo nell'Hub di Malpensa; -un turismo legato alla cultura, alla storia e soprattutto alla natura, allo sport e al cicloturismo, grazie alla rete di sentieri e di percorsi ciclopeditoni che si diramano sul territorio collegando i diversi comuni. <p>Data la natura dell'offerta esistente e le caratteristiche del contesto, gli obiettivi strategici del Distretto potranno essere raggiunti attraverso interventi volti a migliorare e promuovere l'accoglienza e il comfort della shopping experience di residenti, visitatori e turisti in coerenza con la vocazione green, legata allo sport e al cicloturismo.</p> <p>A tal fine sono state individuate alcune linee di azione all'interno delle quali inquadrare gli specifici interventi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Migliorare l'esperienza di acquisto dei consumatori -Mercati ambulanti un richiamo al passato in chiave moderna -Aumentare la vitalità dei territori con l'organizzazione di eventi "MUST": -Sostenere economicamente in modo diretto le imprese commerciali -Perfezionare la capacità di governo <p>Sul piano del turismo puntando su "green" sport e bici.</p>
3884985	TRADATE	<p>TRADATE E SOSTEGNO DA UN PATRIMONIO AMPIO E RAPPRESENTATIVO DELLE PRINCIPALI REALI ECONOMICHE E IMPRENDITORIALI DEL TERRITORIO: L'Amministrazione comunale di Tradate, Uniascom - Unione delle Associazioni Commercianti della Provincia di Varese, quale associazione di categoria maggiormente rappresentativa, l'Associazione Commercianti di Varese, l'Associazione DUC Città di Tradate, che racchiude al suo interno tutti i Partner e in seno alla quale sono state prese tutte le decisioni inerenti il Progetto di Distretto., la Camera di Commercio di Varese, l'Ascomfidi Varese, la Pro Loco Tradate Abbiate.</p> <p>Tradate ha promosso un progetto generale di rigenerazione urbana che si pone l'obiettivo di interrompere il circolo vizioso di impoverimento delle funzioni urbane e di generare invece un circolo virtuoso che consenta il ripopolamento dell'offerta commerciale nella frazione di Abbiate Guazzone.</p> <p>La strategia si articola lungo 3 direttrici:</p> <ul style="list-style-type: none"> -attrazione di nuova domanda residente e mantenimento di quella esistente, anche grazie a un ventaglio di azioni che l'Amministrazione ha attuato in questi anni, finalizzate ad aumentare l'offerta di alloggi in affitto a prezzi accessibili e anche a favorire sinergie e collaborazioni tra pubblico e privato, precostituendo un quadro di reciproche convenienze economiche e sociali; -potenziamento dell'offerta di servizi pubblici e sviluppo dell'offerta di strutture per eventi e di iniziative socio-culturali e di intrattenimento al fine di ridurre i fenomeni di evasione commerciale (e abitativa) e di generare attrazione per l'offerta di ristorazione; -sviluppo di iniziative di sostegno e attrattività dell'imprenditoria commerciale in modo da favorire la ripopolazione dell'offerta e ridurre il numero di locali commerciali sfitti. <p>Va in questa direzione il percorso di rigenerazione urbana e sostegno dell'attività commerciale di vicinato che il Comune di Tradate ha da alcuni anni avviato con azioni (materiali e immateriali) che rappresentano potenziali abilitatori di servizi di prossimità per le imprese e l'utenza. Ne sono un esempio l'acquisizione in Abbiate Guazzone di alcuni immobili che consentono un riutilizzo funzionale e mirato a dare risposta alle criticità evidenziate. In particolare, si tratta dell'acquisto di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 locali piano terra destinati alla Sede Poste Italiane in Via Dante già funzionante; 2 un compendio immobiliare (ex proprietà Tedoldi) in Via Dante costituito da 3 immobili, composto da appartamenti, spazi commerciali e spazi comuni che si prestano per un centro residenziale moderno; 3 un immobile in Via Leonardo da Vinci 2, destinato a Sede decentrata del Comando Vigili Urbani, per garantire un presidio di sicurezza vista la presenza della vicina stazione FNM. 4 un immobile in Via Vittorio Veneto 93, ex Cooperativa di Consumo Abbiatese, di 700 mq. <p>Il recupero di quest'ultimo immobile da destinare a funzioni socio-culturali e all'attività di associazioni locali potrà costituire un</p>
3882871	CERNUSCO SUL NAVIGLIO	<p>Cernusco rappresenta da sempre un caso di eccellenza sul piano della vivibilità urbana e ha mantenuto nel tempo una forte vocazione green e alla mobilità dolce, grazie alle numerose aree verdi, alla zona a traffico limitato e ai percorsi ciclo-pedonali che attraversano tutto il territorio comunale e lo connettono con Milano, l'area metropolitana e con i territori a est della provincia milanese.</p> <p>La qualità della vita e il sistema di servizi offerti ha generato una forte domanda di residenza (in particolare di famiglie e giovani), che ha supportato e trovato risposta nell'offerta commerciale. Oltre alla domanda locale, Cernusco funge da polo di attrazione per la zona Martesana-Adda, non solo per la posizione geografica, ma anche per la presenza di numerosi servizi di scala sovracomunale, di numerose imprese e di attività di intrattenimento.</p> <p>L'offerta commerciale è ben strutturata, sia dal punto di vista delle tipologie che da quello delle merceologie di beni e servizi offerti, avendo anche numerosi pubblici esercizi, tabelle speciali, attività di servizi alla persona e due mercati ambulanti. Nel complesso, l'offerta commerciale di Cernusco sul Naviglio può contare su una rete di 309 esercizi (per il 93,5% di vicinato) che, negli ultimi due anni ha dato segnali di ripresa, invertendo l'andamento lievemente negativo che aveva caratterizzato il decennio precedente. Nuove aperture e un certo turn over delle attività hanno evitato a Cernusco il preoccupante fenomeno di negozi sfitti.</p> <p>Cernusco, infine, ha saputo valorizzare un importante patrimonio storico e culturale.</p> <p>Per queste caratteristiche distintive, Cernusco ha la potenzialità di ampliare il bacino di attrazione della propria offerta di servizi a un pubblico ancora più vasto.</p> <p>Obiettivi: Perseguire e rafforzare il posizionamento di qualità dell'offerta ("premium district"):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rafforzare l'immagine di qualità di Cernusco attraverso interventi che elevino gli standard delle strutture e dei servizi, sia della PA (riqualificazione degli spazi pubblici, miglioramento dell'accessibilità e fruibilità), sia delle stesse attività economiche (riqualificazione e innovazione anche attraverso processi di progressiva digitalizzazione e attività di formazione/informazione). - Aumentare l'attrattività, in particolare della domanda "green", ovvero di quei segmenti di consumatori (e turisti/escursionisti) che apprezzano la mobilità dolce e ricercano la qualità del contesto ambientale e dei servizi, attraverso una attenta politica di promozione e di marketing territoriale, collaborando anche con gli enti preposti alla promozione turistica. <p>Strategia: far sì che l'offerta commerciale di Cernusco sia "premium" nella sostanza e nelle percezioni della domanda, aumentando la capacità di comunicazione, ma anche di esposizione, visibilità e fruibilità del commercio "portandolo in piazza". Ciò significa integrare in un unicum coerente e di qualità gli esercizi commerciali con i luoghi all'interno dei quali sono localizzati. Quindi se da un lato il commercio va verso la piazza, dall'altro la piazza diventa parte dell'offerta di servizi commerciali e in particolare un fattore forte che contribuisce al comfort dei servizi e alla generazione e sviluppo delle relazioni.</p>

3883263	SEGRATE	<p>NUOVA ENERGIA AL COMMERCIO è sostenuto dal seguente partenariato: il Comune di Segrate, l'Unione Commercianti Imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza, la Pro Loco Segrate Aps., l'Associazione M.U.R, NAVIGLIO GRANDE S.r.l., EUROPA RISORSE SGR S.P.A.</p> <p>Il DUC e l'Amministrazione di Segrate hanno da sempre avuto un'elevata attenzione verso gli aspetti legati alla sostenibilità ambientale e a una cultura della ciclabilità, ai percorsi a piedi e a un paesaggio composto da acqua e verde. Date le caratteristiche del tessuto urbano e del territorio, dell'evoluzione della domanda, dell'offerta locale e della concorrenza, il DUC intende perseguire una strategia di valorizzazione della propria identità green in coerenza con il posizionamento competitivo e la strategia di sviluppo del territorio nel suo complesso portata avanti dall'Amministrazione.</p> <p>Ciò significa, da un lato, supportare il commercio locale con progettualità caratterizzate da una comune cifra di sostenibilità ambientale, dall'altro, favorire una progressiva adozione di strategie green anche da parte dei singoli operatori commerciali del comune.</p> <p>L'obiettivo strategico generale è declinato attraverso i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aumentare l'attrattività delle singole aree commerciali dei diversi poli comunali -Aumentare l'occupazione dei locali commerciali riducendo o possibilmente azzerando la presenza di locali sfitti -Rinforzare il posizionamento green del Distretto e in particolare. <p>Nel Progetto la sostenibilità ambientale si concretizza nella realizzazione di iniziative coordinate di sostegno alla mobilità dolce (piste ciclabili), di rigenerazione e riqualificazione degli spazi urbani in base a criteri di rispetto ambientale e sociale (aree verdi e parchi, riqualificazione energetica degli edifici per la produzione di energia rinnovabili), di creazione di occasioni di incontro e socializzazione caratterizzati da elevata sostenibilità (eventi e manifestazioni sostenibili), elementi questi che porteranno un beneficio a livello sia economico, sia di impatto ambientale, sia di vivibilità del contesto da parte dei frequentatori del Distretto (residenti e non), consentendo loro non solo di vivere in un ambiente migliore, più sano e pulito, ma offrendo spostamenti più veloci, sicuri e una migliore gestione del proprio tempo.</p> <p>In particolare, gli obiettivi strategici verranno perseguiti attraverso alcune prioritarie linee di azione riportate di seguito:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sviluppo di eventi green attrattivi caratterizzati da elevata sostenibilità ambientale grazie all'utilizzo di energia rinnovabile autoprodotta. -Creazione di contenitori nei diversi poli del territorio che possano ospitare l'offerta di servizi e/o eventi permanenti o temporanei, riqualificando energeticamente alcuni immobili comunali. -Creazione di una "isola energetica" in grado di produrre energia rinnovabile da utilizzare per eventi e manifestazioni pubbliche sia all'aperto sia negli immobili a ciò dedicati.
3882640	PADERNO DUGNANO	<p>SI(E)NERGIE PER UNA CITTA' DEL FUTURO - Paderno Dugnano città del futuro con connessioni urbane e servizi sinergici</p> <p>Il Distretto del Commercio di Paderno Dugnano è nato da poco, e all'interno del proprio documento strategico ha individuato una serie di filoni di sviluppo che sono stati ripresi e ampliati all'interno della presente progettualità. Il tema portante del Distretto è l'idea di trasformare l'area in un luogo attrattivo che disponga di connessioni urbane e servizi sinergici per cittadini e imprese. La direttrice della strategia del DUC sarà quindi, orientata allo sviluppo della "città del futuro": comunicativa, riqualificata, smart, aperta, formativa, partecipativa, green e interconnessa nel suo insieme, verso sia il target interno sia esterno: da una parte cittadini-imprese di Paderno; dall'altra cittadini di comuni limitrofi ed imprese da attrarre. Il progetto, in linea con le direttrici di sviluppo in atto, intende creare delle interconnessioni tra diverse aree del territorio di Paderno, concentrate nell'area centrale del perimetro distrettuale: area mercatale, piazze principali da riqualificare e all'interno delle quali inserire elementi di innovatività legati al digitale e alla mobilità sostenibile, rifunionalizzazione di aree oggi in disuso, a vantaggio dell'attrattiva territoriale.</p>
3891350	CURNO	<p>Le bellezze naturalistiche e culturali del DID dei Colli e del Brembo e l'incremento della mobilità sostenibile sono le chiavi strategiche che il DID ha individuato per lo sviluppo del territorio e del tessuto commerciale. Due aspetti che interagiscono a favore del sostegno dei negozi di vicinato e dello sviluppo di un turismo slow e che il DID vuole valorizzare attraverso la condivisione e progettazione di questo progetto. La strategia di sviluppo di lungo periodo promossa dal Distretto si basa quindi sulla volontà di accrescere la qualità e attrattività dei territori degli 8 Comuni coinvolti attraverso molteplici azioni, a partire dalla promozione della mobilità sostenibile e dallo sviluppo del turismo slow, mediante la valorizzazione e riqualificazione delle piste ciclabili già esistenti e la realizzazione di nuovi tratti che vadano ad unire luoghi naturali con zone più periferiche dei territori e i centri storici e del commercio dei Comuni del DID. L'idea, vista anche la posizione chiave di accesso e fruibilità del DID, è quella di formare una rete virtuosa di percorsi ciclabili che unisca i quartieri periferici con il centro dei paesi e a loro volta i centri dei paesi con tutti i Comuni del DID e le grandi vie che portano alla Città di Bergamo, alla Valle Brembana, alla Valle Imagna e all'aeroporto Milan Bergamo (primo aeroporto nazionale e internazionale bike friendly), il tutto tra gli elementi naturalistici del Parco dei Colli e del Fiume Brembo e le attrazioni storico-culturali, sportive e di servizi del Distretto che ambisce ad essere riconosciuto come Distretto Bike friendly.</p> <p>Il desiderio è quello di portare gli utenti che si muovono regolarmente/quotidianamente nelle diverse stagioni o transitano occasionalmente sulla fitta rete ciclopedonale del Parco dei Colli o lungo il fiume Brembo verso le aree commerciali interne ad ogni paese del DID evidenziando, con segnaletica dedicata creata ad hoc e posta in punti strategici, i servizi del DID e le distanze dalle attività commerciali che possono offrire servizi, accoglienza e altre opportunità. Un grande lavoro di concertazione tra gli uffici comunali favorirà il censimento dei percorsi ciclopedonali e la realizzazione degli interventi previsti dal Progetto, soprattutto per quanto riguarda l'anello del DID sopra citato. La predisposizione di una mappa interattiva che riporti tutte le informazioni utili per un'esperienza completa (ciclovie, cammini, eventi, attività commerciali, servizi, hub, stazioni ferroviarie, parcheggi, ecc) è solo uno degli importanti risultati che il progetto vuole raggiungere.</p> <p>Altro intervento importante è poi riqualificare le aree urbane dei Territori e i parchi esistenti tra le piste ciclabili e i centri dei Paesi per creare un ulteriore collegamento tra green e servizi. La dotazione di attrezzature sportive e giochi inclusivi valorizza l'importanza di creare sempre più esperienze outdoor che coinvolgono tutti. Un ulteriore elemento di attrazione che vuole dare spazio anche all'importanza dell'accessibilità e dell'inclusione. Questi luoghi di incontro e di esperienza per la Comunità e i Turisti permetteranno di trascorrere del tempo in un contesto territoriale di 8 Comuni unico, attrezzato e, soprattutto, collegato in modo sostenibile. La riqualifica passerà anche attraverso l'abbellimento e il rifacimento urbano: rendere le vie e le piazze più attrattive, più vivibili e accoglienti con panchine, giardini, piantumazione di alberi farà sì che le persone le vivano più volentieri. Si creeranno nuovi punti di incontro e inevitabilmente le ricadute economiche sulle attività commerciali saranno positive grazie al maggior</p>

3658281	INVERUNO	<p>Il Distretto del Commercio dell'Alto Milanese, istituito nel 2021, comprende 6 Comuni con una popolazione di poco superiore a 40.000 abitanti.</p> <p>Situato a circa 30 Km da Milano e poco più di 20 Km dall'Aeroporto di Malpensa, il territorio del DID si caratterizza per la presenza di risorse ambientali e paesaggistiche (Parco del Ticino, Naviglio Grande, PLIS delle Roggie, Canale Villoresi) e per il ricco patrimonio storico-culturale (Canonica Agostiniana Lateranense e Palazzo Visconti a Bernate Ticino; Parco e Villa Annoni a Cuggiono, Villa Clerici a Castelletto di Cuggiono, Parco e Villa Tanzi Mira ad Inveruno).</p> <p>Quello dell'Alto Milanese è un sistema economico avanzato, dove il commercio risulta il secondo comparto per numero di imprese ed occupati, anche se nell'ultimo decennio il settore ha registrato una significativa flessione, evidenziando alcune criticità specie per i piccoli negozi di vicinato a conduzione familiare.</p> <p>Il progetto 2022-2024 del Distretto intende pertanto intervenire in risposta alle attuali sfide del settore commercio ed ai fabbisogni emersi dall'analisi socio-economica e dal confronto con gli operatori locali, con i seguenti obiettivi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Migliorare l'attrattività e qualità degli spazi cittadini a vocazione commerciale; 2) Sostenere la competitività, l'innovazione e transizione digitale delle imprese; 3) Promuovere la visibilità e l'offerta commerciale del Distretto. <p>Per tradurre in concreto tale strategia, sono stati quindi individuati 27 Interventi raggruppati in tre Misure: 1) qualità dell'arredo urbano e degli spazi pubblici del DID; 2) competitività delle imprese e transizione digitale; 3) Promozione del Distretto. L'investimento complessivo del progetto ammonta a oltre 1,26 milioni di euro: il 35% destinato ad interventi pubblici per la qualità e l'arredo urbano, il 23% per la competitività e transizione digitale delle imprese, e circa il 42% per gli eventi la promozione del Distretto.</p> <p>La strategia del DID si focalizza sui temi dell'innovazione e transizione digitale del sistema commerciale (5 interventi, oltre 280 mila euro di investimenti pari al 23% del totale): si prevede un pacchetto di interventi integrati volti ad informare i negozianti su come le tecnologie digitali possano migliorare le loro attività; ad aiutare i negozianti ad acquisire le competenze e conoscenze digitali; a testare e scegliere le tecnologie e soluzioni adeguate; si prevede altresì un'azione complementare per l'educazione digitale dei cittadini e operatori in materia di nuove tecnologie digitali, commercio elettronico, servizi digitali della PA.</p>
3889614	SARONNO	<p>Progetto SARONNO IN VIA... A PALAZZO si prefigge di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valorizzare e mettere a disposizione degli eventi in Città il cortile di Palazzo Visconti realizzando un innovativo anfiteatro che diverrà anche punto di riferimento della struttura servizi per le imprese commerciali di vicinato e per gli esercenti affiliati al DUC. La rigenerazione del Palazzo prevede anche l'apertura di una Lounge che si presenterà come uno spazio polifunzionale attrattivo sia per i cittadini che per i visitatori di Saronno 2. Affidare a un soggetto la conduzione operativa degli eventi in Città; soggetto che potrà gestire anche un "Ufficio Eventi della Città" e raccorderà le esigenze dei vari stakeholder (dagli Assessorati del Comune alle Associazioni di Categoria, fino agli Esercenti stessi del DUC) per arrivare poi a stilare un calendario con tutte le manifestazioni di Saronno 3. Incentivare l'utilizzo di strumenti innovativi come il Web e il Digital per presentare i vari eventi, promuovendo al contempo anche il territorio e le attività commerciali del Distretto attraverso il marketplace 4. Sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie come l'acquisizione dati tramite i Vodafone Analytics per analizzare i flussi delle persone nelle aree del Distretto e per valutare le performance dei singoli eventi 5. Attivare la partnership con la Saronno Servizi per la gestione logistica degli eventi, fattore strategico per la buona riuscita degli stessi; gestione logistica che abbraccerà l'intero territorio di Saronno, non solo l'area attuale del Distretto 6. Dotare la Città di infrastrutture all'avanguardia con 2 punti di rete (un punto dati e un punto di alimentazione elettrica) per le attività commerciali, artigianali e di servizi di Saronno, di modo che gli operatori economici possano gestire gli eventi pubblici con più facilità e autonomia 7. Installare impianti fotovoltaici per produrre energia rinnovabile e costituire una Comunità Energetica, con l'obiettivo di offrire il surplus di energia immagazzinata ai commercianti a prezzi ridotti; un modo concreto per venire incontro alle loro difficoltà e per promuovere la collaborazione e la condivisione (intervento da finanziare con specifici fondi) 8. Stimolare le attività di servizio, formazione, comunicazione e consulenza del DUC, con l'obiettivo di realizzare un pacchetto di servizi e di iniziative per supportare lo sviluppo delle attività commerciali (previste anche Academy per gli esercenti) 9. Incentivare l'investimento dei privati per migliorare la fruibilità dei servizi offerti attraverso un Bando di Finanziamento per i commercianti per centrare gli obiettivi di stimolo agli investimenti infrastrutturali e quelli di implementazione dell'e-commerce puntoshop.eu e sua interattività 10. Destinare una parte dei fondi del Bando di Finanziamento a esercenti commerciali, artigianali e di servizi di eccellenza di tutta Italia offrendo loro bonus legati all'occupazione del suolo pubblico per incentivare la loro partecipazione a eventi tematici di qualità a Saronno, capaci di attrarre significativi flussi di persone 11. Avviare il percorso per ampliare l'attuale perimetro del DUC fino alla coincidenza con i confini territoriali della Città, per poi
3899103	LOVERE	<p>La strategia di sviluppo a lungo periodo ideata dal Distretto del Commercio Take&Hiss è stata creata a partire dalle esigenze del territorio, ed è volta a valorizzarne i punti di forza, cercando al contempo di superare parte dei punti di debolezza e di far fronte alle criticità evidenziate nella proposta progettuale. Non si tratta, pertanto, di una strategia studiata "a tavolino" e adattata al territorio ma, piuttosto, di un'idea nata dal territorio concretizzata, poi, in una strategia efficace e con possibili risvolti positivi anche nel lungo periodo.</p> <p>Turismo verde, attenzione all'ambiente, cultura e digitalizzazione sono i temi centrali individuati dalle amministrazioni comunali in collaborazione con le associazioni territoriali attualmente attive. Il territorio dell'alto Sebino è caratterizzato dall'importante presenza del lago d'Isèo, che attira ogni anno un forte afflusso turistico, sia locale che internazionale. La bellezza dei luoghi, come già ricordato nei paragrafi precedenti, è stata valorizzata più volte anche attraverso eventi noti a livello nazionale ed internazionale, esempio più recente è l'evento "The Floating Piers" dell'artista recentemente scomparso, Christo. Lo stesso territorio presenta al contempo un ambiente naturale fragile che necessita di cure e attenzioni. Turismo, attenzione all'ambiente e stimolo del commercio locale, sono i tre punti chiave attorno ai quali ruota la strategia di Distretto. Per questo, il nuovo impulso turistico che il Distretto intende favorire è strettamente "green", e concentrato sull'attrarre un numero di turisti sempre più elevato attraverso attività a basso impatto ambientale quali passeggiate nella natura, attività all'aria aperta e simili.</p> <p>Riassumendo, la strategia ideata si pone i seguenti obiettivi strategici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione del territorio ai fini turistici: Il Distretto intende dare un forte stimolo al turismo, attraverso eventi ed interventi che pongano l'attenzione al territorio, al rispetto per l'ambiente e alla cultura locale. Anche grazie alla presenza dell'evento "Brescia-Bergamo capitali della cultura 2023", gli eventi organizzati sul territorio potranno godere di un forte eco e di un sempre maggiore richiamo. Consapevole della gravità del periodo appena trascorso, e anche delle difficoltà ancora in essere legate all'attuale guerra in Ucraina, il Distretto intende rilanciare un nuovo programma di eventi che ponga maggior attenzione alla sicurezza dei visitatori, e dell'ambiente circostante. In aggiunta, sono state ideate iniziative con elevato contenuto tecnologico che promuovano il territorio, anche attraverso corsi di formazione che aumentino la possibilità per le realtà commerciali locali di
3873520	CORBETTA	PROMOZIONE DEL "PRODOTTO URBANO" ATTRAVERSO ELEMENTI DI SOSTENIBILITA' E COOPERAZIONE

3893166	ARREGNO	<p>Il DID punta a contrastare l'abbandono e la desertificazione commerciale, valorizzando il patrimonio culturale e immobiliare, con un piano di recupero e messa a disposizione di nuove imprese e nuovi residenti. Il processo è sostenuto dalla scelta identitaria del DID, che la prima volta, attraverso un studio grafico, rivede tutta la segnaletica e la uniforme, dando evidenza alle attività economiche. Una dotazione diffusa di servizi strutturali, elementi di arredo, riqualificazioni, omogenei per tipologia e qualità, consente ai viaggiatori, di ritrovare ovunque accoglienza e qualità di servizi alta, per identificare e memorizzare il territorio. Tracce distintive, da ricercare e "timbrare" in una emozionante ricerca, sono le opere degli artisti che in ogni paese lavoreranno su temi condivisi, riannodando i percorsi artistici esistenti: Il sentiero delle espressioni, di ERSAF, gli allestimenti dedicati agli asini, alla seta, le opere di Land Art del progetto MARKS di Interreg Italia Svizzera 2020. Il distretto del commercio, grazie alla sua trasversalità territoriale, riunisce comuni e progetti di grande valore, incardinandoli sul lavoro delle proprie imprese, mettendole al centro con le loro competenze e storia e creando delle condizioni per nuove attività possano nascere. Per raggiungere l'obiettivo, i Comuni recuperano le strutture di proprietà in disuso, a funzione recettiva, residenziale, informativa, in gestione a titolo gratuito per anni 3 a neoimprenditori, famiglie, nuovi residenti. Integrare recettività, informazione, rende sostenibile la permanenza delle persone, in una logica di integrazione funzionale al massimo livello di sussidiarietà. Il coinvolgimento delle associazioni e di tutta la comunità concorre a generare una nuova forma di impresa giovanile che gestisca l'offerta turistica e dei beni. Un edificio rurale in frazione Erbonne, la ex Latteria a Veglio, il Maglio ad Argegno, l'Ex-Oratorio di Schignano, uno spazio a Dizzasco sono oggetto di recupero e messa a bando per l'insediamento di negozi di prossimità plurifunzionali, piccola recettività, punti di distribuzione di beni, punti informativi, imprese che troveranno ulteriore sostegno accedendo in forma privilegiata al Bando imprese che sarà aperto nella primavera del 2023. Uno sportello #zeroburocrazia viene attivato con aiuto di ConfCommercio e Confartigianato per supportare le imprese nell'accesso ai fondi. Per creare un più ampio mercato e prospettive alle imprese economiche del DID, viene studiato una segnaletica coordinata, che adotta il logo storico Cuore Verde di Lombardia, anche per le imprese. I pannelli saranno dotati di QR che rimanda ad informazioni più dettagliate su territorio e imprese ed all'app iSi-Intelvi per prenotazioni e informazioni turistiche. La segnaletica dà visibilità al sistema del CTS e artigianato, spesso posizionato in frazioni o location poco visibili. Lo stesso stile innovativo viene adottato dal programma di arredo urbano, funzionale alle frequentazioni sportive, attento a tutte le nuove forme di multimedialità, dalla panchina 4.0 alla ricarica per lo smartphone lungo i sentieri. La realizzazione delle opere d'arte propone un itinerario di esplorazione, guidati da una cartina passaporto, da timbrare per ottenere il riconoscimento di Maestro d'arte intelvese. È un incentivo a percorrere il Distretto ed esplorare i negozi, le locande, i piccoli negozi artigianali e fare shopping. Elemento innovativo per il territorio è la creazione di iSi-Intelvi, una App pubblica per entrare subito in sintonia con i servizi offerti dai Comuni della Val d'Intelvi, con un 'architettura' costituita da un'applicazione di backoffice che permette di</p>
3895821	U.C. DELL'ALTA VALLE CAMONICA	<p>Il Distretto del Commercio "Alta Valle Camonica, per la competitività e l'attrattività del commercio del comprensorio turistico Adamello" coordinato dall'Unione dei Comuni dell'alta Valle Camonica ormai da decenni sostiene lo sviluppo locale e le attività economiche del territorio perseguendo e favorendo la valorizzazione turistica nel rispetto della sostenibilità ambientale, economica e sociale e partecipando e accedendo a bandi comunitari, nazionali e regionali tra cui in particolare le iniziative dell'assessorato e direzione allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia da ultimo il recente bando appena concluso Distretti del Commercio Per La Ricostruzione Economica Territoriale Urbana – anno 2020".</p> <p>Alla luce delle nuove opportunità offerte dal bando regionale presente, nel solco delle linee strategiche da tempo assunte specie al fine dello sviluppo turistico del territorio per tutte le stagioni e delle recenti e passate partecipazioni ai bandi dei Distretti, si intende tramite questo nuovo bando e come da titolo alla proposta progettuale:</p> <p>1.SVILUPPARE, INNOVARE E CONSOLIDARE I SERVIZI DIFFUSI PER L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E LA PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE DEL COMPRESORIO TURISTICO ADAMELLO E DEGLI AMBITI SPAZI e URBANI ULTRA PERIFERICI</p> <p>2.SOSTENERE LE ATTIVITÀ ECONOMICHE DEL TERRITORIO CON L'ACCESSO ALLA DOTAZIONE DI 200 MILA EURO STANZIATA DA REGIONE LOMBARDIA A FAVORE DELLE IMPRESE LOCALI.</p> <p>Nella fattispecie, oltre al bando alle imprese che verrà definitivo puntualmente a seguito dell'auspicato contributo regionale, l'odierna proposta progettuale si focalizza su:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Sviluppo, innovazione consolidamento dei servizi comuni e distrettuali per le imprese, gli utenti e i visitatori quali: <ol style="list-style-type: none"> 1.Implementazione e sicurezza servizi bus navetta d'interconnessione comunale e trasporto turistico-promozionale tramite l'acquisto di nuovo treno turistico green per la sostenibilità e la promozione e conoscenza del territorio e delle imprese locali 2.servizio di videosorveglianza comprensoriale 3.Programma coordinato e pluriennale 2022/2024 di animazione, eventi e promozione territoriale 4.Televisone di Comunità per la promozione territoriale e delle imprese locali 5.Adamello Magazine per la promozione territoriale e delle imprese locali 6.Servizio di attività di formazione continuativa per il personale Sportello unico attività produttive (SUAP) •soluzioni per il riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, in particolare nelle aree a rischio di desertificazione: <ol style="list-style-type: none"> 1.Riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio nelle aree ultra periferiche caratterizzate da desertificazione: esercizio multiservizio di prossimità a Canè in Comune di Vione; esercizio multiservizio di prossimità a Pezzo in Comune di Ponte di Legno; esercizio multiservizio di prossimità a Incudine; punto vendita prodotti agricoli e alimentari tipici locali. <p>Da ultimo si intende proseguire nello sviluppo e qualificazione della fruizione turistica sostenibile tramite interventi di qualificazione</p>
3878531	BUCCINASCO	<p>Il Distretto urbano del Commercio di Buccinasco, ha operato attraverso una struttura organizzativa e gestionale informale, rappresentata dalla Cabina di Regia così composta:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Amministrazione comunale di Buccinasco •Unione Confcommercio Imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza <p>Il Comune di Buccinasco si configura come una località in cui è ancora possibile abitare a contatto con la natura, grazie a quartieri residenziali i cui edifici sono contornati da vie alberate e aree verdi e grazie anche alla presenza di numerose oasi naturalistiche, parchi, rogge e laghetti. Una vocazione residenziale che si è combinata nel tempo con un consistente sviluppo di attività industriali e artigianali che si sono incuneate (da Sud verso Nord) fino a integrarsi anche nelle zone geograficamente centrali del territorio comunale. Se tale sviluppo, ha sicuramente contribuito alla crescita economica della città, d'altra parte esso ha condizionato, limitandola, la definizione di una identità chiara soprattutto per la mancanza di un fulcro centrale di incontro e relazione tra i cittadini.</p> <p>Dal punto di vista dell'analisi e della struttura demografica occorre porre attenzione su due elementi particolarmente rilevanti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) popolazione in lieve riduzione: a partire dal 2016 si è registrata all'interno del Distretto una contrazione della popolazione residente. Nell'ultimo quinquennio (2017 - 2021) la popolazione è complessivamente diminuita di 211 unità (-0,8%). La costanza di tale fenomeno, seppur di portata limitata, si riflette inevitabilmente sul calo della domanda potenziale interna dei servizi commerciali; 2) il secondo elemento distintivo è il graduale invecchiamento della popolazione. La quota di popolazione più anziana del Distretto (fascia di età >65 anni), è maggiore rispetto alla popolazione di fascia di età più giovane (0-14 anni) anche se bisogna evidenziare che tale dato (22,5%) è inferiore sia al dato provinciale (22,9%) che a quello regionale (23,2%). <p>Nel complesso l'analisi del contesto ha permesso di dipingere uno scenario complesso nel quale, a fronte di buone potenzialità per il commercio di prossimità e di alcuni punti di forza, il Distretto deve far fronte a consistenti minacce, a partire da quelle portate dalla concorrenza multicanale sul territorio.</p> <p>L'obiettivo strategico che il DUC di Buccinasco intende perseguire con il presente progetto riguarda l'avvio di un percorso di rigenerazione e sviluppo del territorio con lo scopo di creare l'identità di un centro cittadino riconosciuto (che consenta di migliorare la qualità ambientale, architettonica e sociale del territorio urbano).</p> <p>Tale macro - obiettivo si declina in alcuni obiettivi più specifici e prodromici a quello generale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - migliorare e qualificare il contesto urbano; - recuperare le aree attualmente in disuso e ad altro degrado; - riqualificare e qualificare lo spazio pubblico, al fine di creare luoghi di socializzazione anche attraverso il miglioramento del

3887506	INDUNO OLONA	<p>VALCERESIO PORTE APERTE è sostenuto dal seguente partenariato: 15 Comuni di Induno Olona, Arcisate, Besano, Bisuschio e Porto Ceresio, Uniascom Varese, Confcommercio Ascom di Varese e Camera di Commercio di Varese.</p> <p>La visione del Distretto del Commercio della Valceresio è strettamente connessa a quella più generale del territorio. La Valceresio si colloca geograficamente e storicamente come area di confine e di passaggio tra l'Italia e la Svizzera. Una collocazione che, se intesa come "passaggio obbligato" o di vincolo e chiusura, poteva in passato essere un generatore di benessere, oggi rischia invece di essere un limite.</p> <p>Le ridotte dimensioni dei comuni e conseguentemente delle polarità commerciali a servizio dei residenti, combinate con una dinamica demografica di riduzione e invecchiamento della popolazione, comportano un forte rischio di impoverimento e desertificazione dell'offerta che la vocazione turistica del territorio difficilmente potrà compensare in assenza di una strategia e di interventi di riposizionamento e di rilancio.</p> <p>La visione del DID è dunque di esprimere unicità, ma all'interno di un più ampio disegno di sviluppo integrato. Ciò significa non solo una crescente interconnessione dell'offerta commerciale e di servizi dei comuni del DID, ma anche una maggiore capacità di integrazione con le aree limitrofe e i progetti più ampi di sviluppo al fine di attrarre una parte di domanda anche al di fuori del territorio.</p> <p>Naturalmente sarà necessario, non solo valorizzare e promuovere i fattori attrattivi già esistenti sul territorio, a partire dal patrimonio naturalistico e storico-culturale, ma anche aumentare l'attrattività dell'offerta commerciale e di servizi.</p> <p>Il primo obiettivo è naturalmente quello di ridurre i fenomeni di evasione commerciale della popolazione residente verso le polarità commerciali forti della provincia e verso la Svizzera.</p> <p>Allo stesso tempo il DID si pone l'obiettivo di aumentare la capacità attrattiva anche della domanda esterna, il tutto all'interno di un più generale obiettivo di "apertura socialmente responsabile" e rivolta particolarmente ad alcuni segmenti di domanda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • famiglie, • turismo culturale e green • cicloturismo. <p>Data la natura dell'offerta esistente e le caratteristiche del contesto, gli obiettivi strategici del DID potranno essere raggiunti attraverso interventi volti a migliorare e promuovere l'accoglienza e il comfort della shopping experience di residenti, visitatori e turisti in coerenza con la vocazione green e dolce del territorio.</p> <p>A tal fine sono state individuate alcune linee di azione all'interno delle quali inquadrare gli specifici interventi:</p> <p>-migliorare la qualità dell'offerta commerciale, intesa sia a livello di singoli esercizi, sia soprattutto sul piano dell'ambientazione, vale a dire delle aree all'interno delle quali sono localizzati i punti vendita e i pubblici esercizi;</p>
3894694	VALLE IMAGNA	<p>COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Comunità Montana Valle Imagna (capofila) e tutti 14 Comuni della Valle 2 Associazioni rappresentative: Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo <p>ANALISI DI CONTESTO E ANALISI SWOT</p> <p>Principali punti di debolezza</p> <ol style="list-style-type: none"> sostanziali differenze sociodemografiche tra i Comuni (alta e bassa valle), che implicano l'adattamento della strategia di Distretto a due tipi di contesti; grave debolezza della rete commerciale nella maggior parte dei Comuni, con massima espressione a Bedulita, da oltre 13 anni senza alcuna attività commerciale e pubblico esercizio (si veda obiettivo dell'Intervento 1); elevata frammentazione urbanistica dei Comuni in borghi e contrade; nei 5 Comuni più grandi, un elevato numero di locali commerciali sfitti. <p>Principali Punti di forza:</p> <ol style="list-style-type: none"> approccio territoriale e forte coordinamento della Comunità Montana; importanti attrattori turistici: Resegone, Santuario Cornabusa, Cammino della fede, Valle del Brunone riconosciuta Monumento Naturale dalla Regione (DGR 5141/2001), i sistemi di sentieri naturalistici e di piste ciclabili; stabilità dei residenti con trend di invecchiamento inferiore a quelli medi; economia solida, basata su un forte attivismo imprenditoriale (edilizia). <p>3 PILASTRI DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO DI LUNGO PERIODO</p> <ol style="list-style-type: none"> approccio territoriale sovracomunale e coordinamento della CM capofila; rafforzamento nuove forme di turismo ad alto contenuto territoriale potenziamento, diversificazione e qualificazione del presidio commerciale. <p>LE DIRETTRICI DI INTERVENTO DEL PROGETTO</p> <ol style="list-style-type: none"> la risoluzione dei problemi legati alla debolezza della rete commerciale e di servizi alla persona; a questa direttrice di intervento è dedicato l'intervento n.1 in Comune di Bedulita, a cui il Distretto assegna il ruolo di progetto Pilota; sviluppo del turismo, in particolare di tipo escursionistico, ad alto contenuto territoriale, facendo leva sulle vocazioni territoriali della Valle; a questa direttrice si riconducono, gli Interventi n. 2, 3, 5 e 6 e in parte il 4; completamento dei processi di rigenerazione urbana; questa direttrice si concretizza nel solo intervento n.1, perché, anche per la numerosità dei Comuni, di è data precedenza agli interventi "sistemici" di supporto al turismo; <p>Il partenariato del Distretto è fondato sulla sinergia di interventi di 13 soggetti (12 comuni e Ascom) che lavorano insieme da numerosi anni e che sono i costituenti del Distretto cui si aggiunge un nuovo partner: Ente Fiere e Castelli di Sartirana e Belgioioso. I partner condividono obiettivi di sviluppo territoriale e progettualità con focus specifico su sostenibilità, valorizzazione integrata culturale e ambientale, partecipando anche a progetti sovraterritoriali.</p> <p>La strategia di sviluppo si integra a quella di sviluppo territoriale generale che già vede la sinergia pubblico-privato. Il territorio lavora a progettualità per far evolvere in modo positivo il territorio, creando, attraendo e mantenendo al suo interno i fattori rilevanti per una crescita sostenibile, quali il paesaggio (inteso in senso ampio), le attività produttive generatrici di valore aggiunto, conoscenze e competenze, la domanda di beni e servizi prodotti nel territorio, le tradizioni, i beni culturali materiali e immateriali.</p> <p>All'interno di tale direttrice generale, il Distretto declina ciò che esiste sul territorio, ovvero monumenti, piazze, vie, cortili in un'offerta al cliente/visitatore volta a far percepire lo "star bene", valorizzando in modo integrato tipicità, identità, benessere, di cui i Visconti erano massimi rappresentanti. L'opportunità di sviluppo si basa su monumenti di pregio storico inseriti in un contesto territoriale interessante sia dal punto di vista paesaggistico sia dal punto di vista dell'attrattività offerta da eventi e occasioni di visita, su servizi di qualità, su attività commerciali che aderiscono alle nuove opportunità della digitalizzazione. Si intende consolidare il "Sistema terre viscontee": restauro del castello, rigenerazione di un edificio dismesso, posa di nuovo arredo urbano, anche innovativo, partecipazione ad azioni promozionali, creazione di eventi attrattivi sono alcune azioni che i Comuni hanno realizzato e che ora si mettono a sistema investendo anche su nuovi interventi coordinati. Si crea un sistema di governance delle risorse locali per incentivare le realtà territoriali. Azioni singole coordinate e azioni di rete, integrate dal filo rosso della presenza Viscontea in modo da accrescere la consapevolezza del tessuto socio economico di vivere in un luogo dalle importanti potenzialità e fortemente connotato per ampliare e migliorare l'offerta e creare indotto. Si rivitalizza il territorio, motivando i diversi soggetti a nuovi investimenti (spazi, digitale, promozione, competenze). Si crea un'offerta di servizi comuni: itinerari per coinvolgere le imprese in modo attivo, offrendo un servizio a clienti e ai visitatori creando opportunità di visita e di acquisto integrate puntando sull'esperienzialità e l'innovatività (intervento 1). In relazione a ciò sono previsti interventi sull'accessibilità, sull'accoglienza e l'attrattività (interventi 2, 3, 4). Alla spazialità fisica si aggiunge quella digitale, tramite app relativa per scontistiche (intervento 5). L'uso della tecnologia rappresenta un fattore di innovatività per il Distretto, per le imprese e per la sua utenza perché intercetta nuove esigenze di acquisto e personalizza le vendite mediante gli sconti. Si aggiungono gli eventi che rappresentano un'opportunità di rilancio territoriale per le imprese, cui saranno chiamate a partecipare (intervento 6); anche con orari ampliati. Gli elementi di innovazione si riscontrano nella tematizzazione degli eventi ove le ricchezze territoriali diventano protagoniste. A servizio di tutti anche la governance e la comunicazione del Sistema Terre Viscontee a favore sia della diffusione di opportunità per le imprese sia della diffusione delle opportunità di visita e di acquisti per clienti e visitatori (intervento 9). Saranno</p>
3894486	BELGIOIOSO	<p>Il partenariato del Distretto è fondato sulla sinergia di interventi di 13 soggetti (12 comuni e Ascom) che lavorano insieme da numerosi anni e che sono i costituenti del Distretto cui si aggiunge un nuovo partner: Ente Fiere e Castelli di Sartirana e Belgioioso. I partner condividono obiettivi di sviluppo territoriale e progettualità con focus specifico su sostenibilità, valorizzazione integrata culturale e ambientale, partecipando anche a progetti sovraterritoriali.</p> <p>La strategia di sviluppo si integra a quella di sviluppo territoriale generale che già vede la sinergia pubblico-privato. Il territorio lavora a progettualità per far evolvere in modo positivo il territorio, creando, attraendo e mantenendo al suo interno i fattori rilevanti per una crescita sostenibile, quali il paesaggio (inteso in senso ampio), le attività produttive generatrici di valore aggiunto, conoscenze e competenze, la domanda di beni e servizi prodotti nel territorio, le tradizioni, i beni culturali materiali e immateriali.</p> <p>All'interno di tale direttrice generale, il Distretto declina ciò che esiste sul territorio, ovvero monumenti, piazze, vie, cortili in un'offerta al cliente/visitatore volta a far percepire lo "star bene", valorizzando in modo integrato tipicità, identità, benessere, di cui i Visconti erano massimi rappresentanti. L'opportunità di sviluppo si basa su monumenti di pregio storico inseriti in un contesto territoriale interessante sia dal punto di vista paesaggistico sia dal punto di vista dell'attrattività offerta da eventi e occasioni di visita, su servizi di qualità, su attività commerciali che aderiscono alle nuove opportunità della digitalizzazione. Si intende consolidare il "Sistema terre viscontee": restauro del castello, rigenerazione di un edificio dismesso, posa di nuovo arredo urbano, anche innovativo, partecipazione ad azioni promozionali, creazione di eventi attrattivi sono alcune azioni che i Comuni hanno realizzato e che ora si mettono a sistema investendo anche su nuovi interventi coordinati. Si crea un sistema di governance delle risorse locali per incentivare le realtà territoriali. Azioni singole coordinate e azioni di rete, integrate dal filo rosso della presenza Viscontea in modo da accrescere la consapevolezza del tessuto socio economico di vivere in un luogo dalle importanti potenzialità e fortemente connotato per ampliare e migliorare l'offerta e creare indotto. Si rivitalizza il territorio, motivando i diversi soggetti a nuovi investimenti (spazi, digitale, promozione, competenze). Si crea un'offerta di servizi comuni: itinerari per coinvolgere le imprese in modo attivo, offrendo un servizio a clienti e ai visitatori creando opportunità di visita e di acquisto integrate puntando sull'esperienzialità e l'innovatività (intervento 1). In relazione a ciò sono previsti interventi sull'accessibilità, sull'accoglienza e l'attrattività (interventi 2, 3, 4). Alla spazialità fisica si aggiunge quella digitale, tramite app relativa per scontistiche (intervento 5). L'uso della tecnologia rappresenta un fattore di innovatività per il Distretto, per le imprese e per la sua utenza perché intercetta nuove esigenze di acquisto e personalizza le vendite mediante gli sconti. Si aggiungono gli eventi che rappresentano un'opportunità di rilancio territoriale per le imprese, cui saranno chiamate a partecipare (intervento 6); anche con orari ampliati. Gli elementi di innovazione si riscontrano nella tematizzazione degli eventi ove le ricchezze territoriali diventano protagoniste. A servizio di tutti anche la governance e la comunicazione del Sistema Terre Viscontee a favore sia della diffusione di opportunità per le imprese sia della diffusione delle opportunità di visita e di acquisti per clienti e visitatori (intervento 9). Saranno</p>

3896547	SONDRIO	<p>Sondrio Città del vino</p> <p>Il Partenariato del DUC di Sondrio è caratterizzato da una struttura consolidata e roduta negli anni di attività del Distretto.</p> <ul style="list-style-type: none"> -L'Amministrazione comunale di Sondrio (Capofila del Distretto), -L'Unione del Commercio del Turismo e dei Servizi della Provincia di Sondrio -Il Distretto Biologico della Valtellina APS -Il Consorzio per la Tutela dei Vini di Valtellina -La Società Sportiva Dilettantistica Valtellina Wine Trail -La Camera di Commercio di Sondrio <p>Costituito nel 2009, il DUC di Sondrio coincide con il centro storico del capoluogo, ed è caratterizzato da una stretta relazione con il resto del territorio comunale, con cui condivide i fenomeni di sviluppo. Il contesto attuale del DUC è determinato da diversi elementi strutturali e congiunturali, di natura sociale, economica e infrastrutturale, e da alcune criticità. Dal punto di vista sociodemografico, negli ultimi anni la popolazione di Sondrio ha registrato un calo abbastanza costante, a cui si è aggiunta la congiuntura negativa della pandemia da Covid-19 (Tavola 2; per maggiori informazioni e tavole di dati a supporto di questa sezione si rimanda al documento "Analisi del contesto"). La crescita della popolazione registrata nel 2013 è infatti stata del tutto annullata negli anni successivi, fino al 2019, dopodiché il calo del 2020 (per quanto uno dei più forti degli ultimi anni), non si è comunque discostato molto, ad esempio, da quello del 2014.</p> <p>Sondrio è la città più a nord della Lombardia, situata nel cuore delle Alpi e della Valtellina, di cui è capoluogo. Essa, però, sembra aver assunto negli anni un ruolo più amministrativo, lasciando ad altri centri urbani il compito di rappresentare cultura e tradizioni che ugualmente la caratterizzano. Il territorio in cui è inserito il mandamento di Sondrio e dei Comuni limitrofi è infatti ricchissimo di attrazioni turistiche di tipo naturale, culturale ed enogastronomico; tuttavia, come testimonia l'offerta di accoglienza turistica tutto sommato limitata, Sondrio è una meta per soggiorni di breve durata o visite temporanee dei turisti che risiedono nelle altre aree limitrofe.</p> <p>la strategia proposta dal Distretto consiste nel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - promuovere il territorio al fine di proporre e lanciare nuovi prodotti e, in particolare, quelli enoturistici; - collocare la Città di Sondrio al centro del panorama enoturistico internazionale; - caratterizzare la Città di Sondrio quale culla dei vigneti; - favorire la conoscenza degli ecosistemi vitivinicoli e dei paesaggi.
3886390	UBOLDO	<p>Il Distretto delle Antiche Brughiere è composto da 5 comuni di medie dimensioni geograficamente collocati nella pianura lombarda del Varesotto, ed è caratterizzato da:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una crescita costante della popolazione • un fenomeno di progressivo, seppur lento, invecchiamento della popolazione • circa un terzo delle imprese attivo nel settore del commercio, attestando il valore delle reti distributive per l'economia locale • una centralità dell'offerta della medio-grande distribuzione. Uboldo e Gerenzano sono le due principali polarità commerciali del Distretto • una significativa riduzione, negli ultimi 10 anni, del numero di unità locali relative al commercio di vicinato • un'elevata presenza di negozi sfitti e/o in difficoltà (emergenza in tutti i comuni del Distretto) • il sottodimensionamento dell'offerta rispetto alla domanda con un indice di densità commerciale inferiore a quelli medi provinciali e regionali. Per contro la dotazione commerciale continua ad essere, allo stato attuale, superiore ai livelli Provinciali e Regionali • una buona presenza di Pubblici Esercizi, che rendono il luogo più accogliente e piacevole e attraggono una maggiore presenza di residenti e visitatori • il servizio reso dal commercio ambulante; 126 posteggi che assicurano un presidio commerciale di prossimità • il potenziamento in corso delle infrastrutture e della connettività da completare entro il 2023 • la presenza nell'area di forti polarità commerciali esterne (in primis il centro commerciale "Il Centro" di Arese) che "schiacciano" i comuni del Distretto. <p>Obiettivi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • valorizzare le singole attrattive e organizzare un'offerta sistemica tra strutture e iniziative fortemente collegate sul territorio, innovative e capaci di rappresentare una valida alternativa per i residenti e per tutti i frequentatori in particolare per motivi di lavoro. • conservare lo spirito antico e identitario del territorio, con una forte iniezione di innovazione di prodotto e di processo. Il nome "Distretto 5.0" vuole ricordare che cinque sono i comuni che lo compongono e sottolineare la volontà di innovazione. <p>Strategia. Aumentare la competitività dell'offerta commerciale e di servizi verso i residenti, i frequentatori e i lavoratori delle imprese della zona e innescare un circolo virtuoso di attrattività, per ridurre il rischio di desertificazione commerciale del territorio. Dato il gap strutturale, dimensionale e di risorse rispetto ai centri di maggiori dimensioni il cui bacino di attrazione tende a sovrapporsi a quello del Distretto, l'incremento della competitività deve essere perseguito attraverso azioni sinergiche e il rafforzamento di masse critiche d'intervento condiviso. Meta obbiettivo del progetto e fattore abilitante è la costruzione di relazioni di contesto e stata invariata quale strategia di sviluppo di medio lungo periodo attuazione di progetti ed iniziative finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -contrastare lo spopolamento del DID, nei tre comuni della Valgerola -valorizzare gli immobili di proprietà pubblica mediante il loro riutilizzo a fini turistici e commerciali -sviluppare una politica integrata di marketing di distretto con un calendario eventicomune <p>Il patrimonio materiale e immateriale racchiuso nelle piccole realtà montane, è un unicum da cui partire per un progetto di resilienza e potenziamento, in grado di contrastare il decremento demografico e di implementare l'attrattività turistica mediante nuove strutture e servizi di qualità. L'ambiente naturale e il paesaggio rurale, sia nei loro aspetti materiali che immateriali, rappresentano una potenzialità strategica utilizzata per implementare politiche di sviluppo culturale e sociale nell'area di riferimento. Nel sistema economico locale, le attività legate all'agricoltura, l'agroalimentare ed al turismo sostenibile costituiscono le direttrici fondamentali per attuare nuove politiche abitative e turistiche. Inoltre la posizione di marginalità ha contribuito a preservare territori con caratteristiche storicoambientali e di tradizioni uniche. Una tendenza recente, accelerata anche dalla pandemia Covid19, fa registrare dei segnali di rinascita dei borghi rurali, legati alla riscoperta turistica – tradizione enogastronomica, storia e attività outdoor - ed alla qualità della vita – ambiente sano e buon vivere – ma anche alla loro infrastrutturazione digitale. Per quanto i piccoli centri continuano ad essere spopolati e silenziosi, la loro riscoperta durante la pandemia, e continuata attualmente, sta diventando simbolo di una rinascita identitaria forte, in contrapposizione a quella del regresso dei grandi conglomerati urbani. La digitalizzazione offre un contributo fondamentale in tal senso e rappresenta un'ulteriore attrattiva non solo per il turismo, ma anche per i giovani, studenti, professionisti ed aziende che vogliono investire in aree fino ad oggi remote ed isolate dai grandi centri urbani. Specialmente oggi, dopo la scoperta e l'esperienza dello smart working, e della didattica a distanza, iniziati durante la fase 1 di lockdown. Il rafforzamento del lavoro agile quindi, potrebbe essere propedeutico ad un ritorno stabile nei borghi, dove la vita ha un costo minore e gli spazi aperti e la natura possono garantire il distanziamento sociale. Ecco quindi che l'emergenza diventa un'opportunità perché le attuali tecnologie permettono di svolgere molte attività direttamente da casa: possiamo vivere anche distanti dai punti di riferimento fino a poco tempo fa necessari in un contesto di maggior benessere con una connessione piu' armoniosa con la natura. La Val Gerola è una valle tipicamente alpina, il turismo sia invernale che estivo rappresenta la principale risorsa. Il Piano di investimenti presentato nel DID ha l'ambizione di creare una sinergia per quanto concerne i servizi offerti mediante la</p>
3897700	GEROLA ALTA	<p>In relazione al contesto e stata invariata quale strategia di sviluppo di medio lungo periodo attuazione di progetti ed iniziative finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -contrastare lo spopolamento del DID, nei tre comuni della Valgerola -valorizzare gli immobili di proprietà pubblica mediante il loro riutilizzo a fini turistici e commerciali -sviluppare una politica integrata di marketing di distretto con un calendario eventicomune <p>Il patrimonio materiale e immateriale racchiuso nelle piccole realtà montane, è un unicum da cui partire per un progetto di resilienza e potenziamento, in grado di contrastare il decremento demografico e di implementare l'attrattività turistica mediante nuove strutture e servizi di qualità. L'ambiente naturale e il paesaggio rurale, sia nei loro aspetti materiali che immateriali, rappresentano una potenzialità strategica utilizzata per implementare politiche di sviluppo culturale e sociale nell'area di riferimento. Nel sistema economico locale, le attività legate all'agricoltura, l'agroalimentare ed al turismo sostenibile costituiscono le direttrici fondamentali per attuare nuove politiche abitative e turistiche. Inoltre la posizione di marginalità ha contribuito a preservare territori con caratteristiche storicoambientali e di tradizioni uniche. Una tendenza recente, accelerata anche dalla pandemia Covid19, fa registrare dei segnali di rinascita dei borghi rurali, legati alla riscoperta turistica – tradizione enogastronomica, storia e attività outdoor - ed alla qualità della vita – ambiente sano e buon vivere – ma anche alla loro infrastrutturazione digitale. Per quanto i piccoli centri continuano ad essere spopolati e silenziosi, la loro riscoperta durante la pandemia, e continuata attualmente, sta diventando simbolo di una rinascita identitaria forte, in contrapposizione a quella del regresso dei grandi conglomerati urbani. La digitalizzazione offre un contributo fondamentale in tal senso e rappresenta un'ulteriore attrattiva non solo per il turismo, ma anche per i giovani, studenti, professionisti ed aziende che vogliono investire in aree fino ad oggi remote ed isolate dai grandi centri urbani. Specialmente oggi, dopo la scoperta e l'esperienza dello smart working, e della didattica a distanza, iniziati durante la fase 1 di lockdown. Il rafforzamento del lavoro agile quindi, potrebbe essere propedeutico ad un ritorno stabile nei borghi, dove la vita ha un costo minore e gli spazi aperti e la natura possono garantire il distanziamento sociale. Ecco quindi che l'emergenza diventa un'opportunità perché le attuali tecnologie permettono di svolgere molte attività direttamente da casa: possiamo vivere anche distanti dai punti di riferimento fino a poco tempo fa necessari in un contesto di maggior benessere con una connessione piu' armoniosa con la natura. La Val Gerola è una valle tipicamente alpina, il turismo sia invernale che estivo rappresenta la principale risorsa. Il Piano di investimenti presentato nel DID ha l'ambizione di creare una sinergia per quanto concerne i servizi offerti mediante la</p>

3887066	VARESE	<p>DUC Varese: un giardino per il commercio tra passato e futuro e sostenuto dal seguente paragrafo.</p> <p>Nel corso dei secoli la città di Varese ha visto evolvere il proprio ruolo all'interno del territorio, da presidio strategico nella via di collegamento tra l'Italia (Milano) e la Svizzera (Lugano) a centro di importanza economica prima industriale e artigianale (produzioni cartarie, calzaturiere, tessili, meccaniche e aeronautiche) e poi commerciale e amministrativo.</p> <p>La posizione geografica della città continua ad essere strategica, ma ha assunto oggi e da tempo una diversa valenza legata al turismo, essendo collocata al centro di una vasta area verde in una regione di laghi e di siti di interesse storico e culturale.</p> <p>La vocazione turistica si è intrecciata in una positiva relazione circolare di causa-effetto con quella abitativa. L'edificazione delle numerose ville (prima da parte di famiglie nobili e poi industriali, spesso Milanesi) e dei relativi parchi e giardini tra il XVIII e l'inizio del XX secolo ha contribuito in modo significativo a definire il particolare contesto urbano di Varese fino a farle attribuire l'appellativo di "città giardino".</p> <p>Il Distretto di Varese, con l'offerta commerciale degli operatori e con le iniziative di coordinamento, si trova dunque ad essere parte integrante e attivo contributore di una vocazione che è contemporaneamente residenziale e turistica.</p> <p>In particolare, si evidenzia la situazione di Biumo Inferiore, storico quartiere cittadino ricompreso nel perimetro del DUC di Varese: un quartiere che, per quanto centrale, presenta elementi di marginalità e fragilità anche dal punto di vista commerciale (dove si rileva il 20% di locali commerciali sfitti) e che sarà oggetto di un ampio progetto di riqualificazione che comporterà l'aumento dell'offerta di servizi abitativi pubblici e di servizi abitativi sociali, con l'attivazione di uno studentato diffuso su due sedi, che permetterà di favorire un processo di "intergenerazione" con l'interazione tra fasce di popolazioni diverse.</p> <p>Tale intervento, incidendo sulle dinamiche socio-demografiche e generando una domanda nuova (aggiuntiva) e giovane, avrà una potenziale positiva ricaduta sul tessuto commerciale del quartiere valorizzando e rafforzando le attività commerciali già esistenti caratterizzate da esercizi di vicinato e pubblici esercizi (anche storici) e creando opportunità per l'apertura di nuove attività d'interesse per un pubblico giovane e contribuendo così alla riduzione del fenomeno dei locali commerciali sfitti.</p> <p>Proprio il fatto che questo intervento sia rivolto particolarmente a una domanda giovane, oltre a ridurre le minacce derivanti dall'invecchiamento della popolazione, gli conferisce un respiro strategico di visione futura.</p> <p>Si tratta di una grande opportunità che andrà colta supportandola anche con interventi di riqualificazione del contesto all'interno del quale gli esercizi commerciali sono collocati e con iniziative coordinate di promozione e animazione.</p> <p>L'obiettivo generale del progetto è pienamente centrato e si pone in continuità con quello che il DUC sta perseguendo in questi anni, vale a dire "migliorare la capacità di attrazione dell'area - come luogo piacevole da vivere e da frequentare - e valorizzare il commercio di prossimità, con particolare attenzione al segmento dei turisti".</p> <p>Al fine di aumentare l'attrattività per turisti residenti nell'offerta commerciale complessiva del Distretto, il progetto individua</p>
3897288	ALTA VALTELLINA	<p>Il Distretto Unico di rilevanza intercomunale del Commercio Alta Valtellina è così costituito: ente Caponia e la Comunità Montana Alta Valtellina, enti partner sono Unione del commercio, del turismo e dei servizi della provincia di Sondrio, Confartigianato Imprese Sondrio, Coldiretti Sondrio, ABC - Associazione Bormio Commercio, Associazione Turismo e Commercio Livigno. La strategia di sviluppo che il Distretto intende implementare con il presente progetto ha una prospettiva di lungo termine e si sostanzia in azioni che mirano a promuovere uno sviluppo sostenibile di tutta la regione e conseguentemente a innalzare il livello di attrattività dell'area. Il focus della strategia che nel prosieguo verrà dettagliatamente descritta pone l'accento su ambiente e turismo; da qui l'acronimo SMART – Sostenibile Mountain and Resilient Tourism. L'architettura progettuale tiene in considerazione come long term commitments le Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali Milano Cortina 2026</p> <p>Il primo fattore su cui il Distretto intende puntare è l'ambiente. Per anni sono stati perseguiti modelli di sviluppo dei territori che vedevano la sola crescita economica come l'elemento più importante da perseguire, senza però tener conto dei conflitti e dei danni che si possono generare quando gli ecosistemi vengono troppo sfruttati. Oggi, passando attraverso importanti dibattiti internazionali (Rapporto Brundtland del 1987 fino all'Agenda 2030) è chiaro che l'economia non può più essere il solo paradigma di un territorio, e che il significato di benessere va molto oltre la quantificazione economica e abbraccia il concetto di territorio, qualità di vita delle persone, ecosistema. Inoltre, si è compreso che lo sviluppo, per dirsi tale non può compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni.</p> <p>Il secondo fattore su cui insiste la strategia è la valorizzazione di un turismo resiliente, capace cioè di mettere in atto comportamenti adattivi rispetto ai cambiamenti climatici, sociali, culturali, economici e di mantenersi vitale per un periodo di lungo termine. Certamente anche il turismo resiliente è sostenibile perché mira a non alterare l'ambiente, non ostacolare lo sviluppo di altre attività sociali e a garantire la redditività del territorio con obiettivi di compatibilità ecologica, socioculturale ed economica.</p> <p>Parlare di montagna sostenibile significa considerare il contesto nella sua integrità e promuovere azioni che ricadano positivamente su ciascun aspetto. Il paradigma della sostenibilità è rivolto alla tutela di tutto ciò che ci circonda: il nostro patrimonio economico, quello ambientale, quello sociale e culturale. L'attenzione al paesaggio non è solo la preservazione dello status quo, ma il miglioramento dei processi che lo valorizzano: dalla gestione dei rifiuti alla limitazione del traffico veicolare, dalla progettazione di format di intrattenimento all'aria aperta alla formazione dei principali stakeholder sulle nuove tendenze turistiche sostenibili. Le azioni che verranno intraprese, perseguendo primariamente modelli orientati alla qualità e alla sostenibilità.</p>
3898052	BINASCO	<p>DID Le vie dell'acqua e del riso: servizi per un cicloturismo e uno shopping sostenibile - Nato nel 2021, il DID "Le vie dell'acqua e del riso" si trova oggi nella sua fase di startup, e punta allo sviluppo di un territorio in grado di offrire servizi sostenibili per cittadini, turisti e imprese. Il territorio, infatti, offre una serie di attrattive: eventi (Giornata Storica di Binasco, il Palio di Casarile ecc.), risorse storico-culturali (es. Castello Visconteo di Binasco ecc.), risorse naturalistiche, circuiti, percorsi ciclabili e vicinanza a due importanti poli, Milano e Pavia. È proprio grazie a questa ricca varietà di attrattive locali che il DID ha scelto di costruire una strategia progettuale che dia l'avvio ad un turismo sostenibile e che a sua volta costituisca una forma di guadagno economico per le imprese locali.</p> <p>L'area è ricca di connessioni ciclabili, che toccano diversi punti di interesse. Partendo da questi si vuole valorizzare una mobilità sostenibile, che sia scelta non solo dai turisti di prossimità, ma anche dai cittadini, che possono recarsi all'interno dei negozi con questo mezzo, fruendo di percorsi sicuri e ben segnalati. Il turismo rappresenta un potenziale, come rilevato anche dall'indagine alla cittadinanza e alle imprese, che per essere sfruttato necessita di servizi ad hoc per il turismo green. Da qui quindi l'idea di implementare servizi che accompagnino l'utente alla scoperta del territorio e che sensibilizzino l'utenza ai temi della sostenibilità. I percorsi ciclabili, che collegano i 4 comuni ma che passano anche per i centri dei paesi, ad alta presenza di negozi, rappresentano quindi location strategiche per l'organizzazione di eventi ed iniziative attrattive. Il DID punta quindi alla creazione di un calendario di eventi attrattivo, che sia in grado di valorizzare le bellezze territoriali e mettere in rete esperienze. Al contempo, attraverso questi itinerari, si mira alla valorizzazione di locali oggi sfitti, utilizzandoli come location per narrazione territoriale. Infine si vuole trasferire una maggiore sensibilità al tema green alle imprese del territorio, attraverso percorsi formativi e di sensibilizzazione idonea.</p> <p>In generale, i 4 filoni sopra riportati, si prefiggono di incrementare la qualità ed attrattività urbana, fornendo servizi innovativi, comunicazione efficace e sostegno alle imprese, il tutto sensibilizzando l'utenza.</p>

3894520	SAN MARTINO SICCOMARIO	<p>Il partenariato del Distretto è formato dai capomuni, Comune di San Martino Siccomario, tre comuni partner: Cava Manara, Carbonara al Ticino, Travacò Siccomario; Ascom, rappresentante delle imprese del settore commerciale; tuttavia si ritiene importante includere i seguenti soggetti: Lega dei Comuni Pavia, esperta nell'aggiornamento delle pubbliche amministrazioni, Federconsumatori (entrambi hanno collaborato con il Distretto fin dalla sua costituzione), Confartigianato (entrato nel 2020 nel partenariato per il Bando Distretti), ASM Pavia (importante per la declinazione della strategia sulla sostenibilità ambientale) e la Provincia di Pavia per favorire un maggiore coordinamento territoriale</p> <p>Sostenibilità, rigenerazione anche partecipata, sviluppo di dinamiche positive economiche, sociali, culturali sono le parole chiave della strategia di lungo periodo del Distretto, direttrice che il Distretto si era dato già nel 2020 e che oggi appare la giusta strada tracciata nonchè la linea di indirizzo su cui proseguire ad investire</p> <p>emergono esigenze specifiche a cui si intende rispondere attraverso politiche integrate che includono aspetti complementari: rigenerazione delle imprese del Distretto offrendo servizi comuni e opportunità di differenziazione e di crescita; rigenerazione degli spazi fisici e virtuali, promuovendo una percezione di qualità da parte dell'utenza; rigenerazione dell'intero tessuto sociale e economico per la creazione di opportunità per nuovi investimenti e per convogliare nuove energie. Rigenerazione sostenibile delle imprese locali: "sostegno all'innovazione delle imprese" e "sfida sostenibilità" sono le due linee su cui si intende agire a favore delle imprese locali. 1. "sostegno all'innovazione delle imprese": si vuole favorire la qualità e la caratterizzazione di ogni impresa in modo che possa differenziarsi dalla concorrenza attraverso investimenti innovativi e attraverso la qualità degli spazi di impresa (sia interni sia esterni) ma anche attraverso check up sulla digitalizzazione e attività di formazione sulle nuove tecnologie. 2. "sfida sostenibilità": si incentiveranno le aziende a trovare soluzioni ecologiche e sostenibili grazie al bando rivolto alle imprese e ai servizi comuni innovativi come la app "no allo spreco", all'incentivo all'economia circolare e alla consulenza di ASCOM (contenimento costi luce e gas, sportello bandi, e check up impronta green dell'impresa, gestione finanziaria), ma anche partecipando alla sistemazione e al mantenimento di spazi esterni delle imprese (facciate, aree esterne, aree verdi...) in modo da rendere concreta la collaborazione pubblico-privato. La sostenibilità delle imprese dovrà essere ben riconoscibile da parte degli utenti; si lavorerà, dunque, ad un marchio di distretto sostenibile. Rigenerazione degli spazi: spazi verdi, vie e piazze al centro della vita sociale e economica. Il Distretto vuole essere sempre 7 di più il luogo della vivibilità in modo da essere attrattivo non solo per i cittadini residenti ma anche verso l'esterno e soffrire un modello sostenibile di qualità della vita. Alla rigenerazione degli spazi parteciperà anche il partner ASM grazie allo sviluppo di politiche di decoro urbano e di igiene ambientale innovative. In generale la linea di indirizzo della strategia progettuale. Rigenerazione del tessuto economico e sociale: la rigenerazione del tessuto economico e sociale sarà indirizzata sia per creare energie positive all'interno del distretto sia per attrarre nuovi investimenti presso</p>
3899297	BRESCIA	<p>Il progetto "Distretto 2022-2024 DUC Brescia: nu commercio e cultura" valorizza l'importante sinergia che il città di Brescia sta sviluppando con l'ecosistema culturale, coniugando la dimensione dei servizi commerciali e artigianali urbani attraverso la previsione di interventi che considerano il ruolo di "Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023" come una "milestone" capace di rafforzare ulteriormente la ripartenza post Covid-19, proiettando il Distretto nel 2024 e negli anni a seguire.</p> <p>Il titolo della Proposta Progettuale evidenzia la complessa strategia di sviluppo che il DUC Brescia intende perseguire nel medio-lungo periodo: un Progetto integrato capace di favorire lo sviluppo delle attività economiche locali attraverso una pluralità di interventi innovativi capaci di trattare i temi del supporto diretto alle imprese, della rigenerazione e qualità urbana, dei servizi comuni rivolti a imprese, utenti e visitatori, oltre che le tematiche relative al contrasto alla desertificazione commerciale, di presidio sul territorio, di comunicazione e marketing, di animazione e attrattività urbana, di monitoraggio e gestione integrata.</p> <p>Attraverso la candidatura al Bando regionale "Sviluppo dei Distretti del Commercio 2022- 2024" il DUC vuole dunque proiettare il tessuto economico urbano verso un processo di innovazione capace di raggiungere obiettivi chiari, definiti e misurabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - supportare le attività economiche del Distretto; - ridurre gli spazi commerciali sfitti e contrastare la desertificazione commerciale; - migliorare la qualità urbana in relazione al commercio di vicinato; - sviluppare nuovi servizi per imprese, utenti, visitatori e turisti; - favorire l'attrattività urbana; - gestire efficacemente ed unitariamente le politiche attive del DUC. <p>Il 2023, anno di Capitale Italiana della Cultura, non risulta dunque ne' un punto di arrivo ne' di partenza, ma un'importante occasione per lo sviluppo di interventi distrettuali.</p> <p>Tra continuità e innovazione si sviluppano le otto direttrici di sviluppo che compongono il Progetto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supporto alle imprese; - Rigenerazione e qualità urbana; - Servizi comuni del Distretto offerti ad imprese, utenti e visitatori; - Soluzioni per il riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio; - Marketing e comunicazione; - Animazione e attrattività; - Monitoraggio; - Governance e gestione integrata. <p>Gli interventi di "Supporto alle imprese" hanno l'obiettivo di rafforzare la competitività delle attività esistenti e favorire nuovi</p>
3833480	BELLANO	<p>Il Distretto Tra Lago e Monti per un turismo artistico e naturalistico - Dal 2016 al 2020, con una breve interruzione causa pandemia, e successiva ripresa per il 2021 e 2022, il DID "Tra Lago e Monti" è stato interessato dall'arrivo di numerosi turisti, specialmente a Bellano grazie alla sua offerta naturalistica e culturale di cui vanta (Orrido, eventi artistici e culturali di alto livello). L'elemento turistico risulta essere così tanto dominante da influenzare la strategia di sviluppo di lungo periodo del DID. La strategia sulla quale punta il Distretto si basa sulla valorizzazione culturale/turistica del territorio, basata su una specifica identità e sull'offerta di servizi in grado di attrarre l'utenza e favorire la nascita di imprese. Nello specifico il DID agirà andando a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rigenerare alcune aree affinché siano accoglienti e in grado di "accompagnare" l'utente alla scoperta del territorio e delle sue imprese • Offrire contenuti attrattivi di alta qualità (eventi quali concerti di classica e lirica, mostre su artisti locali ed esterni, iniziative legate ad arte sacra e medioevale, ...) • Supportare lo sviluppo del tessuto imprenditoriale affinché sia in grado di rispondere alle esigenze di un nuovo target di utenza: il turista culturale e quello attratto dalle esperienze nella natura • Creare condizioni per far nascere nuove imprese, in stretta connessione all'offerta turistica che il territorio vuole dare e in linea con l'attuale trend verificato in Bellano • Implementare servizi all'utenza turistica, che favoriscano una "visit experience" di alto livello • Creare una rete delle eccellenze, attraverso sinergie con soggetti che gestiscono specifiche iniziative <p>La strategia del DID mira quindi a potenziare il turismo culturale/artistico e naturalistico sul territorio di Bellano e a creare opportune sinergie con gli altri Comuni del Distretto, per far sì che i flussi turistici attratti oggi a Bellano si spostino in maniera guidata sugli altri comuni, dando vita ad un Museo diffuso e andando a gettare le basi per la futura creazione di un Parco Letterario ispirato all'opera di Antonio Balbiani "Lasco il bandito della Valsassina" e agli affreschi sparsi sul territorio e legati agli antichi mestieri.</p>

3892377	DALMINE	<p>COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Comuni: Dalmine (capofila), Lallio, Osio Sopra e Treviolo • 2 Associazioni rappresentative: Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo • OPEC – Operatori Economici Dalmine, partner aggiuntivo <p>ANALISI DI CONTESTO E ANALISI SWOT</p> <p>Principali Punti di forza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un bacino di domanda "naturale" interessante: 43.406 residenti; • la presenza nel territorio di insediamenti che possono rappresentare, in termini di domanda aggiuntiva, i motori di una nuova fase di sviluppo del Distretto: Ingegneria dell'Università di Bergamo a Dalmine, oltre 3.700 studenti iscritti di cui più di 1.200 fuori sede; con il personale si arriva a 4.800 persone; gli importanti insediamenti industriali, produttivi e di servizio presenti nel territorio del Distretto con un totale di circa 3.500 dipendenti; • la totale tenuta della rete di vicinato: + 4 negozi nel decennio 2012-2021 (in totale 296), 168 pubblici esercizi e 174 posteggi ambulanti. <p>I principali punti di debolezza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la estrema frammentazione in 11 polarità d'offerta; Dalmine ha 6 anche da 6 frazioni, Treviolo ne ha 1 e solo Lallio e Osio Sopra non hanno frazioni; • la difficoltà delle Amministrazioni di intervenire in termini di riqualificazione e rigenerazione urbana su tale pluralità di luoghi e aggregazioni di vicinato; • la vicinanza con il capoluogo Bergamo e la sua offerta e la presenza di numerosi centri commerciali nei Comuni confinanti; • un numero di locali commerciali sfitti molto elevato. <p>LA STRATEGIA DI SVILUPPO DI LUNGO PERIODO E PER QUESTO PROGETTO</p> <p>L'esistenza del Distretto e la sua strategia, si sono dimostrate nei fatti vincenti, visto la totale tenuta della rete commerciale di vicinato.</p> <p>Dopo la fase della resilienza questo Progetto si prefigge l'obiettivo di innescare una nuova fase di sviluppo di lungo periodo del Distretto, lavorando verso due target, il polo universitario e le grandi aziende insediate che valgono una domanda aggiuntiva di 9.000 persone, pari a oltre il 20% dei residenti.</p> <p>LE DIRETTRICI DI INTERVENTO DEL PROGETTO</p> <p>a) attivazione di due nuovi "motori" di sviluppo del Distretto, ovvero la domanda riconducibile ai target universitari e dei dipendenti delle Aziende; il Progetto prevede anche soluzioni e modelli di offerta innovativi, come la "Mensa Diffusa": a tale</p>
3898006	TREMEZZINA	<p>Interconnessioni digitali e dei borghi per il rilancio del Centro Lago - Il piano strategico del Distretto è volto a far rete tra i cinque borghi andando a creare connessioni fisiche e digitali legate all'interno del territorio. Il Distretto punta sull'attrattività turistica in collegamento strategico con l'aspetto digitale comunicativo. Per accrescere l'attrattività turistica, il territorio presenta un pacchetto di elementi di interesse a carattere culturale, sportivo e legati alla mobilità sostenibile grazie alla Greenway di cui fanno parte.</p> <p>Gli asset strategici sui quali si basa la proposta progettuale sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rafforzamento dell'identità locale • incremento d'utenza turistica grazie ad un programma di comunicazione coeso e preciso • creazione di una rete solida tra i borghi del Distretto in prossimità delle attività commerciali <p>Il Distretto mira a dare vita a delle interconnessioni territoriali e digitali, in grado di rafforzare l'aspetto promozionale esperienziale del territorio del Centro Lago e favorire lo sviluppo delle imprese.</p> <p>Da qui l'individuazione di una serie di spese in conto capitale non connesse alla riqualificazione delle aree (che da diversi anni vedono già la realizzazione di diverse progettualità), ma concentrate sulla capacità di digitalizzare l'offerta e di interconnetterla a livello territoriale e web, garantendo l'arricchimento del patrimonio dei Comuni con beni materiali e immateriali di proprietà.</p> <p>FOCUS SU SPECIFICHE AREE</p> <p>Si prevede la realizzazione di progettualità che coinvolgono i 5 territori, legate a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • creazione di un sistema unico di informazione ed accoglienza • creazione di itinerari fisici e virtuali alla scoperta dei borghi del Centro Lago, attraverso cartellonistica e proposte in rete • progetti di marketing territoriale che coinvolgono realtà economiche, commerciali e sociali • registrazione di BIG DATAS di tipo turistico grazie all'utilizzo dell'app unica che darà alle singole realtà la possibilità di analizzare dati commerciali (spese a sostegno delle proprie associazioni) e prettamente turistici (attraverso la tecnologia NFC e Beacons)
3897268	UNIONE DEI COMUNI DELLA VALSAVIORE	<p>La comunità della Valsaviore si compone di numero 5 Comuni dalle caratteristiche demografiche e geografiche assai simili e quindi risultati da sempre affini tra loro; questi elementi hanno fatto da collante affinché si venisse a creare un'unione degli stessi all'interno di un unico Distretto del Commercio. Gli elementi che, da sempre, contraddistinguono l'economia della valle sono stati la filiera del legno, l'agricoltura e l'allevamento. Da uno studio del 2020 svolto dalla Comunità Montana è emerso che di 46 aziende agricole residenti in Valsaviore, 10 sono condotte da giovani imprenditori (fino a 35 anni d'età). La maggior parte di queste aziende si è specializzata nella produzione di tipicità locali e 7 sono registrate come agriturismi attivi in grado, quindi, di offrire un'esperienza di soggiorno unica. Una specifica attenzione la merita il comparto del turismo, vero e proprio traino nella stagione estiva dell'economia di zona, con la maggior parte dei turisti che arrivano soprattutto dalla Lombardia: si registra una buona presenza di turisti stranieri, in particolar modo austriaci e tedeschi. La Valle vanta una collocazione geografica strategica - caratterizzata da panorami mozzafiato ed un sistema di sentieristica curato e accessibile ai più - e un patrimonio storico culturale vasto rievocato grazie all'organizzazione di feste tipiche ed eventi locali che affondano le loro radici nelle tradizioni della Valsaviore. L'offerta ricettiva appare diversificata spaziando tra alberghi, chalet ad alta quota, camping organizzati ed ostelli. Per la Valsaviore il turismo è il polline di primavera: l'essenza vivida di una valle da salvaguardare e proteggere ma anche da incentivare e sospingere. In questo contesto si inserisce la strategia di distretto: la riqualificazione del patrimonio immobiliare per la promozione dell'housing sociale. Alloggi a prezzi moderati per turisti, lavoratori e residenti ma anche spazi commerciali in cui creare attività di vicinato che tanto mancano nei Comuni della Valsaviore. Un'idea equa e smart di turismo. Attirata l'attenzione del turista ed accresciuta la disponibilità di posti letto, acquisisce importanza la riqualificazione di luoghi ad elevato potenziale attrattivo, come la sala polifunzionale di Cedegolo e la scalinata di Saviore dell'Adamello caratterizzata da una vista mozzafiato sul complesso montuoso dell'Adamello. Si vuole ricreare un senso di socialità condivisa e diffusa sul territorio: ciò è possibile promuovendo le feste tipiche della zona quali testimonianza del retaggio culturale comune agli abitanti della valle. La promozione del territorio e degli eventi culturali e enogastronomici tipici della zona in diversi periodi dell'anno consentono di mostrare al turista la vita della Valle oltre ai sentieri. Si pensi al fatto che il presepe artificiale installato a Sellero da novembre a dicembre, oltre ad essere il più grande d'Italia, richiama un numero importante di turisti ogni anno, provenienti da tutta la penisola. Coccolare il turista, tramite strutture nuove e costi contenuti, eventi tipici e caratteristici ed un ottimo apparato di promozione per la circolazione delle informazioni, sicuramente crea le migliori condizioni possibili per cui decida di tornare a visitarci e, perché no, a prendere in considerazione la possibilità di stabilirsi in una comunità che tiene alla propria popolazione, all'aggregazione sociale come motore per la sua economia e ad incentivare il turismo.</p>

3896569	DARFO BOARIO TERME	<p>In seguito all'allargamento del suo perimetro, proposto dal Comune e approvato da Regione Lombardia nel 2020, il Distretto urbano del commercio di Darfo Boario Terme comprende l'intero perimetro comunale dell'omonima città, che si trova nella Bassa Valle Camonica, di cui assume il ruolo di principale polarità urbana. La città di Darfo offre le comodità di una moderna stazione turistica coronata dalla presenza di importanti fonti d'acqua termale immerse nel parco delle Terme di Boario, dalle esperienze outdoor con camminate e percorsi bike nella natura alle incisioni rupestri di epoca neolitica (dichiarate patrimonio mondiale dell'umanità nel 1979) o soffermarsi in antiche chiese affrescate da importanti pittori.</p> <p>Dal punto di vista sociodemografico, negli ultimi dieci anni la popolazione del Distretto è stata soggetta a un andamento altalenante. Esso ha riportato il Distretto a registrare, a distanza di 10 anni, più o meno lo stesso numero di residenti. Si evidenzia un calo naturale delle nascite, il quale ha fatto progressivamente venire meno il ricambio verso quelle più adulte.</p> <p>Il commercio a Darfo Boario Terme ha una struttura molto articolata, sia dal punto di vista delle merceologie che delle tipologie distributive: sono presenti 389 esercizi di vicinato, 27 medie strutture e 1 grande struttura. L'evoluzione del numero di negozi nel periodo 2012-2019 evidenzia come la numerica di punti vendita di vicinato sia aumentata dell'1,6%, per poi rimanere invariata sino al 2021. Emerge così la capacità di Darfo di resistere alle evoluzioni sia locali che generali. Tutto ciò trova ulteriore conferma negli indici di dotazione (2.443,9) e densità commerciale (25,0) registrati nel 2021 dal Distretto, cifre quasi 3 volte superiori sia agli indici provinciali che regionali. Il Distretto presenta poi un buon numero di Pubblici Esercizi (98), rappresentati per il 61,2% da bar (Tavola 15), per il 27,6% da ristoranti e l'11,2% da take-away. Esercizi pronti a servire non solo i residenti, ma anche i flussi esterni di turisti nelle stagioni invernali ed estive con una copertura di 6 Pubblici Esercizi ogni 1.000 abitanti.</p> <p>Per poter sostenere il commercio del DUC, i Partner hanno individuato tre ambiti principali su cui occorre quindi intervenire:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) le infrastrutture di riordino e riconnessione delle varie aree del territorio comunale, da affiancare più in generale a interventi di miglioramento del contesto urbano, anche in termini di contrasto alla desertificazione commerciale localizzata in alcuni punti della città; 2) l'animazione del DUC per migliorare la capacità di attrazione di residenti e turisti; 3) la crescita delle competenze degli operatori locali. <p>Per quanto riguarda il primo punto, oggi è più che mai necessario trovare nuove forme di convivenza e sinergia tra le due nature della città, quella urbana e quella degli spazi aperti, al fine di garantire uno sviluppo futuro durevole e sostenibile, dove gli elementi che hanno reso unico questo territorio tornano a svolgere un ruolo cruciale e centrale per la città. "Il fiume al centro", questo è il concetto alla base della nuova visione strategica di sviluppo della città di Darfo Boario Terme, dove la principale</p>
3899006	LIMBIATE	<p>Limbiate, attraverso steps e strategie che puntano ad includere tutta la scala locale, a una rigenerazione urbana forte del passato di Limbiate, alla promozione di una crescita economica che sia disponibile e fruibile per tutti, che offra opportunità alle imprenditrici e imprenditori locali già attivi, e alle nuove idee di business.</p> <p>La memoria di Limbiate, la partecipazione attiva dei suoi cittadini e commercianti, le eccellenze storico-naturalistiche, le piccole iniziative imprenditoriali locali, rappresentano non solo punti di forza, ma la guida per lo sviluppo di una strategia di sviluppo coerente per il DUC. Questi sono elementi chiave che emergono dal confronto con il territorio e la sua comunità. Le esigenze di sviluppo e riqualificazione partono da questa memoria storica e dalle tracce sul territorio degli sviluppi urbanistici del passato, studiati e rivalutati fino ad oggi. A fianco alla memoria storica e urbanistica, si ravvisa come elemento di debolezza un tessuto urbano ed economico del centro debolmente attrattivo, la presenza di locali commerciali sfitti e dismessi e la frammentazione territoriale del tessuto commerciale, con l'emergenza di una grande struttura di vendita all'interno del DUC e altre ai suoi confini esterni. Questi elementi di debolezza contribuiscono a fragilizzare ulteriormente il tessuto sociale, specialmente in alcune porzioni di territorio. E' in quest'ottica che è importante sottolineare le opportunità che offre il territorio e connetterle in modo efficace per costruire una progettualità improntata verso direttrici di sviluppo sostenibili ambientalmente, socialmente ed economicamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valorizzazione dei collegamenti tra frazioni • valorizzazione delle vocazioni storiche • sinergia tra le attività economiche del distretto e il tessuto produttivo • sviluppo di progetti di filiera <p>Seguendo quindi un progetto che deve essere cucito sul territorio e sulle vocazioni territoriali, emerge quindi una strategia duplice: una di ricucitura degli spazi di criticità e degli elementi che mettono a rischio il tessuto commerciale, urbano e sociale, l'altra di valorizzazione dell'esistente. Nella rappresentazione di seguito sono visibili gli interventi presenti nel Progetto abbinati alle azioni di ricucitura e valorizzazione e alle tre linee di sviluppo. Offrire alla popolazione residente oggi e alle generazioni future un</p>
3899583	VIADANA	<p>STRATEGIA E CONDIVISIONE PROVINCIALE PER L'EVOLUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO è il titolo del progetto del Distretto "OGLIO PO", oltre che la strategia che guida l'insieme sinergico di interventi previsti per ripartire dopo l'emergenza epidemiologica generata da Covid-19, sostenendo le attività economiche presenti nel Distretto, incentivando nuovi investimenti e nuovi esercizi commerciali di vicinato. Si intende dunque fare leva sulla ripartenza delle attività che rendono vivo il tessuto economico di vicinato supportandole grazie ad interventi di riqualificazione degli spazi pubblici favorendo l'accessibilità, anche attraverso la mobilità dolce.</p> <p>Proseguendo nell'esperienza positiva del precedente bando che ha reso maggiormente visibile l'attività del Distretto il partenariato intende, a seguito dei dati emersi dalla rielaborazione dei questionari – passaggio meglio descritto al punto 9) -, fornire aiuti economici anche al commercio su area pubblica che ha risposto positivamente (5,3 %) all'indagine avviata per la stesura della proposta progettuale.</p> <p>Parallelamente gli Enti prevedono, attraverso l'intervento 7) "AVVISO PUBBLICO ESPLORATIVO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE RELATIVE AL RIUSO ANCHE TEMPORANEO DEL PATRIMONIO ESISTENTE", l'avvio di un percorso per il riuso temporaneo di spazi sfitti come spazi per il commercio, il terzo settore, la cultura e l'aggregazione, azione condivisa a livello provinciale.</p> <p>Il presente intervento deriva dalla volontà di porre un rimedio al progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato determinato dalla progressiva riduzione delle capacità di acquisto del bacino di utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione temporale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.</p> <p>I Comuni, al fine di valorizzare i poli commerciali sia di vicinato che commercio su area pubblica, hanno concentrato l'attenzione su interventi di riqualificazione / abbellimento del tessuto urbano che insieme all'attività di animazione permetteranno di promuovere la visibilità del Distretto del Commercio.</p> <p>Il Distretto, in sintonia con gli altri Distretti della Provincia di Mantova, vuole definire una rete integrata di risorse capace di connotare il territorio e renderlo riconoscibile e fruibile come organismo omogeneo, nonostante la molteplicità dei luoghi che lo compongono, ciascuno dotato di una sua peculiarità. Si vogliono sostituire i pannelli fisici per rinnovarli e uniformarli in tutti i Comuni del Distretto, ma per migliorare l'offerta informativa è necessario che i contenuti siano immediati e fruibile a tutti. Questo è impensabile poterlo completare nel pannello di un normale cartello fisico, così come per gli ipovedenti, attualmente, è molto difficile ottenere informazioni riguardanti il luogo che si trova vicino.</p>

3886398	BERGAMO	<p>SHOP SMALL, SHOP LOCAL, SHOP ONLINE è sostenuto dal seguente partenariato: il Comune di Bergamo, le Associazioni di categoria Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo e l'Associazione del Distretto del Commercio di Bergamo.</p> <p>Fin dalla sua costituzione il DUC di Bergamo ha assunto un ruolo centrale nelle politiche commerciali cittadine quale elemento di sviluppo locale, integrazione dell'offerta e coesione sociale, sviluppando progetti innovativi finalizzati a migliorare la capacità di attrazione dell'area come luogo piacevole da vivere e da frequentare e a valorizzare il commercio di prossimità. Partendo da questo ruolo negli ultimi anni il DUC ha messo al centro della sua attività sia un'azione di supporto al processo di digitalizzazione delle piccole imprese, sia un'azione di aiuto alla trasformazione culturale che consenta al commercio locale di agire da protagonista nel nuovo scenario competitivo omnicanale che vede una gestione integrata tra fisico e online della relazione con il cittadino/consumatore.</p> <p>In linea con questo percorso già avviato, e tenendo conto che il tema della rigenerazione urbana - che qualifica una delle missioni del PNRR - è un'importante occasione di rilancio dell'economia locale e che un grande evento come Bergamo Brescia capitale della cultura 2023 rappresenta una straordinaria opportunità per accelerare la crescita economica e sociale del territorio, la strategia del DUC si concentra lungo 2 assi di sviluppo.</p> <p>Il primo asse di sviluppo riguarda la "messa a sistema" dei processi di digitalizzazione del commercio di vicinato avviati durante la pandemia per consentire agli operatori di offrire servizi digitalizzati in modo competitivo e per offrire ai residenti nuovi servizi digitali di prossimità. È in questo ambito strategico che si inserisce il progetto di sviluppare un marketplace locale totalmente innovativo in Italia e che nasce sulla falsariga di quanto già avvenuto in altri paesi europei. Si tratta di costruire una piattaforma di e-commerce (MarketPlace BergamoShopping) con l'obiettivo di permettere alle imprese del DUC che vi aderiscono di accrescere le possibilità di vendita online dei loro prodotti/servizi. In altri termini si vuole realizzare una piattaforma che permetta a ogni impresa di comunicare la propria offerta di prodotti, consentendo al consumatore di acquistare online il prodotto e di ritirarlo presso il punto vendita, oppure di farselo consegnare direttamente a casa. La consegna verrà effettuata da Poste Italiane - con cui il Distretto e il Comune hanno già stabilito un accordo di partnership - attraverso l'utilizzo di mezzi elettrici o ibridi, in linea con le scelte di sostenibilità da tempo avviate dall'Amministrazione comunale. Il progetto ha già avuto nella fase di presentazione agli imprenditori commerciali e ai principali stakeholder una manifestazione di interesse da parte di circa 70 operatori.</p> <p>Il secondo asse di sviluppo riguarda gli investimenti in grado di offrire alla comunità e ai frequentatori un commercio di vicinato sicuro e di qualità attraverso una riqualificazione urbana e una migliore fruizione degli spazi pubblici. In altri termini, un'esperienza di acquisto fisica che - anche grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie e di una maggiore interazione digitale - possa promuovere sui social media le attività commerciali attraverso la lettura di recensioni, commenti e feedback, ricevere offerte promozionali, visualizzare la pubblicità e condividere foto e video.</p>
3895335	TREVIGLIO	<p>Con l'arricchimento del perimetro del DUC, approvato da regione Lombardia nel 2020, il contesto del Distretto di Treviglio coincide con l'intera città, e di essa condivide l'evoluzione.</p> <p>Negli ultimi anni Treviglio ha dimostrato interessanti trend di crescita, a partire da quella della popolazione. L'afflusso dei nuovi residenti è stato rappresentato soprattutto da famiglie giovani, che hanno bilanciato il naturale invecchiamento della popolazione.</p> <p>Nel corso del 2021, inoltre, si è registrato un vivace incremento delle attività in diversi settori economici, evidenziando ancora una volta la vocazione attrattiva del tessuto economico trevigliese.</p> <p>Il settore del commercio, che 43 anni fa contava 354 negozi, al 31 dicembre 2021 ne conta 505, con un incremento rispetto all'anno 2020 di 14 unità. L'espansione della rete commerciale nel medio-lungo termine è stata abbastanza continua, e stabile nell'ultimo periodo. Nel complesso, il centro storico ha sostanzialmente tenuto dal punto di vista commerciale, registrando un calo del numero di negozi del 6,3% negli ultimi 10 anni. Tuttavia, la crescita complessiva del commercio degli ultimi anni si è concentrata soprattutto sulle zone esterne al centro, facendo così emergere fenomeni localizzati di desertificazione commerciale. Per quanto riguarda la domanda, i frequentatori di Treviglio visitano la città fondamentalmente per quattro motivi: per lavoro o per fruire di determinati servizi (es. sociosanitari); per lo studio (circa 10.000 studenti/giorno, con annesso famiglie); per lo shopping nei negozi presenti in città e nel centro storico; per l'attrazione esercitata da elementi di forte interesse, come il Museo Storico Verticale della Torre Campanaria, il Museo Civico, il Museo Scientifico ExplorAzione, a cui si aggiungerà nei prossimi anni il Museo della Bianchi.</p> <p>La sfida per la città di Treviglio e per il DUC è quella di mantenere elevato il suo livello di attrattività anche oltre la funzione di mero polo di residenza. Per farlo il Comune e gli altri partner del Distretto sono attivi già da diversi anni e dovranno proseguire in futuro con un insieme coordinato e coerente di interventi finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - continuare l'opera di adeguamento infrastrutturale della Città; - proseguire nell'adeguamento dei servizi ai cittadini, in particolare quelli connessi alla mobilità e all'accessibilità; - investire ulteriormente e sfruttare tutte le occasioni disponibili per far crescere le attrazioni culturali di Treviglio; - mantenere alto il livello di animazione in città, soprattutto con riferimento agli eventi culturali; - dotarsi degli strumenti di misurazione dei risultati. <p>Per questi motivi, il Partenariato del DUC ha deciso di adottare una strategia di riferimento basata su tre linee di sviluppo portanti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo del Commercio 2. Promozione culturale 3. Infrastruttura pubbliche
3888426	BUSTO ARSIZIO	<p>Verso il 2030: nuovo commercio di prossimità e smart city. Fin dalla sua costituzione il Distretto di Busto Arsizio ha assunto un ruolo centrale nelle politiche commerciali cittadine quale elemento di sviluppo locale, integrazione dell'offerta e coesione sociale, sviluppando progetti innovativi finalizzati a migliorare la capacità di attrazione dell'area come luogo piacevole da vivere e da frequentare e a valorizzare il commercio di prossimità. Partendo da questo ruolo negli ultimi anni il Distretto ha messo al centro della sua attività - anche per effetto delle conseguenze economiche e sociali della pandemia - sia un'azione di supporto al processo di crescita (anche digitale) delle piccole imprese, sia un'azione di aiuto alla trasformazione culturale che permetta al commercio locale di agire da protagonista nel nuovo scenario competitivo, condizionato sempre più, da un lato, dalle conseguenze dell'emergenza sanitaria del Covid-19 e dalle difficoltà economiche generali, e, dall'altro dai processi di trasformazione urbana.</p> <p>Nel primo caso il Distretto si trova a fronteggiare le sfide dettate da una congiuntura economica non positiva (inflazione in crescita, attenzione alla convenienza di prezzo che va a svantaggio dell'offerta di vicinato) e da una crescente diffusione dell'e-commerce (e dalla riduzione delle barriere culturali al suo utilizzo). Senza contare che gli ultimi due anni hanno profondamente segnato e modificato le abitudini dei cittadini: basti pensare, ad esempio, al lavoro a distanza (i luoghi di residenza tornano a essere centrali nella vita dei cittadini con una crescente domanda di prossimità dell'offerta di servizi, di qualità e vivibilità degli ambienti domestici e delle aree residenziali) e al ritorno alla mobilità, ma con maggiore attenzione alla salute e alla sicurezza sanitaria con ricerca di socialità e di una crescente domanda di mobilità dolce. Nel secondo caso il Distretto si trova a dover cogliere le trasformazioni e gli interventi di rigenerazione urbana programmati in ViVi Busto 2030, che - recependo alcuni fondamentali obiettivi strategici individuati nel PGT - prevedono un rilancio della città, agendo sui sistemi esistenti e incrementando la qualità diffusa come strumento di rilancio socio-economico.</p> <p>All'interno di questo contesto urbano di forte cambiamento e in coerenza con il suo ruolo, la strategia di medio termine del Distretto di Busto Arsizio si muove lungo tre assi strategici di sviluppo.</p> <p>Il primo asse di sviluppo riguarda gli investimenti in grado di offrire alla comunità e ai frequentatori un commercio di vicinato sicuro e di qualità attraverso una riqualificazione urbana e una migliore fruizione degli spazi pubblici. In altri termini, un'esperienza di acquisto fisica che - anche grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie e a una maggiore interazione digitale - possa promuovere sui social media le attività commerciali attraverso la lettura di recensioni, commenti e feedback, le offerte promozionali, la visualizzazione della pubblicità e la condivisione di foto e video.</p> <p>Il secondo asse di sviluppo riguarda, invece, la qualità dell'offerta dei servizi commerciali del Distretto e la "messa a sistema" dei processi di digitalizzazione del commercio di vicinato avviati durante la pandemia per consentire agli imprenditori di offrire alla comunità locale (residente e non) nuovi servizi digitali di prossimità e di poter disporre di un sistema informativo in grado di</p>

3891173	LEGNANO	<p>Sin dalla sua costituzione nel 2010, il Distretto del Commercio di Legnano, ha da sempre operato attraverso una struttura organizzativa e gestionale rappresentata dalla Comitato di Indirizzo ovvero, un organo composto da un rappresentante di ciascuno dei Partner del Distretto, che ha assunto il ruolo di indirizzo strategico e di gestione operativa degli interventi di valorizzazione del territorio e delle realtà economiche che vi operano anche avvalendosi di un team di consulenti esterni. Mantenendo la sua struttura organizzativa, il DUC di Legnano, ha analizzato e deciso di cogliere l'opportunità del Bando regionale, proseguendo lungo il percorso di una storia e di un partenariato che da più di dieci anni governa le sue attività e la collaborazione con gli operatori del territorio.</p> <p>firmatari dell'accordo di partenariato, sono tutti i soggetti che, sin dalla sua costituzione, hanno contribuito alla nascita e allo sviluppo del Distretto del Commercio di Legnano, in particolare: -Il Comune di Legnano in qualità di Ente Capofila del Distretto coordina e gestisce insieme agli altri Partner le attività di progettazione e di realizzazione delle iniziative, anche avvalendosi di un team di professionisti – sia interni che esterni all'Amministrazione. Il ruolo dell'Amministrazione è quello di essere garante della rappresentatività di tutti gli stakeholder del territorio e del loro coinvolgimento. - l'Unione Confcommercio Imprese per l'Italia – Milano, Lodi, Monza e Brianza quale associazione maggiormente rappresentativa ai sensi della Legge n. 580/93 per il settore del commercio nella Provincia di Milano (Associazione Territoriale di Legnano). L'Unione ha un ruolo economico, sociale e culturale di primo piano nella valorizzazione e promozione dell'imprenditoria locale e nel favorire i momenti di incontro e di scambio. Dialoga e si confronta con i rappresentanti politici e con le istituzioni per migliorare la qualità di provvedimenti e decisioni che hanno importati ricadute sulle imprese del territorio operanti nel settore Terziario.</p> <p>La Città di Legnano rappresenta da sempre un caso di eccellenza sul piano della vivibilità urbana: nel corso degli ultimi anni sono state sviluppate una serie di azioni legate allo sviluppo della mobilità dolce che hanno permesso di connotare la Città e, di conseguenza anche il DUC di Legnano, come green e sostenibile.</p> <p>Di proseguo con il Bando 2020 "Distretti del Commercio per la ricostruzione economica urbana", il DUC di Legnano ha deciso di orientare la propria progettualità realizzando interventi finalizzati: - a migliorare il contesto urbano, in termini di vitalità e attrattività; - a incentivare e sviluppare l'offerta di mobilità dolce e ciclopedonale; - al sostentamento dell'offerta commerciale; - a curare gli interessi e la promozione dello sviluppo della propria comunità; - a migliorare strutturalmente i luoghi in cui vengono svolte le attività commerciali. Inoltre, coerentemente con gli obiettivi generali della politica regionale per il commercio, le politiche di intervento per il settore commerciale dell'Amministrazione di Legnano sono orientate a: • disincentivare l'apertura di ulteriori grandi strutture di vendita mediante la creazione di superficie di vendita aggiuntiva; • riqualificare parti del tessuto urbano e di situazioni di degrado, in sinergia con le politiche di altri settori economici; • rivitalizzare e sostenere la funzione commerciale dei centri storici e dei nuclei urbani centrali; • sostenere le imprese maggiormente colpite dall'emergenza COVID-19 e dai ricicri dei</p>
3898025	CHIARI	<p>Il titolo della Proposta Progettuale lascia intuire la complessa strategia di sviluppo che il DUC Chiari intende perseguire nel medio-lungo periodo, un Progetto integrato capace di favorire lo sviluppo delle attività economiche locali attraverso una pluralità di interventi innovativi capaci di trattare i temi del supporto diretto alle imprese, della desertificazione commerciale, della rigenerazione urbana, dei servizi condivisi, dell'animazione urbana e della gestione coordinata.</p> <p>Attraverso la candidatura al Bando "Sviluppo dei Distretti del Commercio 2022-2024" il DUC Chiari vuole dunque proiettare il tessuto economico urbano verso un processo di innovazione capace di raggiungere obiettivi chiari e definiti quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - supportare le attività economiche del Distretto; - ridurre gli spazi commerciali sfitti e contrastare la desertificazione commerciale; - rigenerare il tessuto urbano centrale; - sviluppare nuovi servizi per imprese, cittadini e visitatori; - favorire l'attrattività urbana; - gestire efficacemente ed unitariamente le politiche attive del DUC <p>Dalla strategia e dagli obiettivi, frutto dell'analisi SWOT svolta sul DUC, scaturiscono cinque distinte direttrici di sviluppo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Supporto alle imprese; 2) Rigenerazione urbana e contrasto alla desertificazione; 3) Servizi comuni per imprese cittadini e visitatori; 4) Animazione urbana; 5) Progettazione e governance
3877983	SAN PELLEGRINO TERME	<p>Il Distretto Difuso del Commercio di rilevanza intercomunale (DID) Forum et Mercatorum è formato da 17 comuni di piccole e medie dimensioni della media Val Brembana, della Val Serina e dell'Altipiano di Selvino-Aviatico. Esso è nato dalla fusione di due precedenti Distretti diffusi e dall'integrazione di altri comuni. Il Distretto, che rappresenta anche l'omonimo Distretto di Attrattività Territoriale (DAT) ed è il più grande di tutta la Lombardia, si è costituito in Associazione non riconosciuta ed è coordinato da un Consiglio Direttivo in cui è presente un rappresentante per ogni Partner.</p> <p>Oltre all'Associazione suddetta, ai partner comunali e alle due associazioni di rappresentanza del commercio (Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo), partecipa al progetto anche l'associazione di promozione turistica della Val Brembana VisitBrembo.</p> <p>Il Distretto si trova in un'area con un'identità legata allo sviluppo dell'agricoltura e dell'industria leggera, che negli ultimi anni sta lentamente cedendo il passo ai servizi. L'area da sempre è stata crocevia di commerci (come testimoniato dalla presenza di vie importanti come la Mercatorum e la Priula) e nel '900 è stata protagonista di un forte sviluppo del turismo, rappresentato da un'offerta ricettiva di alberghi, strutture complementari e soprattutto seconde case. Il turismo è tuttora uno dei settori trainanti dell'economia. Il territorio del Distretto è infatti ricco di attrazioni, specialmente di tipo naturalistico, connesse all'acqua, alla pratica sportiva all'aria aperta e alla frequentazione, a piedi o in bicicletta, della fitta rete di sentieri che si è sviluppata nei secoli.</p> <p>Nel complesso, in un contesto di progressivo spopolamento del territorio, la principale esigenza di sviluppo del Distretto risiede nella capacità di renderlo sempre più accogliente e in grado di ospitare e creare esperienze memorabili per i turisti che lo frequentano, mettendole a sistema in una offerta unica e completa. In questo modo, il turismo potrà sempre di più essere fonte di occupazione e di reddito per i cittadini, contribuendo laddove possibile a contrastare i fenomeni di spopolamento soprattutto con riferimento ai giovani.</p> <p>Nello specifico, l'ambito di azione individuato dal partenariato del Distretto, in continuità con il lavoro svolto nel biennio 2020-2021 e con il progetto presentato a valere sul precedente Bando "Distretti del Commercio per la Ricostruzione Economica Urbana", è quello del turismo Outdoor.</p> <p>Mettere a sistema tutti questi elementi di attrazione (e i moltissimi altri di tipo culturale ed enogastronomico ad essi abbinabili), e connetterli con l'offerta commerciale del Distretto, richiede interventi su molteplici fronti, tra cui è utile sottolineare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la riqualificazione di alcune aree e asset turistici; - il miglioramento della qualità delle infrastrutture di servizio (es. parcheggi o aree attrezzate per la pratica sportiva); - il continuo intervento di ampliamento e manutenzione della rete di piste ciclabili e sentieri per passeggiate; - il potenziamento della capacità ricettiva e di accoglienza degli operatori privati; - la promozione delle attività singole e la loro messa in rete in iniziative più ampie, in grado di comunicare l'offerta del distretto in modo unitario.

3891559	PONTE IN VALTELLINA	<p>Il nuovo Distretto del Commercio "Il Sapore dei Borghi Antichi", costituitosi e riconosciuto da Regione Lombardia il 12 Aprile 2022 con Decreto 4938, è composto da 3 comuni di piccole dimensioni situati nell'area alpina della Valtellina, rispettivamente sulle due sponde del Fiume Adda: Chiuro, Ponte in Valtellina (Capofila) e Tresivio.</p> <p>I prodotti enogastronomici ed artigianali locali, come le mele della Valtellina, i vini della Valtellina Superiore DOCG e i "Pezzotti", rappresentano da sempre, assieme al turismo, il cuore pulsante della Valtellina e quindi del Distretto. Esse costituiscono l'asset turistico più rilevante, a cui se ne affiancano comunque altri, come l'ambiente montano, che garantisce opportunità molto interessanti di visita e di pratica di attività all'aria aperta.</p> <p>Dal 2016, il Distretto è stato caratterizzato da un lento ma costante calo della popolazione, che è stato poi velocizzato dall'arrivo del Covid-19, portando la popolazione nel 2021 a registrare il valore più basso dell'ultimo decennio.</p> <p>A livello imprenditoriale, oltre un terzo delle imprese è attivo nel settore primario, il che rafforza il valore delle produzioni enogastronomiche per l'economia locale. Dal punto di vista commerciale invece il Distretto conta 77 punti di vendita, di cui 66 di vicinato e 11 medie superfici. La situazione del commercio nei tre comuni è abbastanza variegata, specie se si considera che hanno popolazioni paragonabili tra loro. Nel complesso, il Distretto presenta entrambi gli indici, sia di densità che di dotazione commerciale, sotto i livelli Regionali e Provinciali. Il Distretto presenta invece un buon numero di Pubblici Esercizi (36), rappresentati per il 50% da ristoranti pronti a servire non solo i residenti, ma anche i flussi esterni di turisti nelle stagioni invernali ed estive. Con una disponibilità complessiva di 323 posti letto, l'indice di offerta turistica, pari a 48,6 letti per 1.000 abitanti, mostra un territorio in grado di ospitare i turisti, anche grazie allo sviluppo di numerose strutture complementari negli ultimi anni, ma dove la disponibilità di alloggi può sicuramente essere aumentata e migliorata.</p> <p>Il Distretto del Commercio "Il Sapore dei Borghi Antichi" gode di diversi punti di forza, ma tra i suoi punti di debolezza emergono alcuni elementi che indicano in modo chiaro le necessità di intervento che i Partner hanno individuato come prioritarie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sostenere il commercio di vicinato in un percorso di miglioramento e rinnovamento sia estetico e funzionale delle strutture, sia delle capacità degli operatori di servire il cliente e di promuovere il territorio e il turismo; - migliorare le aree urbane e in particolare gli arredi presenti sul territorio; - in generale, fare leva sulla sinergia tra turismo e commercio per generare nuova domanda, che si sommi a quella (calante) dei residenti. <p>In un contesto in cui il turismo montano è sempre più maturo e i turisti riscoprono le destinazioni più vicine come possibili mete per soggiorni anche di breve durata, il Distretto trova un'opportunità di sviluppo molto interessante, rafforzata:</p>
3889660	LAVENO-MOMBELLO	<p>IL TURISMO DI VICINATO PER LO SVILUPPO DEL COMMERCIO DI PROSSIMITÀ Il Distretto del Verbano presenta dal punto di vista turistico alcune attrattive che lo valorizzano rispetto ad altre aree limitrofe. A puro titolo di esempio si possono infatti citare: L'EREMO DI SANTA CATERINA DEL SASSO a Leggiuno, la FUNIVIA DEL LAGO MAGGIORE, il MUSEO INTERNAZIONALE DESIGN CERAMICO a Laveno Mombello, le CASCADE di Cittiglio e il MONTE SANGIANO.</p> <p>È in tale contesto che il Distretto può individuare importanti opportunità di sviluppo sul fronte del turismo, grazie anche alla generale riscoperta dei territori vicini da parte dei turisti lombardi e del nord Italia nel periodo post pandemico, alla ricerca di destinazioni meno note ma più vicine. Il Distretto ha infatti la possibilità di farsi conoscere anche da turisti che fino ad allora non lo avevano considerato come meta "di prossimità" e di valorizzare al contempo anche il commercio, minacciato dal progressivo calo e invecchiamento della popolazione residente.</p> <p>Per sostenere il commercio occorre quindi che il Distretto agisca su due fronti: sostegno diretto agli operatori commerciali da una parte e sviluppo dell'offerta turistica per catturare nuova domanda dall'altra.</p> <p>Il Distretto del Commercio del Verbano è un Distretto del Commercio giovane costituitosi nel 2021 per tale motivo, a differenza di altri Distretti più consolidati, che in alcuni casi operano sul territorio da più di dieci anni e hanno quindi sviluppato diverse politiche di sostegno e sviluppo del commercio di vicinato, inizia in questo periodo la propria attività.</p> <p>Come illustrato nell'analisi di contesto il Distretto è caratterizzato da una progressiva riduzione e invecchiamento della popolazione e da diverse attrattive turistiche che possono essere valorizzate nei confronti dei turisti per incrementare la domanda potenziale del Distretto.</p> <p>Dall'analisi del territorio e degli elementi di criticità evidenziati deriva quindi la strategia di sviluppo locale finalizzata: a sostenere il commercio e i servizi di vicinato, per contrastare i fenomeni legati alla crisi e alla desertificazione, e potenziarne la loro integrazione sia con il turismo "di giornata", già attivo in generale nel Distretto, sia di breve periodo (2-3 giorni) concentrato soprattutto nel Comune di Laveno Mombello, sfruttando la posizione strategica del Distretto, le sue ricchezze e la riscoperta delle destinazioni di prossimità per aggiungere nuovi flussi di domanda potenziale per le attività economiche del Distretto.</p> <p>All'interno di questa visione si è così puntato ad interventi finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - riqualificare gli spazi pubblici, ed in particolare di quelli che potrebbero avere un ruolo chiave nello sviluppo turistico del Distretto; - migliorare l'accessibilità del Distretto, con particolare attenzione per la mobilità dolce; - incrementare i servizi di accoglienza e informazione turistica; - sostenere le attività commerciali e ricettive esistenti e favorire al contempo l'apertura di nuove attività; - incrementare la notorietà del Distretto;
3876416	COMO	<p>Incrementare l'economia di scala su comunicazione, promozione e marketing d'area, partendo da attività e iniziative messe in campo durante il tour per lo shopping sostenibile.</p> <p>Il progetto si muove in continuità con quanto già sviluppato proseguendo sul tema dell'APICOLTURA URBANA come elemento attrattore capace di valorizzare la vocazione territoriale di Como quale città giardino e di proporre ai visitatori un motivo originale e sempre nuovo capace di incuriosire e rinnovare il desiderio di visita, riconnettendosi con la natura nel cuore della città.</p> <p>L'apicoltura urbana è una tendenza che riguarda diverse città e metropoli: Parigi, Berlino, Londra, New York e, in Italia, Torino, con più di 200 alveari, seguita da Milano. A New York si trovano alveari sul tetto dell'Astoria Hotel e di tanti grattacieli, a Londra tra le tegole della Borsa e sui tetti dell'Università, a Parigi sul Grand Palais e sull'Opéra. Ispirandosi a queste esperienze il progetto vuole:</p> <p>RINNOVARE L'IDEA DI VERDE PUBBLICO</p> <p>La vita degli alveari impone la presenza di piante con infiorescenze in un ampio periodo (primavera, estate ed autunno) dando un senso ancora più profondo al tema di "Como città giardino", elaborato nella precedente programmazione, che si sviluppa in "Como città giardino fiorito" dando così priorità alla rigenerazione ambientale e non solo all'estetica e ripensando i giardini urbani anche in base alla conservazione della natura.</p> <p>RICREARE IL SENSO DI COMUNITA' INTORNO AD UN'OPERA AMBIENTALE COLLETTIVA</p> <p>La sensibilizzazione dei residenti sui temi ambientali ed in particolare sul tema delle api mellifere e selvatiche, sul loro ambiente e sulle possibili cause della loro scomparsa avviene con il coinvolgimento del privato (imprese e singoli residenti) che saranno invitati a coltivare in vaso (nei balconi e davanzali) delle piante necessarie alla vita degli alveari. L'adesione all'obiettivo, opportunamente stimolata da adeguate campagne informative, diverrà parte del quotidiano, capace nel tempo di trasformare l'aspetto della città.</p> <p>PRESENTARSI AL PUBBLICO COME CITTA' IMPEGNATA NELLA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</p> <p>Il tema della salvaguardia dell'ambiente è molto ampio e complesso. Si è deciso di concentrare gli sforzi sulla salvaguardia delle api, un tema sempre più sentito in Europa. Numerose le iniziative di importanti associazioni internazionali (greenpeace, legambiente, WWF, etc...) che contribuiscono a porre all'attenzione sul tema.</p> <p>Questi elementi strategici costituiscono la leva per intervenire su tutte le principali criticità del distretto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. l'alveare urbano è un importante e sempre nuovo elemento di design che stimola la visita della città in tutti i periodi dell'anno; 2. i giardini fioriti contribuiscono a creare un nuovo ambiente per l'esperienza di shopping; 3. l'opera ambientale collettiva consente di sviluppare una nuova esperienza di shopping: da un lato verso i residenti che saranno attori del cambiamento e quindi disponibili a modificare le abitudini di acquisto a favore di una fruizione lenta e coinvolgente che gli permetta di apprezzare i progressi della città: sia verso i turisti, incuriositi da una città in continua trasformazione grazie

3895305	CASALBUTTANO ED UNITI	<p>Il progetto del DID di Casalbuttano è frutto di un lungo e intenso lavoro di concertazione con 5 distretti: Tra Vigne e Cascine, Oglio e Postumia, Le Vie dell'Adda, Didù, Tra Cascine e Pievi. La proposta parte da una analisi delle attività sviluppate nel tempo nei cinque distretti diffusi del commercio in provincia di Cremona, cinque distretti che nel complesso coinvolgono 39 comuni, molto omogenei per caratteristiche socioeconomiche e per l'impronta che le Amministrazioni hanno conferito al loro territorio. Obiettivo è creare un unico percorso integrato percorribile con le biciclette o a piedi, funzionale al turismo ed ai residenti, che unisca tutti i Distretti: in una proposta eccellenza: strutturare una proposta turistica organizzata, inclusiva di percorrenza, su cui si innestano gli investimenti di pubblico e privato, fino renderla un vero e proprio prodotto turistico in grado di coinvolgere tutti i settori produttivi e attivare ricadute economiche e sociali dirette e indirette. Confluiranno sul percorso le aziende della recettività e ristorazione, di ogni livello, i negozi di vicinato, le strutture di assistenza, di servizio, le guide turistiche e naturalistiche, il sistema privato e pubblico di trasporto, la navigazione e il loro indotto: produzione agricola, lavanderie, approvvigionamento, servizi informatici, trasporti ecc. Un tracciato che partendo dai comuni più a nord, vera porta verso il turismo europeo, lega tutti i territori, fino a Cremona, al Po e al fiume Oglio, includendo parchi, castelli, cascine, prodotti. Con un importante sforzo progettuale e finanziario, unico ad oggi sia nella provincia di Cremona che nelle Lombardia, i distretti non solo riuniscono le loro iniziative, ma stanziando fondi propri per le azioni di costruzione dell' itinerario, la mappatura, la realizzazione di un app per la sua gestione e conoscenza ed infine un programma di promozione che va oltre il territorio, per candidarsi sulle principali fiere italiane ed europee. Un percorso formativo ed uno sportello di supporto alle imprese organizzato e finanziato da Confcommercio, supporta e integra il percorso, assicurando la massima tutela delle imprese economiche. Obiettivo è una nuova impresa che rilevi la proposta turistica e la faccia decollare, come un vero e proprio tour operator. Intorno a questa strategia, ogni Comune interviene con interventi mirati per rafforzare il sistema territoriale, in una complementarietà di funzioni che vede l'istituzione investire sulle infrastrutture dotando il territorio di quanto necessario per la qualità della vita e della proposta turistica e mettendo quindi l'impresa nelle condizioni migliori per investire ed avere successo. Il rilancio turistico mira a creare le migliori condizioni per contrastare la perdita ulteriore di negozi e imprese, rafforzando il numero e la capacità della spesa della clientela. Il Distretto contrasta la desertificazione commerciale, supportando le imprese attraverso il bando, cercando di contenere gli oneri, rilevando spazi pubblici sfitti e riqualificandoli con funzione commerciale per metterli a disposizione di nuove aziende. Casalbuttano recupera una porzione del palazzo comunale con destinazione commerciale, Corte de Cortesi porta avanti un insieme di interventi di messa in sicurezza di porzioni di viabilità urbana, con particolare riguardo alla salvaguardia delle utenze vulnerabili, Persico Dosimo porta avanti un programma integrato di ristrutturazione di spazi pubblici e viabilità, Robecco d'Oglio sistema la piazza centrale del borgo, l'Unione dei Comuni Oglio Ciria interviene a riqualificare tratti di pista ciclabile e recupera spazi pubblici per nuovi negozi. L'Unione dei Comuni Terra di Cassine riqualifica aree verdi di centro storico, due nuovi slittine</p>
3896311	MANTOVA	<p>MAGNETE DUC è la strategia del centro storico del Distretto urbano del Commercio di Mantova per promuovere e incrementare l'attrattività del centro storico cittadino come localizzazione privilegiata per l'insediamento delle imprese del commercio, del piccolo artigianato, della ristorazione, dell'intrattenimento e del turismo e come meta e polarità commerciale e culturale per turisti e abitanti della città e della provincia. Il concetto di magnetite evoca efficacemente l'immagine che il Distretto intende assumere nel medio lungo termine e ben rappresenta la sfida e l'idea di sviluppo che i sottoscrittori dell'Accordo di Partenariato hanno inteso condividere per orientare strategicamente la definizione degli obiettivi e dei contenuti operativi del presente Piano di Distretto. Come una calamita, infatti, il Piano di Distretto è stato concepito con il chiaro scopo di ideare e mettere in atto iniziative multisettoriali e integrate che possano dispiegare il potenziale attrattivo della città e contrastare o respingere i fenomeni di regressione commerciale e artigianale che si stanno verificando all'interno del tessuto commerciale centrale. Agli interventi di sostegno e accompagnamento alla crescita economica del Distretto - incremento qualitativo e quantitativo delle sue imprese e attività economiche - si abbinano misure finalizzate a migliorare la qualità architettonica e ambientale dello spazio pubblico e ad accrescere i livelli di accessibilità e fruizione urbana, secondo una prospettiva di sviluppo urbano sostenibile, puntando ad abilitare e incentivare forme ambientalmente meno impattanti di fruizione e mobilità lenta verso e all'interno del Distretto. Crescita economica, qualità urbana e accessibilità e fruibilità sostenibile rappresentano quindi i tre obiettivi chiave che il Piano si è dato per innescare un processo virtuoso di rivitalizzazione, valorizzazione e sviluppo del Distretto.</p> <p>Il processo di costruzione dei contenuti del Piano La definizione delle azioni di Piano discende da un importante lavoro di identificazione, confronto e condivisione in seno alla Cabina di Regia dei punti di forza e di debolezza che caratterizzano oggi il Distretto di Mantova. I punti di forza identificati rappresentano gli elementi portanti della strategia che, con il Piano di Distretto, ci si propone di valorizzare e sui quali si intende fare leva per innescare quei processi di rivitalizzazione commerciale e sociale auspicati per il centro storico. I punti di debolezza costituiscono, all'opposto, quegli elementi considerati più problematici e critici del distretto che, come tali, necessitano di soluzioni condivise e fattibili finalizzate alla loro mitigazione e risoluzione. Punti di forza e di debolezza rappresentano le componenti del sistema distrettuale rispetto alle quali il DUC - i Partner che ne fanno parte - può esercitare una qualche forma di "controllo" ed esprimere, grazie alle risorse messe a disposizione da Regione Lombardia, una propria specifica capacità di intervento diretto. I punti di forza e di debolezza identificati sono stati sintetizzati in una tabella SWOT e integrati con gli elementi di opportunità e minaccia (fattori positivi e negativi esogeni e non direttamente controllabili dal Distretto) che, proprio attraverso l'implementazione del Piano di Distretto, si intendono cogliere (opportunità) e contrastare (minacce). Dal confronto attorno alla sintesi definita, sono emersi idoniamotta, ed azioni potenziali da intraprendere che sono state sottoposte ad una verifica di natura, sport, shopping, turismo in famiglia, - il Distretto - Alta Val Seriana - Clusone - è stato interessato, da un lato, da una tendenza alla lenta contrazione del numero di residenti tipica dei territori montani, ulteriormente accentuata negli ultimi due anni, complice la pandemia da Covid-19, dall'altro, da una tendenza alla riscoperta dei territori che, nonostante la posizione decentrata, offrono una buona qualità della vita, specialmente a coloro che possono permettersi forme di lavoro più flessibili e smart.</p> <p>Il tessuto imprenditoriale del Distretto è caratterizzato dalla prevalenza di una rete di piccole e piccolissime imprese di servizi, e da industrie manifatturiere mediamente più grandi. Il commercio nel Distretto è il secondo settore per numero di imprese, dopo quello, tipico della provincia di Bergamo, delle costruzioni.</p> <p>La rete commerciale conta 403 negozi, di cui 370 di vicinato, e ha subito una contrazione di oltre il 15% tra il 2012 e il 2021. Tra i problemi che la crisi pandemica ha evidenziato ci sono la necessità di investire nella formazione degli operatori e il ricambio generazionale che favorisca la prosecuzione delle attività o la sostituzione degli operatori più anziani con altri più giovani. Per quanto riguarda l'offerta turistica, il Distretto presenta un totale di 64 strutture e una disponibilità di 1.921 letti, che corrispondono a 86,4 letti per 1.000 abitanti. Si tratta di un dato sicuramente interessante per le prospettive di sviluppo del Distretto: a differenza di altre aree locali della Valle, che solo negli ultimi anni hanno scoperto il settore turistico come potenziale elemento di crescita dell'economia locale, in alta Val Seriana il turismo costituisce infatti un settore rilevante da molti anni, anche grazie alla nutrita presenza di seconde case di proprietà di turisti lombardi e alla presenza di asset turistici molto interessanti (come, ad esempio, il contesto montano, borghi locali piacevoli da visitare, numerose attrazioni culturali di buon livello, l'offerta enogastronomica e di prodotti tipici locali.)</p> <p>La strategia del Distretto trova una sintesi in uno specifico target della domanda di servizi del territorio: le famiglie e i giovani. I Partner del Distretto intendono infatti far sì che esso sia il terreno di progettazione e visione, comune tra pubblico e privato, finalizzata al mantenimento della domanda e al posizionamento del territorio come "amico della famiglia e dei giovani". Sistemizzando tutti gli elementi dell'offerta rivolti a questo target (accessibilità, servizi, tempo libero, shopping), il Distretto intende competere sul mercato delle destinazioni locali, diventando quella preferita da chi vuole vivere in un territorio a misura di famiglia e dei giovani, sia per un breve soggiorno che per la sua residenza effettiva.</p> <p>Sulla base dei target della domanda e di quali soggetti devono operare per soddisfarla (pubblici o privati) si possono pertanto individuare:</p> <p>A. Riqualificazione delle aree urbane: interventi di riqualificazione dei contesti urbani più frequentati dai target della strategia. B. Accessibilità e riqualificazione strutture private: interventi (sia strutturali che iniziative) svolti da imprese che vogliono rendere più accoglienti e funzionali le proprie strutture. C. Miglioramento dell'accesso ai servizi: interventi sui servizi pubblici che avvicinano le famiglie e i consumatori target ai servizi</p>
3890859	CLUSONE	<p>Natura, sport, shopping, turismo in famiglia, - il Distretto - Alta Val Seriana - Clusone - è stato interessato, da un lato, da una tendenza alla lenta contrazione del numero di residenti tipica dei territori montani, ulteriormente accentuata negli ultimi due anni, complice la pandemia da Covid-19, dall'altro, da una tendenza alla riscoperta dei territori che, nonostante la posizione decentrata, offrono una buona qualità della vita, specialmente a coloro che possono permettersi forme di lavoro più flessibili e smart.</p> <p>Il tessuto imprenditoriale del Distretto è caratterizzato dalla prevalenza di una rete di piccole e piccolissime imprese di servizi, e da industrie manifatturiere mediamente più grandi. Il commercio nel Distretto è il secondo settore per numero di imprese, dopo quello, tipico della provincia di Bergamo, delle costruzioni.</p> <p>La rete commerciale conta 403 negozi, di cui 370 di vicinato, e ha subito una contrazione di oltre il 15% tra il 2012 e il 2021. Tra i problemi che la crisi pandemica ha evidenziato ci sono la necessità di investire nella formazione degli operatori e il ricambio generazionale che favorisca la prosecuzione delle attività o la sostituzione degli operatori più anziani con altri più giovani. Per quanto riguarda l'offerta turistica, il Distretto presenta un totale di 64 strutture e una disponibilità di 1.921 letti, che corrispondono a 86,4 letti per 1.000 abitanti. Si tratta di un dato sicuramente interessante per le prospettive di sviluppo del Distretto: a differenza di altre aree locali della Valle, che solo negli ultimi anni hanno scoperto il settore turistico come potenziale elemento di crescita dell'economia locale, in alta Val Seriana il turismo costituisce infatti un settore rilevante da molti anni, anche grazie alla nutrita presenza di seconde case di proprietà di turisti lombardi e alla presenza di asset turistici molto interessanti (come, ad esempio, il contesto montano, borghi locali piacevoli da visitare, numerose attrazioni culturali di buon livello, l'offerta enogastronomica e di prodotti tipici locali.)</p> <p>La strategia del Distretto trova una sintesi in uno specifico target della domanda di servizi del territorio: le famiglie e i giovani. I Partner del Distretto intendono infatti far sì che esso sia il terreno di progettazione e visione, comune tra pubblico e privato, finalizzata al mantenimento della domanda e al posizionamento del territorio come "amico della famiglia e dei giovani". Sistemizzando tutti gli elementi dell'offerta rivolti a questo target (accessibilità, servizi, tempo libero, shopping), il Distretto intende competere sul mercato delle destinazioni locali, diventando quella preferita da chi vuole vivere in un territorio a misura di famiglia e dei giovani, sia per un breve soggiorno che per la sua residenza effettiva.</p> <p>Sulla base dei target della domanda e di quali soggetti devono operare per soddisfarla (pubblici o privati) si possono pertanto individuare:</p> <p>A. Riqualificazione delle aree urbane: interventi di riqualificazione dei contesti urbani più frequentati dai target della strategia. B. Accessibilità e riqualificazione strutture private: interventi (sia strutturali che iniziative) svolti da imprese che vogliono rendere più accoglienti e funzionali le proprie strutture. C. Miglioramento dell'accesso ai servizi: interventi sui servizi pubblici che avvicinano le famiglie e i consumatori target ai servizi</p>

3890454	VEDANO OLONA	<p>DISTRETTO DEL COMMERCIO DELL'ALTO OLONA: RIDE & SHOP è sostenuto dal seguente patto di distretto: 16 Comuni di Castiglione Olona, Gornate Olona, Lozza, Vedano Olona, Venegono Inferiore e Venegono Superiore, Uniascom Varese, Confcommercio Ascom di Varese e Camera di Commercio di Varese.</p> <p>Il DID attraversa un periodo in cui le opportunità di crescita basate sui suoi punti di forza si scontrano con la necessità di intervenire sui suoi punti di debolezza per limitare le potenziali minacce al suo sviluppo.</p> <p>Punti di forza</p> <ul style="list-style-type: none"> -un territorio ricco di attrattive naturalistiche e green; -la rete di percorsi ciclopedonali; -un'offerta di ricettività già disponibile sul territorio; -lo sviluppo delle connessioni digitali sul territorio. <p>Punti di debolezza</p> <ul style="list-style-type: none"> -il processo di invecchiamento della popolazione, che sottrae domanda potenziale al commercio; -la ancora scarsa notorietà delle attrazioni turistiche e della rete di percorsi ciclopedonali esistenti; -la necessità di investimenti nello sviluppo delle capacità e competenze delle imprese commerciali. <p>Tra le opportunità che potrebbero consentire al Distretto di far leva sui punti di forza citati in precedenza, occorre innanzitutto sottolineare che gli ultimi due anni, caratterizzati dalla pandemia, e successivamente dall'adattamento dei comportamenti di tutti alla nuova situazione, hanno paradossalmente portato a una situazione positiva per le destinazioni più vicine geograficamente ai mercati della domanda, specie quelli che dispongono di interessanti asset connessi al turismo outdoor.</p> <p>Questa tendenza potrebbe ancora per qualche anno costituire un'occasione unica per far emergere il Distretto come destinazione per questo target di turisti.</p> <p>Da contraltare a queste opportunità fanno però alcune minacce, che il Distretto dovrà considerare per cercare di minimizzarne l'impatto. Tra le principali si possono citare, oltre alla congiuntura economica negativa che sta caratterizzando il primo semestre del 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> -il rischio di abbandono del territorio da parte dei giovani, con conseguente amplificazione dei problemi di ricambio generale nelle attività commerciali, oltre che di contrasto al progressivo invecchiamento; -la difficoltà nel connettere la nuova potenziale domanda di servizi commerciali con la rete di vicinato e dei pubblici esercizi. <p>In questo scenario, la strategia del DID deve agire fondamentalmente lungo 2 assi, rispettivamente costituiti da interventi di natura "materiale" e "immateriale, con obiettivo la soddisfazione del turista. Nella prima fase, di progettazione del viaggio, prevalgono</p>
3894483	MORTARA	<p>Il patto di distretto del DID è costituito dai Comuni di Mortara, Albonese, Gambiolo, Veduggio di Lomellina e da Associazione Commercianti della Provincia di Pavia — Confcommercio Pavia, Provincia di Pavia. Il Distretto, riconosciuto da Regione Lombardia nel 2022, riconosce nei suoi valori identitari fondamentali il nucleo del patrimonio condiviso che è base fondamentale per lo sviluppo coordinato del DID e delle attività presenti. La vocazione territoriale e quella alla storia (soprattutto Medievale, intesa come antiche vie, abbazie, chiese, castelli) e all'agroalimentare di qualità (come ricchezza di prodotti eccellenti e con marchio, forte identità rurale, sviluppo di tratti caratteristici della società e del tessuto commerciale profondamente legati alla società agricola e alla centralità economica attuale del settore primario e della trasformazione di natura artigianale). Storia e agroalimentare, strategicamente, sono espressione sintetica di panorama urbano (monumento storico, museo, elemento viario) e ambiente rurale (ambiente antropizzato — origine del patrimonio enogastronomico — e ambiente naturale — aree protette), in un dialogo che attraversa i secoli e intesse le politiche sforzesche con l'attuale struttura territoriale.</p> <p>In tale contesto si rileva la necessità di: maggiore valorizzazione dell'attrattività territoriale in chiave storico-turistica ed enogastronomico-ambientale (es. rinnovo di aree con carenze di percorsi pedonali o con arredi non in linea con un'immagine attrattiva), maggiore connessione fra ambito urbano e rurale (per incrementare il fattore attrattivo del patrimonio enogastronomico), integrazione delle diverse attrattive in un'offerta territoriale omogenea e coordinata (calendario unico eventi, percorsi verdi e storici, ecc.) .</p> <p>Gli interventi previsti contengono anche nuovi servizi comuni del Distretto, dedicati a imprese, utenti e visitatori. Si tratta di servizi di natura diversa, che interessano differenti piani: servizi condivisi a favore della gestione ottimale dei locali sfitti, servizi comuni di carattere più operativo e digitali (realizzazione di un ambiente digitale per la gestione comune delle offerte e della scontistica con tessera fedeltà digitale), servizi comuni di carattere promozionale, assistenza e consulenza all'impresa. gli strumenti digitali (card) consentono: a tutte le imprese del territorio di avere maggiore visibilità, di gestire iniziative di marketing e scontistica in maniera singola e associata, di avere un nuovo canale di comunicazione diretta con la clientela; agli utenti del DID di trovare opportunità e sfruttare sconti a livello allargato. Tutti i servizi previsti costituiscono innovazione in quanto soluzioni prima non presenti sul territorio interessato (fatta la sola eccezione degli eventi), che prevedono l'utilizzo diffuso del digitale per vitalizzare il commercio di vicinato. La creazione di fidelity card ha un forte carattere di innovatività in quanto diventa strumento operativo e emblema del DID come centro commerciale naturale diffuso, consentendo di creare iniziative di marketing di ampio respiro, nell'immediato e sul medio e lungo periodo, offrendo alle piccole realtà strumenti concorrenziali tipici della GDO e del commercio online (profilazione e targetizzazione) altrimenti non realizzabili in maniera economica dalle singole attività. Si aggiungono servizi alle imprese offerti trasversalmente su tutto il territorio da Confcommercio Pavia. I servizi attivati in ordine di intervento saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fidelizzazione dei clienti; • promozione dei negozi sfitti; • formazione e assistenza all'impresa; • fidelity card con relativo politico,
3897257	DESIO	<p>Il DUC Città di Desio presenta un programma di eccellenza, collegato alla sua storia, proiettato verso un nuovo assetto urbanistico, economico e sociale creato dalla nuova metrotranvia, che collegherà Desio a Milano. I partner confermano presenza ed impegno nell'affrontare in modo coeso, con le proprie competenze, un processo che coinvolge tutta la città e si rispecchia negli interventi proposti. È un DUC rinnovato, più ampio dopo l'allargamento del 2021, che ha messo in relazione due ambiti distinti: il centro storico, con attività consolidate, ma preoccupanti chiusure di negozi, e le nuove aree di espansione commerciale, più accessibili al traffico veicolare, che dovranno affrontare - almeno per i prossimi tre anni - i disagi dei cantieri della nuova infrastruttura. Il programma "DESIO DA VIVERE" conferma gli obiettivi di sostegno ed incentivo delle attività economiche: la strategia per sostenere l'economia urbana agisce su più livelli, mutuando le positive esperienze degli anni passati. Si conferma e si amplia, in una logica pluriennale, il programma di attrattività, che può contare su una partecipazione crescente di negozi, disposti essi stessi a sviluppare iniziative, rimanere aperti, dialogare con il Distretto e con i consumatori. È un piano volto a portare i cittadini a frequentare i luoghi dello shopping, ritrovarsi, vivere gli spazi. L'innovazione tecnologica rimane un focus centrale per una città sempre più virtuale e interconnessa: presa conoscenza delle difficoltà dei primi utenti, imprese e consumatori, l'app ShoppingDesio viene implementata con nuovi servizi digitali (vetrina virtuale, possibilità di prenotazione, fissazione di appuntamenti, mappa negozi da affittare, disponibilità di parcheggi, ecc.), assegnandole una funzione ancora più incisiva perché legata alle azioni di contrasto alla desertificazione commerciale (già in atto e/o potenziale), affiancandole attività di formazione/supporto alle imprese, in collaborazione con Confcommercio Desio. Nel centro urbano, dove si registrano preoccupanti segnali di sofferenza, oltre alle iniziative di animazione già citate, mostre, esposizioni, si prevede un piano di rilievo delle unità sfitte, collaborazione con i proprietari, coinvolgimento del settore immobiliare (FIMAA). Un'impostazione del bando a favore dei privati attenta a questo tema mira a sostenere le riaperture delle unità sfitte e la nascita di nuove imprese, con un occhio alla sostenibilità energetica. La Città, e il DUC in essa, si preparano inoltre a governare l'importante impatto urbano della metrotranvia con una gestione partecipata, che coinvolga amministrazione, cittadini e imprese in uno sforzo congiunto per vivere e trasformare il cantiere in opportunità di sviluppo, con modalità che si configurano come un progetto pilota, replicabile in contesti analoghi, sul quale vale la pena impegnare risorse finanziarie e professionali. Grazie allo studio di fattibilità, il Comune ha oggi uno strumento progettuale che vede l'investimento in una prospettiva di medio lungo termine, per non "subire passivamente" i disagi della nuova viabilità di cantiere ma trasformarla in occasione per consolidare un nuovo assetto della sosta, al servizio del sistema complesso di attività economiche e di vivibilità urbana del territorio, anche con il diretto coinvolgimento di privati imprenditori. Le proposte sono riconducibili a due tipologie di intervento, nell'ottica della riduzione dell'impatto ambientale, della massima accessibilità e fruibilità: quelle sullo spazio stradale e/o zone limitrofe, volte ad incrementare l'offerta della sosta veicolare e i percorsi di interconnessione, e quelle di riqualificazione delle aree di sosta esistenti, spesso sottoutilizzate, anche mediante</p>

3892081	NOVATE MILANESE	<p>NOVATE CITTA D'ARTE ARTIGIANATO E COMMERCIO - Il Distretto "La bottega di Novate" di recente nascita, punta allo sviluppo del territorio andando a rivitalizzare le aree centrali del commercio. Inoltre, il territorio offre una serie di elementi attrattivi sia di carattere naturalistico come il Parco di Via Cavour, il Parco "Carlo Ghezzi"; sia elementi artistico religiosi come ville storiche, chiese ecc. Inoltre, il territorio del DUC è anche ricco di itinerari ciclabili come, ad esempio, i percorsi Milano – Parco delle Groane, Parco Nord Milano – Parco della Balossa. Il Distretto pone alla base della sua strategia dei concept tematici legati prettamente alla rigenerazione urbana e alla messa in sicurezza, per proseguire con la riqualificazione dei locali sfitti tali da attrarre più utenza e abbellire il territorio. A questi due elementi seguiranno servizi mirati all'utenza cittadina e non solo, tali da incrementare la loro presenza sul territorio. E da ultimo, con l'obiettivo di creare vantaggi alle imprese e rendere maggiormente competitive, sarà previsto un piano di supporto economico per quest'ultime. La strategia distrettuale punterà sui seguenti elementi, utili a rendere funzionale il Distretto di Novate Milanese:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identità commerciale, utilizzando locali sfitti che attraggano categorie merceologiche che ad oggi non sono presenti sul territorio (tramite anche mostre artistiche o rimandi all'artigianato); • Identità territoriale, individuando un focus identitario da valorizzare, puntando su arte e cultura di qualità • Governance e marketing territoriale, individuando un soggetto in grado di coordinare lo sviluppo distrettuale, affiancando la Cabina di Regia • Servizi comuni, promuovendo iniziative volte a fidelizzare l'utenza e a rafforzare la competitività di impresa
3813642	PIAZZA BREMBANA	<p>Il Distretto del Commercio dell'Alto Brembo è collocato nella zona nord-ovest della propriamente detta (v.d. brembana), delimitata a nord dalla catena delle Prealpi Orobiche, nella provincia di Bergamo. Il Distretto è un territorio composto da 11 micro Comuni con una popolazione totale di 3.728 abitanti. Si tratta di un'area splendida per ricchezza naturalistica, armonia di paesaggio e fattori ambientali con micro agglomerati connessi e collegati da una rete di strade che assecondano il corso della montagna. Il Distretto dell'Alto Brembo si connota per una forte vocazione turistica. L'andamento della popolazione residente negli ultimi 10 anni (2012-2021) presenta un trend in decremento costante, in continuità con l'andamento nazionale e regionale. Si evince, infatti, un deciso e costante decremento della popolazione dall'anno 2012 al 2021, senza inversione di tendenza e con un'accentuazione nell'anno 2020, legato agli effetti della pandemia. Tutta l'area risulta avere una media densità di attività produttive, in ribasso con i dati provinciali e inferiore anche alla media regionale e nazionale, con il settore delle costruzioni come trainante per numero e qualità dei prodotti (22,3%). Le imprese di vicinato sono complessivamente 62, alle quali si aggiungono n.3 imprese di medie dimensioni a Piazza Brembana per un totale di n.65 imprese attive redistribuite su tutto il territorio del Distretto. Tutte hanno subito una radicale diminuzione nel periodo 2012-2019, seguito da una stabilità numerica fino al 2021. Il DID Alto Brembo intende attualizzare tutte le Vie dei Mercanti rendendo accessibili e fruibili, a tutti i visitatori, i sentieri e i cammini che lo attraversano, realizzando opere e servizi comuni a tutto il Distretto con l'obiettivo di rendere attrattivo il proprio territorio ad una ulteriore porzione di turismo, quello "accessibile e inclusivo".</p> <p>OBIETTIVI STRATEGICI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantire la Governance del Distretto e del Bando per le Imprese nel lungo periodo; 2. Aumentare l'accessibilità, l'inclusività e la fruibilità degli itinerari turistici, urbani e commerciali; 3. Aumentare i servizi comuni dedicati alla fruizione accessibile e inclusiva dell'Area; 4. Aumentare il posizionamento competitivo dell'offerta di Distretto rispetto alla porzione del "turismo accessibile e inclusivo"; 5. Aumentare la competitività e i servizi offerti delle imprese commerciali. <p>I comuni del DID Alto Brembo partecipano ad altre progettualità e strategie di sviluppo in coerenza e continuità. Il processo decisionale, quindi, ha tenuto conto della complementarietà delle strategie esistenti e vi si è inserito sinergicamente. Le azioni di Progetto ideate per rispondere agli obiettivi strategici sono di seguito elencate:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidamento del processo progettuale di analisi, studio e partecipazione e Governance del Distretto e del Bando per le imprese (intorno a 1 a n. 2).
3898112	MARCHIROLO	<p>Il DID della Valganna Valmarchirolo è costituito dai quattro comuni di Cugliate Fabbiasco, Cunardo, Marchirolo e Valganna. È situato a nord della provincia di Varese in un'area di grande attrattività per via del contesto ambientale che la caratterizza: si estende nel cuore della Valmarchirolo e della Valganna, nell'area del monte Piambello, località la cui storica vocazione turistica incentrata sui settori del turismo green, slow, sportivo ed enogastronomico dall'Ottocento giunge fino ai giorni nostri. L'area è inoltre caratterizzata dalla presenza di numerose infrastrutture per lo svolgimento di attività sportive quali escursionismo, ciclismo, sport all'aria aperta: da tempo le Istituzioni collaborano tra loro per l'ampliamento delle piste ciclopedonali che attraversano tutto il territorio collegandolo con Varese, con il lago Maggiore e con il confine Italia Svizzera mentre è già presente una rete di sentieri ben segnalata e funzionale. Non secondarie sono poi le attrazioni naturalistico-storico-culturali presenti a breve distanza come il sito fossilifero del Monte San Giorgio ed il lago Ceresio e la rinomata produzione enogastronomica di tradizione locale. Il contesto urbano, la struttura demografica e le dinamiche socio-economiche si presentano omogenee nei quattro Comuni, tutti di piccole dimensioni. Negli ultimi dieci anni si è mantenuta una certa stabilità della popolazione residente e si è registrato un progressivo invecchiamento della stessa. La struttura dei settori commercio e servizi, in contrazione, si compone di piccole attività di vicinato site nei centri storici e preposte principalmente alla soddisfazione dei bisogni di base della popolazione residente (tra cui quella più anziana e stanziale). I settori della ricettività turistica e delle attività di ristoro hanno invece subito, dal 2010 ad oggi, un incremento significativo sia nel numero di imprese sia nella qualificazione dell'offerta ad esempio tramite la riscoperta della produzione enogastronomica locale. Il connubio commercio e servizi/turismo si pone quindi alla base del futuro sviluppo del Distretto, rappresentando una grande opportunità per tutti gli operatori economici e sociali. A tal fine sono necessari una riqualificazione urbana soprattutto nei centri storici i quali, pur conservando il fascino dei piccoli borghi montani, hanno la necessità di rinnovarsi rendendone più agevole (e piacevole) la fruizione, ed una nuova visione di sviluppo e crescita delle attività commerciali e di servizio con conseguente ampliamento dell'offerta merceologica. La STRATEGIA individuata dalla Governance di distretto si incentra quindi sull'incrementare l'attrattività del territorio sia quale meta turistica di breve, medio e lungo periodo, sia quale possibile centro dello shopping per i cittadini transfrontalieri e non solo. Il presente progetto è, di conseguenza, costituito da: opere di riqualificazione urbana al fine di accrescere l'accessibilità dei luoghi, migliorare il contesto in cui si inseriscono le attività e aumentarne la sicurezza; azioni di valorizzazione delle peculiarità territoriali ed implementazione dell'offerta di fruizione turistica tramite lo sviluppo di nuove offerte specifiche per il target obiettivo turistico-sportivo; partecipazione a progettualità di sviluppo turistico di ampio raggio al fine di cogliere le opportunità emergenti in collaborazione con altre realtà; acquisizione di strumenti di raccolta dati ed analisi, in condivisione con altri ambiti territoriali, al fine di rendere sempre più efficaci le strategie e le progettualità del distretto; azioni di sostegno anche economico alle imprese, sia esistenti sia di nuova creazione, perché creino un'offerta più ampia e qualificata e al contempo acquisiscano competenza idonea alla fornitura di un servizio d'alto profilo per il Pioltello verso Agenda 2030 - Rigenerazione urbana e servizi attrattivi per utenza e imprese - Il DUC di Pioltello ha elaborato una strategia di sviluppo territoriale sempre più affine ai goals stabiliti dall'Agenda ONU 2030. Attraverso la precedente esperienza progettuale (anno 2020/2022) il Distretto ha saputo consolidare la sua sfera di azione, portando avanti un percorso di informazione e sensibilizzazione territoriale legato ai temi della sostenibilità, della necessità di trovare equilibrio tra ambiente urbano e naturale, la necessità di maggiore attenzione agli sprechi, lo sviluppo di una mobilità sostenibile (tutte iniziative rendicontate sul precedente bando). Partendo da queste basi, la progettazione presentata in queste pagine è volta a proseguire su questa strada e a trasformare il territorio in una realtà attenta e consapevole, in stretta sinergia con i principi di Agenda 2030. La strategia del DUC di Pioltello si basa su tre macroaree funzionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valorizzazione del territorio tramite la rigenerazione urbana di aree ad alta densità commerciale • rafforzamento della comunicazione digitale • attivazione di una serie di servizi integrati per cittadini ed imprese <p>Gli obiettivi perseguiti a livello progettuale sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socialità diffusa: riportare le persone all'esterno dopo più di due anni di restrizioni • Attrattiva per nuove imprese: attrarre categorie merceologiche mancanti, attente ai temi della sostenibilità e in grado quindi di qualificare l'offerta distrettuale • Connessione territoriale: attraverso circuiti di fruizione ciclabile e elementi di informazione digitale • Rigenerazione dei luoghi poco frequentati: attraverso progetti di riattivazione dei locali sfitti • Servizi comuni: legati principalmente alle politiche attive del lavoro e al sostegno alle imprese • Rete tra attori: favorire la collaborazione per la nascita di nuove idee e proposte
3879931	PIOLTELLO	<p>Il DID della Valganna Valmarchirolo è costituito dai quattro comuni di Cugliate Fabbiasco, Cunardo, Marchirolo e Valganna. È situato a nord della provincia di Varese in un'area di grande attrattività per via del contesto ambientale che la caratterizza: si estende nel cuore della Valmarchirolo e della Valganna, nell'area del monte Piambello, località la cui storica vocazione turistica incentrata sui settori del turismo green, slow, sportivo ed enogastronomico dall'Ottocento giunge fino ai giorni nostri. L'area è inoltre caratterizzata dalla presenza di numerose infrastrutture per lo svolgimento di attività sportive quali escursionismo, ciclismo, sport all'aria aperta: da tempo le Istituzioni collaborano tra loro per l'ampliamento delle piste ciclopedonali che attraversano tutto il territorio collegandolo con Varese, con il lago Maggiore e con il confine Italia Svizzera mentre è già presente una rete di sentieri ben segnalata e funzionale. Non secondarie sono poi le attrazioni naturalistico-storico-culturali presenti a breve distanza come il sito fossilifero del Monte San Giorgio ed il lago Ceresio e la rinomata produzione enogastronomica di tradizione locale. Il contesto urbano, la struttura demografica e le dinamiche socio-economiche si presentano omogenee nei quattro Comuni, tutti di piccole dimensioni. Negli ultimi dieci anni si è mantenuta una certa stabilità della popolazione residente e si è registrato un progressivo invecchiamento della stessa. La struttura dei settori commercio e servizi, in contrazione, si compone di piccole attività di vicinato site nei centri storici e preposte principalmente alla soddisfazione dei bisogni di base della popolazione residente (tra cui quella più anziana e stanziale). I settori della ricettività turistica e delle attività di ristoro hanno invece subito, dal 2010 ad oggi, un incremento significativo sia nel numero di imprese sia nella qualificazione dell'offerta ad esempio tramite la riscoperta della produzione enogastronomica locale. Il connubio commercio e servizi/turismo si pone quindi alla base del futuro sviluppo del Distretto, rappresentando una grande opportunità per tutti gli operatori economici e sociali. A tal fine sono necessari una riqualificazione urbana soprattutto nei centri storici i quali, pur conservando il fascino dei piccoli borghi montani, hanno la necessità di rinnovarsi rendendone più agevole (e piacevole) la fruizione, ed una nuova visione di sviluppo e crescita delle attività commerciali e di servizio con conseguente ampliamento dell'offerta merceologica. La STRATEGIA individuata dalla Governance di distretto si incentra quindi sull'incrementare l'attrattività del territorio sia quale meta turistica di breve, medio e lungo periodo, sia quale possibile centro dello shopping per i cittadini transfrontalieri e non solo. Il presente progetto è, di conseguenza, costituito da: opere di riqualificazione urbana al fine di accrescere l'accessibilità dei luoghi, migliorare il contesto in cui si inseriscono le attività e aumentarne la sicurezza; azioni di valorizzazione delle peculiarità territoriali ed implementazione dell'offerta di fruizione turistica tramite lo sviluppo di nuove offerte specifiche per il target obiettivo turistico-sportivo; partecipazione a progettualità di sviluppo turistico di ampio raggio al fine di cogliere le opportunità emergenti in collaborazione con altre realtà; acquisizione di strumenti di raccolta dati ed analisi, in condivisione con altri ambiti territoriali, al fine di rendere sempre più efficaci le strategie e le progettualità del distretto; azioni di sostegno anche economico alle imprese, sia esistenti sia di nuova creazione, perché creino un'offerta più ampia e qualificata e al contempo acquisiscano competenza idonea alla fornitura di un servizio d'alto profilo per il Pioltello verso Agenda 2030 - Rigenerazione urbana e servizi attrattivi per utenza e imprese - Il DUC di Pioltello ha elaborato una strategia di sviluppo territoriale sempre più affine ai goals stabiliti dall'Agenda ONU 2030. Attraverso la precedente esperienza progettuale (anno 2020/2022) il Distretto ha saputo consolidare la sua sfera di azione, portando avanti un percorso di informazione e sensibilizzazione territoriale legato ai temi della sostenibilità, della necessità di trovare equilibrio tra ambiente urbano e naturale, la necessità di maggiore attenzione agli sprechi, lo sviluppo di una mobilità sostenibile (tutte iniziative rendicontate sul precedente bando). Partendo da queste basi, la progettazione presentata in queste pagine è volta a proseguire su questa strada e a trasformare il territorio in una realtà attenta e consapevole, in stretta sinergia con i principi di Agenda 2030. La strategia del DUC di Pioltello si basa su tre macroaree funzionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valorizzazione del territorio tramite la rigenerazione urbana di aree ad alta densità commerciale • rafforzamento della comunicazione digitale • attivazione di una serie di servizi integrati per cittadini ed imprese <p>Gli obiettivi perseguiti a livello progettuale sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socialità diffusa: riportare le persone all'esterno dopo più di due anni di restrizioni • Attrattiva per nuove imprese: attrarre categorie merceologiche mancanti, attente ai temi della sostenibilità e in grado quindi di qualificare l'offerta distrettuale • Connessione territoriale: attraverso circuiti di fruizione ciclabile e elementi di informazione digitale • Rigenerazione dei luoghi poco frequentati: attraverso progetti di riattivazione dei locali sfitti • Servizi comuni: legati principalmente alle politiche attive del lavoro e al sostegno alle imprese • Rete tra attori: favorire la collaborazione per la nascita di nuove idee e proposte

3895114	ANTEGNATE	<p>I sette comuni del Distretto del Commercio dell'Area di Antegnate nel 2021 contavano 21.909 abitanti. Negli ultimi 10 anni il territorio, grazie alla localizzazione geografica favorevole, in un contesto in crescita dal punto di vista economico ha saputo generare flussi di nuova residenza in grado di contrastare il naturale calo della popolazione. Nel complesso del Distretto, però, la crescita del numero di abitanti ha riguardato perlopiù solo le fasce più anziane della popolazione, a differenza di quanto avvenuto in altri Distretti in cui si sono registrati afflussi di giovani coppie e famiglie.</p> <p>La rete commerciale conta appena 158 negozi, di cui 139 di vicinato, 17 medie strutture e 2 Grandi strutture, anche se il dato dell'Osservatorio Regionale considera ancora il centro commerciale "Le Acciaierie" di Cortenuova, ormai chiuso da diversi anni. L'evoluzione del numero di negozi nel periodo 2012-2021 evidenzia che la numerica di punti vendita di vicinato, dopo il calo di quasi il 20% tra il 2012 e il 2019, è calata con meno intensità negli ultimi due anni (Tavola 11), con una certa stabilità in alcuni comuni e una crescita di una attività nel piccolo comune di Barbata. Dal punto di vista generale, quindi, il Distretto presenta una rete in cui anche il comparto moderno ha sofferto negli anni la crisi da eccesso di offerta locale, mentre quello di vicinato ha resistito per lo più nelle formule di supporto alla popolazione locale, ma con livelli di densità ben inferiori alle medie provinciali e regionali.</p> <p>Il Distretto non manca di attrazioni interessanti dal punto di vista naturalistico e culturale, che derivano dalle caratteristiche e dalla storia comune di tutto il territorio della media pianura bergamasca in cui sono ubicati. Dal punto di vista strettamente turistico, sul territorio dei sette comuni si possono quindi trovare elementi attrattivi legati alla storia e alla natura dei luoghi, come ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - numerosi castelli e borghi storici; - diverse chiese e parrocchie di campagna e alcune chiese importanti; - i Murales di Calcio; - il Parco Oglio Nord e tutta la rete dei fontanili del territorio. <p>La strategia del Distretto intende potenziare le naturali sinergie tra commercio e turismo, che nel Distretto è soprattutto costituito da visitatori "di giornata" che vogliono vedere le numerose attrazioni naturali e culturali del territorio.</p> <p>La strategia si basa infatti sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le infrastrutture della mobilità dolce e la pratica dell'uso della bicicletta, sia per i residenti che per i turisti; - la disponibilità di attrazioni culturali e naturalistiche interessanti; - la connessione dei due elementi sopra descritti al commercio, mediante la creazione di iniziative di promozione sinergica tra questi mondi; - il sostegno al commercio di vicinato anche mediante altre iniziative, di tipo sia diretto (sostegno agli investimenti) che indiretto (formazione agli operatori commerciali).
3874481	UNIONE DEGLI ANTICHI BORGHI DI VALLECAMONICA	<p>Sport e natura tra gli Antichi Borghi della valle Camonica il cui Partenariato è formato dall'unione dei Comuni degli Antichi Borghi di Valle Camonica (Capofila del Distretto) e i Comuni di Borno, Breno, Cividate Camuno, Esine, Malegno, Niardo, Ossimo e dalle Associazioni di Categoria Confcommercio e Confesercenti. La composizione del Partenariato è stata confermata come da costituzione: essendo un Distretto nato da poco tempo, i Partner hanno preferito consolidare e strutturare ulteriormente le relazioni, con l'occasione della progettualità legata al Bando, per poi ampliare il Partenariato successivamente. In ogni caso, l'attuale composizione garantisce un buon livello di operatività e di confronto, non solo tra i Partner, ma anche con i principali stakeholder del territorio.</p> <p>Alla luce della contrazione della domanda interna in atto nell'ultimo decennio, sia per invertire il trend della riduzione ed invecchiamento della popolazione, sia per garantire un bacino di consumatori sufficiente, che non si limiti alla sopravvivenza, ma punti allo sviluppo non solo del commercio, ma dell'economia in generale dell'area, il Distretto non può che puntare sulla sua vocazione turistica.</p> <p>Il Distretto deve, quindi, pensare in ottica di integrazione tra i vari settore, in una più generale prospettiva di marketing territoriale, puntando sul turismo come ulteriore leva per il rilancio del commercio, usandolo come traino, grazie alle ricadute che ha sul territorio. Infatti, il DID è una meta turistica, non solo per chi vi soggiorna, ma anche per escursionisti che si recano in giornata per immergersi nella natura e praticare gli sport all'aria aperta, grazie alla presenza di attrattori turistici e della rete di percorsi ciclopedonali che innerva il suo territorio, quindi anche i comuni più piccoli potrebbero facilmente giovare delle ricadute positive, pur avendo numeri inferiori di offerta di ospitalità per il soggiorno, ciò ovviamente strutturando un'offerta integrata e articolata. Obiettivo primario e diretto è quello di aumentare il numero di visitatori e, di conseguenza, di acquirenti, invogliando così gli operatori commerciali ad aprire nuove attività.</p> <p>La strategia è quella di creare un ambiente sempre più favorevole per i turisti, ovviamente non saranno trascurati i residenti e gli operatori economici.</p> <p>Le linee di sviluppo sono :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Incremento servizi e miglioramento accoglienza per i turisti. Per rendere il DID una Destinazione attrattiva è indispensabile innalzare il livello dei servizi sia materiali, come i servizi nelle aree di maggior richiamo. Ovviamente non va dimenticato il ruolo centrale che hanno operatori economici, quindi, anche per loro sono stati pensati dei servizi, in primis un fab/lab per formazione degli operatori tramite laboratori e per l'attivazione di nuove attività commerciali e artigianali. A ciò si affianca un percorso formativo gratuito. 2 Riquadificazione urbana e miglioramento accessibilità. Accogliere i turisti in un ambiente esteticamente piacevole e funzionale, in particolare dal punto di vista dell'accessibilità, è fondamentale per assicurare un'esperienza piacevole, che garantisca in un Distretto il Distretto del Commercio di vicinato intercomunale (DID) di Honio e Costumo da 5 Comuni di piccole dimensioni (anche Gazzaniga dal 2020 non supera i 5.000 abitanti) facenti parte della Comunità Montana della Val Seriana. Esso è caratterizzato da diversi punti di forza, ma anche di alcuni di debolezza, di natura sociale, economica e infrastrutturale. <p>Dal punto di vista sociodemografico, prendendo in considerazione un arco temporale decennale (2012 vs 2021), la popolazione del Distretto si trova in una situazione di decrescita dal 2014. Il Distretto si trova in una situazione di progressivo invecchiamento, da cui quasi nessun comune riesce a sottrarsi. Questo comporta la necessità di prestare maggiore attenzione ai servizi di prossimità.</p> <p>Dal punto di vista commerciale, il Distretto annovera nel suo territorio 193 punti vendita, suddivisi in 171 esercizi di vicinato e 22 medie strutture di vendita. Tali superfici di vendita risultano distribuite piuttosto omogeneamente sul territorio. Inoltre, il Distretto, pur non essendo ubicato a grande distanza dal capoluogo, si caratterizza per l'assenza, allo stato attuale, di Grandi superfici di vendita. L'evoluzione del numero di negozi nell'ultimo decennio (2012 - 2021) ha visto un andamento negativo costante delle attività di vicinato, con una contrazione complessiva pari a 32 unità. Anche se il Distretto è ben presidiato da esercizi di vicinato, bisogna prestare attenzione all'andamento negativo che ha caratterizzato questi negozi nell'ultimo decennio, per prevenire fenomeni di desertificazione commerciale.</p> <p>Nel complesso, quindi, la principale esigenza di sviluppo del Distretto risiede in primis nel consolidamento dell'offerta turistica slow e green, facendo leva sui servizi già presenti sul territorio, per poi potenziarli e metterli a sistema. In questo modo, il commercio potrà rappresentare, assieme al turismo, una fonte maggiore di occupazione e di reddito per i cittadini, contribuendo laddove possibile a contrastare i fenomeni di spopolamento soprattutto con riferimento ai giovani.</p> <p>A livello strategico, il Distretto di Honio si trova di fronte alla possibilità sostenere il commercio e i servizi di vicinato lavorando attivamente sulla loro integrazione con il turismo "di giornata" già attivo e presente sul territorio, capitalizzando le tendenze che in questi ultimi due anni hanno favorito la riscoperta delle destinazioni più vicine.</p> <p>La strategia del Distretto si basa pertanto sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le infrastrutture della mobilità dolce e la pratica dell'uso della bicicletta, specie per i turisti; - la disponibilità di attrazioni naturalistiche e culturali interessanti; - la connessione dei due elementi sopra descritti al commercio, mediante la creazione di iniziative di promozione sinergica tra questi mondi;
3895722	VERTOVA	<p>Dal punto di vista commerciale, il Distretto annovera nel suo territorio 193 punti vendita, suddivisi in 171 esercizi di vicinato e 22 medie strutture di vendita. Tali superfici di vendita risultano distribuite piuttosto omogeneamente sul territorio. Inoltre, il Distretto, pur non essendo ubicato a grande distanza dal capoluogo, si caratterizza per l'assenza, allo stato attuale, di Grandi superfici di vendita. L'evoluzione del numero di negozi nell'ultimo decennio (2012 - 2021) ha visto un andamento negativo costante delle attività di vicinato, con una contrazione complessiva pari a 32 unità. Anche se il Distretto è ben presidiato da esercizi di vicinato, bisogna prestare attenzione all'andamento negativo che ha caratterizzato questi negozi nell'ultimo decennio, per prevenire fenomeni di desertificazione commerciale.</p> <p>Nel complesso, quindi, la principale esigenza di sviluppo del Distretto risiede in primis nel consolidamento dell'offerta turistica slow e green, facendo leva sui servizi già presenti sul territorio, per poi potenziarli e metterli a sistema. In questo modo, il commercio potrà rappresentare, assieme al turismo, una fonte maggiore di occupazione e di reddito per i cittadini, contribuendo laddove possibile a contrastare i fenomeni di spopolamento soprattutto con riferimento ai giovani.</p> <p>A livello strategico, il Distretto di Honio si trova di fronte alla possibilità sostenere il commercio e i servizi di vicinato lavorando attivamente sulla loro integrazione con il turismo "di giornata" già attivo e presente sul territorio, capitalizzando le tendenze che in questi ultimi due anni hanno favorito la riscoperta delle destinazioni più vicine.</p> <p>La strategia del Distretto si basa pertanto sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le infrastrutture della mobilità dolce e la pratica dell'uso della bicicletta, specie per i turisti; - la disponibilità di attrazioni naturalistiche e culturali interessanti; - la connessione dei due elementi sopra descritti al commercio, mediante la creazione di iniziative di promozione sinergica tra questi mondi;

3886199	VALTELLINA DI TIRANO	<p>Negli ultimi 10 anni il territorio del DID "Tirano da crocevia alpino a Distretto", già caratterizzato dalla tendenza alla lenta contrazione del numero di residenti tipica dei territori montani, ha ulteriormente subito un forte calo nel 2020, in concomitanza con la pandemia da Covid-19. Il Distretto ha registrato un calo demografico superiore alla media dell'intera provincia di Sondrio, e ancora di più rispetto alla media lombarda. Il calo ha riguardato soprattutto la fascia di popolazione più adulta, ma non sono mancate riduzioni anche in quelle dei giovani, dovute per lo più al calo della natalità, ma anche a fenomeni di emigrazione dei giovani verso altre aree.</p> <p>Il tessuto imprenditoriale del Distretto è caratterizzato dalla presenza di una percentuale elevata di imprese agricole, attive nella coltivazione del vino e della frutta e nell'allevamento: un'offerta basata sul turismo, il commercio e la promozione delle produzioni locali rappresenta infatti l'ambito di sviluppo primario del Distretto. La rete commerciale conta 343 negozi, di cui 297 di vicinato, 45 medie strutture e una grande struttura di vendita. L'evoluzione numerica nel periodo 2012-2021 evidenzia che i punti vendita di vicinato, dopo il calo del 9,7% tra il 2012 e il 2021, sono calati con meno intensità negli ultimi due anni. Anche qui l'importanza dei turisti a sostegno della domanda di servizi commerciali è alla base della sostanziale "tenuta" del commercio, che sembra aver ormai metabolizzato la presenza delle medie e grandi strutture.</p> <p>Il Distretto presenta un totale di 307 strutture (di cui 33 alberghiere) e ben 3.378 letti, che corrispondono a 216,2 letti per 1.000 abitanti. Si tratta di un dato interessante per le prospettive di sviluppo del Distretto, soprattutto se abbinato a quanto detto e con riferimento all'agricoltura e al commercio. Il turismo è infatti uno dei segmenti trainanti dell'economia locale. Punto d'incontro tra natura, storia, sapori e tradizioni, il territorio di Tirano e Media Valtellina è infatti crocevia fra alta e bassa Valtellina, ma anche tra la Svizzera e la Valcamonica. Un fondovalle ricco di storia, cultura, enogastronomia e tradizione che offre località turistiche invernali ed estive di grande prestigio, oltre a borghi meno noti, altrettanto affascinanti.</p> <p>La strategia del Distretto ha come obiettivo la crescita del territorio, aumentando la domanda turistica e, di conseguenza di quella commerciale, a beneficio di tutte le attività del territorio. Per ottenere questo obiettivo il Distretto realizzerà quattro tipi di interventi:</p> <p>A) la promozione di un turismo "caleidoscopico", ossia composto da un mix delle numerose esperienze che si possono realizzare sul territorio (ad esempio itinerari in bicicletta alla scoperta dei prodotti enogastronomici);</p> <p>B) la promozione della cultura del Food & Wine, e in particolare di tutti gli elementi che trovano piena espressione nel territorio del Distretto (ad esempio i prodotti tipici, biologici e a km 0), ovviamente lavorando in sinergia con quelli che possono diventare tasselli dell'offerta "caleidoscopica" illustrata al punto precedente;</p> <p>C) il contrasto alla desertificazione commerciale, mediante una serie di azioni che lavorano sia sul contesto urbano che sulla presenza dei locali fitti in alcune aree del distretto:</p>
3886447	LAZZATE	Commercio alle Porte del Parco delle Groane
3892895	CASTANO PRIMO	<p>Interconnessioni esperienziali e mobilità sostenibile nel DID - Con maggiore deffaglio, attraverso incontri fatti sul territorio dopo l'analisi oggettiva dei dati, sono emerse 5 direttrici di sviluppo, preludio alla strategia di azione progettuale: 1)Piazze e aree di socialità: il DID è caratterizzato dalla presenza di piazze e altri luoghi verso cui affacciano imprese e negozi di vicinato. Aspetto, che si intende valorizzare all'interno del progetto per garantire maggiore sinergia territoriale e idonei collegamenti, anche per lo sviluppo di itinerari esperienziali</p> <p>2)Mobilità sostenibile: il DID è attraversato da una fitta rete ciclabile, che si vuole valorizzare sia per l'utenza interna (concetti di shopping sostenibile) sia per l'utenza esterna (cicloturista da attrarre nei centri dove operano i negozi)</p> <p>3)Decoro urbano: il DID presenta al suo interno aree poco valorizzate che potrebbero invece essere riqualificate a vantaggio di un maggior flusso di utenza</p> <p>4)Innovazione di impresa: il DID vede la presenza di un tessuto di imprese che necessita interventi per migliorare la propria competitività</p> <p>5)Strategie di marketing: il DID soprattutto in questa sua fase di startup, necessita di una vision visiva (oltre che concettuale) ben specifica, in grado di identificarne l'offerta da parte dell'utenza</p> <p>Attraverso il DID si vuole consolidare una governance urbana in grado di accompagnare lo sviluppo competitivo delle imprese, orientando l'offerta verso concetti legati alla sostenibilità, al green, al digitale e alla fruizione esperienziale dello shopping e del territorio. Il tutto creando opportune interconnessioni fisiche e digitali, che vedano le Piazze e le aree di socialità quale fulcro della fruizione del DID</p>
3898323	MARTINENGO	<p>I quattro comuni del Distretto del Commercio "Borgni e tradizioni della Bassa" nel 2021 avevano nel complesso 24.403 abitanti. Poiché il territorio del Distretto è ubicato in una zona favorevole dal punto di vista economico, negli ultimi 10 anni il territorio è stato in grado di generare flussi di nuova residenza in grado di contrastare il naturale calo della popolazione. L'area del Distretto è infatti inserita in un contesto, quello della bassa pianura bergamasca, non lontano dal capoluogo ma neppure dall'analogo territorio produttivo di Brescia, che ha goduto negli ultimi anni di una discreta crescita dell'economia, anche a seguito dell'apertura dell'Autostrada BreBeMi, che ha portato con sé lo sviluppo di nuove attività industriali e della logistica.</p> <p>La rete commerciale conta appena 207 negozi, di cui 190 di vicinato, 17 medie strutture e nessuna grande superficie. Il comune capofila di Martinengo è quello con la maggior quantità di metri quadri di superficie disponibili, sia di vicinato che moderni, seguito da Palosco e Civate al Piano: quest'ultimo è caratterizzato dalla presenza di un numero maggiore di medie superfici, ma di dimensioni più contenute rispetto a quelle degli altri due comuni. L'evoluzione del numero di negozi di vicinato nel periodo 2012-2021 evidenzia una sostanziale tenuta della rete commerciale.</p> <p>Il Distretto presenta un numero di Pubblici Esercizi abbastanza contenuto (78), di cui poco più della metà (52,6%) è rappresentato da Bar, e il 32,1% da ristoranti e pizzerie. Nel Distretto sono inoltre presenti 189 posteggi in mercati ambulanti, a cui se ne sommano 3 destinati alla vendita diretta di prodotti agricoli.</p> <p>Il Distretto non manca di attrazioni interessanti dal punto di vista naturalistico e soprattutto culturale, che derivano dalle tradizioni e dalla storia comune di tutto il territorio della media pianura bergamasca in cui sono ubicati. L'esempio forse più famoso di un'opera che ha consacrato a livello mondiale la tradizione agricola dei luoghi del Distretto è "L'Albero degli Zoccoli", capolavoro cinematografico del regista bergamasco Ermanno Olmi. Tutti questi elementi, anche grazie all'intenso lavoro di soggetti come Pianura da Scoprire, hanno indotto i Partner del Distretto, fin dalla sua costituzione, a individuare importanti opportunità di sviluppo del Distretto sul fronte del turismo culturale, che abbinati la scoperta della natura a quelle delle antiche tradizioni contadine. È infatti importante lavorare su questa opportunità di sviluppo turistico, perché genera domanda addizionale per le attività del commercio e dei servizi.</p> <p>La strategia del Distretto si basa pertanto sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le infrastrutture della mobilità dolce e la pratica dell'uso della bicicletta, sia per i residenti che per i turisti; - la disponibilità di attrazioni culturali interessanti; - la connessione dei due elementi sopra descritti al commercio, mediante la creazione di iniziative di promozione sinergica tra questi mondi; - il sostegno al commercio di vicinato anche mediante altre iniziative, di tipo sia diretto (sostegno agli investimenti) che indiretto (formazione agli operatori commerciali, consulenza e ricerca di bandi e finanziamenti)

3890110	LODI	<p>In continuità con il bando "Distretti urbani del Commercio per la ricostruzione economica territoriale urbana", il Distretto del Commercio della Città di Lodi ha analizzato e deciso di cogliere tutte le opportunità derivanti dal Bando, lavorando in sinergia con tutti gli stakeholder del territorio.</p> <p>La composizione del Partenariato, consolidata e roduta negli anni di attività del Distretto è stata confermata anche per la gestione del progetto, in quanto, garantisce un buon livello di operatività e di confronto, non solo tra i Partner, ma anche con i principali stakeholder del territorio. Questo è reso possibile dall'Amministrazione e dalle Associazioni di Categoria che hanno insite, nel loro ruolo e nelle attività che svolgono quotidianamente a servizio del territorio, un'apertura e un confronto costante con tutti i fruitori del Distretto.</p> <p>Dal punto di vista demografico, il periodo 2012-2019, ha visto una continua crescita della popolazione residente: tale sviluppo è stato però interrotto nel 2020 in concomitanza dell'emergenza epidemiologica Covid – 19 che ha riportato la popolazione ai livelli del 2013. La diminuzione della domanda interna può essere interpretata non solo come una decrescita demografica ma specialmente come un calo della domanda interna e del relativo potere d'acquisto che ne deriva</p> <p>Seppure gli esercizi di vicinato rappresentino una quota fondamentale dell'offerta commerciale, il dato relativo alla variazione del numero di esercizi rileva una piccola decrescita con una perdita di 128 unità (-6,8%) nell'arco temporale analizzato (2012 – 2021). A fronte di questa decrescita, il commercio di Lodi, deve anche fronteggiare i processi di cambiamento di tipo qualitativo e quantitativo della domanda residente (specie quella Millennials), che è sottoposta ad una forte concorrenza multicanale.</p> <p>Nell'ottica di proseguire l'azione del Bando 2020 "Distretti del Commercio per la ricostruzione economica urbana", il DUC di Lodi ha deciso di basare il proprio progetto su interventi finalizzati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - a migliorare il contesto urbano in termini di vitalità e attrattività, attraverso una serie di connessioni strutturali tra Centro e periferia; - a sostenere l'offerta commerciale; - a curare gli interessi e la promozione dello sviluppo della propria comunità; - a migliorare strutturalmente i luoghi in cui vengono svolte le attività commerciali; - a intraprendere un percorso di crescita per convertire, nel lungo periodo, la Città di Lodi in una Smart City. <p>Inoltre, coerentemente con gli obiettivi generali della politica regionale per il commercio, le politiche di intervento per il settore commerciale dell'Amministrazione di Lodi sono orientate a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sviluppare la competitività degli esercizi di vicinato, anche attraverso l'adozione di strumenti digitali e innovativi oltre che la realizzazione di corsi di formazione per lo sviluppo delle competenze; • riqualificare parti del tessuto urbano e di situazioni di degrado, in sinergia con le politiche di altri settori economici;
3899771	COMUNE DI PAVIA	<p>Il progetto "Pavia Distretto Crocevia del Turismo" è sviluppato dal partenariato formato da Comune di Pavia, C.C.I.A.A. Pavia, Confcommercio Pavia, ASM Pavia, Provincia di Pavia, che conferma il partenariato originale del DUC, cui si aggiunge la provincia in ottica di condivisione sovra territoriale (promozione dell'attrattività), concretatasi con lo sviluppo di un progetto interdistrettuale con il vicino DID del Basso Pavese (basata soprattutto su centralità dei cammini — Via Francigena — e identità viscontea).</p> <p>Dall'analisi del contesto sono emerse 4 vocazioni territoriali: 1) Pavia città regia, capitale del regno italico che sintetizza l'identità longobarda (con collegati fattori attrattivi monumentali, storici, turistici); 2) Pavia capitale viscontea, che si estrinseca nelle attrattive più note (castello, parco, università); 3) Pavia polo di università e ricerca, con la presenza di centri di rilevanza internazionale (che generano direttamente flussi e incarnano la componente di innovazione che caratterizza il territorio); 4) Pavia tappa e meta di cammini, per la sua posizione di crocevia di grandi itinerari europei, asset turistico di grande attualità, cui si legano le imminenti celebrazioni dei 1300 anni dalla traslazione del corpo di Sant'Agostino a Pavia nel 2023, occasione per cui arriveranno grandi flussi turistici e saranno organizzate importanti iniziative, parte delle quali a livello sperimentale si inseriscono nel progetto del DUC. Le direttrici di sviluppo a partire da queste vocazioni sono: 1) la valorizzazione della qualità del paesaggio urbano (cura di accessibilità, viabilità, servizi, arredi urbani, spazi pubblici); 2) la definizione di una narrativa territoriale unica e condivisa (storytelling collegato soprattutto all'identità viscontea e longobarda, all'innovazione e ai cammini); 3) la valorizzazione dell'attrattività turistica e il ruolo attrattore di un capoluogo di provincia ricco di servizi; 4) la connessione sempre più forte tra pubblico e privato per la promozione e gestione del territorio (che trova voce anche in innovative soluzioni per eventi integrati); 5) l'unione tra contenuti capaci di raccontare la grande storia pavese e strumenti tecnologici attuali; 6) la cultura, la storia, l'ambiente quali tasselli per fare economia, elementi essenziali per promuovere il territorio nella sua interezza e creare un vantaggio immediato per le aziende; 7) la promozione del cammino, della mobilità lenta e in generale dell'interconnessione tra città e natura come espressione specifica di una vocazione territoriale fondata storicamente e quale opportunità di sviluppo di nuove attrattive. Gli interventi, coerentemente alla strategia, operano sul consolidamento e miglioramento della qualità urbana (Intervento 1: attrattività) in connessione al contesto storico e soprattutto alle aree legate a Sant'Agostino), sul miglioramento dei percorsi pedonali e ciclabili (intervento 2: accessibilità) ricollegandosi agli itinerari, la riqualificazione degli arredi urbani (intervento 3) e l'attivazione di una serie di servizi comuni: intervento 4 storytelling e comunicazione (con approccio integrato: brochure multilingue, video, divertimappe targettizzate sui più piccoli), intervento 5 brand territoriale e nuovo ecosistema digitale di promozione turistica e commerciale, intervento 6 eventi identitari fondati (Crossroads of Europe legati agli itinerari e eventi integrati pilota legati a Sant'Agostino con compartecipazione imprese, quali modelli di sviluppo per il futuro), intervento 7 (marketing inter distrettuale mediante itinerari sovraterritoriali condivisi), intervento 8 (hub culturale-turistico alla Cupola Arnaboldi in C.C.I.A.A. Pavia), intervento 9 (manutenzione e rigenerazione locali "fitti)", intervento 10 (costano all'imprenditorialità con</p>
3893055	MORBEGNO	<p>Il progetto "Distretto smart e sostenibile: commercio e servizi di qualità" è sostenuto da un ampio partenariato e prevede investimenti sia in conto capitale che in conto corrente. La localizzazione strategica baricentrica del Distretto di Morbegno e Costiera dei Cech tra bassa Valtellina, Valchiavenna-Svizzera, province di Como, Lecco e Bergamo, unitamente al ruolo che il Comune capofila ha assunto in questi ultimi anni come soggetto promotore ed attuatore di interventi emblematici per la riqualificazione del tessuto urbano, sono gli elementi che hanno contribuito alla definizione della strategia di sviluppo di medio-lungo periodo del DID condivisa con tutti i soggetti che hanno sottoscritto l'accordo di partenariato. Morbegno vanta una lunga tradizione commerciale, grazie anche al numero ed alla qualità dei propri esercizi commerciali e del terziario in genere. Il centro storico della Città di Morbegno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rappresenta per cittadini e turisti, in ogni periodo dell'anno, un punto d'incontro tra le antiche botteghe artigiane, bar, ristoranti, sino alle più rinomate boutique; • nella stagione autunnale accoglie, da oltre 25 anni, l'evento eno-gastronomico conosciuto a livello nazionale e noto come "Morbegno in Cantina", ora denominato "Gustosando", una manifestazione che porta alla scoperta della Valtellina, un viaggio nei sapori e nel tempo della terra della bassa valle, durante la quale turismo e tradizione locale s'incontrano ed i fruitori hanno la possibilità di degustare piatti tipici e vini locali, nonché visitare le antiche cantine Morbegnesi, suggestive ed inalterate nel tempo, aventi una struttura a volte tipica del luogo. Per ridare ulteriore slancio al settore economico locale e mandamentale, nel luglio 2022 il Comune di Morbegno ha presentato ufficialmente agli stakeholder territoriali il Piano di sviluppo turistico-commerciale di Morbegno e mandamento, finalizzato a costruire una proposta progettuale di medio-lungo periodo per lo sviluppo dell'attrattività turistico-commerciale di Morbegno e mandamento. <p>Il documento, definendo scenari, tendenze ed attese del turismo di montagna nel periodo post pandemico ha offerto gli spunti ed indirizzi alla Cabina di regia distrettuale per definire una coerente strategia di sviluppo, evidenziando come commercio e turismo siano due ambiti strettamente legati ed interconnessi. Di seguito la sintesi della strategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Morbegno non può essere considerata destinazione turistica ma appare straordinariamente dotata sul versante delle attività di supporto allo sviluppo turistico: concentrazione, densità e capacità occupazionale negli ambiti del commercio, del trasporto, così come delle attività sportive, di intrattenimento e divertimento sono ben al di sopra delle medie provinciali e regionali. Il vantaggio relativo Morbegnese è spiccato nei settori del commercio al dettaglio, della somministrazione, delle attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento. <p>Altre località del DID quali la Val Masino sono invece identificate come mete turistiche. Morbegno ospita alcuni asset culturali di</p>

3896218	MARMIROLO	<p>STRATEGIA E CONDIVISIONE PROVINCIALE PER L'EVOLUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO è il titolo del progetto del Distretto "RIVIVI IL COMMERCIO TRA CORTI, VILLE, TERRE VERDI E D'ACQUA", oltre che la strategia che guida l'insieme sinergico di interventi previsti per ripartire dopo l'emergenza epidemiologica generata da Covid-19, sostenendo le attività economiche presenti nel Distretto, incentivando nuovi investimenti e nuovi esercizi commerciali di vicinato. Si intende dunque fare leva sulla ripartenza delle attività che rendono vivo il tessuto economico di vicinato supportandole grazie ad interventi di riqualificazione degli spazi pubblici favorendo l'accessibilità, anche attraverso la mobilità dolce.</p> <p>Proseguendo nell'esperienza positiva del precedente bando che ha reso maggiormente visibile l'attività del Distretto il partenariato intende, a seguito dei dati emersi dalla rielaborazione dei questionari – passaggio meglio descritto al punto 9) -, fornire aiuti economici anche al commercio su area pubblica che ha risposto positivamente (20 %) all'indagine avviata per la stesura della proposta progettuale.</p> <p>Parallelamente gli Enti prevedono, attraverso l'intervento 6) "AVVISO PUBBLICO ESPLORATIVO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE RELATIVE AL RIUSO ANCHE TEMPORANEO DEL PATRIMONIO ESISTENTE", l'avvio di un percorso per il riuso temporaneo di spazi sfitti come spazi per il commercio, il terzo settore, la cultura e l'aggregazione, azione condivisa a livello provinciale.</p> <p>Il presente intervento deriva dalla volontà di porre un rimedio al progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato determinato dalla progressiva riduzione delle capacità di acquisto del bacino di utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione temporale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.</p> <p>I Comuni, al fine di valorizzare i poli commerciali sia di vicinato che commercio su area pubblica, hanno concentrato l'attenzione su interventi di riqualificazione / abbellimento del tessuto urbano che insieme all'attività di animazione permetteranno di promuovere la visibilità del Distretto del Commercio.</p> <p>Il Distretto, in sintonia con gli altri Distretti della Provincia di Mantova, vuole definire una rete integrata di risorse capace di connotare il territorio e renderlo riconoscibile e fruibile come organismo omogeneo, nonostante la molteplicità dei luoghi che lo compongono, ciascuno dotato di una sua peculiarità. Si vogliono sostituire i pannelli fisici per rinnovarli e uniformarli in tutti i Comuni del Distretto, ma per migliorare l'offerta informativa è necessario che i contenuti siano immediati e fruibile a tutti. Questo è impensabile poterlo completare nel pannello di un normale cartello fisico, così come per gli ipovedenti, attualmente, è molto difficile ottenere informazioni riguardanti il luogo che si trova vicino.</p>
3808119	SEREGNO	<p>PUNTI QUALIFICANTI DEL PROGETTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • oltre 2 milioni di investimenti totali su un DUC già ora con • 515.000 euro di investimenti in 43 eventi per i quali non si chiede contributo; • Market place Seregnostore.it già attivo con 2 interventi di potenziamento; • 12 interventi su 15 dedicati a servizi comuni, di cui 4 ad alta innovatività. <p>COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 partner obbligatori: Comune Seregno (capofila), Confcommercio Milano • 4 non obbligatori: CNA, Confartigianato, Unione Artigiani e ViviSeregno <p>ANALISI DI CONTESTO E ANALISI SWOT</p> <p>Principali punti di forza</p> <ul style="list-style-type: none"> a) trend costante di aumento residenti (ora 45.200, terza città della Provincia); b) polarità commerciale del Distretto con offerta molto strutturata e in rafforzamento negli ultimi 10 anni: 344 commercio di vicinato (+ 17), 73 pubblici esercizi (+9), 142 servizi alla persona (+12); c) storico e riconosciuto ruolo di Seregno come riferimento di Area Vasta per lo shopping, la ristorazione e i servizi; d) capacità della strategia di lungo termine di ottenere risultati (vedi sopra); e) rappresentatività e capacità realizzativa della Rete partner "Vivi Seregno"; <p>Principali punti di debolezza</p> <ul style="list-style-type: none"> a) non essere riconosciuto come riferimento sovra comunale per gli eventi; b) insufficiente caratterizzazione del Distretto in termini di segnaletica; c) necessità di sviluppare ulteriormente il Market Place "Seregno Store"; d) non ancora buona qualità degli spazi verdi del DUC; e) numero di locali sfitti significativo, seppure ridottosi negli ultimi 11 anni (-27%). <p>STRATEGIA DI SVILUPPO DI LUNGO PERIODO</p> <p>Rafforzare la vocazione del DUC di Seregno come centro attrattore di Area Vasta (alta Brianza e i Comuni delle Province di Como e Varese più vicini) per lo shopping (come è dagli anni '70), per la ristorazione e i servizi alla persona (fortemente rafforzati da quando è Distretto) e per gli eventi (potenziamento ancora in corso).</p> <p>In questo processo hanno un ruolo chiave il Market place Seregno Store (https://seregnostore.it/) e la Rete di imprese partner ViviSeregno.</p>
3897230	DI SCALVE	<p>IL DISTRETTO DI INTERVENTO DEL PROGETTO</p> <p>Il Distretto del Commercio della Valle di Scalve è stato costituito nel 2010 con la volontà di ideare, strutturare e implementare una strategia di sviluppo territoriale commerciale, sostenibile e a basso impatto ambientale e capace di valorizzare l'identità paesaggistica del territorio di montagna. Il Distretto è situato nella parte nord-orientale della Provincia di Bergamo, nella valle omonima, a confine con le province di Brescia e Sondrio. È formato dalla Comunità Montana di Scalve insieme a 4 piccoli comuni, di cui i 3, Colere, Schilpario e Vilminore di Scalve, sono sotto la soglia dei 1.500 abitanti e Azzone non supera i 400 abitanti. Il territorio della Val di Scalve si caratterizza da un ambiente naturale incontaminato di qualità elevata, un vero patrimonio paesaggistico di alto valore e attrazione turistica, soggetto negli ultimi anni a un trend di promozione e riscoperta, un asset fondamentale al sostegno della rete del commercio e dei servizi.</p> <p>L'andamento della popolazione residente negli ultimi 10 anni (2012- 2021) presenta un trend in tendenza con l'andamento nazionale e regionale, ma segue dinamiche molto delicate dovute ai piccoli numeri che contraddistinguono gli abitanti dell'area. Si evince, infatti, un leggero ma costante decremento della popolazione fino all'anno 2021 in tutti i Comuni.</p> <p>Per quanto riguarda il commercio al dettaglio, sono presenti 36 punti vendita, di cui 34 sono esercizi di vicinato e solo 2 sono medie strutture di vendita, entrambe presenti nel Comune di Colere. Come in altri contesti di alta montagna, non sono presenti grandi strutture di vendita. Il Distretto presenta 41 Pubblici Esercizi rappresentati da Bar e ristoranti, un elemento rilevante per lo sviluppo turistico dell'area.</p> <p>L'arrivo alla Valle di Scalve, per chi sale dalla Valle Camonica, si caratterizza da sempre come occasione di esplorazione suggestiva di un paesaggio naturalistico e antropizzato nel quale il solco scavato dal torrente Dezzo è stato progressivamente conquistato e addomesticato grazie alla costruzione della "Via Mala", che nei tratti ora dismessi, offre spettacolari e sublimi viste sulla forra del Dezzo.</p> <p>Il 1° dicembre 1923 la diga del Gleno posta a monte della Valle di Scalve crollò. Sei milioni di metri cubi d'acqua, fango e detriti precipitarono dal bacino artificiale a circa 1.500 metri di quota, dirigendosi verso il lago d'Iseo. L'enorme massa d'acqua raggiunse rapidamente l'abitato di Dezzo, composto dagli agglomerati posti in territorio di Azzone e in territorio di Colere, che fu praticamente distrutto. I morti furono ufficialmente 356, ma i numeri sono ancora oggi incerti. Nel 2023 si celebrano i 100 anni dalla tragedia che segna ancora oggi l'intera comunità della Valle.</p> <p>Il Distretto della Val di Scalve, sin dalla sua costituzione, lavora sinergicamente per riqualificare l'intera Valle attraverso un piano di rigenerazione dei luoghi che parte dal passato, il miglioramento dei servizi comuni e la valorizzazione dell'accoglienza dei visitatori.</p> <p>Missione del Distretto a lungo termine è quella di rendere il comparto turistico l'elemento di sostenibilità e crescita del territorio, in armonia con le attività storicamente produttive legate alla pastorizia e all'agricoltura.</p>

3880198	ALZANO LOMBARDO	<p>Il progetto "Commercio e Cultura, insieme!", ID 3880198, proposto dal Distretto Diffuso del Commercio insieme sul serio, vede la partecipazione delle Amministrazioni comunali di Alzano Lombardo (Capofila del Distretto), Albino, Nembro, Pradalunga e Ranica, oltre che delle associazioni di categoria Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo, e di Promoserio, Associazione di promozione territoriale della Val Seriana e Val di Scalve.</p> <p>Il territorio del Distretto, negli ultimi 10 anni, era inserito in un lento percorso di decrescita della popolazione, che è stato tristemente amplificato nel 2020 dalla pandemia da Covid-19. Il tessuto imprenditoriale del Distretto è però caratterizzato dalla presenza di un numero molto elevato di imprese del commercio, e la rete commerciale conta 514 negozi, di cui 469 di vicinato, ben 44 medie strutture e una di grandi dimensioni. Il Distretto presenta un buon numero di Pubblici Esercizi, mentre l'offerta turistica è ancora poco sviluppata. La bassa Val Seriana presenta infatti alcune caratteristiche che, dal punto di vista turistico, la rendono diversa dal resto della Valle. In questi territori, infatti, pur essendosi manifestata la crisi del settore manifatturiero che ha coinvolto pesantemente tutta la Valle, questo settore dell'economia ha tenuto in modo relativamente maggiore, ritardando di fatto l'emergere di una necessità di individuare settori alternativi come quello turistico.</p> <p>Tuttavia, essa dispone di attrattive culturali importanti, sicuramente alla pari se non superiori a quelle del resto della Valle, che inducono, anche grazie all'intenso lavoro di soggetti come Promoserio, a individuare importanti opportunità di sviluppo del Distretto sul fronte del turismo, anche se incentrato su visite di una sola giornata.</p> <p>Per sostenere il commercio del Distretto occorre quindi agire su due fronti: il sostegno diretto agli operatori commerciali, da una parte, e la promozione di fonti aggiuntive di domanda che si sommino a quella dei residenti dall'altra: quest'ultima può e deve essere costituita dai turisti "di giornata" che possono frequentare il territorio in misura sempre maggiore.</p> <p>La strategia discussa e approvata dai Partner del Distretto quindi si basa innanzitutto sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia la disponibilità di attrazioni culturali interessanti, da sfruttare per il sostegno al commercio di vicinato mediante una serie di iniziative di promozione congiunta. In secondo luogo, a questo deve affiancarsi il sostegno al commercio di vicinato anche mediante altre iniziative, di tipo sia diretto (sostegno agli investimenti) che indiretto (formazione agli operatori commerciali). Da ultimo, a completamento di quanto indicato sopra, alcuni interventi sulle infrastrutture del Distretto, volte in base (alle specifiche necessità del territorio) a riqualificare alcune aree ove si sviluppano le attività commerciali, o a potenziare la capacità del territorio di accogliere i turisti in visita alle attrazioni culturali (cercando, laddove possibile, di raggiungere in modo sinergico entrambi gli obiettivi appena citati).</p>
3897311	MONTICHIARI	<p>Dall'analisi dell'evoluzione della rete commerciale, del quadro economico e della demografia e del contesto emergono le esigenze di sviluppo e riqualificazione del commercio locale e quindi del Distretto che sono riconducibili a più azioni da perseguire:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) migliorare l'organizzazione, anche spaziale, degli attuali punti vendita, quale fattore che consente una maggiore produttività e lo sviluppo delle funzioni espositive e di marketing visivo; (la superficie media dei negozi di vicinato attualmente è di 61 mq); 2) garantire la permanenza delle aggregazioni commerciali (nelle frazioni) e la continuità dei percorsi commerciali nel centro storico urbano (capoluogo), quale condizione per evitare le problematiche di progressiva desertificazione commerciale che in alcune situazioni (frazioni e vie del centro urbano) stanno manifestandosi; 3) agire sulla opportunità di integrazione fra le imprese commerciali e la qualità urbana (tra cui l'accessibilità) come punto di forza dell'attrattività su scala sovracomunale, in grado di sviluppare sinergie. <p>Il raffronto fra tutti gli elementi di forza e di debolezza identificati consente di delineare la strategia per il Distretto DUC del commercio di Montichiari.</p> <p>Il tematismo fondamentale di questa strategia è rappresentato dalla centralità del centro storico urbano.</p> <p>Il pieno sviluppo delle potenzialità di questa "ricchezza" di offerta richiede tuttavia di alcune aree di intervento finalizzate al superamento di alcune delle difficoltà che oggi si registrano:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mettere in sicurezza la fruizione di questa parte del territorio urbano; 2. migliorare la qualità urbana degli edifici, delle infrastrutture e delle aree di sosta; 3. accrescere la visibilità e la conoscenza di questo patrimonio urbano, attraverso un progetto di animazione e di comunicazione integrata; 4. potenziare i poli culturali artistici del centro per accrescere l'attrazione 5. sollecitare l'innovazione delle imprese presenti e la messa in rete con gli strumenti pubblici; <p>E' quindi necessario individuare un progetto ed uno strumento di governo di tutti i processi che interessano il centro storico, in grado di coordinare gli interventi, monitorare i risultati ottenuti e "aggiustare" le azioni individuate in rapporto allo sviluppo del progetto.</p> <p>Per sostenere questa vocazione naturale nel DUC della centralità del centro storico urbano come offerta commerciale è stato previsto un programma di interventi suddivisi nei vari ambiti che costituiscono delle linee di sviluppo fondamentali di attrazione nel Distretto che sono esplicitate nel programma allegato.</p>
3895365	PIATEDA	<p>Distretto delle Orobie: rilancio dell'economia locale di montagna - Partendo dalle caratteristiche del territorio e dalla concertazione portata avanti in questi mesi, riteniamo che l'elemento imprescindibile da valorizzare sia quello connesso alla valorizzazione degli sport, sia montani che fluviali, che caratterizzano l'area e ne distinguono l'offerta. Questo considerando anche il fatto che l'area sarà interessata dalle Olimpiadi del 2026, pertanto risulta strategico per l'economia locale, focalizzare l'attenzione sul tema dello SPORT ATTIVO, per identificare l'area come meta in grado di offrire servizi ad esso collegati.</p> <p>L'opportunità di sviluppo del DID si focalizza sulla presenza di un contesto montano sportivo che fino ad oggi continua a possedere elementi peculiari e trainanti. A tal proposito la vision distrettuale si baserà su una strategia di sviluppo legata ad un'offerta mirata e di qualità, ed incentrata su:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Una valorizzazione del territorio tramite lo sport e gli elementi naturalistici -Infrastrutture volte ad accogliere il turista -Un'offerta di servizi all'utenza in grado di accrescere l'attrattività e creare vantaggi alle imprese -Opere di miglioramento della viabilità -Valorizzazione del territorio tramite turismo sportivo montano <p>OBIETTIVI DEL DID</p> <ul style="list-style-type: none"> •Fornire una specifica identità al DID basata sul turismo sportivo •Fornire servizi mirati al target sia turistico sia cittadino •Mettere in rete e connessione gli elementi caratteristici del territorio, soprattutto iniziative culturali di ampio respiro •Supportare le imprese tramite corsi di formazione mirata •Garantire flussi di utenza all'interno dei negozi del DID <p>TEMI ALLA BASE DELLA STRATEGIA</p> <p>La strategia si basa sui seguenti temi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sport -Turismo -Aspetti naturalistici, nonché montani -Servizi per il turismo -Valorizzazione delle imprese <p>Il progetto mira a favorire la nascita di infrastrutture in grado di accogliere il turista (Infopoint), offrire una serie di contenuti tematici inerenti la montagna (eventi e seminari a tema sportivo e utili anche a trasmettere cultura e tradizioni locali), proporre strutture idonee per sport attivi (struttura di Albosaggia e proposte già attive in Piateda per sport fluviali) e offrire aree diffuse attrezzate per</p>

3892877	STEZZANO	<p>MORUS ALBA PROXIMA è sostenuto dal seguente partenariato: 17 Comuni di Stezzano, Azzano San Paolo, Comun Nuovo, Grassobbio, Levate, Orio al serio e Zanica, le Associazioni di categoria Ascom Bergamo e Confesercenti Bergamo e l'Associazione del Distretto del Commercio Morus Alba.</p> <p>Per salvaguardare il commercio, il DID ha da qualche anno iniziato a impostare, sulla base delle peculiarità dell'area e dei suoi punti di forza (brevemente descritti nell'analisi di contesto), un progetto di rilancio che abbia una visione di ampio respiro, dove il commercio è al centro di una vera e propria strategia di marketing territoriale.</p> <p>L'obiettivo strategico di medio-lungo periodo è quello di rinforzare la capacità competitiva del Distretto consolidandone il posizionamento di elevata qualità della vita, elevati standard di qualità dell'offerta commerciale, del contesto nel quale tale offerta è inserita e delle relazioni tra imprese e persone, attraverso interventi coerenti con tale visione. Il nome del progetto richiama infatti il valore fondamentale della prossimità: una prossimità fisica (vicinato e servizi di natura logistica) e umana, fatta di relazioni interpersonali che proprio negli esercizi di prossimità può trovare la sua massima espressione (in contrasto con le grandi superfici a libero servizio e l'e-commerce). Una prossimità che vuole però anche assumere una valenza temporale, vale a dire un progetto che guarda al futuro e all'innovazione.</p> <p>In particolare, sono prioritarie le seguenti linee strategiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rebranding e comunicazione integrata: obiettivo è quello di riposizionare l'identità del DID e incrementarne la conoscenza tra i diversi target, aumentando la partecipazione degli operatori, coinvolgendo e fidelizzando i cittadini dei paesi coinvolti e attraendo anche nuovi potenziali soggetti fuori dal territorio. -Sviluppo delle relazioni con le aziende di produzione (industriali e artigiane) del territorio: il DID diventerà attore centrale in questa dinamica, offrendo un pacchetto molto più ampio di possibilità tra cui scegliere e dando agli operatori commerciali una possibilità concreta di raggiungere facilmente nuovi clienti, riducendo i costi sia a livello di promozione e di gestione delle relazioni, sia dal punto di vista della logistica (in caso di consegne). L'azione nei confronti delle aziende va proprio nella direzione di allargare gli stakeholder del territorio e agganciare l'ampio flusso di persone che si muovono nel DID attraverso politiche promozionali (di prezzo - quali convenzioni, sconti dedicate - e non) e servizi (servizi di consegna presso il luogo di lavoro). -Sviluppo delle relazioni con i commercianti e supporto alla competitività: obiettivo è quello di rafforzare l'engagement degli operatori e contribuire insieme a migliorare la loro capacità competitiva e di resilienza sul mercato, attraverso: l'attivazione di servizi; la realizzazione di iniziative promo-comunicazionali; l'organizzazione di eventi; misure di incentivazione e contribuzione. -Contrasto alla desertificazione commerciale: obiettivo è quello di promuovere interventi che consentano di arginare il fenomeno e riportare nuova imprenditorialità e vivacità commerciale sul territorio, attraverso una serie di interventi integrati e coordinati, che riguarderanno sia la riqualificazione di alcune aree, sia la messa a disposizione di tutta una serie di servizi offerti ai potenziali
3890350	TRESCORE BALNEARIO	<p>Cultura e Turismo costituiscono le parole chiave per la valorizzazione e lo sviluppo del Distretto Delle Torri e il fil rouge delle azioni dichiarate nel Progetto che prevedono una partecipazione attiva degli esercizi commerciali e degli Enti di promozione turistica del DID. La promozione di un turismo slow e sostenibile (borghi, natura, enogastronomia, cammini e ciclovie) alla base della strategia individuata per lo sviluppo economico, sociale ed ambientale del Territorio del DID anche in vista di grandi eventi quali Bergamo Brescia Capitale della Cultura e Milano Cortina 2026. Il progetto prevede pertanto una STRATEGIA DI SVILUPPO A MEDIO E LUNGO TERMINE che mette al centro la Cultura, intesa nel senso più ampio possibile, come chiave attraverso cui si declinano le caratteristiche e le unicità di tutto il Territorio del DID: dai borghi storici alle chiese, dalle opere d'arte alle fortezze, dalla natura e le aree verdi fino all'enogastronomia che è forte elemento di identità; il tutto accompagnato e supportato da percorsi di mobilità sostenibile che consentono di vivere questi Territori in modo slow e sostenibile. Un Progetto di rete che intende partire dall'ascolto e dall'analisi dei bisogni per giungere alla realizzazione di percorsi partecipati e condivisi in grado di valorizzare le bellezze del DID, ottimizzare le risorse e generare opportunità, in un clima collaborativo e di forte vivacità con le realtà del Territorio.</p>
3894311	ALBUZZANO	<p>Il partenariato del neonato Distretto è formato dal capofila, Comune di Albuzzano e da undici comuni partner: Bornasco, Ceranova, Copiano, Cura Carpignano, Lardirago, Linarolo, Roncaro, San Genesio ed Uniti, Sant'Alessio con Vialone, Valle Salimbene, Vistarino; Ascom, rappresentante delle imprese del settore commerciale; Federconsumatori Pavia che ha collaborato con il Distretto fin dalla sua costituzione; Confartigiano Pavia, rappresentante delle imprese nel settore artigianale; la Provincia di Pavia. Il partenariato è così formato da 13 partner pubblici e da 3 privati.</p> <p>Gli interventi previsti: Imprese 4.0 per far crescere competenze e per rendere competitive anche le piccole realtà imprenditoriali ma anche per consentire l'incontro tra domanda e offerta grazie al coinvolgimento di soggetti con competenze specifiche Digitalizzazione e innovazione per guidare le imprese verso l'uso di nuove tecnologie e creare nuovi servizi per l'utenza. Partecipazione della comunità al rinnovamento anche per la rivitalizzazione dei negozi sfitti creando un'opportunità di crescita sociale sia economica. Si segnala anche che, nel bando imprese, verrà inserito un punteggio premiale per le nuove imprese che si insediano presso i negozi sfitti</p> <p>Spazi urbani accessibili e di qualità per garantire qualità e una fruibilità da parte di tutti: si creano le condizioni per migliorare e abbellire</p> <p>Spazi urbani tra tradizione e attrattività per valorizzare i luoghi in cui sono presenti beni culturali, aree verdi, aree di potenzialità turistica: si creano le condizioni per essere sempre più attrattivi e accoglienti sulla base delle caratteristiche locali, delle vocazioni storiche e territoriali delle terre di fiumi e di tradizione</p> <p>Spazi urbani 4.0 per ammodernare e rispondere alle esigenze attuali di chi vive nel Distretto ma anche di chi arriva da fuori</p> <p>gli eventi della tradizione e del commercio per far conoscere il Distretto, coinvolgere, appassionare, rendere partecipi i soggetti territoriali</p> <p>La governance che sarà basata su di un nuovo modo di progettare e indirizzare lo sviluppo territoriale: a lungo termine e condiviso tra enti e in partnership pubblico-privato. In generale la maggior parte degli interventi sarà caratterizzata dalla sinergia tra enti pubblici e soggetti privati che parteciperanno attivamente all'individuazione di necessità locali, alla definizione di interventi e alla promozione del territorio.</p>
3898186	MERATE	<p>Progetto integrato d'interconnessione sostenibile per lo sviluppo del meratese - Nato originariamente nel 2009 come DID a 6 Comuni, confermato nel 2019, e poi allargatosi a 12 comuni nel 2022, si presenta come un Distretto ambizioso e con obiettivi precisi. Si tratta di un DID interessato prettamente alla tematica turistica, tanto da impostare la sua strategia di lungo periodo su questo tema.</p> <p>La strategia di Distretto si basa sul potenziamento del filone turistico di prossimità nel DID, con l'idea di attrarre sull'area un'utenza interessata a fruire di esperienze ed iniziative da mettere in rete a tema culturale e sostenibile. E nasce appunto dall'attuale allargamento a 12 comuni. Nel corso degli incontri e dei confronti dei mesi scorsi, sono emerse chiaramente le linee di sviluppo cui tende il Distretto nella sua nuova estensione territoriale. Il Distretto allargato nasce per dare vita ad una strategia di sviluppo locale per l'intera area del meratese, che quindi necessita di un piano di marketing e di promozione territoriale verso l'esterno, con la messa in rete di eccellenze territoriali oggi slegate. Il tutto con l'intento di rispondere ai bisogni della domanda del futuro. Il Gruppo di lavoro creato per questa nuova progettualità ha quindi focalizzato l'attenzione su specifici aspetti, che costituiscono la chiave di volta della strategia di distretto per questa nuova progettualità:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mobilità: come favorire lo spostamento tra i 12 comuni 2) Tipologia di offerta: a quali target ci rivolgiamo in primis 3) Contenuti: quali attrattive e proposte esperienziali offerte dal DID 4) Rigenerazione: quali elementi devono essere valorizzati per raggiungere gli obiettivi del DID <p>La strategia del presente progetto si focalizza quindi sulla necessità di accompagnare il DID, in questa sua nuova forma allargata, a potenziare una serie di aspetti volti al rilancio competitivo dell'intera area del meratese, nell'intento di dare vita ad un territorio attrattivo e con un certo peso nella governance provinciale. La direttrice di sviluppo data quindi a questo nuovo progetto sarà il turismo, che verrà messo in rete, valorizzando il sistema di mobilità ciclabile che rappresenta il punto di partenza per la fruizione del territorio, insieme alla messa in rete di esperienze culturali e naturalistiche. Attraverso il Distretto si vuole dare vita ad un Piano di Sviluppo Socio-Economico del meratese che metta in rete l'offerta dei singoli territori che ne fanno parte, e che implementi una serie di servizi dedicati a target specifici di utenza (cittadini e turisti).</p>

3897419	MEDE	<p>PUNTI QUALIFICANTI DEL PROGETTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ⌘ Per Bando imprese: 40.000 euro di contributi aggiuntivi conferiti dai Comuni ⌘ Progetto con 22 interventi con 2.470.000 euro di investimenti totali, messi in campo da 7 Comuni con soli 12.500 abitanti ⌘ Forte coordinamento con strategie di sviluppo di turismo e settore agricolo ⌘ Alto livello di innovazione di 6 interventi, in particolare la costituzione della CER-Comunità Energetica Rinnovabile e realizzazione impianto fotovoltaico <p>COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO</p> <ul style="list-style-type: none"> ⌘ 8 partner obbligatori: Mede e altri 6 Comuni e Ascom Pavia ⌘ 2 non obbligatori: GAL Risorsa Lomellina e Eco Museo Paesaggio Lomellino <p>ANALISI DI CONTESTO E ANALISI SWOT</p> <p>Il Distretto è formato da 7 Comuni di piccole e piccolissime dimensioni (12.504 abitanti in tutto), in zona a fortissima vocazione agricola (riso).</p> <p>La situazione di isolamento e lontananza dai poli più urbani ha fatto emergere: un forte spirito di cooperazione tra popolazioni, Amministrazioni e imprese e impone di essere in tutto e per tutto "autosufficienti".</p> <p>I 2 grandi punti di debolezza</p> <ul style="list-style-type: none"> a) quadro demografico caratterizzato da forte decrescita (-11% in 10 anni) e invecchiamento (indice di vecchiaia del 40% superiore a quello provinciale); b) continuo indebolimento della rete commerciale e dei servizi; in 2 Comuni si sta prefigurando una vera e propria desertificazione. <p>Principali punti di forza</p> <p>Sono il forte spirito di cooperazione tra Pubblico e imprese, il coordinamento a livello territoriale GAL e Eco Museo Lomellino; la forte capacità ideativa e realizzativa dei Comuni (ben 15 interventi) e la vicinanza alle città, origine degli escursionisti in giornata: (Milano e altre 7 città).</p> <p>STRATEGIA DI SVILUPPO DI LUNGO PERIODO</p> <p>Vista l'analisi SWOT l'unico obiettivo è contrastare la desertificazione sociale e commerciale attraverso una serie di azioni coordinate tra Pubblico e imprese.</p> <p>LE DIRETTRICI DI INTERVENTO DEL PROGETTO</p> <ul style="list-style-type: none"> a) contrasto alla desertificazione commerciale e dei servizi alla persona, con 8 interventi: n. 2 e 3 (interventi su aree mercatali), n. 12 di riuso dell'edificio ex SAMS per insediamento di attività commerciali, n. 4 di costituzione della CEP - Comunità Energetica, n. 1 di riqualificazione del centro storico.
3894106	GALLARATE	<p>DUC Gallarate Shopping - "Il salotto Green&smart" e sostenuto dal seguente partenariato: il Comune di Gallarate, l'Uniscom, l'Associazione Commercianti di Gallarate e Malpensa, la Camera di Commercio di Varese, il NaGa - Negozianti Associati Gallarate, associazione dei commercianti locale, l'Associazione del Distretto del Commercio di Gallarate, l'AMSC S.p.a., Azienda Multiservizi Comunali di Gallarate.</p> <p>Nell'attuale situazione di contesto che porta ad una competizione sempre più estesa e multicanale, il DUC intende rafforzare il proprio posizionamento di elevata qualità dell'offerta e di rappresentare per residenti e visitatori il "salotto buono" del territorio a livello provinciale.</p> <p>Il DUC Gallarate Shopping si propone a tal fine come strumento di coordinamento delle iniziative pubbliche e private finalizzate al sostegno della competitività dell'offerta commerciale del centro storico e più in particolare intende assumere il ruolo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> -generatore di sinergie ed economie di scala -acceleratore dei processi di innovazione -guida della strategia competitiva e dell'immagine coordinata dell'offerta commerciale del centro storico di Gallarate. <p>Il progetto si propone di rendere il centro di Gallarate sempre più attrattivo e competitivo puntando sulla valorizzazione della qualità del contesto urbano e della sua vivibilità, sia sul piano degli ambienti di contesto (le piazze e le vie commerciali), sia su quello delle relazioni, potendo contare su storicità e autenticità in contrasto con l'artificialità dei competitor (centri commerciali ed e-commerce).</p> <p>In particolare, il progetto punta anche ad andare incontro alla crescente domanda "green" della società e dei consumatori, offrendo al contempo un'immagine coordinata che dia al distretto un'identità fortemente riconoscibile.</p> <p>Per quanto riguarda il primo aspetto la strategia del DUC si articola nelle seguenti linee guida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualificazione urbana - creazione di un "parco urbano diffuso" in modo da creare un ambiente di shopping fresco e con una migliore qualità dell'aria che favorisca la frequentazione delle aree centrali; sistemi di illuminazione scenografica degli edifici alimentati da pannelli fotovoltaici. • Riduzione del numero e dell'impatto dei negozi sfitti. • Accessibilità - incentivazione dell'utilizzo dei parcheggi a servizio del centro storico attraverso campagne sconto per gli utilizzatori dei servizi commerciali del centro storico e attraverso l'installazione di pannelli a messaggio variabile (smart parking) che indirizzano gli automobilisti ai parcheggi in funzione della disponibilità di posti. • Presidio territoriale e monitoraggio - controllo dei varchi d'accesso al centro attraverso l'installazione di video-camere che consentano di aumentare il livello di sorveglianza e di monitorare i passaggi al fine di misurare la capacità di attrazione del centro in generale e di specifiche iniziative: progettazione e realizzazione di sistemi di illuminazione degli spazi alimentati da pannelli fotovoltaici.
3897947	SOSPIRO	<p>Il progetto del DID di Sospiro è frutto di un lungo e intenso lavoro di concertazione con 5 distretti: Tra Ville e Cascine, Oglio e Postumia, Le Vie dell'Adda, Didù, Tra Cascine e Pievi. La proposta parte da una analisi delle attività sviluppate nel tempo nei cinque distretti diffusi del commercio in provincia di Cremona, cinque distretti che nel complesso coinvolgono 39 comuni, molto omogenei per caratteristiche socioeconomiche e per l'impronta che le Amministrazioni hanno conferito al loro territorio.</p> <p>Obiettivo è creare un unico percorso integrato percorribile con le biciclette o a piedi, funzionale al turismo ed ai residenti, che unisca tutti i Distretti in una proposta eccellenza: strutturare una proposta turistica organizzata, inclusiva di percorrenza, su cui si innestano gli investimenti di pubblico e privato, fino renderla un vero e proprio prodotto turistico in grado di coinvolgere tutti i settori produttivi e attivare ricadute economiche e sociali dirette e indirette. Confluiranno sul percorso le aziende della recettività e ristorazione, di ogni livello, i negozi di vicinato, le strutture di assistenza, di servizio, le guide turistiche e naturalistiche, il sistema privato e pubblico di trasporto, la navigazione e il loro indotto: produzione agricola, lavanderie, approvvigionamento, servizi informatici, trasporti ecc. Un tracciato che partendo dai comuni più a nord, vera porta verso il turismo europeo, lega tutti i territori fino a Cremona, al Po e al fiume Oglio, includendo parchi, castelli, cascine, prodotti. Con un importante sforzo progettuale e finanziario, unico ad oggi sia nella provincia di Cremona che nelle Lombardia, i distretti non solo riuniscono le loro iniziative, ma stanziando fondi propri per le azioni di costruzione dell'itinerario, la mappatura, la realizzazione di un app per la sua gestione e conoscenza ed infine un programma di promozione che va oltre il territorio, per candidarsi sulle principali fiere italiane ed europee. Un percorso formativo ed uno sportello di supporto alle imprese organizzato e finanziato da Confcommercio Cremona, supporta e integra il percorso, assicurando la massima tutela delle imprese economiche. Obiettivo è una nuova impresa che rilevi la proposta turistica e la faccia decollare, come un vero e proprio tour operator. Intorno a questa strategia, ogni Comune interviene con interventi mirati per rafforzare il sistema territoriale, in una complementarità di funzioni che vede l'istituzione investire sulle infrastrutture dotando il territorio di quanto necessario per la qualità della vita e della proposta turistica e mettendo quindi l'impresa nelle condizioni migliori per investire ed avere successo. Il rilancio turistico mira a creare le migliori condizioni per contrastare la perdita ulteriore di negozi e imprese, rafforzando il numero e la capacità della spesa della clientela. Il Distretto contrasta la desertificazione commerciale, supportando le imprese attraverso il bando a loro dedicato, cercando di contenere gli oneri, rilevando spazi pubblici sfitti e riqualificandoli con funzione commerciale per metterli a disposizione di nuove aziende. Tutti i Comuni del Distretto partecipano alla realizzazione degli obiettivi derivanti dall'azione trasversale di rete con interventi strutturali tipo: nuovi percorsi ciclopeditoni, aree fitness, nuova segnaletica, adeguamento parco giochi, di aree verdi e di altro ancora. Confcommercio Cremona garantisce la gestione e il coordinamento, inclusa l'assegnazione dei fondi alle imprese tramite bando Imprese.</p>

3898342	COMUNE DI PIADENA DRIZZONA	<p>Il progetto del DID di Piadena Drizzona è frutto di un lungo e intenso lavoro di concertazione con 5 distretti: Tra Vigne e Cascine, Oglio e Postumia, Le Vie dell'Adda, Didù, Tra Cascine e Pievi. La proposta parte da una analisi delle attività sviluppate nel tempo nei cinque distretti diffusi del commercio in provincia di Cremona, cinque distretti che nel complesso coinvolgono 39 comuni, molto omogenei per caratteristiche socioeconomiche e per l'impronta che le Amministrazioni hanno conferito al loro territorio. Obiettivo è creare un unico percorso integrato percorribile con le biciclette o a piedi, funzionale al turismo ed ai residenti, che unisca tutti i Distretti in una proposta eccellenza: strutturare una proposta turistica organizzata, inclusiva di percorrenza, su cui si innestano gli investimenti di pubblico e privato, fino renderla un vero e proprio prodotto turistico in grado di coinvolgere tutti i settori produttivi e attivare ricadute economiche e sociali dirette e indirette. Confluiranno sul percorso le aziende della recettività e ristorazione, di ogni livello, i negozi di vicinato, le strutture di assistenza, di servizio, le guide turistiche e naturalistiche, il sistema privato e pubblico di trasporto, la navigazione e il loro indotto: produzione agricola, lavanderie, approvvigionamento, servizi informatici, trasporti ecc. Un tracciato che partendo dai comuni più a nord, vera porta verso il turismo europeo, lega tutti i territori fino a Cremona, al Po e al fiume Oglio, includendo parchi, castelli, cascine, prodotti. Con un importante sforzo progettuale e finanziario, unico ad oggi sia nella provincia di Cremona che nelle Lombardia, i distretti non solo riuniscono le loro iniziative, ma stanziando fondi propri per le azioni di costruzione dell'itinerario, la mappatura, la realizzazione di un app per la sua gestione e conoscenza ed infine un programma di promozione che va oltre il territorio, per candidarsi sulle principali fiere italiane ed europee. Un percorso formativo ed uno sportello di supporto alle imprese organizzato e finanziato da Confcommercio Cremona, supporta e integra il percorso, assicurando la massima tutela delle imprese economiche. Obiettivo è una nuova impresa che rilevi la proposta turistica e la faccia decollare, come un vero e proprio tour operator. Intorno a questa strategia, ogni Comune interviene con interventi mirati per rafforzare il sistema territoriale, in una complementarità di funzioni che vede l'istituzione investire sulle infrastrutture dotando il territorio di quanto necessario per la qualità della vita e della proposta turistica e mettendo quindi l'impresa nelle condizioni migliori per investire ed avere successo. Il rilancio turistico mira a creare le migliori condizioni per contrastare la perdita ulteriore di negozi e imprese, rafforzando il numero e la capacità della spesa della clientela. Il Distretto contrasta la desertificazione commerciale, supportando le imprese attraverso il bando a loro dedicato, cercando di contenere gli oneri, rilevando spazi pubblici sfitti e riqualificandoli con funzione commerciale per metterli a disposizione di nuove aziende. Tutti i Comuni partecipano con opere propedeutiche all'azione di rete trasversale con riqualificazione di aree verdi, zone fitness, arredi funzionali alle aree sosta per le piste ciclopedonali, abbellimento dei contesti urbani, ecc. Confcommercio Cremona garantisce la gestione e il coordinamento, inclusa l'assegnazione dei fondi alle imprese</p>
3896338	SORESINA	<p>Il progetto del DID di Soresina è frutto di un lungo e intenso lavoro di concertazione con 5 distretti: Tra Vigne e Cascine, Oglio e Postumia, Le Vie dell'Adda, Didù, Tra Cascine e Pievi. La proposta parte da una analisi delle attività sviluppate nel tempo nei cinque distretti diffusi del commercio in provincia di Cremona, cinque distretti che nel complesso coinvolgono 39 comuni, molto omogenei per caratteristiche socioeconomiche e per l'impronta che le Amministrazioni hanno conferito al loro territorio. Obiettivo è creare un unico percorso integrato percorribile con le biciclette o a piedi, funzionale al turismo ed ai residenti, che unisca tutti i Distretti in una proposta eccellenza: strutturare una proposta turistica organizzata, inclusiva di percorrenza, su cui si innestano gli investimenti di pubblico e privato, fino renderla un vero e proprio prodotto turistico in grado di coinvolgere tutti i settori produttivi e attivare ricadute economiche e sociali dirette e indirette. Confluiranno sul percorso le aziende della recettività e ristorazione, di ogni livello, i negozi di vicinato, le strutture di assistenza, di servizio, le guide turistiche e naturalistiche, il sistema privato e pubblico di trasporto, la navigazione e il loro indotto: produzione agricola, lavanderie, approvvigionamento, servizi informatici, trasporti ecc. Un tracciato che partendo dai comuni più a nord, vera porta verso il turismo europeo, lega tutti i territori fino a Cremona, al Po e al fiume Oglio, includendo parchi, castelli, cascine, prodotti. Con un importante sforzo progettuale e finanziario, unico ad oggi sia nella provincia di Cremona che nelle Lombardia, i distretti non solo riuniscono le loro iniziative, ma stanziando fondi propri per le azioni di costruzione dell'itinerario, la mappatura, la realizzazione di un app per la sua gestione e conoscenza ed infine un programma di promozione che va oltre il territorio, per candidarsi sulle principali fiere italiane ed europee. Un percorso formativo ed uno sportello di supporto alle imprese organizzato e finanziato da Confcommercio Cremona, supporta e integra il percorso, assicurando la massima tutela delle imprese economiche. Obiettivo è una nuova impresa che rilevi la proposta turistica e la faccia decollare, come un vero e proprio tour operator. Intorno a questa strategia, ogni Comune interviene con interventi mirati per rafforzare il sistema territoriale, in una complementarità di funzioni che vede l'istituzione investire sulle infrastrutture dotando il territorio di quanto necessario per la qualità della vita e della proposta turistica e mettendo quindi l'impresa nelle condizioni migliori per investire ed avere successo. Il rilancio turistico mira a creare le migliori condizioni per contrastare la perdita ulteriore di negozi e imprese, rafforzando il numero e la capacità della spesa della clientela. Il Distretto contrasta la desertificazione commerciale, supportando le imprese attraverso il bando a loro dedicato, cercando di contenere gli oneri, rilevando spazi pubblici sfitti e riqualificandoli con funzione commerciale per metterli a disposizione di nuove aziende. Il Comune di Soresina riqualifica la piazza principale con il parco; Genivolta riqualifica un locale vicino al centro sportivo funzionale alla pista ciclabile; Castelleone riqualifica una ex Colonia in una pista da skateboard e completamento ciclabile Formigara – Gombito – Montodine – Fiesco – E9; Trigolo realizza un campo da beach volley e ripristina il percorso pedonale in prossimità degli impianti sportivi e parco giochi; Soncino realizza una pista ciclabile completa di illuminazione dei vialetti, con video sorveglianza e</p>
3896896	PIZZIGHETTONE	<p>Il progetto del DID di Pizzighettone è frutto di un lungo e intenso lavoro di concertazione con 5 distretti: Tra Vigne e Cascine, Oglio e Postumia, Le Vie dell'Adda, Didù, Tra Cascine e Pievi. La proposta parte da una analisi delle attività sviluppate nel tempo nei cinque distretti diffusi del commercio in provincia di Cremona, cinque distretti che nel complesso coinvolgono 39 comuni, molto omogenei per caratteristiche socioeconomiche e per l'impronta che le Amministrazioni hanno conferito al loro territorio. Obiettivo è creare un unico percorso integrato percorribile con le biciclette o a piedi, funzionale al turismo ed ai residenti, che unisca tutti i Distretti in una proposta eccellenza: strutturare una proposta turistica organizzata, inclusiva di percorrenza, su cui si innestano gli investimenti di pubblico e privato, fino renderla un vero e proprio prodotto turistico in grado di coinvolgere tutti i settori produttivi e attivare ricadute economiche e sociali dirette e indirette. Confluiranno sul percorso le aziende della recettività e ristorazione, di ogni livello, i negozi di vicinato, le strutture di assistenza, di servizio, le guide turistiche e naturalistiche, il sistema privato e pubblico di trasporto, la navigazione e il loro indotto: produzione agricola, lavanderie, approvvigionamento, servizi informatici, trasporti ecc. Un tracciato che partendo dai comuni più a nord, vera porta verso il turismo europeo, lega tutti i territori fino a Cremona, al Po e al fiume Oglio, includendo parchi, castelli, cascine, prodotti. Con un importante sforzo progettuale e finanziario, unico ad oggi sia nella provincia di Cremona che nelle Lombardia, i distretti non solo riuniscono le loro iniziative, ma stanziando fondi propri per le azioni di costruzione dell'itinerario, la mappatura, la realizzazione di un app per la sua gestione e conoscenza ed infine un programma di promozione che va oltre il territorio, per candidarsi sulle principali fiere italiane ed europee. Un percorso formativo ed uno sportello di supporto alle imprese organizzato e finanziato da Confcommercio Cremona, supporta e integra il percorso, assicurando la massima tutela delle imprese economiche. Obiettivo è una nuova impresa che rilevi la proposta turistica e la faccia decollare, come un vero e proprio tour operator. Intorno a questa strategia, ogni Comune interviene con interventi mirati per rafforzare il sistema territoriale, in una complementarità di funzioni che vede l'istituzione investire sulle infrastrutture dotando il territorio di quanto necessario per la qualità della vita e della proposta turistica e mettendo quindi l'impresa nelle condizioni migliori per investire ed avere successo. Il rilancio turistico mira a creare le migliori condizioni per contrastare la perdita ulteriore di negozi e imprese, rafforzando il numero e la capacità della spesa della clientela. Il Distretto contrasta la desertificazione commerciale, supportando le imprese attraverso il bando a loro dedicato, cercando di contenere gli oneri, rilevando spazi pubblici sfitti e riqualificandoli con funzione commerciale per metterli a disposizione di nuove aziende. Il Comune di Pizzighettone riqualifica le aree di pertinenza delle Casematte e della Polveriera storica; per Crotta d'Adda riqualificazione edificio ex scuole ad uso del volontariato, la riqualificazione piazza principale, interventi strutturali di completamento del sistema di percorrenze, attrattività del contesto urbano, creare servizi integrativi, garantire la accessibilità, sicurezza, realizzazione area camper; per Formigara ristrutturazione dei percorsi, vie e piazze per commercio di vicinato e sistemazione aree verdi, sostituzione arredo urbano per incrementare il commercio; il Comune di Gombito, completamento Piazza</p>

3897316	LONATO DEL GARDA	<p>Il Distretto del Commercio del Basso Garda si compone dei Comuni di Lonato del Garda, Bedizzole, Pozzolengo e Calcinato. Sono realtà locali che, pur dotate ciascuna delle proprie specificità, hanno dato vita più di un decennio fa a una partnership che si è rivelata fattiva e foriera di risultati positivamente impattanti in termini di valorizzazione del territorio e del suo tessuto imprenditoriale, con particolare riferimento al settore terziario. Novità di quest'anno è l'ingresso nel Distretto del Comune di Calcinato, comune situato nella zona del basso Garda che per diverse ragioni storiche e di conformazione territoriale è strettamente legato agli altri comuni partners. L' integrazione del nuovo Comune risulta fondamentale in quanto permetterà il raggiungimento di obiettivi fondamentali per lo sviluppo del Distretto, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rafforzare ed ampliare il tessuto commerciale dell'area, nel rispetto della sua sostenibilità dal punto di vista ambientale e con particolare attenzione all'impatto occupazionale e all'innalzamento del livello qualitativo sia dei prodotti che dell'organizzazione; - migliorare la qualità della vita degli operatori economici e dei cittadini, cercando di favorire, da un lato, condizioni di crescita diffusa e, dall'altro, uno sviluppo economico sostenibile anche dal punto di vista sociale e culturale; - promuovere la riqualificazione dei centri storici e valorizzare le risorse naturali dell'area. <p>La nuova conformazione del distretto non modifica i macro obiettivi generali che questo si pose già nel 2009: la valorizzazione "integrata" del territorio e la sua promozione; la diffusione della cultura dell'accoglienza che il Basso Garda, forte delle sue specificità, può offrire; la realizzazione di interventi di animazione e promozione della cultura e della storia di questi luoghi. La strategia di sviluppo che il Distretto intende implementare con il presente progetto ha una prospettiva di lungo termine ed è stata costruita partendo dall'analisi delle peculiarità territoriali. Nello specifico, si ritiene necessario avviare una pianificazione di sviluppo controllato e sostenibile in modo tale da permettere ad ogni cittadino ed alle future generazioni un adeguato livello di civiltà urbana che dovrà, altresì, tenere conto della vocazione agricola, artigianale, commerciale, turistica e naturale del territorio. La programmazione è finalizzata ad individuare un'azione di ridisegno intelligente con azioni qualitative e riqualificanti di aree compromesse che necessitano di riordino, ripristino, trasformazione e soddisfacimento dei bisogni primari (servizi) accompagnato dal rilancio delle attività commerciali del territorio attraverso la promozione del turismo e soprattutto della cultura locale. Il programma che il Distretto ha intenzione di attuare mira, infatti, ad incrementare il livello di partecipazione della comunità locale alla vita sociale e culturale, favorire la coesione sociale e in aggiunta il rafforzamento dell'identità storica del territorio. Si vuole che il patrimonio culturale divenga un elemento centrale del branding territoriale affinché possa contribuire nello sviluppo dell'economia locale e alla determinazione dell'attrattività turistica dell'offerta locale. La direttrice di sviluppo che il Distretto ha scelto mira a rafforzare la coesione sociale, la partecipazione alla vita della comunità e la diversificazione dell'offerta del territorio</p>
3886396	LAINATE	<p>SWELL AL Fiume LAINATE è sostenuto dal seguente partenariato: il Comune di Lainate, l'Unione Commercianti imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza, l'Associazione Amici di Villa Litta, ILAS Imprenditori Lainatesi Associati.</p> <p>Il DUC di Lainate si colloca in un'area ad elevata intensità competitiva. La prossimità al capoluogo e lo stesso sviluppo industriale e residenziale dei territori a nord di Milano ha generato un proliferare di attività commerciali di grandi dimensioni. Proprio sul territorio comunale di Lainate si trova inoltre una porzione di uno dei centri commerciali di ultima generazione e di maggiori dimensioni, che insieme alle altre grandi strutture del territorio, anche in fase di realizzazione, come Cascina Merlata, costituiscono una sfida importante per le attività commerciali di vicinato.</p> <p>Il DUC è interessato da:</p> <ul style="list-style-type: none"> -una domanda in leggera crescita, sia interna (popolazione in aumento), sia esterna (grazie ai flussi turistici generati in particolare da Villa Litta e dal turismo business); -una dotazione di infrastrutture e servizi per la mobilità dolce, di particolare interesse di un segmento di domanda in crescita come quello dei "cicloturisti"; dotazione tuttavia da potenziare, per la mancanza di tratti di collegamento utili agli spostamenti interni alla città; -un'offerta di servizi commerciali adeguata, ma che non riesce a sfruttare pienamente le opportunità derivanti dai flussi che per motivi culturali o lavorativi interessano la città di Lainate. <p>La vision del DUC di Lainate è quella di un'evoluzione della domanda segmentata e a "geometrie variabili", dove i consumatori si differenzieranno in base a specifiche esigenze che potranno mutare in funzione di diverse occasioni di consumo e di acquisto. In questo contesto, il Duc si propone di offrire ai residenti, ma anche ai visitatori, un'alternativa di dolce, sostenibile e di rilassata piacevolezza delle attività di shopping, in piena coerenza con il suo simbolo (la villa e il ninfeo) e in contrasto con le polarità commerciali più orientate a modalità di shopping e vissuti più frenetici e a maggiore impatto ambientale.</p> <p>La strategia di sviluppo del DUC consiste nel sostenere il commercio di vicinato generando una domanda aggiuntiva per le attività locali generata dal turismo naturalistico e specialmente di tipo culturale. Per il DUC e i suoi Partner si presenta infatti la possibilità di fare leva sugli asset turistici rilevanti per andare ad aggiungere nuovi flussi di domanda potenziale per le attività economiche del distretto grazie alla posizione in prossimità di Milano e allo snodo dell'autostrada "Milano-Laghi" che rende Lainate facilmente raggiungibile anche da altre zone a livello quanto meno regionale.</p> <p>A livello strategico, quindi, il Distretto si trova di fronte alla possibilità di sostenere il commercio e i servizi di vicinato lavorando attivamente sulla loro integrazione con il turismo "di giornata", (già attivo e presente sul territorio), sfruttando la tendenza della domanda che in questi ultimi due anni ha riscoperto le destinazioni più vicine.</p>
3892065	BUGLIO IN MONTE	<p>La strategia di sviluppo del DID, mediante l'ottenimento dei fondi regionali, punta a alla valorizzazione dei piccoli borghi per accrescerne l'attrattività, mediante interventi di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - recupero e riqualificazione del patrimonio pubblico a vantaggio del commercio di prossimità - valorizzazione delle produzioni tipiche locali e premialità per le imprese che promuovono la realizzazione di Corner per la vendita dei prodotti tipici valtellinesi, con il bando dedicato alle imprese; si tratta di valorizzare in chiave multifunzionale delle attività legate al settore primario – agricoltura e prodotti tipici a km 0 che fanno della Valtellina la Valle del gusto riconosciuta a livello nazionale – anche in chiave turistica; ciò rappresenta un fattore chiave per garantire il mantenimento in essere della vitalità dei piccoli centri montani; -valorizzare la rete di servizi di prossimità nei piccoli centri per i cittadini ed i turisti: esigenza che è emersa con maggior vigore in epoca di pandemia, quando le attività economiche nei piccoli centri si sono dimostrate presidi indispensabili per il benessere collettivo. i negozi di vicinato non sono solo attività economiche ma luoghi di socializzazione e di comunità, e la loro scomparsa impoverirebbe inevitabilmente il tessuto sociale. - miglioramento dei collegamenti inter-distrettuali mediante la condivisione di interventi legati alla mobilità sostenibile; - efficientamento energetico per contrastare l'attuale incremento dei costi energetici. <p>Il tutto nel rispetto delle risorse ambientali, paesaggistiche e culturali che diventano veri e propri punti di forza da valorizzare nell'ottica di incremento dell'attrattività commerciale e turistica.</p>

3896621	LISSONE	<p>DISCOVER LISSONE: SHOPPING, DESIGN, ARTE LISSONE, ponendosi a confine tra il territorio della Brianza e l'area metropolitana milanese, ha un forte potere di attrazione sui comuni limitrofi ed è diventata negli anni una destinazione di residenza ideale per le persone che lavorano nella zona o a Milano, anche grazie ai collegamenti ferroviari abbastanza frequenti. L'ambiente urbano di Lissone è caratterizzato da una presenza diffusa di impianti industriali e di attività terziarie e commerciali. Mentre i primi sono più concentrati nel capoluogo, ai margini del tessuto costruito, le seconde sono concentrate principalmente lungo la Strada Statale Valassina, alla quale sono allineate creando una porzione di città. L'attività agricola sul territorio di Lissone è da considerarsi invece residuale, progressivamente sostituita dall'attività artigianale della produzione dei mobili. Quanto sopra illustrato, pur essendo un punto di forza del territorio potrebbe anche rappresentare un potenziale punto di debolezza in un contesto particolare come quello attuale. In particolare, due sono i fenomeni che potrebbero contribuire a una perdita di competitività della città:</p> <p>1. la trasformarsi in una sorta di "città dormitorio" nel momento in cui non dovesse riuscire o garantire un'offerta complessiva attrattiva per i residenti;</p> <p>2. l'evoluzione delle scelte e dei comportamenti lavorativi, esplosa con la pandemia, potrebbe far calare il valore della posizione logistica di Lissone, in un contesto in cui le persone possono lavorare a distanza alcuni giorni a settimana.</p> <p>In questa direzione si muovono gli interventi che il Distretto ha deciso di inserire finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - proseguire l'adeguamento infrastrutturale della Città dal punto di vista della rigenerazione delle piazze e dei luoghi che ne hanno maggiormente bisogno; - realizzare nuovi investimenti per sfruttare tutte le occasioni utili a far crescere e conoscere le attrazioni culturali di Lissone, dal punto di vista sia infrastrutturale che della promozione a tutti i potenziali target; - mantenere alto il livello di animazione in città, soprattutto con riferimento agli eventi di natura artistica e culturale che contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo precedente. <p>Mantenere e migliorare la qualità dei poli di attrazione della città, intesi sia come contesto urbano sia come attrattività culturali, con l'obiettivo di contenere i fenomeni di evasione da parte dei residenti e incrementare la propria attrattività a livello sovracomunale.</p> <p>Per raggiungere tali obiettivi la strategia prevede le seguenti linee di azione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rendere più piacevoli le vie e le piazze commerciali attraverso interventi di natura strutturale e infrastrutturale; • aumentare la qualità dell'offerta culturale esistente, attraverso interventi e iniziative finalizzate a generare flussi di frequentazione e, conseguentemente, potenziale clientela per gli operatori del territorio;
3896609	LUINO	<p>Il DID del Verbano, composto dai Comuni di Luino (Capofila), Maccagno, oggi con Pino e Veddasca e Tronzano Lago Maggiore, è situato a nord della provincia di Varese a breve distanza dal confine svizzero, in un'area di grandissimo pregio naturalistico e culturale. I tre Comuni, infatti, affacciano sul Lago Maggiore e sono circondati dai verdi pendii boschivi prealpini che compongono le valli del Verbano. Nel complesso presentano un contesto urbano di buona qualità che conserva ancora il fascino della tradizione unito, soprattutto a Luino, alle splendide ville Liberty di inizio novecento, epoca in cui l'area era già meta di villeggiatura di pregio. Il comune capofila è il centro principale della provincia di Varese nell'area nord ed è una città dinamica dalle molteplici caratteristiche: accanto alla sua offerta turistica, si collocano le principali attività produttive e di servizio del territorio. I Comuni di Maccagno con Pino e Veddasca e di Tronzano Lago Maggiore, invece, si caratterizzano per una vocazione prettamente turistica. Luino è inoltre sede di un rinomato mercato settimanale che vanta 500 anni di storia (è stato inserito nell'Elenco regionale dei mercati storici in Lombardia) che rappresenta, ancora oggi, una meta privilegiata per un turismo dello shopping italiano e straniero, quest'ultimo non soltanto di provenienza elvetica.</p> <p>Luino è il centro maggiormente popolato con 14.122 abitanti mentre i restanti comuni sono di piccole dimensioni. Demograficamente si assiste ad una progressiva contrazione della popolazione residente ed ad un suo generale invecchiamento. La vicinanza con Svizzera e l'attrattiva del suo mercato del lavoro ha contribuito, in concorso con altri fattori anche logistici, al significativo ridimensionamento del comparto manifatturiero locale favorendo lo sviluppo del frontalierato. Al contempo, la posizione territoriale strategica ed il contesto di riferimento hanno favorito lo sviluppo di forme di fruizione turistica di tipo leisure, in particolare legate al tema green, sportivo (cicloturismo) e dello shopping, e la crescita dei settori del commercio e dei servizi alla persona, costituiti principalmente da piccole attività di vicinato, per far fronte alla domanda espressa dalla popolazione residente e dai turisti. La strategia di sviluppo a lungo termine del Distretto è, quindi, strettamente connessa ad una visione di crescita e specializzazione territoriale che prevede lo sviluppo sinergico dell'offerta commerciale, ricettiva e di servizio con l'offerta turistica, vero motore economico della zona in grado di fornire grande sostegno anche ai settori della produzione artigianale tipica, dei prodotti enogastronomici del territorio e dell'imprenditorialità soprattutto giovanile. Nello specifico, il presente progetto prevede: il miglioramento del contesto urbano al fine di risultare maggiormente attrattivo per i target di riferimento (residenti, turisti di giornata, turisti di lunga permanenza, turisti dello shopping, turisti stranieri), con uno specifico focus sulle aree a maggiore concentrazione turistica (la piazza di Luino, sede dello storico mercato e la via centrale del Comune di Maccagno); forme di sostegno diretto alle imprese, soprattutto di nuovo insediamento e giovanili (Bando comunale); creazione di opportunità di formazione per le piccole realtà del settore commerciale e di servizio affinché sviluppino competenze adeguate alle nuove necessità dell'utenza; rafforzamento del connubio turismo-offerta commerciale tramite la partecipazione al progetto di valorizzazione turistica "Varesedavouhike": acquisizione di strumenti di analisi innovativi per meglio comprendere la dinamica in</p>
3898813	CASALPUSTERLENGO	<p>Il Distretto Dinamico del Commercio del Basso Lodigiano è formato dai Comuni Casalpusterleno (Capofila del Distretto), Codogno, Fombio, Maleo e Somaglia. Dal punto di vista sociodemografico, negli 8 anni che vanno dal 2011 al 2019, il Distretto ha visto crescere la propria popolazione (fatta eccezione per una lieve contrazione nel 2016). Tale crescita, è stata però bloccata dalla crisi epidemiologica da Covid-19. È importante inoltre evidenziare come la popolazione del Distretto sia per la maggior parte concentrata nei Comuni di Casalpusterleno e Codogno.</p> <p>Il commercio al dettaglio è complessivamente costituito da 540 negozi suddivisi in 493 esercizi di vicinato e 45 medie strutture e 2 grandi strutture di vendita. Negli ultimi 10 anni la rete commerciale ha registrato 12 nuove aperture nel 2019 rispetto al 2012, per poi vedere la chiusura di 3 negozi nei tre anni successivi. Complessivamente, il Distretto presenta, allo stato attuale, una buona varietà di formati distributivi e un'adeguata consistenza rispetto ai riferimenti provinciali e regionali.</p> <p>Dal punto di vista strategico, il commercio e i servizi di vicinato del Distretto si basano sulla domanda locale, in parte aumentata da quella dei comuni limitrofi, e dai flussi di frequentatori che arrivano nei comuni per motivi di lavoro o, come detto, in parte anche di svago. Pur essendo dotato di alcuni interessanti attrattori di matrice per lo più culturale, il Distretto non ha mai sviluppato un'offerta turistica organizzata come avvenuto invece in altri territori, anche grazie al mantenimento di un'economia nel complesso dinamica.</p> <p>Nel DID del Basso Lodigiano l'invecchiamento della popolazione e la particolare situazione provocata dalla pandemia hanno portato a una riscoperta del commercio di vicinato, che costituisce un'opportunità interessante per il Distretto. Tuttavia, la congiuntura economica del primo semestre 2022 ha colpito duramente gli operatori del commercio e dei servizi di vicinato sotto due punti di vista: sia l'aumento generale del costo della vita (che penalizza gli operatori più piccoli), che un aumento dei costi energetici delle imprese. Per far fronte a queste minacce, potendo fare affidamento solo sulle caratteristiche strutturali del contesto e dalle risorse offerte dai Comuni e dalla rete commerciale del Distretto, i Partner hanno deciso di costruire una strategia basata su tutti gli elementi di supporto e sostegno che essi possono offrire agli operatori commerciali, che possono essere organizzati e presi in considerazione in base alle attività specifiche di un operatore.</p> <p>Il Distretto si propone di supportare le attività commerciali e di servizio con due tipologie di interventi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) i primi sono i sostegni che si possono direttamente inserire in una delle fasi dell'attività delle imprese. 2) I secondi sono interventi più generali, sulla competitività delle aziende o sulla promozione di forme e strumenti di risparmio energetico: questi ultimi, in particolare, sono richiesti in particolare in questa fase di congiuntura negativa, ma in realtà possono portare benefici per molti anni a venire in termini di risparmi futuri per le aziende che li effettuano. <p>A essi si aggiungono gli importanti contributi che alcune Amministrazioni Comunali, attingendo alle proprie disponibilità di bilancio</p>

3882966	VILLA CORTESE	<p>Riconosciuto il 19 Maggio 2022, il nascente "Distretto del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano" è caratterizzato da diversi elementi strutturali e congiunturali di natura sociale, economica e infrastrutturale. Dal punto di vista socio-demografico, nel 2021, la popolazione residente nel Distretto era pari a 25.336 residenti (Tavola 2). Negli ultimi 10 anni la domanda interna è stata soggetta a fenomeni di discontinuità: nel 2020, in concomitanza dell'emergenza epidemiologica Covid-19 è stata infatti registrata, all'interno del Distretto, una contrazione della domanda interna che è diminuita del -1,1% rispetto all'anno precedente. Tuttavia nel 2021, si denota, seppur lieve, una crescita della popolazione pari allo 0,2% (56 unità). Per quanto concerne il tessuto imprenditoriale (Tavola 6), il Distretto, è caratterizzato da 1.367 imprese che per il 62,7% (quota cumulata dei primi tre settori in ordine di importanza) sono attive nei settori delle costruzioni, del commercio all'ingrosso/al dettaglio e delle attività manifatturiere. Tale dato conferma la storia economica del Distretto basata sulle attività artigianali (es: settore calzaturiero), tipiche dell'area in cui è insediato. Le politiche di intervento sono orientate a :</p> <ul style="list-style-type: none"> - riqualificare il tessuto urbano in sinergia con le politiche di altri settori economici; - rivitalizzare e sostenere la funzione commerciale dei centri storici e dei nuclei urbani centrali; - sostenere le imprese maggiormente colpite dall'emergenza sanitaria. - disincentivare l'apertura di grandi strutture di vendita. <p>Il percorso di crescita si sostanzia in 5 linee di sviluppo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo di infrastrutture, Placemaking e mobilità sostenibile del Distretto; 2. La seconda linea di sviluppo riguarda l'incremento del numero e del livello di servizi offerti per i visitatori e gli operatori economici 3. Promozione, animazione e comunicazione del Distretto 4. Superare l'emergenza economico – sanitaria attraverso la ripartenza delle imprese 5. Sviluppare iniziative di sostegno e attrattività dell'imprenditoria commerciale
3889256	AZZATE	<p>RIQUALIFICAZIONE E SICUREZZA DEL BUON CAMMINO Il Distretto, pur non essendo ancora riuscito a sviluppare un'offerta turistica paragonabile a quella delle aree lacustri limitrofe, è caratterizzato dalla presenza di diverse architetture, religiose e civili, da attrattive naturalistiche e da eccellenze enogastronomiche che, grazie alla qualità del contesto e alla vicinanza ad importanti arterie stradali, garantiscono al territorio una buona attrattività. In questo contesto il Distretto dovrà: da un lato sostenere il commercio di vicinato, andando ad agire sia direttamente su infrastrutture, sicurezza e contesto urbano, sia indirettamente garantendo il mantenimento di una rete commerciale sana a servizi alla comunità; dall'altro lato incrementare la promozione turistica del territorio e la sua attrattività per cercare fonti di domanda aggiuntive. Partendo da queste nuove esigenze le Amministrazioni hanno deciso di orientare la propria progettualità su interventi finalizzati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • a migliorare la vivibilità del territorio, sia attraverso la riqualificazione dei contesti urbani sia attraverso interventi finalizzati all'incremento della sicurezza • a potenziare l'attrattività del territorio, non solo commerciale ma anche turistica • a migliorare l'accessibilità del territorio, incentivando in particolar modo la mobilità dolce e ciclopedonale • a incrementare la notorietà del Distretto • a sostenere l'offerta commerciale • a curare gli interessi e la promozione dello sviluppo della propria comunità • a cercare di contrastare la desertificazione di alcuni luoghi. <p>Il Distretto del Buon Cammino è un Distretto giovane costituitosi nei primi mesi del 2022 per tale motivo, a differenza di altri più consolidati, che in alcuni casi operano su territorio da più di dieci anni e hanno quindi sviluppato diverse politiche di sostegno e sviluppo del commercio di vicinato, inizia in questo periodo la propria attività. I Partner hanno quindi deciso di sviluppare una strategia di medio lungo termine basata in primo luogo su alcuni degli elementi di base necessari per sostenere il commercio di vicinato in tutti i comuni, per contrastare i fenomeni legati alla crisi e alla desertificazione, facendo leva, dove possibile, su alcuni asset turistici rilevanti per andare ad aggiungere nuovi flussi di domanda potenziale per le attività economiche del distretto. Tutto ciò premesso, consapevoli di essere all'inizio di un lungo percorso di sviluppo, pur avendo in programma nel prossimo triennio importanti interventi di riqualificazione e valorizzazione del territorio il Distretto ha deciso di lavorare su una progettualità base. All'interno di questa visione si è così puntato a: sviluppare una politica attiva, con interventi di riqualificazione degli spazi pubblici capaci di accrescere l'attrattività dei luoghi; promuovere l'offerta dei servizi del Distretto attraverso iniziative ed eventi finalizzati a costruire una relazione più stretta a livello locale e a promuovere l'area anche da punto di vista turistico. Coerentemente con la strategia individuata dai Partner gli interventi previsti saranno finalizzati a raggiungere i seguenti obiettivi:</p>
3899187	OLTREPO	<p>Area di valorizzazione e un piccolo distretto montano, situato nell'area SNA della provincia di Pavia. Fondata la sua economia sull'agricoltura e sul turismo, anche grazie alla qualità dell'ambiente, della sua storia, delle relazioni e di una ottima enogastronomia. Il rischio di spopolamento in queste aree è sempre presente, così come la perdita anche dei pochi negozi di prossimità ancora aperti. La grande prova della pandemia ha messo in evidenza il valore della rete dei negozi di prossimità e il potenziale di un format turistico a km0, con la riscoperta di ambienti e tradizioni da un target urbano. Per consolidare questi elementi positivi, il Distretto presenta un progetto incentrato sulle potenzialità legate al turismo delle percorrenze, delle Vie storiche, culturali e religiose. L'area è attraversata da antiche strade dalla Via del sale, il percorso di San Colombano dal cuore dell'Europa, la Via Michaelica, la Via degli Abati, veri e propri attraversamenti dalla pianura fino al mare, che possono diventare vettori di un nuovo turismo di qualità. Per attrarlo, intercettarlo e fidelizzarlo il DID lavora per rendere sempre più accogliente il territorio e in particolar modo le sue strade, il sistema della recettività e della ristorazione, il piccolo artigianato di servizio e di tradizione, attivando un'importante collaborazione con i Distretti contigui: Oltre il Commercio che include tutta la Valle Staffora, Colli dell'Oltrepò sulle prime colline e Borghi e Castelli che risale dalle colline fino alle quote più elevate. Un'azione trasversale di coordinamento, indagine di mercato, assistenza alle imprese viene organizzata per costruire un prodotto turistico unico, accompagnando fisicamente il viaggiatore dalle colline fino all'Abbazia di Bobbio. Gli interventi a regia comunale prevedendo il potenziamento della segnaletica, con particolare attenzione alla visibilità delle imprese poste sui percorsi collegandosi alle valli limitrofe; la nuova segnaletica ha il fine di comunicare soprattutto le proposte di recettività ed acquisto, facendo emergere le imprese che non sempre sono collocate sulle vie principali. La Comunità Montana interviene con la sistemazione di alcuni tratti di percorrenza e il posizionamento di adeguata segnaletica turistica. Romagnese procede alla sistemazione ed arredo di un percorso di particolare significato e attrattività, detto Delle cascate, mettendolo in sicurezza e comunicandolo con pannelli narranti. Zavattarello sistema gli spazi nel palazzo comunale sulla piazza centrale destinati ad accoglienza, eventi ed infopoint; significativo l'intervento di Colli Verdi, all'ingresso del DID, che trasforma l'edificio della scuola in mini alloggi turistici proprio sulla via storica e potenzia la recettività con strutture a basso costo da affidare poi a giovani imprese come gestione. La costituzione ed avvio di una start up che prenda successivamente in carico la proposta turistica per svilupparsi in modo autonomo è uno degli obiettivi del DID. Per questo viene attivata la massima assistenza alle imprese grazie a Confcommercio e Associazione Artigiani di Varzi. Questi obiettivi vengono ripresi nelle premialità del bando che valorizzi le nuove imprese dell'area. Un focus importante per il DID è cercare di intervenire per evitare la perdita di esercizi commerciali. Su questo tema il DID è stata sempre molto attento; in questa fase oltre a contenere al massimo gli oneri a carico dei negozi, si procede con una adeguata mappatura di base negozi vuoti da proporre; i proprietari vengono coinvolti per valorizzare gli spazi in occasione di eventi e per esporre i prodotti tipici della zona, artigianali anche in occasione di particolari iniziative come le Colombanadi che si tengono a livello europeo.</p>

3884094	OSPITALETTO	<p>Il territorio di Ospitaletto è fortemente urbanizzato, per l'intenso sviluppo che lo ha connotato a partire dagli anni '60 e che ha portato ad essere nella classifica dei primi 15 centri della provincia di Brescia per consistenza demografica e socio-economica. La realtà economica locale è infatti caratterizzata dalla vocazione produttiva: le aziende di questo settore occupano stabilmente il 62% degli addetti nelle unità locali, per la presenza di unità produttive di dimensioni rilevanti. La disponibilità di prospettive di occupazione ha, a sua volta, agito come volano per lo sviluppo demografico.</p> <p>Come si ricava dalla relazione generale, si configura quindi un quadro di organizzazione urbana strutturato, che distribuisce sul territorio le diverse funzioni in modo ordinato e sufficientemente autonomo, offrendo da un lato opportunità per il commercio (facilmente accessibile dai residenti, anche con percorsi pedonali), ma dall'altro anche limiti (difficoltà all'accessibilità veicolare, spazi ristretti ed habitat datati).</p> <p>Il trend evolutivo del commercio locale presenta caratteristiche del tutto particolari per una realtà che è frutto di un inurbamento indotto dal decentramento del capoluogo: il numero delle imprese commerciali resta stabile nell'arco del decennio 2011/2021: anzi, presenta un leggero incremento, da 131 unità a 136. In sostanza il sistema distributivo locale sembra non aver risentito del processo di evoluzione che dal punto di vista quanti/qualitativo ha investito il commercio nell'ultimo decennio.</p> <p>Di fronte a questi dati che pur nella loro positività prospettica propongono limiti sull'organizzazione del servizio, l'esigenza della riqualificazione risulta primaria, ed essa deve trovare le opportunità negli habitat localizzati, nelle accessibilità e nell'organizzazione aziendale. Il sistema commerciale di Ospitaletto è sostenuto dalla densità nell'area centrale: su di esso sono dislocate la metà delle attività commerciali e della ristorazione del territorio comunale: la salvaguardia di questa aggregazione naturale costituisce un fattore essenziale per il futuro del commercio.</p> <p>La ridottissima vicinanza dell'intero nucleo residenziale consente di sviluppare a pieno il mantenimento di una funzione di servizio di prossimità che ben si confà all'attuale organizzazione dei punti vendita, generalmente di ridotte dimensioni ed a gestione familiare, quando non personale. Proiettare nel futuro il servizio di prossimità significa tuttavia affrontare alcune tematiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Garantire l'accessibilità al percorso commerciale della via e della piazza -Agevolare l'ampliamento degli spazi di vendita, anche mediante l'acquisizione di locali oggi sfitti; -Supportare l'evoluzione imprenditoriale dei punti vendita: digitalizzazione, marketing e servizio e-commerce. <p>Su questi presupposti si fonda la strategia di sviluppo che vede nella "prossimità" il fulcro centrale e l'area sulla quale destinare progetti e risorse, oltre che attenzione e sensibilità amministrativa.</p> <p>Prossimità significa vicinanza nello spazio, ma anche nel tempo, è una definizione antica che ha influenzato la costruzione dell'urbanistica moderna e che oggi rappresenta una tematica importante laddove si parla della "città dei 15 minuti".</p>
3898487	MOTTA VISCONTI	<p>Il partenariato del Distretto lavora in sinergia dal 2009, anno del riconoscimento a Regione Lombardia. Il DID oggi formato da 4 Comuni - Motta Visconti, Besate, Morimondo, Ozzero- e da Confcommercio. I 4 enti pubblici condividono obiettivi di sviluppo territoriale e progettualità con un focus specifico sullo sviluppo turistico sostenibile, sulla valorizzazione integrata culturale e ambientale, partecipando anche a progetti sovraterritoriali (Bandi Regione Lombardia e Fondazione Cariplo).</p> <p>Si ritiene indispensabile valorizzare tale naturale attrattività turistica, mettendo in rete le 5 risorse territoriali con le imprese e con il programma di eventi del territorio, potenziando la promozione a livello locale e verso il bacino gravitazionale circostante. Il distretto vuole essere lo strumento per connettere le potenzialità, per coordinare e strutturare interventi congiunti.</p> <p>Il Distretto intende strutturare le seguenti condizioni: coordinamento e collaborazione che assicurino scambio di informazioni, attività promozionale, scelte condivise e partecipate; interventi basati sulla sostenibilità e sull'attrattività territoriale sia per quanto riguarda gli spazi pubblici e privati sia per quanto riguarda i servizi e gli eventi; flessibilità per adeguarsi alle esigenze del territorio in modo specifico. Si lavorerà per un Distretto: 1.Coordinato e Collaborativo 2.Sostenibile e attrattivo 3.Flessibile</p> <p>Le linee strategiche individuate volgono lo sguardo a un Distretto attivo e protagonista, che valorizzi le peculiarità locali, con la promozione della dimensione locale, enfatizzando l'attrattività territoriale, anche attraverso attività di animazione e riqualificazione degli spazi.</p> <p>Il DID Fiume Azzurro condivide con il Distretto di Abbiategrosso numerosi punti in comune, oltre che la contiguità territoriale. Per questo si è ritenuto strategico pensare a un progetto che avesse come trait d'union il partner comune tra i due distretti, ovvero Confcommercio, con l'obiettivo di rafforzare le competenze, la sostenibilità delle imprese dei due DID e la loro integrazione con il contesto turistico. Oltre alle riqualificazioni degli spazi, ai fini del miglioramento dell'attrattività turistica, i due DID hanno condiviso i seguenti interventi per preparare il tessuto commerciale a essere competitivo, a integrarsi con l'offerta turistica : 1) formazione per gli imprenditori e neo imprenditori anche nel settore del marketing e del digitale. 2)conciliazione famiglia- lavoro per le imprenditrici Sono previsti servizi alle imprese e agli utenti e gli elementi di innovatività, nel loro complesso, consistono in: utilizzo dello storytelling come attività promozionale utilizzo dei social e del web per l'informazione e la comunicazione rinnovamento della governance rinnovamento degli spazi del Distretto rinnovamento dell'immagine del Distretto realizzazione, per la prima volta, di un piano di eventi coordinato creazione, per la prima volta, di una filiera prodotti locali-ristorazione rinnovata offerta per gli utenti e i visitatori con attenzione all'integrazione attività di formazione per le imprese dedicati a settori innovativi come marketing e digitale. Il programma di intervento prevede un'azione specifica per il riutilizzo dei negozi sfitti che consiste in un sistema integrato di mappatura, dialogo con i proprietari tramite la creazione di un tavolo tecnico, integrazione dei negozi sfitti nel contesto urbano e nell'attrattività locale attraverso la realizzazione di eventi Tutte le azioni del piano di intervento (riqualificazioni, percorsi pedonali e ciclabili, eventi, connessioni) sono volte a creare una filiera per la valorizzazione del contesto e di una radure verso due delle valli prealpine, ovvero la Val Seriana e la Val Cavallina. Complessivamente il Distretto si estende su un territorio di quasi 27km2 con una popolazione totale di oltre 37 mila abitanti. Nonostante si tratti un territorio di dimensioni ridotte, sia in termini di popolazione sia in termini di superficie, l'area risulta ricca di potenziali attrattive e caratterizzata dalla presenza del fiume Serio, dalla coltivazione delle viti, soprattutto legate alla produzione del Moscato di Scanzo, e di aree protette, che formano un anello verde, in collegamento con le altre aree (in primis il Parco dei Colli di Bergamo) che insieme costituiscono il primo polmone verde a ridosso del Capoluogo.</p> <p>Dal punto di vista sociodemografico, la popolazione del Distretto in seguito alla crisi pandemica ha subito un brusco calo, che a partire dal 2020 l'ha riportata su livelli che non si vedevano dal 2012. Negli ultimi 10 anni si è inoltre registrato un calo del numero dei giovani residenti, e di quello dei giovani adulti; di converso, è salito notevolmente il numero di residenti con più di 55 anni. A livello economico complessivo, il settore del commercio è uno dei più rilevanti per il Distretto. Tutti i comuni del Distretto presentano una buona offerta sia di negozi alimentari di prossimità che di negozi non alimentari o misti. Il Distretto è ben presidiato da medie e grandi superfici di vendita, che insieme alle altre extra-Distretto hanno probabilmente contribuito, negli anni, alle difficoltà del commercio di vicinato.</p> <p>Il Distretto presenta numerose attrattive interessanti, anche se con un bacino di attrazione potenziale limitato (se si esclude il Moscato di Scanzo) al livello regionale. Il territorio, inoltre, è posto sulla direttrice Ovest-Est che unisce Bergamo a Brescia, e questo favorisce la sua promozione in occasione degli eventi del 2023, anno in cui i due capoluoghi saranno capitali italiane della Cultura. La presenza di numerose attrazioni di tipo naturalistico e culturale (ed enogastronomico) non ha ancora portato, però, allo sviluppo di un'offerta turistica paragonabile a quella delle aree vallari limitrofe al Distretto.</p> <p>In questo contesto, è importante sostenere il commercio di vicinato come uno dei fattori che contribuiscono a questa elevata qualità della vita. Andando ad agire sugli elementi che ostacolano la permanenza delle attività commerciali sul territorio, i Partner del Distretto intendono quindi portare benefici all'economia locale, sia di tipo diretto (ad esempio con il miglioramento delle infrastrutture locali, che servono sia ai commercianti che ai cittadini), sia di tipo indiretto, ossia garantendo il mantenimento di una rete commerciale sana, in grado di fornire ulteriori servizi alla comunità.</p> <p>Per farlo attiveranno due tipologie di interventi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) sostegni che si possono direttamente inserire in una delle fasi dell'attività delle imprese: ne sono esempi la formazione in merito all'uso dei social e di altri canali per facilitare l'acquisizione di nuovi clienti, oppure il miglioramento del contesto urbano e dei parcheggi per facilitare la visita alle attività commerciali. 2) interventi più generali, sulla competitività delle aziende e sulla promozione di forme e strumenti di risparmio energetico: questi
3894791	SCANZOROSCIATE	<p>Il Distretto del Commercio "Le vie del serio" è situato vicino all'area metropolitana bergamasca, nel punto di contatto di una radure verso due delle valli prealpine, ovvero la Val Seriana e la Val Cavallina. Complessivamente il Distretto si estende su un territorio di quasi 27km2 con una popolazione totale di oltre 37 mila abitanti. Nonostante si tratti un territorio di dimensioni ridotte, sia in termini di popolazione sia in termini di superficie, l'area risulta ricca di potenziali attrattive e caratterizzata dalla presenza del fiume Serio, dalla coltivazione delle viti, soprattutto legate alla produzione del Moscato di Scanzo, e di aree protette, che formano un anello verde, in collegamento con le altre aree (in primis il Parco dei Colli di Bergamo) che insieme costituiscono il primo polmone verde a ridosso del Capoluogo.</p> <p>Dal punto di vista sociodemografico, la popolazione del Distretto in seguito alla crisi pandemica ha subito un brusco calo, che a partire dal 2020 l'ha riportata su livelli che non si vedevano dal 2012. Negli ultimi 10 anni si è inoltre registrato un calo del numero dei giovani residenti, e di quello dei giovani adulti; di converso, è salito notevolmente il numero di residenti con più di 55 anni. A livello economico complessivo, il settore del commercio è uno dei più rilevanti per il Distretto. Tutti i comuni del Distretto presentano una buona offerta sia di negozi alimentari di prossimità che di negozi non alimentari o misti. Il Distretto è ben presidiato da medie e grandi superfici di vendita, che insieme alle altre extra-Distretto hanno probabilmente contribuito, negli anni, alle difficoltà del commercio di vicinato.</p> <p>Il Distretto presenta numerose attrattive interessanti, anche se con un bacino di attrazione potenziale limitato (se si esclude il Moscato di Scanzo) al livello regionale. Il territorio, inoltre, è posto sulla direttrice Ovest-Est che unisce Bergamo a Brescia, e questo favorisce la sua promozione in occasione degli eventi del 2023, anno in cui i due capoluoghi saranno capitali italiane della Cultura. La presenza di numerose attrazioni di tipo naturalistico e culturale (ed enogastronomico) non ha ancora portato, però, allo sviluppo di un'offerta turistica paragonabile a quella delle aree vallari limitrofe al Distretto.</p> <p>In questo contesto, è importante sostenere il commercio di vicinato come uno dei fattori che contribuiscono a questa elevata qualità della vita. Andando ad agire sugli elementi che ostacolano la permanenza delle attività commerciali sul territorio, i Partner del Distretto intendono quindi portare benefici all'economia locale, sia di tipo diretto (ad esempio con il miglioramento delle infrastrutture locali, che servono sia ai commercianti che ai cittadini), sia di tipo indiretto, ossia garantendo il mantenimento di una rete commerciale sana, in grado di fornire ulteriori servizi alla comunità.</p> <p>Per farlo attiveranno due tipologie di interventi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) sostegni che si possono direttamente inserire in una delle fasi dell'attività delle imprese: ne sono esempi la formazione in merito all'uso dei social e di altri canali per facilitare l'acquisizione di nuovi clienti, oppure il miglioramento del contesto urbano e dei parcheggi per facilitare la visita alle attività commerciali. 2) interventi più generali, sulla competitività delle aziende e sulla promozione di forme e strumenti di risparmio energetico: questi

3892121	VILLASANTA	<p>CORONA DEL PARCO è nato nel 2010 con il III Bando Distretti del Commercio e la sua è una storia lunga e coronata di successi a cui tuttavia continua a mancare un riconoscimento diffuso, da parte degli Enti e delle Imprese, che si traduce in una certa discontinuità operativa quando non stimolata dalla Regione o sostenuta da risorse esterne come gli oneri della grande distribuzione.</p> <p>Anche il pubblico fatica ancora a percepire la personalità del territorio e la sua capacità di offrire esperienze uniche – specie in termini di attrattività green e accessibilità - rispetto al Capoluogo e agli altri centri vicini come Milano ma anche Lecco e Como. Dopo 12 anni, queste non appaiono più delle debolezze ma costituiscono vere e proprie criticità a cui la Proposta progettuale intende reagire avviando lo sviluppo di un nuovo modello di DID marketing oriented in grado favorire un crescente livello di condivisione e di governance per quello che mira a diventare il Centro commerciale naturale che (quasi) racchiude uno dei maggiori parchi storici europei.</p> <p>È in questa direzione che si intende tornare a imporre con forza l'immagine del Distretto - leggasi avviare una vera e propria azione di branding - rivolta in egual misura agli operatori e ai consumatori per arrivare fino alle Istituzioni.</p> <p>I primi dovranno essere accompagnati a comprendere e apprezzare le opportunità date dalla presenza del DID: l'accesso a strumenti promozionali di largo respiro, un calendario degli eventi più articolato e senza sovrapposizioni, la disponibilità di servizi comuni come corsi di formazione o attività di consulenza regolate da economie di scala.</p> <p>Il pubblico, a sua volta, potrà essere segmentato tra residenti (numerosi e con una ricchezza superiore alla media) e gitanti con particolare attenzione per i cicloturisti rispetto ai quali risulterà strategico valorizzare l'asset costituito dalla fitta rete di ciclopeditoni che mette in collegamento il Parco con la Brianza a nord passando proprio per i Comuni partner.</p> <p>In questo scenario, avviare un'operazione di branding prende prima di tutto il significato di rilanciare la visibilità del Distretto rinnovandola, in maniera radicale, attraverso azioni comuni a tutto il territorio a partire da un nuovo arredo urbano ispirato al logo CORONA DEL PARCO fortemente visibile e pensato per comunicare fattivamente l'accoglienza e la valida esperienza di acquisto. Lo sviluppo di un modello di governance più maturo, che le Amministrazioni si sono già impegnate a discutere al termine del periodo estivo, diventerà a questo punto una necessità per dare effettiva continuità all'azione del DID dotandolo di personale dedicato oltre che di capacità di spesa propria.</p>
3882906	PROVAGLIO D'ISEO	<p>Dall'analisi dell'evoluzione della rete commerciale, del quadro economico, del dato demografico e del contesto territoriale dei comuni che compongono il distretto emerge la fisionomia di un'area di rilevante interesse ambientale ma che, nello stesso tempo, è riuscita a sviluppare una forte caratterizzazione produttiva, favorita dalla importante infrastruttura della SP 510 che collega in pochi minuti di tragitto veicolare tutti i centri dell'area con i sistemi di viabilità di scala regionale e con le aree industriali e logistiche della città e dell'hinterland.</p> <p>La Franciacorta è anche un'area di indubbio interesse turistico e nei comuni del Distretto vi sono inoltre importanti giacimenti storici, culturali e ambientali che svolgono una funzione di validi attrattori su scala nazionale ed internazionale.</p> <p>Le imprese del commercio costituiscono il 26,4% del totale delle aziende e sono caratterizzate da una ridotta dimensione aziendale, ma rappresentano un livello di presidio territoriale importante.</p> <p>Le esigenze emergenti per questo settore sono dunque due: la prima consolidare ed accrescere la qualità della rete alimentare, come fattore primario di servizio ai residenti e come vetrina per la proposta di prodotti tipici locali, in particolare enologici.</p> <p>La seconda è l'espansione delle attività non alimentari anche e soprattutto dal punto di vista quantitativo, al fine di completare il servizio di prossimità per i residenti ed offrire opportunità di acquisto ai flussi turistici che interessano l'area.</p> <p>Tali obiettivi sono coerenti con la strategia di sviluppo dei territori che intende:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Assumere la qualità dell'abitare come elemento caratterizzante dello sviluppo demografico e residenziale. Qualità dell'abitare significa anche dotazione di servizi, vicini ed integrati alla residenza, tra i quali in primo luogo il commercio; 2) Sviluppare la prospettiva turistica secondo l'ottica del turismo lento. Sotto questo profilo i punti vendita del dettaglio attraverso le loro vetrine e la presenza di personale, costituiscono un plus di valore assoluto per il territorio, una rete diffusa di piccoli info-point a costo zero, all'interno della quale si riscontrano i valori essenziali dell'accoglienza e dell'ospitalità. <p>Una strategia con questa connotazione richiede una capacità di progressiva trasformazione della rete commerciale in essere, condizione essenziale per il recupero di quote di mercato tra i residenti, quote che oggi sono orientate in acquisti in altri comuni ed in altre strutture ed approcciare al mercato del turismo lento attrezzandosi ad un'offerta commerciale strettamente integrata con le produzioni, non solo della filiera alimentare, tipiche e locali.</p> <p>Ciò significa investimenti per la rete commerciale in:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Innovazione gestionale e di prodotto; 2) Sistemi di vendita, digitalizzazione e marketing; 3) Formazione professionale e tutoraggio; 4) Comunicazione integrata con gli altri attrattori presenti nel territorio; <p>5) Crescita anche quantitativa del commercio attraverso il recupero degli spazi non utilizzati ed il sostegno alle start up in un Distretto per la sostenibilità ambientale, economica e sociale.</p>
3892912	MILANO	<p>Il Distretto Urbano del Commercio di Milano è costituito da nove polarità distrettuali: Brera, Buenos Aires, Galleria, Giambellino, Isola, Navigli, Sarpi, Ticinese, XXV Aprile, istituite a partire dal 2009 e progressivamente riconosciute da Regione Lombardia.</p> <p>La peculiarità del DUC Milano risiede proprio nella multipolarità distrettuale, che rende il DUC ricco e variegato nelle sue espressioni territoriali, sociali ed economiche, ma richiede anche uno sforzo specifico per la gestione complessiva e l'adozione di scelte condivise.</p> <p>Il principale punto di forza dell'intero DUC Milano consiste nella ricchezza della sua offerta commerciale, offerta ricca e diversificata per tutte le esigenze di consumatori e turisti. Il tessuto commerciale presente nelle nove polarità si dimostra dinamico e resiliente, nonostante le difficoltà contingenti. I grandi marchi internazionali vedono ancora nella città di Milano un mercato fiorente su cui investire, con significative potenzialità per il futuro.</p> <p>I principali punti di debolezza che invece riguardano il distretto del Commercio di Milano sono innanzitutto quelli causati dall'attuale fase storico-economica: alto tasso di inflazione, caro energia, incertezza legata alla guerra e alla difficile ripresa post Covid19 e alcuni aspetti specifici che caratterizzano il terziario di mercato come il sempre maggior successo delle vendite online, che dal 2020 in avanti hanno avuto una crescita esponenziale. Un'opportunità trasversale per tutte le imprese del terziario di mercato è offerta dalla digitalizzazione; sviluppare il proprio business sui canali online è un fattore ormai essenziale, di cui difficilmente si può fare a meno, per stare sul mercato a livello competitivo.</p> <p>La strategia di sviluppo su cui il progetto vuole focalizzarsi mette al centro il tema della sostenibilità ambientale e della transizione ecologica legate al mondo del commercio e del terziario di mercato. Il filo che legherà gli investimenti pubblici previsti e gli aiuti economici concessi alle imprese sarà un'attenzione particolare alla salvaguardia dell'ambiente, al risparmio energetico e alla mobilità sostenibile. Investire per migliorare i locali rendendoli più sostenibili è indirettamente anche un beneficio alla bellezza e alla valorizzazione delle vie, dei quartieri, della città. La scelta di puntare sul tema della sostenibilità è inoltre coerente con le linee di sviluppo strategiche che l'Amministrazione Comunale si è prefissata in questo mandato.</p> <p>Le attività di progetto previste saranno:</p> <p>Intervento 1- Avviso pubblico per concessione di contributi a fondo perduto alle micro, piccole e medie imprese operanti nelle nove polarità distrettuali del DUC Milano</p> <p>Intervento 2 - Miglioramento ambiente urbano e mobilità nel DUC Buenos Aires</p> <p>Intervento 3 - Miglioramento ambientale e sociale del Duc Navigli</p> <p>Intervento 4 - Valorizzazione delle Botteghe Storiche nei Distretti</p> <p>Intervento 5 - Servizi comuni di vigilanza sussidiaria e/o di pulizia addizionale</p>

3889776	VIGEVANO	<p>Il DUC La dimora storzesca candida un progetto di eccellenza, in linea con l'impegno costante che è stato dedicato dal 2010 ad oggi al sistema economico vigevanese, nelle sue specifiche di commercio, turismo servizi e artigianato. Il DUC è uno strumento concreto di gestione incardinato sulla Cabina di Regia, regolarmente riunitasi per operare, grazie all'impegno finanziario del Comune ed alla collaborazione con Confcommercio Pavia e ConfArtigianato Lomellina. Il programma di lavoro è incardinato su alcuni fattori chiave. Prima di tutto la necessità di consolidare la tenuta del sistema economico, presidiando in modo strettissimo la situazione degli esercizi che aprono le loro vetrine soprattutto nella zona centrale. Il centro di Vigevano è un tutt'uno con la sua proposta di attrattiva culturale, sono facce di una medesima medaglia, complementari e con reciproci vantaggi. Ma la desertificazione commerciale, anche nelle strade del centro, è sempre un pericolo presente e incombente, soprattutto ora alla luce di un aumento dei costi, che potrebbe incidere in modo definito sui bilanci delle imprese. Il DUC, fin dall'uscita del bando regionale, ha potuto contare sull'impegno dell'amministrazione comunale il sindaco in persona ha immediatamente dichiarato la volontà di creare un pacchetto di azioni finalizzate, tra cui, del tutto nuova, la creazione di un fondo con risorse comunali, a supporto della questione affitti. La collaborazione con FIMAA, settore di ConfCommercio che rappresenta le agenzie immobiliari, porta una nuova risorsa al tavolo di lavoro che studierà diverse soluzioni, sempre in confronto con altre realtà urbane, italiane e straniere, poiché il problema ha ormai una rilevanza europea. Una delle strade più a rischio è corso delle Repubblica: il programma del DUC, inserito in una programmazione d'area più ampia e pluriennale, interviene sul quartiere del parco Parri, Piazza Calzolari d'Italia, Palazzo delle Esposizioni e area mercatale. E' un'area che ha subito pesantemente la chiusura del Tribunale: ora viene data nuova dignità e attrattività con la riqualificazione sterna dello storico Palazzo delle esposizioni esempio di architettura dei primi novecento e sede dei servizi al cittadino; l'area limitrofa che ospita il mercato settimanale di alcune importanti fiere vede l'avvio di un programma complesso di risistemazione che restituirà alle imprese ed alla cittadinanza un'area attrezzata, dove si potranno organizzare anche eventi che per le norme di tutela non possono trovare spazio in Piazza Ducale. In tal modo anche l'asse viario Corso della Repubblica riprende il suo ruolo di collegamento e passeggio e potranno riaprire i numerosi negozi ora chiusi. Tutto il quartiere del Parco Parri aumenta di valore con conseguenze anche sul mercato immobiliare. Per conferire visibilità alla città, renderla gradevole per i suoi cittadini e interessante come meta turistica, il DUC definisce dal 2022, un programma di attrattività incardinate sempre sul tema culturale e crea così, ogni anno, un vettore fondamentale di arrivo di turisti, un turismo di qualità, sensibile che vada oltre visite giornaliere su percorsi preordinati. La creazione di un Comitato nazionale curata dal sindaco Ceffa per il Compleanno del Duca Ludovico il Moro ha posto Vigevano al centro di una rete ampia di relazioni e visibilità, aiutandola ad uscire da una certa marginalizzazione geografica. Le indagini svolte presso le imprese cittadine hanno evidenziato l'interesse verso il Distretto e il programma di eventi, la disponibilità a collaborare, riprendendo il filo interrotto dal Covid, dall'istituzione di iniziative organizzate dal DUC e partecipazione attiva e creativa delle imprese. La proposizione ad</p>
3888085	ABBIATEGRASSO	<p>COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO - 3 partner obbligatori: Comune di Abbiategrasso (capofila), Comune di Robecco sul Naviglio e Confcommercio Milano</p> <p>ANALISI DI CONTESTO E ANALISI SWOT Principali punti di debolezza a) il depauperamento della rete di vicinato, in particolare di Abbiategrasso, ridottasi del 20% in 7 anni, con il rischio elevatissimo e concreto che prosegua il processo di desertificazione commerciale; b) un numero di locali commerciali sfitti molto elevato. Principali punti di forza a) bacino di domanda interessante (quasi 40.000 residenti); b) buon livello attrattività strutturale del centro storico di Abbiategrasso; c) importanti asset naturalistici e culturali e vicinanza alla città di Milano; d) mercati ambulanti a Abbiategrasso e Robecco, entrambi mercati storici.</p> <p>STRATEGIA DI SVILUPPO DI LUNGO PERIODO La strategia di sviluppo di lungo periodo, già inaugurata nel 2019 e che è alla base del Progetto 2022-2024, ha come obiettivo quello di fermare definitivamente il processo di desertificazione commerciale e avviare una nuova fase di sviluppo del Distretto attraverso una serie di iniziative e progetti, anche innovativi, che da un lato facciano leva sulla vocazione territoriale naturalistica e storico-culturale del Distretto e dall'altro facciano leva sulla cultura e su un nuovo "Patto sociale" tra cittadini e imprenditori.</p> <p>LE DIRETTRICI DI INTERVENTO DEL PROGETTO a) il proseguimento dei processi di riqualificazione urbana (interventi 1-6); b) mettere al centro del processo di rigenerazione sociale del Distretto, e in particolare del centro storico di Abbiategrasso la Cultura; c) approccio radicale e strutturato al tema dei locali sfitti (intervento n. 7); d) la valorizzazione delle vocazione Green del territorio (intervento n. 10); e) lo sviluppo di un nuovo rapporto e "Patto sociale" tra cittadini e imprenditori del commercio con gli interventi n. 7, 8, 9 e 10 e il progetto di alternanza scuola-lavoro già realizzato nel 2019-2020 e su cui si lavora per il 2022-2024.</p> <p>SERVIZI COMUNI, INNOVATIVITÀ E RIUSO SPAZI SFITTI SERVIZI COMUNI. 8 interventi su 12 costituiscono servizi comuni; si tratta di: - l'intervento 1. di pedonalizzazione del centro storico di Abbiategrasso; - l'intervento 2. di sistemazione dell'area mercatale di Abbiategrasso;</p>
3896247	CESANO MADERNO	<p>Il Distretto del Commercio delle Groane e del fiume Seveso coinvolge i territori comunali di Cesano Maderno, Seveso e Barlassina, e, assieme all'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza, ha l'obiettivo di attivare e definire le politiche per la valorizzazione e il sostegno delle attività commerciali locali e il rafforzamento dell'identità dei luoghi, attraverso una modalità di intervento integrata, condivisa e concertata tra le parti economiche, politiche e sociali.</p> <p>Il progetto RI-ACQUISTIAMO NEI NOSTRI NEGOZI sarà l'avvio della rivitalizzazione del sistema del commercio di vicinato e di valorizzazione della qualità degli spazi aperti urbani, partendo per il triennio 2022-2024 dai nuclei centrali di antica formazione dei Comuni: un progetto "pilota" che verrà successivamente esteso ai sistemi commerciali dei quartieri e delle frazioni.</p> <p>Gli interventi saranno incentrati principalmente sulla realizzazione di azioni mirate al miglioramento dell'attrattività commerciale dei centri storici, andando a intervenire sull'immagine del contesto mediante operazioni di perfezionamento del design urbano dell'area di intervento (inserimento di nuovi arredi urbani, illuminazione di piazze per incentivare la vitalità, implementazione di parcheggi nei pressi delle zone commerciali), accompagnate da iniziative di comunicazione multicanale e da programmi di eventi e manifestazioni di richiamo, volte al rafforzamento del senso di identità del territorio. Le aree di intervento individuate dal progetto verranno così maggiormente percepite dalle comunità locali come luoghi di ritrovo in cui vivere la propria città, con conseguenti effetti positivi sulle attività dei commercianti presenti, che non saranno considerati solo dei soggetti passivi degli interventi, ma bensì degli attori innovatori a cui verranno forniti strumenti e conoscenze che diano loro le opportunità di partecipare attivamente alla costruzione di un progetto condiviso di rivitalizzazione degli spazi centrali.</p> <p>Il Distretto individuerà, inoltre, un Manager del Distretto dal profilo altamente qualificato, che accrescerà la collaborazione tra gli enti pubblici, gli enti di rappresentanza delle imprese e gli attori commerciali e culturali presenti sul territorio, facendo da filo conduttore nei rapporti tra i vari soggetti.</p> <p>Il progetto fa, dunque, leva sulle potenzialità offerte dal territorio, sia dal punto di vista culturale e ambientale, con la presenza di importanti edifici storici e aree verdi di rilevante interesse che fungono da elementi di attrazione di nuovi visitatori sul territorio, sia dal punto di vista delle infrastrutture, con piste ciclabili e collegamenti ferroviari alle principali linee di Milano, Como e Seregno. Si cercherà soprattutto di andare a risolvere gli aspetti di criticità presenti nei centri storici dei Comuni del Distretto, primo fra tutti la presenza consistente di locali sfitti o inutilizzati, che danno un'immagine di degrado dell'area, con ripercussioni negative anche per l'attrattività degli spazi commerciali ancora in attività. In tal caso verranno proposte soluzioni innovative per l'utilizzo dei locali sfitti, con temporary shop, aiuti per gli interventi di riqualificazione dei locali e degli spazi pubblici antistanti e agevolazioni per l'apertura di nuovi esercizi commerciali, andando soprattutto ad incentivare l'imprenditoria femminile e giovanile.</p>

3896608	LAVENA PONTE TRESA	<p>Il DID del Ceresio Siresa, costituito dai Comuni di: Lavena Ponte Tresa (Capotina), Brusimprano, Cadegliano viconago, Cremonaga, Cuasso al Monte e Marzio, si estende nell'area nord orientale della provincia di Varese, al confine con la Svizzera, in un contesto paesaggistico di pregio. Il DID affaccia, infatti, sul lago Ceresio ed è circondato dalle alture del Piambello, zona ricca di storia e dal patrimonio naturalistico di grande attrattività: queste caratteristiche hanno fatto sì che qui si sviluppasse una naturale vocazione turistica di tipo leisure legata soprattutto ai temi 'natura, green e turismo attivo'. Ancora oggi il settore turistico è di notevole rilevanza per l'economia del territorio. I dati più recenti, infatti, denotano una certa stabilità del settore soprattutto in relazione alle strutture ricettive tradizionali, mentre sono in forte crescita le offerte alternative quali gli AirB&B. L'area è inoltre interessata da forme di turismo 'dello shopping' generate dai flussi provenienti dalla vicina Svizzera a cui si deve anche il massiccio fenomeno di frontalierato che investe l'area creato dall'attrattività del mercato del lavoro elvetico. A quest'ultimo è in gran parte dovuta la crescita della popolazione residente registrata negli ultimi dieci anni ed il suo assetto demografico: sebbene si registri, infatti, un certo grado di invecchiamento della popolazione locale, l'indice di vecchiaia si mantiene significativamente inferiore rispetto al dato provinciale. L'incremento della popolazione riguarda in particolare il comune di Lavena Ponte Tresa, polo attrattore principale dell'area dove si concentrano la maggior parte delle attività produttive, commerciali e di servizio a favore dei residenti, dei turisti e dei flussi provenienti dal Canton Ticino, nonché punto nevralgico di transito di particolare importanza per gli spostamenti italo-svizzeri data la presenza del valico e della dogana, e nel confinante comune di Cadegliano. I piccoli comuni partner del DID, invece, sono caratterizzati da un progressivo spopolamento e dalla contrazione del tessuto commerciale e di servizio sempre più legato ai bisogni di sussistenza espressi dalla popolazione residente e dalle presenze turistiche. In sintesi, quindi, l'economia locale è fortemente dipendente dal frontalierato sia per quanto riguarda il reddito, sia per lo sviluppo delle attività imprenditoriali troppo soggette all'andamento dei flussi provenienti dal Canton Ticino. Al contempo permane una vocazione turistica che potrebbe incontrare l'emergente richiesta di turismo slow, green ed sportivo, soprattutto cicloturistico ed escursionistico. La STRATEGIA elaborata, quindi, pone come centrale il rapporto tra il settore commerciale e dei servizi e lo sviluppo turistico di tipo leisure che possa incentivare un mercato alternativo a quello generato dalla domanda proveniente da oltre confine. A tal fine, il presente progetto prevede le seguenti azioni: realizzazione di opere di riqualificazione urbana che rendano il contesto sempre più sicuro, accessibile ed accogliente per la clientela residente e turistica; implementazione di strumenti di analisi che consentano di conoscere le dinamiche dei flussi di persone e dei loro comportamenti sul territorio al fine di orientare le scelte strategiche della governance di distretto; creazione di sinergie con altre progettualità volte alla valorizzazione turistica di medio ampio raggio; azioni di assistenza agli imprenditori affinché possano acquisire nuove competenze finalizzate allo sviluppo di un'offerta riconoscibile e di un servizio qualificato; azioni di sostegno diretto alle imprese, nuove ed esistenti, interessate ad investire nella riqualificazione del proprio spazio; sviluppo dell'attrattività territoriale con l'organizzazione di eventi capaci di incentivare la</p>
3871985	TRAVAGLIATO	<p>Il DID di Travagliato rientra in un'area di primo e secondo hinterland su-ovest cittadino. Si tratta di una parte del territorio provinciale che ha avuto una forte espansione demografica fino all'inizio degli anni 2000 al quale si è poi accompagnato un altrettanto significativo decentramento economico. Le attività del commercio sono state coinvolte in modo diversificato in questa crescita esponenziale: da un lato dagli anni '80 in poi si è assistito alla creazione di una vera e propria area strategica della distribuzione provinciale all'interno del territorio del Comune di Roncadelle; dall'altra le tipologie residenziali privilegiate (case mono o bifamigliari) non hanno determinato la possibilità di realizzazione di aggregazioni commerciali sui singoli territori in grado di accompagnare con adeguate dotazioni di servizio prossimità/vicinato l'espansione urbana che si è realizzata. Gli addensamenti commerciali sono dunque rimasti quelli tradizionali, nei centri storici e nelle zone urbane dei Comuni, raccolti attorno alle funzioni primarie della comunità. Dall'analisi svolta, contenuta nella relazione generale qui allegata e nei paragrafi del progetto "analisi di contesto", "strategia di sviluppo" si evince che lo scenario odierno del territorio distrettuale ha raggiunto un suo grado di stabilità: la crescita demografica è esaurita e le attività economiche sono in leggero regresso. Il futuro del settore commerciale manifesta comunque una duplice esigenza: -agire sugli habitat insediativi, migliorandoli e qualificandoli, accrescendo la loro dotazione in termini di accessibilità e di standard di servizio. E' un'azione indispensabile, quanto meno per mantenere i percorsi commerciali che ci sono e che hanno dimostrato di saper sopravvivere nel tempo -ammodernare e riqualificare le imprese oggi esistenti, sia nei fattori strutturali che in quelli gestionali. La complessità del territorio del Distretto vede realtà diverse tra di loro: il commercio può costituire per questa area il denominatore comune di un progetto identitario volto a rimarcare i connotati di una identità sociale che trova i suoi punti di riferimento nel territorio in cui la popolazione vive e nella sua storia, nelle sue tradizioni. La strategia di sviluppo deve far leva su alcuni fattori caratteristici: -il dato demografico infatti garantisce un quadro prospettico di ragionevole certezza in quanto è stabile; -la buona rete di viabilità agevola la mobilità territoriale con brevi tragitti; -la presenza di aggregazioni commerciali nei centri storici dei diversi comuni offre una base standard di servizio di tipo primario; -la propensione agli investimenti che è abbastanza elevata; Il tematismo della strategia di sviluppo è dunque quello dell'investire perché questa presenza del commercio di vicinato e di relazione non solo permanga (cosa per la quale sussistono le condizioni generali di mercato) ma si accresca e accentui la propria storica funzione. In tal ottica è necessario agire:</p>
3893162	SANTA CRISTINA E BISSONE	<p>Il partenariato del Distretto, riconosciuto nel 2022 da Regione Lombardia, è formato dai Capotina, Comune di Santa Cristina e Bissone, e da 6 comuni partner: Badia Pavese, Chignolo Po, Inverno e Monteleone, Miradolo Terme, Monticelli Pavese e Villanterio; Ascom, rappresentante delle imprese del settore commerciale; Federconsumatori Pavia che ha collaborato con il Distretto fin dalla sua costituzione; Confartigianato Pavia; la Provincia di Pavia. Il partenariato è composto da 8 partner pubblici e 3 privati. Rivitalizzazione e rinnovamento degli spazi e dei servizi, rispetto dell'identità, fruibilità del territorio in modo slow, progettualità di ampio respiro e sovraterritorialità sono i punti alla base della strategia di sviluppo del Distretto. Il distretto è uno degli strumenti indispensabili per pianificare, concertare e realizzare uno sviluppo locale sostenibile basato sulle vocazioni territoriali: Sviluppo locale sostenibile vuol dire: 1. "su misura" del territorio in quanto l'opportunità di crescita deve essere perseguita sulla base delle vocazioni e delle potenzialità locali 2. capacità di rispondere alle esigenze attuali e anche a quelle future di cittadini, imprese e in generale del tessuto socio economico, rivitalizzando i piccoli centri, anche attraverso un processo di digitalizzazione. 3. graduale in quanto deve avere l'opportunità di radicarsi per essere duratura nel tempo. La strategia sarà declinata in azioni concrete finalizzate a a) rivitalizzare il tessuto socio economico dei piccoli centri anche grazie a servizi comuni e opportunità di differenziazione e di crescita, con attenzione all'innovazione. 3 interventi specifici: Sostenibilità per le imprese per far crescere competenze e per rendere competitive anche le piccole realtà imprenditoriali ma anche per consentire l'incontro tra domanda e offerta grazie al coinvolgimento di soggetti con competenze specifiche (intervento 4) Digitalizzazione e innovazione per guidare le imprese verso l'uso di nuove tecnologie e creare nuovi servizi per l'utenza (intervento 5) Partecipazione della comunità al rinnovamento anche per la rivitalizzazione dei negozi sfitti creando un'opportunità di crescita sociale sia economica (intervento 6) nel bando imprese, verrà inserito un punteggio premiale per le nuove imprese che si insediano presso i negozi sfitti b) accompagnare il processo di rivitalizzazione del tessuto socio economico con interventi volti al rinnovamento degli spazi fisici e virtuali. 3 interventi specifici: Accessibilità e spazi su misura per garantire qualità e una fruibilità da parte di tutti: si creano le condizioni per migliorare e abbellire (intervento 1) Tra identità e attrattività per valorizzare i luoghi in cui sono presenti beni culturali, aree verdi, aree di potenzialità turistica: si creano le condizioni per essere sempre più attrattivi e accoglienti sulla base delle caratteristiche locali, delle vocazioni storiche e territoriali delle terre di fiumi e di tradizione (intervento 2) Innovazione negli spazi urbani per ammodernare e rispondere alle esigenze attuali di chi vive nel Distretto ma anche di chi arriva da fuori (intervento 3) c) convogliare nuove energie e incentivare nuovi investimenti attraverso una governance che valorizzi le sinergie territoriali, la coesione, il coordinamento territoriale e la partnership pubblico-privato. 2 interventi previsti: Gli eventi dell'identità e del</p>

3879994	CASEI GEROLA	<p>Il progetto "Sulla strada dei green: commercio, ambiente e storia sul Po" si collega direttamente al recente riconoscimento del DID e, alla luce delle caratteristiche del contesto, è impegnato soprattutto nel contrasto alla desertificazione commerciale che caratterizza alcune aree e nello sviluppo dell'attrattività territoriale. Rispetto alle peculiarità del territorio, il Distretto ha riconosciuto una vocazione territoriale fortemente consolidata — quella alla mobilità, al transito, del servizio al "viaggiatore" — che almeno dal Medioevo è il vero tratto distintivo di tutta l'area del DID grazie alla concentrazione di vie di comunicazioni di grande portata, che oggi può e deve tradursi nel contesto della transizione energetica in una nuova centralità lungo le vie di comunicazione green e sostenibili, delle quali, ancora una volta, è al centro. Gli investimenti già realizzati e in corso di realizzazione sulle infrastrutture ciclabili, la centralità del progetto VenTo nel territorio, la possibilità di fare da trait d'union con ulteriori importanti direttrici regionali (Francigena, Voghera-Varzi) ed extra-regionali (prossimità con la rete ciclabile tortonese) sono la principale direttrice di sviluppo che il DID intende assumere. Sulla scorta di tale vocazione, sono state identificate le linee di sviluppo strategiche: 1) la definizione di una narrativa territoriale unica e condivisa (storytelling), che a partire dal racconto di un territorio dinamico e green, accogliente per chi si muove a piedi e in bicicletta, unisce la narrazione delle attrattive ambientali e culturali che sa offrire; 2) la valorizzazione della qualità del paesaggio urbano e rurale — intesa come la cura di accessibilità, viabilità, servizi, arredi urbani, con un occhio di riguardo per mobilità dolce; 3) la valorizzazione della coesione distrettuale e la relativa creazione/implementazione/ampliamento dei servizi condivisi alla luce della vocazione identificata (mobilità green e shopping su misura); 4) la connessione sempre più forte tra pubblico e privato per la promozione e gestione del territorio; 5) l'attenzione alle opportunità turistiche che si aggiungono a quelle puramente commerciali, nel segno dell'esperienzialità e dell'unicità; 6) l'affermazione di una più intensa coesione sociale e di una maggiore qualità della vita per i cittadini. La strategia di incarna nei seguenti progetti: 1) Creazione/riqualificazione di collegamenti ciclopedonali e interventi di valorizzazione riconducibili alla tematica della mobilità lenta; 2) Altri interventi di riqualificazione sul territorio; 3) Creazione di polo commerciale di vicinato; 4) Creazione della cabina di regia; 5) Nuovo sistema di mappatura e gestione dei locali sfitti e delle necessità territoriali; 6) Servizi condivisi per le imprese: web, comunicazione, eventi; 7) Servizi condivisi per le imprese: sostegno all'imprenditorialità. In particolare, si attivano nuovi servizi comuni: rete per la mappatura e gestione dei negozi sfitti; sito web del DID; attività di comunicazione coordinate e integrate; eventi; consulenza imprenditoriale sui diversi aspetti gestionali, di sviluppo e ammodernamento dell'impresa commerciale, di somministrazione o dei servizi. Tutti presentano carattere di innovazione - in particolare i servizi di consulenza implementati per la prima volta sul territorio da Confcommercio Pavia - in quanto soluzioni prima non presenti sul territorio interessato (fatta la sola eccezione degli eventi), che prevedono l'utilizzo diffuso del digitale per vitalizzare il commercio di vicinato. Rilevante anche l'approccio condiviso e diffuso per valorizzare i negozi sfitti, che integra l'offerta dello</p>
3878200	CANTU'	<p>ESIGENZE DI SVILUPPO E RIQUALIFICAZIONE. I due anni di pandemia hanno profondamente segnato e modificato le abitudini dei cittadini e nel periodo post pandemico è emerso nella popolazione un forte desiderio di tornare a socializzare e di uscire. In questo nuovo contesto, con il lavoro a distanza che ha ridato ai luoghi di residenza un ruolo centrale nella vita dei cittadini e un aumento della domanda di prossimità dell'offerta di servizi (in particolare di servizi commerciali), si è registrata anche la ricerca di socialità in spazi aperti e in centri urbani di qualità, più vivibili, più attrattivi e con una attenzione particolare ai temi della mobilità dolce e della sostenibilità ambientale. È da queste nuove esigenze che l'Amministrazione di Cantù ha deciso di partire per orientare la propria progettualità. DIRETTRICI DI SVILUPPO Gli interventi che l'Amministrazione ha deciso di realizzare nel corso del triennio 2022-2024, in continuità con le azioni intraprese nel corso degli ultimi anni, andando a consolidare ed ampliare il lavoro svolto nell'ambito dell'area distrettuale con interventi mirati, finalizzati a raggiungere i seguenti obiettivi: riqualificazione delle aree urbane; risoluzione di alcune problematiche di viabilità e attraversamento, con attenzione ai temi della sostenibilità, della mobilità dolce, della mobilità elettrica; aumento dell'attrattività dell'area e rafforzamento della sua immagine; valorizzazione e promozione dell'offerta di commercio e di servizi; maggior fruibilità delle attività commerciali. STRATEGIA E VOCAZIONI DA VALORIZZARE Al fine di raggiungere gli obiettivi sopra citati il Distretto ha deciso di: riqualificare il patrimonio architettonico esistente e alcune aree verdi situate in posizione strategica, per valorizzare alcuni spazi storici della città, offrendo a residenti e frequentatori la possibilità di utilizzare spazi più belli e accessibili, dove tradizione e innovazione si uniscono per integrare il patrimonio artistico e turistico-commerciale del territorio e valorizzare le sue eccellenze. Offrire servizi per migliorare l'accessibilità del Distretto, per incentivare nei suoi frequentatori il ricorso alla mobilità ciclistica ed elettrica. Sviluppare progetti di marketing territoriale finalizzati a migliorare la competitività del sistema canturino. Offrire servizi Comuni finalizzati a modificare il sistema di gestione dei parcheggi in città. LINEE DI AZIONE per raggiungere gli obiettivi: Riqualificare gli spazi del centro storico, che si presenta come un centro commerciale naturale, per creare luoghi atti ad incentivare la socialità, ad ospitare eventi e l'esposizione dell'offerta commerciale. Riqualificare l'area mercatale in modo coerente con gli standard qualitativi del territorio e dell'offerta commerciale. Incentivare la mobilità elettrica e dolce. Migliorare l'accessibilità al Distretto (smart parking) e ridurre l'emissione di CO2. Promuovere e sostenere la competitività del sistema canturino e della sua economia. Organizzare eventi di forte richiamo anche per un ampio bacino di domanda. Sostenere le attività esistenti e incentivare lo sviluppo di nuova imprenditorialità e di ricambio generazionale così da ridurre i rischi di desertificazione commerciale.</p> <p>ATTIVITÀ DI PROGETTO</p> <p>Intervento 1-Riqualificazione aree urbane, patrimonio architettonico e aree Verdi: Largo Adua, Parco di Villa Argenti, Villa Calvi, Piazza Marconi e Salone dei Convegnai XXV aprile.</p>
3892159	GANDINO	<p>Intervento 2-Mobilità dolce e mobilità elettrica: installazione colonnine a pedana per la ricarica di mezzi elettrici. Realizzazione di</p> <p>Intervento 3-Le Cinque terre della Val Gandino è formato da 5 comuni a media montagna, tutti industriali. Comunità montana della Val Seriana e ubicati in una sua valle laterale: questo contesto di coordinamento sovralocale da sempre agevola la collaborazione e lo sviluppo di progetti tra i Comuni, tanto che il Distretto del Commercio è stato uno tra i primi Distretti di tutta la Regione, e il primo diffuso della provincia di Bergamo, essendo stato costituito già in occasione del I Bando Distretti.</p> <p>Dal punto di vista sociodemografico, il territorio della Val Gandino vive un periodo di spopolamento continuo, esacerbato dallo scoppio della pandemia da Covid-19, che, come è noto, ha colpito in modo durissimo la Val Seriana e i territori limitrofi. In generale, tutti i comuni hanno registrato un calo della popolazione, con la sola eccezione di Cazzano S. Andrea, che ha registrato un piccolo incremento. Al calo naturale della popolazione si sono aggiunti fenomeni di emigrazione verso altre aree, che tipicamente non riguardano gli anziani. Come conseguenza, l'indice di vecchiaia, già superiore alle medie provinciali e regionali, è ulteriormente salito.</p> <p>La rete commerciale conta appena 200 negozi, di cui 180 di vicinato e 20 medie strutture. L'evoluzione del numero di negozi di vicinato nel periodo 2012-2021 evidenzia un calo abbastanza in linea con la media regionale, e più contenuto della media bergamasca. Si denota un problema di desertificazione commerciale nei due comuni più piccoli, specie negli ultimi due anni, mentre negli altri tre la situazione è più stabile.</p> <p>Dal punto di vista generale, quindi, il Distretto presenta una rete in cui il comparto di vicinato ha resistito per lo più nelle formule di supporto alla popolazione locale. Il Distretto presenta inoltre un discreto numero di Pubblici Esercizi (60), di cui il 60% è rappresentato da Bar, e il 28,3% da ristoranti. Per quanto riguarda l'offerta turistica, il numero di letti disponibili è molto contenuto, e pari ad appena 3,3 per 1.000 abitanti.</p> <p>Il Distretto gode di alcuni punti di forza per far fronte alle sfide nei prossimi anni. Innanzitutto, la qualità del contesto naturale e i grandi sforzi per creare e promuovere i prodotti tipici del territorio hanno creato un contesto ricco di eventi e di attrazioni che si possono connettere in un'offerta unica. A ciò si aggiunge la possibilità di lavorare attivamente sull'integrazione del commercio con il turismo "di giornata" già attivo e presente sul territorio, capitalizzando sia le tendenze che, in questi ultimi due anni, hanno favorito la riscoperta delle destinazioni più vicine ai turisti lombardi e del Nord Italia, sia i grandi eventi in arrivo, a partire da Bergamo-Brescia Capitali della Cultura 2023 fino alle Olimpiadi di Milano Cortina 2026.</p> <p>La strategia del Distretto si basa pertanto sullo sfruttamento degli asset del territorio, ossia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la disponibilità di attrazioni naturalistiche e culturali interessanti e la connessa attività di rafforzamento della loro capacità attrattiva, mediante comunicazione e promozione turistica; - la connessione di queste attrazioni con i centri storici dei paesi e con il commercio, mediante la creazione di iniziative di

3897870	ZIBIDO SAN GIACOMO	<p>Potenziamento dell'offerta esperienziale territoriale a vantaggio del tessuto imprenditoriale locale - La strategia fonda il suo assunto sul confronto che in questi mesi è stato avviato con imprese e cittadini. I cittadini non vivono il territorio, per vari motivi, tra i quali la poca attrattiva locale, problemi legati all'accessibilità tra frazioni e centri e mancanza di alcune categorie merceologiche ritenute essenziali (abbigliamento, oggettistica, ...). I partner del DID si sono quindi concentrati su possibili meccanismi di intervento, focalizzando la propria attenzione su 4 filoni:</p> <p>1) CONNESSIONI TERRITORIALI: in mancanza di un trasporto pubblico locale diffuso, si vuole implementare la mobilità sostenibile e i servizi ad essa connessi, per favorire spostamenti tra centri e frazioni verso i negozi</p> <p>2) IDENTITA' COMMERCIALE: al contempo si vogliono valorizzare locali commerciali sfitti, andando a favorire un incontro domanda/offerta ma anche sfruttando alcuni locali per promuovere esperienze e proposte locali</p> <p>3) SERVIZI COMUNI: legati alla mobilità sostenibile e in grado di favorire ricariche, punti di riparazione e aree di sosta e di aggregazione)</p> <p>4) CONNESSIONI DELLE ATTRATTIVE: attraverso la mobilità sostenibile, si vogliono creare collegamenti tra le diverse proposte locali, mettendo quindi in rete Cascine, spazi museali, aree naturalistiche con i negozi</p> <p>Partendo dalle connessioni ciclabili presenti sul territorio del DID, si vuole dare vita ad un circuito di fruizione territoriale, che interessi due target di utenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I turisti interessati a scoprire il territorio e a fruire di esperienze (quindi prevedendo di attrezzare i percorsi con servizi destinati al cicloturista o anche solo a chi fruisce a piedi dei percorsi – aree di sosta attrezzate, ricarica per bici elettriche, ... - accesso ad esperienze in Cascine o Musei, ... • I cittadini che potrebbero utilizzare questi tracciati per spostamenti nei 4 comuni, anche in mancanza di mezzi di trasporto pubblici e impossibilitati a prendere l'auto, per raggiungere negozi o aree di svago di potenziale interesse affinché vi sia una maggiore circolarità dei flussi di utenza
3884188	SANNAZZARO DE' BURGONDI	"Il Commercio sostenibile: inclusivo, accessibile, verde"
3891440	BESOZZO	<p>Il Distretto dello sport e del tempo libero adriago alla montagna è composto dal Partenariato formato dai Comuni di Besozzo (Capofila del Distretto), Cocquio-Trevisago, Gemonio, Monvalle, la Confcommercio Ascom Varese e la Camera di Commercio di Varese.</p> <p>La composizione del Partenariato, stabilita nel 2021 in occasione della costituzione del Distretto, è stata confermata anche per la gestione del Progetto, in quanto garantisce un buon livello di operatività e di confronto, non solo tra i Partner, ma anche con i principali stakeholder del territorio. Ciò è reso possibile dalle Amministrazioni e dalle Associazioni di Categoria, che hanno insite, nel loro ruolo e nelle attività che svolgono quotidianamente a servizio del territorio, un'apertura e un confronto costante con tutti i fruitori del Distretto. Inoltre, per rafforzarla ulteriormente, è stato inserito un altro Partner di spessore istituzionale, ovvero la CCIAA di Varese, che, oltre a svolgere il suo naturale lavoro di informazione e formazione verso le imprese del territorio, svolgerà delle attività specifiche.</p> <p>Il Distretto ha storicamente avuto un'importante vocazione manifatturiera, ma nel tempo è cominciata ad emergere anche una vocazione turistica, legata alla presenza di importanti attrattive naturalistiche che circondano il Distretto, ovvero ad Ovest il Lago Maggiore e ad Est il Parco Naturale Campo dei Fiori. Va evidenziato che tutto il territorio ha una forte impronta «green», che, grazie ad una rete sempre più diffusa e capillare di sentieri ciclopeditoni, può essere fruito non solo dai residenti, ma anche dai turisti e che i Comuni sono costantemente impegnati nell'ulteriore sviluppo della rete e nella sua manutenzione.</p> <p>Il turismo è comunque ancora un settore in fase di sviluppo, non prevalente soprattutto perché legato ad una tipologia di turismo escursionistico, non residenziale.</p> <p>Data la lenta, ma progressiva, contrazione della popolazione residente nel Distretto, che riduce il numero di potenziali acquirenti locali, è fondamentale, per garantire sostegno e sviluppo alle attività economiche, puntare sui visitatori esterni, in primis i turisti, ma anche i frequentatori provenienti dai comuni del bacino di riferimento.</p> <p>La strategia del Distretto è quella di creare delle motivazioni di visita, che vadano oltre la mera presenza di attività commerciali e che spingano ad una frequentazione del territorio basata sulle attrazioni turistiche.</p> <p>Obiettivo primario e diretto del Distretto è quello di aumentare il numero visitatori e, di conseguenza, di acquirenti, invogliando così gli operatori commerciali ad aprire nuove attività all'interno del DID, per invertire il trend negativo registrato negli ultimi anni.</p> <p>Le linee di sviluppo in cui si articola la strategia del DID sono 2:</p> <p>1 Incrementare il numero e il livello di servizi offerti per i District Users e gli operatori economici. Per rendere il Distretto una Destinazione attrattiva è indispensabile innalzare il livello dei servizi sia materiali, come i servizi nelle aree di maggior richiamo (per esempio il lago), incrementare il livello di accessibilità, creare nuove aree per eventi. Inoltre, per i commercianti, e gli operatori economici in genere sarà attivato percorso formativo gratuito, in modo che possano incrementare la loro conoscenza e migliorare</p>
3898862	CASALMAGGIORE	<p>STRATEGIA E CONDIVISIONE PROVINCIALE PER L'EVOLUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO "TERRE CASALASCHE" è il titolo del progetto del Distretto "TERRE CASALASCHE", oltre che la strategia che guida l'insieme sinergico di interventi previsti per ripartire dopo l'emergenza epidemiologica generata da Covid-19, sostenendo le attività economiche presenti nel Distretto, incentivando nuovi investimenti e nuovi esercizi commerciali di vicinato. Si intende dunque fare leva sulla ripartenza delle attività che rendono vivo il tessuto economico di vicinato supportandole grazie ad interventi di riqualificazione degli spazi pubblici favorendo l'accessibilità, anche attraverso la mobilità dolce.</p> <p>Proseguendo nell'esperienza positiva del precedente bando che ha reso maggiormente visibile l'attività del Distretto il partenariato intende, a seguito dei dati emersi dalla rielaborazione dei questionari – passaggio meglio descritto al punto 9) -, fornire aiuti economici anche al commercio su area pubblica che ha risposto positivamente (9,1%) all'indagine avviata per la stesura della proposta progettuale.</p> <p>Parallelamente gli Enti prevedono, attraverso l'intervento 7) "AVVISO PUBBLICO ESPLORATIVO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE RELATIVE AL RIUSO ANCHE TEMPORANEO DEL PATRIMONIO ESISTENTE", l'avvio di un percorso per il riuso temporaneo di spazi sfitti come spazi per il commercio, il terzo settore, la cultura e l'aggregazione, azione condivisa a livello provinciale.</p> <p>Il presente intervento deriva dalla volontà di porre un rimedio al progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato determinato dalla progressiva riduzione delle capacità di acquisto del bacino di utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione temporale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.</p> <p>I Comuni, al fine di valorizzare i poli commerciali sia di vicinato che commercio su area pubblica, hanno concentrato l'attenzione su interventi di riqualificazione / abbellimento del tessuto urbano che insieme all'attività di animazione permetteranno di promuovere la visibilità del Distretto del Commercio.</p> <p>Il Distretto, in sintonia con gli altri Distretti delle Province di Cremona e Mantova, vuole definire una rete integrata di risorse capace di connotare il territorio e renderlo riconoscibile e fruibile come organismo omogeneo, nonostante la molteplicità dei luoghi che lo compongono, ciascuno dotato di una sua peculiarità. Si vogliono sostituire i pannelli fisici per rinnovarli e uniformarli in tutti i Comuni del Distretto, ma per migliorare l'offerta informativa è necessario che i contenuti siano immediati e fruibile a tutti. Questo è impensabile poterlo completare nel pannello di un normale cartello fisico, così come per gli ipovedenti, attualmente, è molto difficile ottenere informazioni riguardanti il luogo che si trova vicino.</p>

3897342	GARLASCO	<p>Il Distretto Terre di Lomellina è stato costituito nel 2022 e è quindi alla sua prima esperienza di candidatura, coinvolge i Comuni di Garlasco, Alagna, Borgo San Siro, Dorno, Gropello Cairoli, Tromello.</p> <p>La bassa densità di popolazione e la rarefatta urbanizzazione sono due caratteristiche del territorio distrettuale. La terza è la decisa caratterizzazione agricola e la quarta è l'acqua, elemento naturale che più di ogni altro caratterizza il Distretto. Realtà presenti all'interno di questo territorio sono le ciclovie, le cascine e aziende agrituristiche, la Via Francigena. Il DID ha definito in modo chiaro obiettivi ed azioni che intende conseguire attraverso la presentazione di un progetto di eccellenza, che mette al centro un percorso di ripopolamento del territorio, con impatto positivo sulle imprese, sulle relazioni umane, sui servizi. Le recenti esperienze della pandemia ed una rinnovata attenzione alla qualità dell'ambiente e delle relazioni umane motivano le persone, e soprattutto i giovani, a cercare soluzioni abitative e di lavoro diverse. Il programma si propone di rendere attrattivo questo territorio e puntare decisamente ad un aumento del numero di residenti, che immetta anche un nuovo potenziale di idee, entusiasmo e voglia di mettersi in gioco. Vieni a vivere da noi è la proposta che il DID lancia un nuovo cittadino e imprenditore 4.0, che grazie alle nuove tecnologie può vivere e fare impresa anche da un territorio dove ambiente e relazioni sono ancora di grande qualità. Un percorso di accoglienza e supporto li aiuta ad inserirsi, dalla ricerca della casa, all'apertura dell'impresa, grazie alla collaborazione con Confcommercio e Confartigianato Lomellina, che mettono a disposizione competenze e risorse umane. L'Intervento 1 è definito proprio Vieni a vivere da noi: Sportello accoglienza per Cittadini e imprese 4.0., per riuscire ad attrarre nuovi residenti nel territorio del DID, mettendo a disposizione un pacchetto di opportunità, funzionali alle esigenze dei giovani nuclei familiari e dei professionisti. I Comuni investono per rendere sicuro e attrattivi i contesti urbani, grazie alla riqualificazione degli spazi pubblici dove affacciano le imprese del CTS e artigianato, riqualificano gli accessi e la viabilità, garantiscono la copertura informatica per facilitare le imprese e il lavoro a distanza, chiudono la copertura dei sistemi di sicurezza, per facilitare la residenzialità in tutti i quartieri. Per valorizzare l'aspetto turistico, in particolare la Via Francigena e le emergenze culturali, vengono riqualificati spazi dismessi a Tromello e Garlasco come piccola recettività, Tromello realizza il tanto atteso infopoint, con un totem, il punto di ricarica per le e-bike e cellulari e area di sosta per i pellegrini proprio nella piazza centrale.</p> <p>Un programma coordinato tra tutti i Comuni prevede eventi legati all'identità del Distretto, collegati ai suoi prodotti agricoli, che ne costituiscono e determinandola storia e il paesaggio. Un percorso dedicato al riso si snoda lungo tutto il territorio, coinvolgendo anche il DID di Mortara. L'attenzione al contrasto della desertificazione commerciale, molto grave nei piccoli comuni, viene affrontata con un'azione congiunta con il Comune di Vigevano, preso come modello di esperienza data la sua lunga vita come DUC. Le nuove aziende che troveranno sede nel DID e quelle che vorranno investire troveranno risorse adeguate e premialità nel Bando che sarà aperto nella primavera del 2023.</p>
3892071	CASORATE PRIMO	<p>Crocevia del Commercio interurbano</p> <p>Sviluppo del commercio visconteo: tra riqualificazione di polarità commerciali e servizi comuni –</p> <p>Riqualificazione delle polarità commerciali e implementazione di servizi comuni costituiscono due degli indirizzi strategici che caratterizzano il Distretto del Commercio Visconteo, i quali compongono il titolo dell'intera Proposta Progettuale denominata "Sviluppo del commercio Visconteo: tra riqualificazione di polarità commerciali e servizi comuni".</p> <p>Dall'analisi di contesto, dall'indagine sulle attività economiche, dalla SWOT e dal confronto nelle riunioni del Partenariato sono emersi gli obiettivi che il Distretto Visconteo intende raggiungere e che sono organizzati tra relazione diretta con il tessuto economico e indiretta attraverso la valorizzazione dell'ambito territoriale.</p> <p>Per quanto riguarda gli obiettivi diretti si intende supportare le imprese attraverso contributi mediante bando e favorirne la relazione con il territorio mediante lo sviluppo di servizi sistemici legati alla qualità urbana.</p> <p>Gli obiettivi indiretti prevedono una valorizzazione dell'attrattività territoriale, lo sviluppo delle connessioni tra le polarità e la rispettiva riqualificazione, oltre che una gestione integrata efficace e sinergica con il Partenariato.</p> <p>Gli obiettivi individuati hanno permesso di sviluppare la strategia di intervento del Progetto di Distretto la quale si basa sulla volontà di riqualificare le polarità commerciali e implementare servizi comuni attraverso un'organizzazione di direttrici di sviluppo che compongono le aree di intervento della Proposta Progettuale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supporto alle imprese; - Riqualificazione delle polarità commerciali e rilancio del tessuto urbano; - Servizi comuni per imprese, utenti e visitatori; - Animazione urbana e territoriale; - Governance e progettazione. <p>Nella costruzione della strategia, il Progetto di Distretto si è concentrato sia sul supporto all'offerta commerciale che sulla valorizzazione delle relazioni con il territorio (nelle sue diverse componenti: storico, artistico, culturale, naturalistico, enogastronomico), oltre che sulle attività di animazione.</p> <p>Una grande rilevanza assume dunque il contesto territoriale in cui ogni intervento si colloca: gli interventi di riqualificazione e connessione privilegiano dunque approcci poliedrici e sostenibili, coinvolgendo i luoghi del commercio, gli spazi della socialità e la mobilità sostenibile, favorendo uno sviluppo dell'intero ambito tenendo conto di un orizzonte temporale di medio-lungo periodo.</p> <p>Dalla strategia e dalle direttrici di sviluppo sono stati individuati dal partenariato gli interventi, i quali sono stati sottoposti ad una verifica di fattibilità (tecnica ed economica) attraverso la quale è stata poi operata la selezione degli interventi confluiti all'interno</p>
3898036	PANDINO	<p>Il progetto SI IN-NOVA è una strategia di sviluppo e rilancio del sistema commerciale della polarità centrale del DUC che intercetta progetti ed opportunità che stanno investendo il nucleo della città di Nova a partire dalla nuova fermata della metrotranvia lungo la via Garibaldi fino al progetto di rifacimento di Piazza Gio.I.A. e del polo culturale di Villa Vertua-Masolo.</p> <p>Questi progetti sono l'esito di una strategia di lungo periodo che ha l'obiettivo di "estendere" il nucleo storico di Nova Milanese comprendendo anche spazi pubblici come piazza Gio.I.A, esterni al centro storicamente inteso ma divenuti nel tempo luoghi identitari della città anche per la presenza di importanti funzioni pubbliche (come l'istituto comprensivo Giovanni XXIII, il teatro comunale e il municipio) e religiose (oratorio San Carlo).</p> <p>Questi progetti si collocano spazialmente in prossimità a sistemi di offerta attrattivi formatesi lungo gli assi extraurbani come via Garibaldi e ai sistemi di offerta della polarità centrale del DUC come Marconi-Roma-Giussani, Madonnina-Cortelunga e San Sebastiano-Mariani, quest'ultimo investito da dinamiche di contrazione del proprio sistema di offerta.</p> <p>Il progetto SI IN-NOVA si concentra su una porzione specifica del distretto commerciale con l'obiettivo di accompagnare le trasformazioni che interesseranno l'ambito territoriale della polarità centrale del DUC con il duplice obiettivo di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. massimizzare i potenziali benefici dei progetti previsti per rilanciare i sistemi commerciali interessati dalle trasformazioni; 2. governare e contenere le esternalità negative che nel breve periodo potrebbero interessare le attività economiche urbane più direttamente coinvolte dalle attività di cantierizzazione. <p>(...)</p> <p>Per il progetto di sviluppo del Distretto SI IN-NOVA sono previsti i seguenti interventi: - Intervento 0 - Bando per le imprese</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intervento 1 - Progettazione strategica e tecnica del DUC - Intervento 2 - Governance del DUC - Intervento 3 - Adeguamento impianto normativo - Intervento 4 - Promozione e comunicazione coordinata del DUC - Intervento 5 - Piazza Gio.I.A. - Intervento 6 - Parco Urbano di Villa Vertua - Intervento 7 - Riutilizzo temporaneo spazi sfitti e layout vetrine per valorizzare il DUC - Intervento 8 - Servizio di mobilità pubblica per il commercio. <p>Nello specifico l'area di intervento 5 (piazza Gio.I.A.) coinvolge interventi di riqualificazione e rigenerazione urbana di spazi pubblici centrali. L'intervento 6 coinvolge il Parco Urbano di Villa Vertua e la stazione "Nova-Vertua" della nuova metrotranvia. A tal riguardo, occorre precisare che con Deliberazione di Giunta Comunale n. 93 del 05/07/2022 è stato approvato il progetto di fattibilità tecnica ed economica relativamente ai lavori di riqualificazione del Parco Vertua in via Garibaldi. L'intervento 7 prevede</p>
3886438	COLICO	<p>"I Sentieri del Commercio"</p>

3896223	SERIATE	<p>Rigenerazione, eventi e promozione per il rilancio del commercio locale</p> <p>Il progetto nasce dalla volontà di accrescere la qualità e attrattività urbana a partire da: 1) riqualificazione dello spazio pubblico, 2) potenziamento dell'offerta di eventi e iniziative, 3) competitività delle imprese e 4) promozione del DUC e delle sue risorse. L'intento è di valorizzare maggiormente i punti di forza del DUC e le opportunità di quest'area a beneficio di cittadini, imprese ed attori locali.</p> <p>Riqualificazione dello spazio pubblico: uno degli asset strategici è la riqualificazione dello spazio pubblico in quanto interventi in grado di offrire una maggiore e migliore qualità urbana sono il punto di partenza per avere una città esteticamente più bella ma anche più attrattiva, vivibile e sicura portando cittadini e visitatori esterni a fruire maggiormente dello spazio urbano (strade, piazze, ecc.) con effetti positivi sia sulla socialità della comunità sia sul commercio di vicinato. Per questo motivo il DUC ha in previsione di intervenire su porzioni di tessuto urbano come: 1) via Nazionale; 2) il parcheggio di Galleria Italia e 3) le vie Marconi/Colombo e Italia/Locatelli.</p> <p>Offerta di eventi e iniziative: arricchire l'offerta di eventi consente di dare avvio a maggiori occasioni per uscire, svagarsi e vivere la città, con conseguenti effetti positivi anche sul commercio grazie ad una maggiore fruizione dello spazio urbano. Inoltre il potenziamento dell'offerta di iniziative ed eventi può rafforzare i legami con gli attori locali, creare delle connessioni con le future iniziative in previsione per "Bergamo Brescia Capitali Italiane della Cultura 2023" e rappresentare una modalità di riuso temporaneo degli spazi commerciali sfitti.</p> <p>Competitività delle imprese: imprese locali più competitive ed innovative possono dare forza e rinnovamento al tessuto commerciale locale e offrire un servizio utile per i cittadini contribuendo da una parte a mantenere vivo tessuto urbano, socialità e relazioni e dall'altra ad accrescere la qualità della vita e l'attrattività di Seriate. Per questo motivo si prevede la realizzazione di interventi in grado di contribuire a rafforzare la competitività delle imprese come l'avvio di corsi di formazione, la presenza di un Manager di Distretto e la costituzione di un tavolo dei commercianti con cui raffrontarsi per la definizione di strategie/iniziative.</p> <p>Promozione del DUC: parallelamente agli interventi previsti a livello di riqualificazione, offerta di eventi e competitività si intende lavorare anche su una maggiore e migliore promozione del Distretto e delle sue risorse.</p>
3898349	TORRAZZA COSTE	<p>Passi di vigna e di bosco e un progetto volto al mantenimento del sistema commerciale di prossimità e turistico di quattro comuni, posti tra la pianura Padana e le colline dell'Oltrepò Pavese. Torrazza Coste, Codevilla, Montebello della Battaglia, Retorbido costituiscono quadrilatero territoriale con due aree specifiche: il fronte sulla Via Emilia con i complessi della GdO, Iper Montebello, Sorelle Ramonda, Leroy Merlin e una zona più interna rimasta intatta, coperta di vigneti. Il DID ha pagato un prezzo pesante per l'insediamento della grande distribuzione, con un arretramento generale del numero di negozi, ma la GdO si configura come maggior polo in grado di assorbire mano d'opera, seguito da diversi piccoli insediamenti artigianali che ben resistono grazie alla loro specificità produttive. In questa dinamica il DID ha lavorato costantemente, anche attraverso la gestione di dinamiche sindacali non semplici, per salvaguardare le piccole imprese e garantire così quella rete di servizi di vicinato fondamentale per la qualità del buon vivere, per l'autonomia delle persone più anziane, di molti non automuniti, per continuare a presidiare piazze e strade dei comuni. Si è quindi deciso di operare per far conoscere e promuovere questo angolo di territorio, il cui punto di forza è proprio la presenza dei vigneti e delle cantine, oltre che dei piccoli produttori, un sistema che nel tempo ha sempre incrementato la qualità del prodotto ed ei servizi offerti, con degustazioni, presentazioni e visite guidate. Per rafforzare questo sistema integrato e veicolare sempre più persone sul territorio, i Comuni predispongono una serie di situazioni di accoglienza, incardinate sulle degustazioni, esposizioni e eventi eno-gastronomici. Torrazza Coste realizza un'area per eventi turistici ed enogastronomici in posizione centrale del centro urbano in vicinanza alla nuova sede comunale ed alla Chiesa Parrocchiale. Codevilla realizza un intervento di riqualificazione, adeguamento e razionalizzazione dell'area ricreativa denominata "Parco delle Rimembranze", riqualificare l'area ricreativa esistente e implementarne le dotazioni rendendola maggiormente attrattiva dal punto di vista turistico, in un'ottica di sviluppo sostenibile e di valorizzazione delle risorse naturali e culturali del territorio rurale di riferimento. Montebello della battaglia interviene sull'area di primo accesso al territorio, con la Riqualificazione e ammodernamento, comprensivo della messa in sicurezza, del tratto in corrispondenza del centro abitato della ex S.S. 10 – via Emilia e via Mazza. Il Comune di Codevilla crea uno spazio informativo e di prima accoglienza per i turisti, grazie alla riqualificazione dell'edificio posto in centro storico che ospitava l'Asilo, riqualificando così anche lo spazio urbano a maggior densità commerciale. Procedo alla riqualificazione e adeguamento della pavimentazione e dell'arredo urbano di piazza Roma e piazza Risorgimento, che insistono all'interno del centro abitato di Retorbido, lungo i due assi viari primari caratterizzati dalla presenza di edifici Pubblici e Commerciali. Tutti i Comuni procedono alla realizzazione e posa di una segnaletica avrà la funzione "dinamica" di orientare il turista dal percorso verso l'area d'intervento quale punto di sosta e di ristoro, favorendo inoltre la relazione con gli innumerevoli percorsi secondari che innervano il territorio, al fine di stimolare la diffusione capillare dei turisti nelle aree rurali e di valorizzarne i contenuti paesaggistici, storico-culturali, enogastronomici. Per conseguire maggior forza e capacità di intervento il DID si unisce in collaborazione con i distretti contigui Alta val Tidone, Borchi e Castelli e Oltre il commercio, per costruire un'unica proposta</p> <p>Innovazione urbana del centro di Rozzano per un miglioramento competitivo delle imprese - La strategia progettuale del Distretto si basa principalmente sulla rigenerazione di una porzione dell'area centrale del paese. Grazie a questa scelta strategica di rigenerare questa specifica area, ne conseguiranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Servizi all'utenza -Riqualificazione di locali sfitti -Servizi alle imprese -Maggiore sicurezza urbana -Riqualificazione urbana nel suo complesso <p>Il focus progettuale è legato appunto alla riqualificazione del centro cittadino, cui seguiranno una serie di interventi correlati, volti a garantire la massimizzazione dei risultati conseguiti dalla riqualificazione: un piano di marketing urbano dedicato alla valorizzazione dei nuovi spazi, con l'intento di attrarre utenza promuovendo concetti legati alla maggior sicurezza delle aree, alla presenza di negozi di qualità e di aree di socialità; un piano formativo rivolto alle imprese, affinché migliorino la propria competitività a vantaggio dell'economia locale e si pongano quali ambasciatori per la cura del territorio; un programma di valorizzazione dei locali sfitti completamente rigenerati e resisi disponibili dal progetto, nell'intento di occuparli con l'inserimento di categorie merceologiche oggi mancanti e che potrebbero valorizzare l'area.</p> <p>IL PROGETTO MIRA A:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Riqualificare una parte delle aree urbane ed abitative ERP dove si concentra una buona fetta di popolazione, focalizzandosi anche sulle realtà commerciali sfitte 2) Accompagnare gli operatori economici locali verso un percorso di innovazione e transizione digitale 3) Promuovere la visibilità del Distretto tramite un programma di marketing attrattivo, anche di rilancio del centro rinnovato completamente
3895009	ROZZANO	<p>Innovazione urbana del centro di Rozzano per un miglioramento competitivo delle imprese - La strategia progettuale del Distretto si basa principalmente sulla rigenerazione di una porzione dell'area centrale del paese. Grazie a questa scelta strategica di rigenerare questa specifica area, ne conseguiranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Servizi all'utenza -Riqualificazione di locali sfitti -Servizi alle imprese -Maggiore sicurezza urbana -Riqualificazione urbana nel suo complesso <p>Il focus progettuale è legato appunto alla riqualificazione del centro cittadino, cui seguiranno una serie di interventi correlati, volti a garantire la massimizzazione dei risultati conseguiti dalla riqualificazione: un piano di marketing urbano dedicato alla valorizzazione dei nuovi spazi, con l'intento di attrarre utenza promuovendo concetti legati alla maggior sicurezza delle aree, alla presenza di negozi di qualità e di aree di socialità; un piano formativo rivolto alle imprese, affinché migliorino la propria competitività a vantaggio dell'economia locale e si pongano quali ambasciatori per la cura del territorio; un programma di valorizzazione dei locali sfitti completamente rigenerati e resisi disponibili dal progetto, nell'intento di occuparli con l'inserimento di categorie merceologiche oggi mancanti e che potrebbero valorizzare l'area.</p> <p>IL PROGETTO MIRA A:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Riqualificare una parte delle aree urbane ed abitative ERP dove si concentra una buona fetta di popolazione, focalizzandosi anche sulle realtà commerciali sfitte 2) Accompagnare gli operatori economici locali verso un percorso di innovazione e transizione digitale 3) Promuovere la visibilità del Distretto tramite un programma di marketing attrattivo, anche di rilancio del centro rinnovato completamente

3897854	RHO	<p>Nei progetti di sviluppo dei DUC sono previsti i seguenti interventi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intervento 0 Bando per le imprese - Emanazione da parte del Comune di Rho di un bando ad evidenza pubblica per la concessione di agevolazioni alle imprese del Distretto - Intervento 1 Progettazione strategica e tecnica del DUC - predisposizione del Progetto di Distretto per il presente Bando e le relative attività di analisi, rilevazione, studio e pianificazione. - Intervento 2 Governance del DUC - individuazione della figura professionale del "manager di distretto", esterna alla pubblica amministrazione, con funzione di coordinamento e sostegno operativo e progettuale del distretto, quale concreto elemento di valore aggiunto delle politiche attive dei servizi commerciali urbani. - intervento 3 Contributo alle imprese per gestione criticità progetto PNRR a scala locale - Il Comune di Rho ha ottenuto il riconoscimento di 10 milioni di euro di finanziamento nell'ambito del PNRR per l'attuazione di due progetti previsti in due aree centrali della città. Per l'attuazione dell'opera è previsto lo spostamento temporaneo del Mercato Storico del lunedì che i suoi 331 banchi è il più grande mercato della Lombardia. L'intervento prevede l'individuazione di contributi a fondo perduto da destinare alle imprese che potenzialmente potrebbero risentire delle esternalità negative dovute al periodo di cantierizzazione del progetto - Intervento 4 Promozione eventi - Il DUC di Rho ha definito un calendario di eventi utile a promuovere la fruibilità e l'attrattività delle proprie polarità distrettuali, con l'obiettivo di dare continuità al calendario degli eventi promuovendo una pluralità di iniziative articolate in due azioni differenti: una nel periodo natalizio e una nel periodo estivo. - Intervento 5 Riqualificazione del mercato coperto - Il mercato coperto di corso Garibaldi necessita di importanti interventi manutentivi indispensabili al fine di recuperare l'intero complesso immobiliare non solo dal punto commerciale ma anche quale luogo pubblico attrattivo e di passaggio. Si ritiene che la valorizzazione di questo luogo e degli spazi pubblici annessi possano costituire un traino per potenziare l'attrattività di assi commerciali particolarmente critici dal punto di vista della presenza di locali sfitti (come il tratto sud di corso Garibaldi sul quale si affaccia il mercato) - Intervento 6 Miglioramento della mobilità ed attuazione di nuove Zone 30 nelle polarità del DUC - L'intervento si articola in due azioni che prevedono interventi di rifacimento della segnaletica orizzontale e verticale nelle polarità distrettuali del DUC e l'attuazione di nuove zone 30. Questi interventi hanno l'obiettivo di ridurre la
3897283	PONTE SAN PIETRO	<p>Il progetto, avente titolo "sviluppo e qualificazione servizi, accessibilità e sicurezza urbana a favore delle imprese commerciali del Distretto Diffuso di rilevanza intercomunale Ville e Torri dell'Isola", è orientato alla valorizzazione turistica e culturale del territorio; alla valorizzazione dei Borghi urbani, di ambiti, itinerari e percorsi naturalistici, in particolare per una fruizione sostenibile del territorio; alla valorizzazione e alla promozione delle attività economiche, ovvero il semplice, ma sempre più ricercato, miglioramento del decoro urbano e della qualità della vita dei residenti e dei visitatori tramite la valorizzazione di impianti sportivi, aree verdi, parchi e contesti urbani e naturalistici.</p> <p>A seguito del programma realizzato con il precedente Bando dei "DISTRETTI DEL COMMERCIO PER LA RICOSTRUZIONE ECONOMICA TERRITORIALE URBANA", alla luce del nuovo bando e delle richiamate problematiche e criticità, il comitato d'indirizzo del distretto ha così condiviso una nuova strategia che prevedesse in particolare per la parte pubblica: 1.upgrade distrettuale spingendo l'aggregazione a prevedere e attivare nuovi servizi distrettuali a favore delle imprese locali e loro diretto coinvolgimento in azioni di formazione, informazione e consulenza; 2.risultato degli spazi commerciali sfitti per il presidio del territorio con nuove soluzioni e funzionalizzazioni; 3.servizi e interventi per la sicurezza urbana e presidio del territorio e si è inteso proseguire lungo le altre linee di indirizzo già consolidate: 4.accessibilità spazi, parchi pubblici e Placemaking; 5.sostenibilità ambientale e mobilità sostenibile. Le linee di intervento, a cui si aggiunge il sostegno alle imprese locali tramite bando per le imprese locali, si sono focalizzate sulle linee di intervento di "eccellenza": 1.servizi comuni per le imprese, gli utenti e i visitatori, oltre la mera manutenzione del contesto territoriale; 2.risultato degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, in particolare nelle aree a rischio di desertificazione. In secondo luogo, si è dato rilevanza ai temi della: sicurezza e del presidio del territorio sia attraverso la videosorveglianza e l'incremento delle dotazioni delle polizie locali e sia con riferimento agli ambiti urbani commerciali che ai parchi pubblici; rigenerazione urbana intesa soprattutto come accessibilità, anche tramite abbattimento delle barriere architettoniche, decoro e appeal urbano; fruizione e mobilità sostenibile per incentivare la visita commerciale e l'organizzazione di eventi e manifestazioni che saranno finalmente supportati da un programma pluriennale coordinato e servizi d'informazione promozionale e pubblicizzazione a favore del tessuto commerciale del Distretto. Segnalando come nell'ambito dei bandi regionali "Rigenerazione urbana" e soprattutto "Borghi Storici" siano stati recentemente finanziati questi significativi interventi correlati:</p> <p>Ambivere: "L'inCanto dei nostri borghi. Rigenerazione degli spazi aperti per valorizzare la nostra storia" costo 2.294.600,00 €;</p> <p>2.Mapello: "Riqualificazione e valorizzazione turistico culturale del borgo storico con recupero immobile rustico per realizzazione infopoint e intervento di manutenzione straordinaria del parcheggio presso Santuario di Prada" costo 1.000.000,00 €; si evidenzia come il rilancio e sostegno di una società, ancora provata dall'emergenza sanitaria, si misura anche dalla vivacità degli interventi in campo ricreativo, sportivo e culturale messi in atto sul territorio e dal piacere e modalità con la quale si possono fruire e conoscere, tra cui rientrano anche la sicurezza ed il presidio del territorio, quindi non solo della via commerciali, ma anche dei</p>
3894716	MELZO	<p>Melzo al centro di un progetto innovativo dove si incontrano la competitività delle Imprese e il benessere cittadino - La vision distrettuale è orientata alla presentazione di un Distretto legato al tema del benessere, che si collega a 4 direttrici: benessere fisico, mentale, del corpo ed urbano. Il tutto in stretta evoluzione con quanto evidenziato durante il progetto che ha interessato il periodo 2020/2022: la pandemia generata dal covid ha cambiato i bisogni dell'utenza e delle imprese: il territorio ha notato come sia necessario investire su aspetti che favoriscano la socializzazione, lo sviluppo di servizi utili e in grado di creare fidelizzazione e la proposta di un nuovo modo di vivere il territorio.</p> <p>Lo scopo è quello di dar vita ad un territorio accogliente ed attrattivo in termini di benessere per tre diversi target di utenza: cittadini, utenti esterni ed imprese. La strategia affronta 4 asset ritenuti strategici: rigenerazione urbana, servizi alle imprese, attrattività e comunicazione, che saranno gestiti nel medio e lungo periodo al fine di raggiungere gli obiettivi perseguiti dal Distretto. Dall'analisi di contesto e dal confronto con gli attori locali emergono i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> •rigenerazione del territorio strettamente connessa ai concetti di benessere (fisico, personale e territoriale) •rivitalizzazione di aree oggi poco sfruttate e che non permettono una fruizione a 360° del territorio •identificare il territorio come luogo di benessere, dove trovare prodotti di qualità •supportare la crescita delle imprese •creare interconnessioni tra le diverse aree del territorio, dando vita ad un polo attrattivo ricco di spazi per socializzazione e nel quale i diversi attori locali possano trovare spazio con proposte •creare attrattiva per l'insediamento di nuove imprese

3893114	BRONI	<p>Il DID unisce 11 comuni dell'Oltrepò Pavese posti lungo la via Emilia, ossia il principale asse viario est-ovest della Provincia di Pavia, rappresentata dalla SS10 Padana Inferiore, suddivisi in due gruppi: i 3 comuni (Broni, Casteggio, Stradella) con maggiore concentrazione demografica e commerciale e i rimanenti 8 più piccoli e in taluni casi in situazione di desertificazione commerciale (meno di 3 esercizi). Il progetto di sviluppo parte dall'analisi puntuale del contesto e dal riconoscimento di 4 vocazioni territoriali: 1) il vino e il connesso enoturismo, che conducono notevoli flussi sul territorio afferenti a bacini diversi; 2) la produzione agroalimentare tipica in generale, che caratterizza in maniera unica l'identità del territorio e ne muove anche l'economia; 3) la storia, la tradizione e l'identità rurale; 4) il mercato, l'evento di piazza, l'incontro all'aperto come momento aggregativo fondamentale e radicato. Il vino e il mondo vitivinicolo in particolare sono il principale punto di riferimento per lo sviluppo del territorio, strategicamente portato avanti secondo quattro direttrici di sviluppo principali: 1) la valorizzazione della vite e del vino, della cultura vitivinicola come motore dell'economia locale, creando una narrazione omogenea e avvincente su una terra del vino lungo una via storica e ai piedi di colline; 2) la centralità della produzione locale per la promozione del territorio nel suo complesso, presentando il territorio del DID come patria di sapori capaci di raccontare il saper fare, l'artigianalità, la storia; 3) la valorizzazione — sia mediante riqualificazione sia mediante storytelling — del paesaggio urbano dei centri principali del DID, in stretta relazione con la circostante ruralità; 4) il potenziamento dei mercati, degli eventi e delle manifestazioni. Tutte le direttrici si pongono in continuità con il tema della sostenibilità ambientale, promuovendo il km0, la produzione tipica, forme di vita e di shopping che prediligono la mobilità pedonale e lenta. Gli interventi si concentrano sui 3 centri maggiori, ma soprattutto i nuovi servizi comuni sono dedicati a tutto il territorio del DID. Gli interventi che traducono in pratica la strategia descritta sono: 1) Riqualificazione del paesaggio urbano: aree a destinazione mercatale/eventi; 2) Riqualificazione del paesaggio urbano: arredi, percorsi pedonali; 3) Incremento dell'attrattività territoriale: interventi di conservazione e promozione; 4) Creazione della cabina di regia; 5) Eventi legati al patrimonio enogastronomico locale e alla cultura immateriale; 6) Servizi condivisi per le imprese: sostegno all'imprenditorialità; 7) Nuovo sistema di mappatura e gestione dei locali sfitti e delle necessità territoriali; 8) Servizi comuni: Spendi e Party (iniziativa di marketing e fidelizzazione pilota). La strategia è sviluppata a livello interdistrettuale con il contiguo DUC di Voghera e con il DID "Oltre il Po... terre di confine", alla luce di affinità territoriali, del tessuto socio-economico e di vocazioni territoriali collegate e integrate. Grande attenzione è data all'implementazione di servizi comuni: rete per la mappatura e gestione dei negozi sfitti; collegamento dei negozi sfitti alle vocazioni territoriali e messa a disposizione per le imprese per attività promozionali; storytelling coordinato e integrato; eventi; consulenza imprenditoriale sui diversi aspetti gestionali, di sviluppo e ammodernamento dell'impresa commerciale, di somministrazione o dei servizi; coordinamento valorizzazione tipicità; attività di promozione e fidelizzazione innovativa. Relativamente all'innovazione si evidenzia soprattutto: il collegamento funzionale che si opera tra fattori di sviluppo locale strategicamente identificati (vino, prodotti tipici, mercati ed eventi) con la</p>
3891778	Comune di Crema	<p>La Strategia di sviluppo del Progetto al Distretto DUC CREMA, una relazione tra commercio, artigianato e territorio" è stata sviluppata grazie al coinvolgimento del Partenariato tramite specifiche Cabine di Regia e una gestione coordinata che ha visto l'individuazione della figura del Manager di Distretto sin dal riconoscimento del Distretto Urbano del Commercio di Crema.</p> <p>Grazie alla gestione coordinata del DUC e al Partenariato inclusivo sono stati definiti gli obiettivi da raggiungere, le Strategie di intervento ed i relativi Interventi.</p> <p>La Strategia di intervento il Distretto Urbano del Commercio intende utilizzare la leva del commercio come elemento di integrazione e valorizzazione delle risorse presenti nell'ambito territoriale di Crema al fine di raggiungere i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • favorire il riuso degli spazi commerciali sfitti; • sviluppare servizi comuni per imprese, utenti e visitatori; • rigenerare il tessuto urbano ; • sostenere la competitività delle imprese presenti. <p>La Strategia di sviluppo del DUC si struttura su 5 Aree di intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supporto alle imprese; • Servizi sistemici distrettuali; • Contrasto alla desertificazione commerciale; • Animazione urbana e territoriale; • Governance e progettazione. <p>Nello specifico le diverse Aree vengono declinate attraverso specifici obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supporto alle imprese <p>Comprende l'intervento relativo al Bando per le imprese (Intervento 1).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servizi sistemici distrettuali <p>Compongono l'Area di intervento i Servizi comuni rivolti a imprese, utenti e visitatori, con particolare riferimento anche alla dimensione turistica del territorio (Intervento 2, Intervento 6, Intervento 7).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrasto alla desertificazione commerciale <p>Area di intervento composta dagli interventi finalizzati al riutilizzo spazi commerciali.</p>
3882607	LENO	<p>Il territorio del Distretto occupa la fascia centrale della bassa bresciana e si sviluppa lungo un asse caratterizzato dalla presenza di piccoli e medi centri urbani, inseriti in un contesto di natura ancora prevalentemente agricola, collegati tra loro da alcune arterie stradali di rilevanza provinciale e da una fitta rete di strade comunali.</p> <p>Tale efficace rete infrastrutturale costituisce un potenziale elemento di forza per lo sviluppo di strategie comuni e di sinergie territoriali fra i diversi sistemi che nel passato è stata connotata da trasformazione da un'economia quasi esclusivamente agricola verso una realtà molto più composita e che oggi appare sempre più orientata verso una vocazione ai servizi, rivolti sia alle imprese che ai cittadini.</p> <p>Il dato demografico infatti appare ormai stabilizzato, attorno ai 30.000 abitanti, a conferma che il territorio del Distretto viene visto come una buona opportunità residenziale, con un'economia che presenta possibilità occupazionali vicino a casa, una discreta qualità dell'abitare, una efficace rete di collegamenti con i centri della provincia e, visti i dati analitici dell'evoluzione economica, una crescente rete di servizi in loco.</p> <p>Emerge dall'analisi effettuata nella specifica relazione generale e dai paragrafi del progetto uno scenario socio-economico positivo per i servizi commerciali che presenta anche solide prospettive per il prossimo decennio.</p> <p>E' in questo contesto che si innesta il ruolo del commercio al dettaglio, un settore economico che è costituito da 266 punti vendita, 80 dei quali riconducibili al settore alimentare. Una consistente ed articolata rete distributiva che trova i suoi fondamentali nella funzione del servizio di prossimità: sono infatti 226 le attività riconducibili alla tipologia dell'esercizio di vicinato. Con una radicata presenza di aggregazioni commerciali nei luoghi centrali dei comuni solitamente coincidenti con i centri storici. L'evoluzione delle modalità di rapportarsi da parte dei cittadini ai servizi e le misure predisposte per la tuttora presente situazione pandemica hanno ridotto gli spostamenti fisici in attività che generalmente sono ubicate nei centri storici: la funzione commerciale, invece, che richiede un rapporto personale e diretto del consumatore con il punto vendita, non sostituibile per caratteristiche della transazione (visualizzazione dei prodotti, asporto immediato, periodicità di accesso ai punti vendita, ecc.), ha mantenuto vivo e costante lo spostamento per l'acquisto da parte dei cittadini, mantenendo inalterati i flussi d'uso e, nello stesso tempo, per ragioni di successo della propria impresa, ha generato comportamenti virtuosi degli operatori commerciali nella manutenzione e della cura degli immobili (piani terra e vetrine, insegne) e degli spazi immediatamente adiacenti, anche pubblici (marciapiedi, arredo urbano, illuminazione).</p> <p>Il commercio, in particolare quello di vicinato, rappresenta quindi un'opportunità di indubbio interesse per il rilancio dei centri storici, sia in termini di mantenimento delle tradizionali funzioni di attrazione, sia in termini di riqualificazione urbanistica dei luoghi. Gli obiettivi alla base della strategia di Distretto, sono dunque molteplici nell'ottica del Distretto di essere uno stimolo sul territorio e sulle attività per promuovere un'azione di rigenerazione e riqualificazione:</p>

3891127	CREMONA	<p>Questa Amministrazione, definito un quadro di riferimento, intende individuare la strategia del Distretto in un'ottica di medio termine, stabilendo gli obiettivi da perseguire, le azioni conseguenti, i target da raggiungere ed il posizionamento strategico. Il lavoro di confronto elaborato nel DUC ha creato un tavolo costruttivo e di crescita che continuerà ad elaborare progetti e strategie per il commercio e per l'artigianato che troveranno collocazione in una visione di città fruibile, accessibile, ricca di proposte culturali e di svago, turistiche e di turismo sostenibile di mercati e di eventi, grandi e piccoli, per garantire accoglienza, animazione continua e ricchezza di proposte ad un target sempre più eterogeneo di cittadini, ospiti e turisti.</p> <p>Il progetto intende sviluppare interventi strategici sia sul patrimonio pubblico del centro storico sia sulla promozione del Distretto del Commercio con azioni di intervento innovative e diversificate in tema di opere pubbliche, tecnologia e digitalizzazione, promozione e marketing. Le azioni di intervento descritte e da sviluppare sono frutto di una strategia complessiva per migliorare la fruizione del centro storico della area del distretto commerciale e le ricadute sull'indotto commerciale di vicinato.</p> <p>Intervento 1 – Bando Imprese L'Amministrazione Comunale di Cremona, quale soggetto Capofila, intende costruire un bando pubblico finalizzato alla promozione ed agevolazione delle imprese del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato del Distretto Urbano del Commercio.</p> <p>Intervento 2 - Rigenerazione Urbana I Giardini di Piazza Roma L'idea progettuale per la riqualificazione di questo spazio, vuole creare un indotto sul tessuto commerciale del distretto urbano del commercio con la attrattività di uno spazio pubblico da sempre centrale, importante e riconosciuto da cittadini e turisti come spazio culturale, ludico e per il tempo libero. Piazza del Comune e Palazzo Comunale Un intervento di sistemazione dell'intero centro cittadino gravitante intorno alla piazza del Duomo e dell'accesso ai portici della Piazza del Duomo, era strategico per l'accesso delle carrozze e dei frequentatori delle numerose botteghe. Porta Romana L'Amministrazione comunale intende riqualificare e rendere fruibile l'area verde di piazza IV Novembre, che da anni è in cattive condizioni sia per i percorsi pedonali che per la situazione del verde e del decoro.</p> <p>Intervento 3 - Sviluppo Commerciale</p>
3897918	BAGNOLO SAN VITO	<p>STRATEGIA E CONDIVISIONE PROVINCIALE PER L'EVOLUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO è il titolo del progetto del distretto "DAL MINCIO AL PO, FORTEZZE, SCAMBI E DEVOZIONE IN TERRE VIRGILIANE E MATILDICHE" oltre che la strategia che guida l'insieme sinergico di interventi previsti per ripartire dopo l'emergenza epidemiologica generata da Covid-19, sostenendo le attività economiche presenti nel Distretto, incentivando nuovi investimenti e nuovi esercizi commerciali di vicinato. Si intende dunque fare leva sulla ripartenza delle attività che rendono vivo il tessuto economico di vicinato supportandole grazie ad interventi di riqualificazione degli spazi pubblici favorendo l'accessibilità, anche attraverso la mobilità dolce.</p> <p>Proseguendo nell'esperienza positiva del precedente bando che ha reso maggiormente visibile l'attività del Distretto il partenariato intende, a seguito dei dati emersi dalla rielaborazione dei questionari – passaggio meglio descritto al punto 9) -, fornire aiuti economici anche al commercio su area pubblica che ha risposto positivamente (11,9 %) all'indagine avviata per la stesura della proposta progettuale.</p> <p>Parallelamente gli Enti prevedono, attraverso l'intervento 7) "AVVISO PUBBLICO ESPLORATIVO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE RELATIVE AL RIUSO ANCHE TEMPORANEO DEL PATRIMONIO ESISTENTE", l'avvio di un percorso per il riuso temporaneo di spazi sfitti come spazi per il commercio, il terzo settore, la cultura e l'aggregazione, azione condivisa a livello provinciale.</p> <p>Il presente intervento deriva dalla volontà di porre un rimedio al progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato determinato dalla progressiva riduzione delle capacità di acquisto del bacino di utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione temporale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.</p> <p>I Comuni, al fine di valorizzare i poli commerciali sia di vicinato che commercio su area pubblica, hanno concentrato l'attenzione su interventi di riqualificazione / abbellimento del tessuto urbano che insieme all'attività di animazione permetteranno di promuovere la visibilità del Distretto del Commercio.</p> <p>Il Distretto, in sintonia con gli altri Distretti della Provincia di Mantova, vuole definire una rete integrata di risorse capace di connotare il territorio e renderlo riconoscibile e fruibile come organismo omogeneo, nonostante la molteplicità dei luoghi che lo compongono, ciascuno dotato di una sua peculiarità. Si vogliono sostituire i pannelli fisici per rinnovarli e uniformarli in tutti i Comuni del Distretto, ma per migliorare l'offerta informativa è necessario che i contenuti siano immediati e fruibile a tutti. Questo è impensabile poterlo completare nel pannello di un normale cartello fisico, così come per gli ipovedenti, attualmente, è molto difficile ottenere informazioni riguardanti il luogo che si trova vicino.</p>
3897404	REZZATO	<p>L'OBIETTIVO SPECIFICO individuato corrisponde alla necessità di rendere l'area distrettuale maggiormente attrattiva.</p> <p>La strategia di Distretto fino ad oggi si è orientata nella direzione di trattenere e consolidare le dinamiche commerciali dei residenti sul territorio, favorendo il tessuto delle piccole e medie strutture di vendita, in un territorio nel quale si evidenziava una massiccia presenza di grandi superfici. I dati di analisi degli ultimi dieci anni evidenziano come queste ultime si siano ridotte, rimanendo pressochè invariato il dato relativo alle piccole e medie (con un parziale travaso dalle prime alle seconde).</p> <p>La direttiva da intraprendere per il medio termine è quella di generare un meccanismo di attrazione dall'esterno all'interno, attraendo potenziali clienti che provengono da fuori dai confini distrettuali.</p> <p>La concretizzazione di tale meccanismo transita necessariamente dalla risoluzione delle criticità riscontrate, riconducibili a ad altrettanti OBIETTIVI OPERATIVI.</p> <p>Il primo attiene alla necessità di connettere il tessuto commerciale con un patrimonio culturale e naturale che presenta, in questa direzione, interessanti potenzialità e che fino ad oggi non è mai stato oggetto di azioni condivise di messa in rete.</p> <p>Il secondo obiettivo operativo funzionale all'incremento dell'attrattività del Distretto attiene alla risoluzione delle problematiche su scala locale afferenti la necessità di riqualificare gli spazi pubblici funzionali al tessuto commerciale e alla fruizione delle eccellenze del territorio. I tavoli di lavoro hanno condotto ad evidenziare, in ciascuno dei comuni, le principali situazioni di degrado e usura e le necessità di miglioramento dei contesti urbani funzionali ai processi commerciali, tali da rendere l'area distrettuale un luogo identificato e identificabile, sicuro negli accessi, ospitale e qualificato. Da questa analisi sono stati individuati gli interventi ritenuti maggiormente efficaci o imprescindibili, in una visione d'insieme che tiene conto dell'apertura al visitatore/turista che l'area distrettuale intende compiere.</p>

3830456	CINISELLO BALSAMO	<p>"CINISELLO BALSAMO: il centro commerciale naturale tutto da vivere" in cui emerge che la localizzazione di Cinisello Balsamo è un punto importante per valutare la strategia del Distretto:</p> <p>-È un'opportunità per la popolazione numerosa che è presente nel bacino di riferimento, che quindi amplia non soltanto ai residenti nel comune Cinisello Balsamo i possibili fruitori del Distretto, basti pensare che il bacino di riferimento (calcolato prendendo in considerazione una distanza di 30 minuti percorsa in automobile su strade statali, escludendo le autostrade) include una popolazione che supera i 4,8 milioni di abitanti.</p> <p>-D'altro canto, la vicinanza ad importanti poli di attrazione sia a livello commerciale, che di servizi e di animazione, implica una concorrenza elevatissima, sia da parte di altre polarità urbane e Distretti del commercio, sia da parte del commercio moderno (medie, grandi superfici, centri commerciali e agglomerati) particolarmente numeroso nell'area. Proprio per questo bisogna creare delle motivazioni di vista per il Distretto, che vadano oltre la mera presenza di attività commerciali.</p> <p>La strategia del DUC è quella di realizzare un vero e proprio centro commerciale naturale, in cui sia piacevole passare del tempo, sia per la qualità dell'ambiente, che per i servizi offerti, agevolato dalla concentrazione delle attività economiche nel perimetro del Distretto, dove sono localizzate oltre il 50% delle attività commerciali presenti nel territorio del Comune di Cinisello Balsamo.</p> <p>3 le linee di sviluppo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Migliorare l'aspetto del Distretto e renderlo un vero salotto urbano dove accogliere i District Users, un ambiente piacevole e funzionale, proprio come fosse il salotto di casa dove ricevere gli amici e condividere insieme delle ore piacevoli. 2. Incrementare il numero e il livello di servizi offerti per i District Users e gli operatori economici. L'esperienza che i frequentatori del Distretto vivono passeggiando lungo le vie di Cinisello, non si limita solo alla qualità estetica dell'ambiente che li ospita, ma si svolge su più livelli, che includono, oltre alla relazione con le attività economiche del Distretto e agli eventi, anche i servizi collaterali, come l'accessibilità. In particolare, la facilità di parcheggio a ridosso delle aree commerciali viene posta come priorità assoluta da parte dei commercianti, per invogliare i clienti a scegliere il DUC di Cinisello per gli acquisti, invece di uno dei tanti centri commerciali, che hanno sempre a disposizione ampi parcheggi. 3. Strutturare un calendario eventi articolato ed attrattivo. L'Amministrazione Comunale di Cinisello è da sempre impegnata per garantire un calendario eventi articolato, che copra tutti i mesi dell'anno e soddisfi target differenti e vuole continuare su questa linea, confermando gli eventi ricorrenti ed integrando con un sempre maggior numero di nuovi eventi, cogliendo i trend del momento e le occasioni che si presenteranno, grazie anche alle numerose Associazioni e punti di attrazione presenti sul territorio, che sono molto attivi e con i quali il Distretto collabora in modo efficace. Ovviamente gli eventi saranno accompagnati da un'adeguata promozione, per garantire un'affluenza sempre maggiore.
3729776	MARCALLO CON CASONE	<p>Il Distretto del Commercio istituito con decreto regionale n. 21 del 14 gennaio 2022 interessa tre Comuni di Marcallo con Casone (capofila), Mesero e Boffalora Sopra Ticino, che costituiscono un territorio omogeneo sotto diversi profili (geografico, demografico, storico, economico ed istituzionale) e fanno parte della zona omogenea del "Magentino e Abbiatense" della Città Metropolitana di Milano.</p> <p>La popolazione del DID è pari a 14.452 abitanti, la superficie territoriale è pari a circa 22 kmq., con una densità abitativa pari a 672 abitanti per kmq.</p> <p>Il Distretto presenta certe potenzialità per la crescita e lo sviluppo strettamente connessa alla valorizzazione delle risorse ambientali del territorio (itinerari naturalistici del Parco del Ticino, piste ciclo-pedonali come la ciclabile TAV, la navigazione sul Naviglio Grande, PLIS del Gelso) e del patrimonio storico-culturale e religioso (Santuario di S. Gianna Beretta Molla, Santuario della Madonna dell'Acquanera).</p> <p>Il sistema del commercio del DID si caratterizza per la presenza diffusa di negozi di piccole dimensioni, in genere a conduzione familiare, che rappresentano un'importante attività economica oltre a svolgere una funzione essenziale per mantenere vitali i piccoli Comuni offrendo servizi personalizzati ai residenti. Nel corso degli ultimi anni la linea di tendenza degli esercizi di vicinato del Distretto mostra un andamento altalenante e, seppur con leggere differenze nei tre Comuni, la situazione il settore registra una lieve flessione delle unità locali (nel 2021 pari a 78 unità, -2 unità rispetto all'anno precedente).</p> <p>Si rilevano tuttavia i seguenti aspetti critici che limitano le potenzialità di rilancio del commercio di vicinato:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rischio degrado urbano e perdita attrattività degli spazi pubblici a servizio delle attività commerciali; - limitata propensione delle attività commerciali locali agli investimenti e innovazione; - capacità di spesa e di investimenti collettivi per promuovere il territorio e l'offerta commerciale del DID. <p>Da qui l'idea-forza del progetto vede nel Distretto del Commercio il volano per rilancio del sistema economico e dei consumi, e strumento di promozione del territorio con i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favorire la rivitalizzazione del commercio e delle attività connesse; - Rafforzare l'attrattività degli spazi pubblici a servizio delle attività commerciali; - Promuovere l'immagine unitaria dei "luoghi del commercio" del Distretto del Commercio.
3853246	ZOGNO	<p>Il progetto prosegue la strategia di promozione dell'ambito che vede tutti i partner impegnati nella transizione da territorio industriale a terra (anche) di servizi e di turismo.</p> <p>Bellezze naturalistiche, ricchezza culturale e un'offerta commerciale che si è dimostrata in grado di superare (quasi) indenne i momenti più critici dell'emergenza pandemica, sono questi i punti di forza che sostengono la strategia del Distretto che intende proporsi con forza crescente a questi pubblici complementari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Popolazione residente, si tratta di un target in costante diminuzione a causa dell'invecchiamento della popolazione e caratterizzato da abitudini di spesa più contenute ma è anche un segmento profondamente fidelizzato e per cui la presenza del commercio di vicinato e dei mercati rappresenta una vera e propria necessità; - Visitatori e turisti, è l'alta potenzialità di questo target a motivare la necessità, per commercio e turismo, di sostenersi e svilupparsi a vicenda ed è in questo senso che i Partner hanno aderito ad iniziative diffuse come il Distretto dell'Attrattività (di cui Zogno è Capofila) e VisitBrembo, l'Associazione di promozione turistica della Val Brembana. <p>Proprio da VisitBrembo è giunta una proposta, a cui hanno aderito anche i vicini Distretti Fontium ed Mercatorum e Altobrembo, che connota il Progetto in senso interdistrettuale abbracciando l'intera Valle in un piano di comunicazione condiviso.</p> <p>Interventi di rigenerazione, riqualificazione e adeguamento dell'area del Distretto, sostegno all'animazione e all'organizzazione di eventi e sviluppo della governance del Distretto anche attraverso la sperimentazione di servizi comuni: è questo il mix che compone questo che si propone come un progetto di eccellenza che le Amministrazioni intendono sostenere in collaborazione con alcuni privati.</p>

3898336	BORGIO PRIOLO	<p>Il Distretto dei Borghi e dei Castelli unisce 10 comuni dell'Alto Pavese posti tra le valli Coppa, Schizzola e Aravestra. I comuni sono accomunati dalla medesima conformazione territoriale, che rende questa porzione di alta collina uniforme nelle sue caratteristiche demografiche, sociali, storico-culturali, economiche e di sviluppo territoriale. Come suggerisce il nome stesso, il DID si è costituito intorno a precise vocazioni territoriali, che lo distinguono rispetto ad altre aree e che identificano altrettante categorie di attrattive territoriali, centrali per la costruzione di una narrativa efficace in termini di marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la storia, e in particolare le vicende medievali, che tra grandi famiglie e il legame con l'Abbazia di Bobbio, culla della civiltà occidentale, si incarna in pregevoli castelli e originali formazioni urbane — i borghi — che sono l'autentica anima di un territorio; • la ruralità che trova il suo più potente correlativo oggettivo nell'enogastronomia: una collina ricca di frutti e di prodotti, dall'uva ai salumi, dal pane ai dolci da forno, una cornucopia di sapori che sono anche motore dell'economia; • la struttura socio-urbanistica in borghi, comunità coese e autentiche, che condensano entro superfici ridotte un saper fare, una maniera di vivere, un patrimonio di cultura immateriale unico e immersivo; • l'ambiente naturale dei boschi abbandonati o delle rive incolte quanto quello antropizzato e "ruralizzato" delle colline a vite e dei coltivi, un panorama assolutamente unico. <p>Sulla base di tali vocazioni, il DID ha costruito una strategia intorno a chiare direttrici di sviluppo: 1) la valorizzazione del patrimonio storico-culturale, reso consumabile mediante le singole attività presenti nel DID che diventano compartecipi di un'esperienza di acquisto calata entro una più ampia esperienza del territorio; 2) la centralità della produzione locale per la promozione del territorio nel suo complesso; 3) la narrazione — in termini di marketing ma anche di soluzioni di riqualificazione e di urbanistica — di un territorio costruito da borghi, da comunità coese intorno a un campanile o a un castello; 4) l'attenzione a tematiche quali green e slow — oggi rilevanti quali trend e strategicamente sul lungo periodo — che naturalmente si accordano con un territorio di media e alta collina vocato alla viticoltura, terra di grandi sapori, già valorizzata mediante percorsi sostenibili che assumono un valore turistico quanto commerciale, disegnando prospettive di fruizione a livello di processo quanto di risultato. Da qui scaturiscono gli interventi: 1) Creazione/riqualificazione aree attrattive e ludiche; 2) Valorizzazione diretta del km0 mediante punti dedicati; 3) Spazi e servizi pubblici per la vivibilità e l'attrattività; 4) Creazione della cabina di regia; 5) Locali sfitti per l'attrattività; 6) Servizi condivisi per le imprese: comunicazione ed eventi; 7) Servizi condivisi per le imprese: sostegno all'imprenditorialità. Il progetto consente di attivare servizi innovativi e comuni: gestione associata dei locali sfitti per la promozione dell'enogastronomia locale e della ricettività turistica; aggiornamento e rinnovamento del sito web del DID; attività di comunicazione coordinate e integrate, tra cui social network; eventi; consulenza imprenditoriale sui diversi aspetti gestionali, di sviluppo e ammodernamento dell'impresa commerciale, di amministrazione e dei servizi. Si segnala soprattutto la valorizzazione dei locali commerciali sfitti per tenere una</p>
3898935	CASTEL GOFFREDO	<p>STRATEGIA E CONDIZIONE PROVINCIALE PER L'EVOLUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO è il titolo del progetto del Distretto "COMMERCANDO TRA CASTELLI E CASALI DELL'ALTO MANTOVANO", oltre che la strategia che guida l'insieme sinergico di interventi previsti per ripartire dopo l'emergenza epidemiologica generata da Covid-19, sostenendo le attività economiche presenti nel Distretto, incentivando nuovi investimenti e nuovi esercizi commerciali di vicinato. Si intende dunque fare leva sulla ripartenza delle attività che rendono vivo il tessuto economico di vicinato supportandole grazie ad interventi di riqualificazione degli spazi pubblici favorendo l'accessibilità, anche attraverso la mobilità dolce.</p> <p>Proseguendo nell'esperienza positiva del precedente bando che ha reso maggiormente visibile l'attività del Distretto il partenariato intende, a seguito dei dati emersi dalla rielaborazione dei questionari – passaggio meglio descritto al punto 9) -, fornire aiuti economici anche al commercio su area pubblica che ha risposto positivamente (11,9%) all'indagine avviata per la stesura della proposta progettuale.</p> <p>Parallelamente gli Enti prevedono, attraverso l'intervento 7) "AVVISO PUBBLICO ESPLORATIVO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE RELATIVE AL RIUSO ANCHE TEMPORANEO DEL PATRIMONIO ESISTENTE", l'avvio di un percorso per il riuso temporaneo di spazi sfitti come spazi per il commercio, il terzo settore, la cultura e l'aggregazione, azione condivisa a livello provinciale.</p> <p>Il presente intervento deriva dalla volontà di porre un rimedio al progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato determinato dalla progressiva riduzione delle capacità di acquisto del bacino di utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione temporale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.</p> <p>I Comuni, al fine di valorizzare i poli commerciali sia di vicinato che commercio su area pubblica, hanno concentrato l'attenzione su interventi di riqualificazione / abbellimento del tessuto urbano che insieme all'attività di animazione permetteranno di promuovere la visibilità del Distretto del Commercio.</p> <p>Il Distretto, in sintonia con gli altri Distretti della Provincia di Mantova, vuole definire una rete integrata di risorse capace di connotare il territorio e renderlo riconoscibile e fruibile come organismo omogeneo, nonostante la molteplicità dei luoghi che lo compongono, ciascuno dotato di una sua peculiarità. Si vogliono sostituire i pannelli fisici per rinnovarli e uniformarli in tutti i Comuni del Distretto, ma per migliorare l'offerta informativa è necessario che i contenuti siano immediati e fruibile a tutti. Questo è impensabile poterlo completare nel pannello di un normale cartello fisico, così come per gli ipovedenti, attualmente, è molto difficile ottenere informazioni riguardanti il luogo che si trova vicino.</p>
3875424	ROVATO	<p>Il Distretto del Commercio di Rovato appartiene all'area della Franciacorta, anzi ne rappresenta il centro di maggior interesse demografico ed economico, con i suoi 20.000 abitanti e le circa 1.800 imprese. In Rovato inoltre si concentrano i più importanti snodi di viabilità provinciale e regionale di questa area: ferroviari (3 linee), autostradale (A4 e A35), grandi strade (SPX1, SP16 e SP19).</p> <p>Sotto il profilo infrastrutturale Rovato dispone dunque di una posizione di assoluta centralità nell'area ovest della provincia di Brescia.</p> <p>L'assetto territoriale del Distretto DUC di Rovato presenta un elevato grado di omogeneità urbanistica: all'interno del perimetro del centro abitato la maggior parte degli abitanti, oltre 16.000, un dato tuttora in crescita, caratterizzato da un indice di vecchiaia molto inferiore alla media provinciale (103 contro 157).</p> <p>Il Distretto di Rovato è storicamente connotato dalla funzione commerciale, le cui origini risalgono ai secoli corsi grazie alla presenza di un mercato del bestiame importante per tutta l'area ovest della provincia di Brescia. Operano infatti 271 negozi, 90 attività di ristorazione, e 70 attività di servizi alla persona, un mercato settimanale di 140 banchi.</p> <p>La situazione della rete commerciale del DUC di Rovato riscontra una positiva integrazione fra le diverse tipologie di vendita: grandi e medie strutture, esercizi di vicinato e mercato ambulante, che nel tempo hanno creato un equilibrio, mantenendo da un lato la centralità del nucleo antico senza rinunciare a forme di sviluppo dimensionale del commercio. Questo pluralismo delle forme distributive è un valore per la prospettiva, che va mantenuto e sviluppato, e sul quale si possono "muovere" le esigenze di riqualificazione del Distretto DUC e quindi dei suoi partners, l'Amministrazione Comunale e gli operatori del settore.</p> <p>L'analisi comparata dei punti di forza e di debolezza verificata nel paragrafo "strategia di sviluppo" ha portato a mettere al centro la tematica dell'accessibilità ai punti vendita: la compattezza del nucleo urbano e la rete di viabilità minore che lo percorre rende praticabile l'obiettivo di una progressiva trasformazione di parti consistenti dei flussi di traffico a sistemi di mobilità sostenibile, di tipo ciclopedonale, dedicando a questa tipologia di traffico urbano appositi spazi e percorsi, di facile identificazione ed in assoluta sicurezza, quale modello comportamentale che agisce in positivo sull'ambiente urbano, rende compatibile l'opzione fra l'uso del veicolo e la camminata riducendo la mobilità extracomunale per acquisti ed offrendo opportunità di crescita della produttività per le imprese commerciali.</p> <p>In coerenza con questo indirizzo strategico anche l'assetto viabilistico necessita di sostanziosi interventi, in particolare sull'arredo urbano, con funzione di arricchimento qualitativo dello shopping, oltre che della funzionalità. Ciò significa segnaletica, pavimentazione, piccole aree di sosta, panchine, illuminazione, in particolare sul percorso più adiacente al centro storico (Corso Bonomelli).</p> <p>L'obiettivo è quello di sostenere e mantenere la polarità del nucleo centrale organizzato sugli assi di Via 25 aprile e di corso</p>

3898034	CALOLZIOCORTE	<p>I soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato sono cinque dei sette Comuni del Distretto del Commercio valle San Martino (Calolziocorte, Carenno, Olginate, Torre de' Busi, Vercurago) e l'Associazione Confcommercio Lecco. Saranno comunque ammessi a partecipare al bando per le MPMI anche gli operatori localizzati nei due Comuni del Distretto senza investimenti pubblici, Erve e Monte Marenzo.</p> <p>I partner del Distretto hanno valutato le potenzialità e i fattori critici del proprio territorio, in modo da poter elaborare strategie e interventi.</p> <p>In sintesi, i punti di forza, sono: un partenariato attivo e collaborante, l'offerta commerciale del Distretto, che registra un'alta densità commerciale per realtà abitative comunque di modeste dimensioni, la posizione geografica con un territorio ricco in patrimonio storico e bellezze naturali con potenziali forti sinergie con turismo e servizi, la creatività nel proporre eventi di interesse sia per la popolazione locale sia con forte richiamo sull'esterno, permettendo la promozione del commercio e dei servizi, con benefici diretti verso gli operatori economici locali.</p> <p>I punti di debolezza identificati risultano i seguenti: disomogeneità della rete distributiva nei cinque comuni partecipanti, con concentrazione nei Comuni di maggiore dimensione (Calolziocorte e Olginate); il deperimento della condizione dei parcheggi localizzati in prossimità degli assi commerciali, dei mercati, dei punti turistici di maggior interesse; una percentuale importante di persone nella fascia di età over 65 (con una media del 25%), che richiede attenzione dal punto di vista degli spostamenti in auto (con la possibilità di parcheggiare non lontano dai punti vendita) e della presenza di esercizi di vicinato; la vicinanza di Lecco, capoluogo di provincia, rappresenta un altro elemento critico per i commercianti del distretto, che vedono i consumatori della propria area attirati dalla qualità e varietà di offerta proposte dai negozi del centro di Lecco.</p> <p>Considerati dunque i punti di forza e di debolezza sopra descritti, il progetto Distretti del Commercio 2022-2024 per il Distretto Valle San Martino intende operare nei seguenti ambiti tramite gli interventi dettagliati.</p> <p>1. Miglioramento dell'attrattività del territorio e della qualità della vita;</p> <p>Lo scopo delle attività da svolgere in questo ambito è quello di rendere più attraente per residenti e turisti l'area abitata e più agevole l'accesso agli esercizi commerciali presenti nel territorio. Si tratta dunque di realizzare un miglioramento dell'arredo urbano, di agevolare la fruibilità e accessibilità degli spazi pubblici, di rendere più agevole la sosta presso i parcheggi a pagamento dell'area</p> <p>2. Attività atte a promuovere e dare maggiore visibilità al territorio del Distretto.</p> <p>Accanto all'aspetto strutturale descritto sopra, verrà attuato un piano integrato di iniziative culturali, volte ad attirare nuovi consumatori, grazie ad eventi cadenzati nel corso dell'anno. I Comuni coinvolti avranno cura di dare ampio risalto al Distretto nel territorio.</p>
3897768	GODIASCO	<p>I dieci Comuni del distretto Oltre il ... Commercio, nell'Appennino Pavese presentano un progetto di eccellenza, incarnato sulla grande innovazione, tanto attesa, ed ora finita: la realizzazione della Green way, che attraversa tutta la valle. Da Rivanazzano Terme la via verde si collega verso nord, Voghera, Pavia, fino al cuore dell'Europa lungo le piste ciclabili regionali della Valtellina, a Sud, arrivata a Varzi, si ramifica in diversi percorsi verso l'Emilia, verso la Liguria fino a Genova e a Roma. Una infrastruttura portante per il rilancio del turismo green, un prodotto che in questi anni ha manifestato la sua importanza strategica per il rilancio dei territori interni.</p> <p>La grande ondata di turismo creata dalla pandemia ha portato una nuova attenzione su quest'area che da tempo subiva un costante declino e spopolamento. Ora tutti i comuni, in sinergia con i distretti limitrofi di Borghi e Castelli, Colli dell'Oltrepò, Alta Val Tidone, hanno condiviso una strategia di turismo green che attraverso il sistema diffuso di strade e sentieri, che si dirama dalla green way di fondovalle, e raggiunge, coinvolge e valorizza i centri minori, soprattutto i piccoli negozi, la recettività diffusa, l'artigianato di servizio. Si crea così un flusso di turisti e di dialogo che riesce coinvolgere tutta l'area dei quattro distretti. Elementi cardine perché tale strategia riesca a conseguire gli obiettivi dichiarati sono gli investimenti dei comuni che concorrono in modo omogeneo a infrastrutturale l'arteria principale con aree di sosta, illuminazione, punti di ricarica elettrica, aree bimbi ed aree cani: tutto un insieme di servizi che accoglie il turista e lo accompagna.</p> <p>Vengono realizzati piccoli spazi mercatali per coinvolgere il turista e dare sbocco alle produzioni del territorio. Analoghi interventi vengono realizzati nei comuni che, anche se non direttamente presenti sulla green way, sono ad essa collegati e realizzano ulteriori elementi funzionali alla proposta turistica: un centro attrezzato con infopoint a Brallo di Pregola, un laghetto sportivo a Menconico, la riqualificazione della piazza centrale a Casanova Destra ed altro. Un programma di segnaletica coordinata contribuisce a rafforzare l'identità del prodotto turistico. In sinergia con gli altri Distretti contermini, è prevista una zione trasversale di promozione, coordinamento e costruzione di una proposta di recettività, ristorazione e vista omogenea. Viene altresì attivato uno sportello per le nuove imprese per supportarle nella presentazione di progetti e domande a valere sul bando dei 200.000,00 euro regionali inclusa nel programma. Particolare attenzione sarà prestata alla costituzione di nuove aziende, soprattutto di giovani, collegate ai servizi ed alle proposte di trekking e cicloturismo. La ripresa della dinamica economica può svilupparsi anche in questa fase di criticità finanziaria generale, in quanto il prodotto proposto è comunque a costo contenuto e accessibile. La strategia include una specifica attenzione alla riapertura dei negozi ed al contrasto alla desertificazione, contenendo al massimo le imposte ed ogni altro onere di competenza dei comuni, coinvolgendo la proprietà in un riesame complessivo delle opportunità di locazione, anche grazie al supporto di FIMAA. L'incremento del turismo, portato "fisicamente" anche nei centri meno noti, dovrebbe aumentare anche gli acquisti, dato che si darà massimo valore ai prodotti del territorio sia agricoli che artigianali.</p>
3889672	MARIANO COMENSE	<p>Brianza GREEN è nato per sostenere il territorio nella transizione da area con debole vocazione commerciale e turistica a ambito in cui, attraverso l'implementazione di una più ampia strategia di marketing territoriale, il turismo punta a diventare un'ulteriore leva per il rilancio del commercio.</p> <p>Suo obiettivo è quindi quello di fare emergere questa porzione della Brianza comasca tra gli altri forti centri attrattori che la circondano potenziandone e promuovendone le eccellenze già presenti attraverso un processo condiviso in grado di porre sufficiente massa critica alla base delle azioni che guardano con interesse sia al crescente pubblico turistico che a quello già numeroso dei residenti.</p> <p>Con questo Progetto il Partenariato intende avviare fattivamente la strategia di lungo periodo (descritta nel Programma di Intervento che ha accompagnato la sua istituzione all'inizio dell'anno) sviluppandone le linee guida e arricchendolo con una particolare attenzione per le eccellenze mercatali e la governance.</p> <p>La Proposta progettuale si articola quindi in tre macro ambiti.</p> <p>1. COSTRUZIONE DEL BRAND E GOVERNANCE DEL DISTRETTO</p> <p>Si inseriscono in questo ambito anche la previsione di dotarsi di un Manager e quella di costituire un tavolo di lavoro volto a dare continuità all'azione del DID e a favorire insieme la messa a fuoco della sua proposta competitiva.</p> <p>2. (RI)QUALIFICAZIONE URBANA E VALORIZZAZIONE DELL'EXTRA - URBANO</p> <p>Si inseriscono qui gli interventi di rigenerazione urbana volti, da un lato, a rendere più piacevoli i luoghi dello shopping e, dall'altro, a rafforzare l'attrattività del territorio intervenendo sul verde che lo accoglie e sostenendo lo sviluppo della mobilità dolce in maniera tale da favorire il flusso degli utenti tra (e da) le aree verdi e le sedi del commercio e dei servizi.</p> <p>3. COMUNICAZIONE</p> <p>Una volta create le premesse a sostegno della proposta del Partenariato, la loro comunicazione risulta importante dal doppio punto di vista dell'INFORMAZIONE, in particolare verso gli operatori commerciali, gli Enti e gli altri potenziali stakeholder delle attività distrettuali, e della PROMOZIONE della sua offerta commerciale sia verso i residenti che verso i visitatori.</p>

3897226	DESENZANO DEL GARDA	<p>Il Distretto urbano del Commercio di Desenzano del Garda "Antico Centro storico, cuore commerciale di Rivoletta e Desenzano del Garda" nasce nel 2008, per poi evolversi nel 2013 nel V bando a testimonianza della volontà dell'interesse sul tema.</p> <p>I partner del Distretto del Commercio sono: Comune di Desenzano del Garda, Associazione Confesercenti della Lombardia Orientale, Confcommercio Brescia, Associazione Albergatori Hotels Promotion,</p> <p>Ad ottobre 2019 il Distretto ha provveduto a confermare il mantenimento dei requisiti previsti per i Distretti del Commercio (attività, governance, networking e risultati).</p> <p>Desenzano è ubicato nella parte sud-orientale della provincia di Brescia e in quella sud occidentale del lago di Garda. La parte settentrionale del comune si affaccia sul basso lago di Garda, mentre il resto del territorio si estende verso sud sulle colline moreniche. In questa zona dell'entroterra il territorio comunale confina con il Veneto.</p> <p>Dal 1959 si fregia del titolo di "città" ed è attualmente gemellata con l'Isola di Sal (Capoverde) e con le città di Antibes Juan-les-Pins (Francia), Wiener Neustadt (Austria) e Amberg (Germania).</p> <p>Il Distretto intende implementare con il presente progetto ha una prospettiva di lungo termine perché ha come obiettivo la valorizzazione del patrimonio architettonico-culturale di Desenzano, il finanziamento di eventi culturali e la realizzazione di corsi di formazione rivolti alle imprese del settore Commercio e Turistico-Ricettive (quest'ultima iniziativa verrà attuata in collaborazione con Confcommercio Brescia e Confesercenti della Lombardia Orientale) cui si affianca la realizzazione di uno sportello informativo volto a sensibilizzare le attività di vicinato circa la presenza di agevolazioni fiscali e contributi finalizzati a supportare le imprese nelle proprie attività.</p> <p>Per quanto riguarda la valorizzazione del patrimonio architettonico-culturale, gli interventi che si andranno a porre in essere riguardano la ristrutturazione tecnologica di Palazzo Todeschini con impiantistica audio e video.</p> <p>Affacciato sull'antica darsena del porticciolo di Desenzano, il "Porto Vecchio", Palazzo Todeschini venne costruito nel 1580 dall'architetto bresciano Giulio Todeschini. L'imponente costruzione è caratterizzata da quindici arcate in pietra di Malcesine a</p>
3857335	ROMANO DI LOMBARDIA	<p>Il progetto mira a proseguire e potenziare l'azione dell'Amministrazione che vede commercio e turismo affiancati a sostegno della promozione del territorio nell'ambito di una strategia tesa a valorizzare la storia e la cultura della Città forte anche della fitta rete di collegamenti con il resto della provincia e della Regione.</p> <p>Superate le fasi più gravi dell'emergenza Covid, durante le quali aveva sostenuto le Imprese nella transizione verso una "nuova normalità", con questo Bando il DUC di Romano di Lombardia può tornare a concentrarsi sulla sua funzione primaria a supporto dell'attrattività proponendo interventi complementari tesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • allo sviluppo di infrastrutture e servizi in grado di stimolare la domanda di un target qualificato di cittadini/residenti e di turisti/frequentatori • al consolidamento della rete di vicinato per metterla nelle condizioni di sostenere la nuova domanda • al rafforzamento della governance del Distretto come Centro Commerciale Naturale procedendo verso l'introduzione di un Manager in grado di favorire il coordinamento e l'integrazione tra le azioni e gli attori. <p>Il programma di intervento - che coinvolge l'intero territorio distrettuale - risulta così composto da opere pubbliche (che in parte continuano quelle già avviate grazie al recente bando regionale "Borghi storici") e attività di animazione e di comunicazione (anche in collaborazione con soggetti privati) affiancate da un percorso strategico di crescita che tocca sia la governance che le capacità di promuoversi.</p> <p>La collaborazione con le Associazioni di categoria ha quindi permesso di mettere a punto una proposta di formazione e consulenza in grado di rinforzare e sostenere le aziende sullo sfondo di tutte le azioni progettuali e di mettere a punto per loro un bando ideato che intende includere un'ampia platea di operatori sia in termini di categorie che di dimensioni.</p>
3899559	DUBINO	<p>L'analisi delle caratteristiche del Distretto del Commercio - valorizzazione distretto commerciale e turistico della bassa valle - soprattutto, la localizzazione in un'area pianeggiante all'incrocio di due direttrici (SS36 e SS38) di grande passaggio e di collegamento con il nord Europa, la coesione territoriale tra i partner e la capacità di adattamento ai cambiamenti che hanno dimostrato negli anni nonché la condivisione delle stesse debolezze (Fragilità e Marginalità delle aree più montane e carenza di servizi, desertificazione commerciale, frontaliere ed erosione dell'imprenditorialità locale, consumo di suolo) e minacce (evento bellico, incremento dei costi e perdita di ricchezza delle famiglie) e la capacità di fare rete per affrontarle e trasformarle in opportunità, ha rilevato la necessità e l'opportunità di una Strategia di Sviluppo di lungo periodo che sia dinamica e flessibile e capace di adattarsi a repentini cambiamenti e a nuove necessità e che metta a frutto le esperienze e le competenze del partenariato e della comunità locale. In quest'ottica, anche stavolta, come nel precedente progetto, la forza della Strategia nasce dall'identità territoriale e dalle sue risorse imparando dall'esperienza di un territorio che non è rimasto fermo ma si è evoluto adattandosi alle tendenze e trasformando in opportunità le apparenti debolezze e difficoltà che di volta in volta si sono presentate sul suo cammino.</p> <p>Il Distretto ha quindi attivato un punto di confronto stabile e costruttivo con la comunità locale e gli stakeholders, partendo dalla trasparenza e dalla corretta informazione, per arrivare a condividere idee, proposte e progetti. Il Partenariato è stato aperto a tutti i soggetti che hanno condiviso, partecipato e sostenuto il Distretto del Commercio dalla sua realizzazione al suo sviluppo e che hanno partecipato alla realizzazione del programma di intervento. Ogni soggetto partecipa con un ruolo attivo mediante l'apporto di risorse umane e finanziarie o l'impegno alla realizzazione di azioni o iniziative di interesse del distretto, secondo la sua specificità, competenza e funzione consolidata nel territorio.</p> <p>Così, sulla scia dei cambiamenti innescati dalla pandemia (rivalutazione degli esercizi di prossimità e preferenza sul ripopolamento dei piccoli centri, ritenuti più sicuri) il Distretto si pone come obiettivo la rigenerazione e la riqualificazione del proprio territorio sia in termini economici, con incentivi alle imprese, sia in termini ambientali e sociali, per migliorarne l'appeal locale e attrarre nuovi insediamenti produttivi e commerciali e nuovi residenti, da realizzarsi attraverso interventi condivisi e sinergici che portino valore aggiunto al territorio e ai suoi abitanti.</p> <p>Intenzione del partenariato è quindi partire dalla rigenerazione di aree ora dismesse e degradate, individuate dai vigenti strumenti di programmazione dei comuni partner, e riqualificarle sia da un punto di vista ambientale che sociale in funzione di una pubblica utilità come luogo di aggregazione e di un maggiore appeal per attrarre imprese, cittadini e visitatori. Strumenti cardine per il conseguimento degli obiettivi sono la composizione del Partenariato, un Strategia di sviluppo flessibile ed adattabile, una Governance di Distretto attenta all'osservazione del territorio, in particolare delle ricadute socio-economiche del conflitto bellico e</p>

3899539	DONGO	<p>Il Distretto è finalizzato alla valorizzazione territoriale e alla promozione del commercio come fattore di aggregazione, in un ottico di innovatività, con lo scopo di attivare dinamiche economiche, sociali e culturali, nonché sostenere un settore in sofferenza da alcuni anni ed in balia degli effetti bellici, incentivare e sostenere il commercio proponendo misure di sostegno e pensando agli effetti derivati dalla guerra che nei prossimi mesi coinvolgerà tutti i settori.</p> <p>Attraverso un maggior coinvolgimento del territorio, il Distretto, in qualità di strumento di coesione alimentato da strategie comuni portate avanti dai soggetti partner, intende aumentare il proprio appeal intervenendo con servizi e riqualificazione nelle aree di maggiore attrazione. A questo saranno affiancate iniziative condivise di marketing e promozione territoriale (eventi, iniziative di richiamo turistico, promozione e comunicazione a vari livelli) condivisa tra enti ed operatori del territorio.</p> <p>Strategia comune del Distretto e delle amministrazioni è quella di potenziare l'accessibilità alle aree commerciali e di interesse culturale e turistico, elementi essenziali nella catena di valore dell'offerta di un territorio.</p> <p>Nel comune di Dongo si procederà attraverso la riqualificazione di un edificio quasi del tutto dismesso, in posizione centrale e strategica per i servizi pubblici, con il fine di ricreare un centro di aggregazione dedicato ad attività sociali; tale opera sarà affiancata da interventi legati alla viabilità urbana finalizzati a risolvere situazioni problematiche nel centro storico cittadino, ove si trovano elementi urbani con valenza pubblica, tra cui la Chiesa di Santa Maria in Martinico, Parco Scalini con il Centro Polifunzionale, Palazzo Manzi, Municipio e Museo della fine della Guerra.</p> <p>La valorizzazione del territorio prosegue nel comune di Domaso con la finalizzazione delle opere relative all'auditorium che, non ancora terminato, creava un disordine generale che danneggiava la peculiare porzione territoriale, caratterizzata dalla presenza della Chiesa "dei Frati" di Sant'Antonio e dalla relativa passeggiata pedonale, grazie anche alla nuova passerella ciclo pedonale sul torrente Livo, in grado di migliorare la dotazione infrastrutturale per la mobilità dolce incentivando gli spostamenti a piedi e con mezzi non motorizzati come la bicicletta, azzerando così le emissioni inquinanti con benefici per la qualità della vita e la salute. Tali soluzioni sono atte a valorizzare il territorio comunale, decongestionare il traffico urbano anche attraverso piste ciclabili e fornire servizi pubblici ad utenti e cittadini.</p> <p>Nell'ambito di quest'ultima volontà si è pensato di abbellire e arricchire lo stesso mediante la realizzazione dell'illuminazione con una corretta disposizione dei punti luce fino all'individuazione di soluzioni customizzate per realizzare un progetto illuminotecnico efficiente, dall'elevato comfort visivo e duraturo nel tempo.</p> <p>Gli stessi interventi di riqualificazione urbana ed incremento dell'accessibilità alle zone peculiari locali ed al centro storico, nonché le opere finalizzate alla creazione di spazi pubblici ed aree di aggregazione, vengono proposti anche dai comuni di Garzeno, Gravedona ed Uniti e Vercana. Quest'ultimo comune intende altresì attuare una strategia di rigenerazione attraverso la creazione di uno spazio pubblico polifunzionale ed inclusivo, dotato di un sistema fonico e multimediale per eventi, con spazio coperto.</p>
3886983	PARABIAGO	<p>"Ripartiamo dalle piazze del commercio" auspica oltre al consolidamento delle attività presenti a rilanciare l'interesse di nuove iniziative imprenditoriali, coinvolgendo in primo luogo il settore della distribuzione al dettaglio, riqualificando la funzione delle piazze come punto di aggregazione sociale e commerciale.</p>
3898148	ERBA	<p>Potenziamento dell'offerta culturale per il rafforzamento del tessuto imprenditoriale - Per il nuovo bando 2022-2024, il DUC ha impostato una strategia volta a proporre una serie di iniziative rivolte anche ad un target esterno, principalmente formato da turisti che possano vedere in Erba un luogo dove fruire di esperienze specifiche legate all'ambito della cinematografia, attraverso la valorizzazione della figura di Frigerio. Erba, infatti, si trova in una posizione territoriale privilegiata, in quanto ospita il centro fieristico Lario Fiere che ogni anno attrae migliaia di visitatori anche dall'estero: attraverso il progetto vogliamo intercettare questi soggetti, spronandoli a visitare il centro di Erba e favorendo quindi una maggiore conoscenza delle imprese che vi operano. Il tutto puntando sulla riqualificazione della via centrale dei negozi e la creazione di un Museo dedicato alla figura di Frigerio e al settore cinematografico. A fronte dell'analisi di contesto e dal confronto con gli attori locali emergono i seguenti obiettivi distrettuali:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fornire una specifica identità territoriale al DUC, servendosi della figura di Frigerio e del tema cinematografico e teatrale come elementi attrattivi e di richiamo di utenza -Rafforzare il piano di marketing territoriale attrattivo -Dare una specifica identità commerciale al Distretto -Supportare le imprese nelle loro attività commerciali <p>Il DUC ha quindi scelto un tematismo specifico che intende valorizzare, attorno al quale costruire l'intera offerta di proposte e servizi per l'utenza.</p> <p>La strategia progettuale mira a creare una connessione tra gli elementi presenti nell'area centrale del DUC di Erba, che da sempre contraddistinguono la sua offerta. Si parte dalla riqualificazione di Via Volta, asse viario principale per i negozi, che vede a nord la presenza del Teatro Licinium (oggetto di riqualificazione con il bando 2020/2022), di Villa Candiani che a breve ospiterà il Museo dedicato a Frigerio e Villa Ceriani che ospita già il museo civico/archeologico di Erba. Partendo da questi elementi si attiverà un piano di marketing volto a promuovere l'offerta, e si accompagneranno le imprese in percorsi di formazione e consulenza per migliorare l'approccio ad un nuovo tipo di clientela. In contemporanea, si attiveranno anche dei progetti volti a recuperare i locali sfitti, anche attraverso forme di utilizzo temporaneo legate all'arte.</p>
3889329	CALUSCO D'ADDA	<p>RIQUALIFICHIAMO L'ISOLA Partendo dall'analisi del contesto in cui è inserito il Distretto la qualità dell'ambiente (inteso come elementi naturalistici e paesaggistici, offerta di servizi privati e pubblici, sistema e stile di relazioni tra i soggetti portatori di interesse sul territorio) e la sua dimensione turistica diventano elementi di sviluppo importanti per l'economia locale, al fine di attrarre imprese, residenti, turisti e consumatori.</p> <p>Il Distretto del Commercio dell'Isola Bergamasca raccoglie una comunità di importanti tradizioni storiche, ha dato i natali a illustri personaggi (es. Papa Giovanni XXIII) e conserva ricche testimonianze artistiche e culturali, che contribuiscono a renderlo un territorio turisticamente promettente e ricco di potenzialità.</p> <p>Ulteriore caratteristica che rende questo territorio unico e peculiare è la presenza di Parchi naturali e aree protette riconosciute a livello nazionale come il Parco Adda Nord e il Parco del Monte Canto.</p> <p>Si tratta pertanto di un'area ad alto potenziale turistico, dotata di buone strutture di ristorazione e commerciali e con una offerta variegata di proposte storico-culturale-naturalistico-religioso.</p> <p>Le Amministrazioni Comunali del Distretto dell'Isola Bergamasca hanno quindi deciso di orientare la propria progettualità su interventi finalizzati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • a migliorare la vivibilità del territorio attraverso la riqualificazione dei contesti urbani e la sua attrattività; • a sostenere l'offerta commerciale; • a curare gli interessi e la promozione dello sviluppo della propria comunità; • a cercare di contrastare la desertificazione di alcuni luoghi. <p>Sulla base dell'analisi dei suoi punti di forza e di debolezza e delle opportunità di sviluppo il Distretto si trova quindi di fronte alla necessità di sviluppare una strategia di lungo periodo con due obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sostenere il commercio e i servizi di vicinato, in maniera diretta con il bando rivolto alle imprese e in maniera indiretta attraverso la realizzazione degli interventi sulle infrastrutture e sul contesto; • sfruttare, dove possibile, le sinergie con il turismo già attivo sul territorio e favorito dalla riscoperta delle destinazioni più vicine, grazie alla realizzazione di eventi e iniziative finalizzate alla valorizzazione delle eccellenze uniche presenti nel Distretto. <p>Con tali finalità sono stati quindi individuati dai Partner gli interventi inseriti nel Progetto, finalizzati a favorire ricadute positive per il territorio e i suoi operatori, e che riguardano nel dettaglio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la riqualificazione del contesto del territorio (in termini di vivibilità, attrattività e accessibilità) sia in aree in cui sono presenti le attività commerciali sia in aree in cui sono presenti le attrazioni turistiche; • la promozione culturale per creare connessioni e promozioni per la rete commerciale; <p>• il sostegno alle imprese commerciali, sfruttando i contributi messi a disposizione da Regione Lombardia e mettendo in campo</p>

3896934	SEBINO BRESCIANO	<p>La sponda orientale del Lago di Iseo, chiamata "La Riviera degli Ulivi" è una porzione di territorio di estrema bellezza in cui uliveti e vigneti, sapientemente curati definiscono un paesaggio lacustre di fama internazionale. Lungo la strada panoramica che costeggia il territorio del Medio Lago si alternano campagne, borghi e castelli e si resta incantati dal paesaggio coltivato ad ulivi, alternati alle essenze tipiche della flora mediterranea. Il territorio su cui insiste il Distretto del Commercio Riviera degli Ulivi si presenta quindi coeso e composito. A partire dal mese di settembre 2022 è entrata a far parte del Distretto, assumendo il ruolo di capofila, la Comunità Montana del Sebino Bresciano. Il Distretto Centro Lago Bresciano Riviera degli Ulivi è ubicato nella porzione più occidentale della Provincia di Brescia e comprende il territorio che si affaccia sulla sponda orientale del Lago d'Iseo.</p> <p>Il Distretto vuole attuare un disegno prospettico di lungo termine che si sostanzia in azioni che mirano a promuovere il turismo di prossimità di tutta la regione del Distretto e conseguentemente a innalzare il livello di attrattività commerciale.</p> <p>Il progetto prevede la realizzazione di una azione di sistema volta a definire una strategia locale per lo sviluppo di un sistema turistico integrato in 4 macro-aree con l'obiettivo di individuare le potenzialità del territorio e di organizzare le risorse locali di identità, cultura, ambiente ed attività economiche, in un sistema integrato.</p> <p>Il progetto si pone obiettivi specifici, politiche ed impegni classificati in base a quattro ambiti, tra cui (1) la Fruibilità, quindi il miglioramento della qualità e della gamma dei servizi turistici locali, realizzando una maggiore visibilità delle risorse diffuse sul territorio attraverso la definizione di un sistema di prodotti turistici il più possibile rispondenti alle esigenze di fruizione dell'utente. (2) l'Attrattività con la valorizzazione delle mete di visita, e il potenziamento dell'offerta nell'intero territorio riequilibrando i flussi spaziali. (3) la Competitività con il miglioramento della percezione del sistema dell'offerta turistica. (4) lo Sviluppo Sostenibile con il miglioramento del contesto locale e sviluppo di forme di valorizzazione delle vocazioni produttive, azioni collettive di ricerca e di partecipazione attiva con proposte di intrattenimento culturale.</p> <p>Tra le direttrici della strategia del programma si sviluppo di segnalano.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arricchire l'offerta turistica di qualità con proposte di animazione e intrattenimento che possano diversificare le proposte per i flussi turistici legati alla sola balneazione lacustre per attrarli nell'area di intervento e portarli a scoprire la ricchezza dei paesaggi; - Determinare un incremento della gradevolezza dei luoghi e le performance di fruizione del territorio al fine di garantire: - stagionalizzazione dell'offerta: non solo ferie in agosto, complice anche lo smartworking, le persone hanno iniziato a scegliere di partire in periodi non convenzionali, preferendo soggiorni poco affollati e ricercando il contatto con la popolazione locale;
3899196	UNIONE DELLE ALPI OROBIE BRESCIANE	<p>La strategia che si ritrova anche nel nome del progetto si fonda sulla resilienza di un contesto montano che si confronta quotidianamente con le difficoltà e le peculiarità di un territorio periferico rispetto alle realtà cittadine ed ai servizi connessi, viabilità etc.</p> <p>La decisione maturata rispetto alle esigenze emerse nei tavoli di confronto con il territorio è quella di improntare l'azione pubblica verso la realizzazione di nuovi parcheggi nel Comune di Edolo e nell'ammodernamento e miglioramento di quelli già esistenti nella Frazione Galleno in Comune di Corteno Golgi e in Piazza Repubblica in Comune di Malonno.</p> <p>Contributo alle imprese per Riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio e nelle aree periferiche caratterizzate da desertificazione e contributo all'ammodernamento degli spazi esistenti.</p>
3868654	COMUNE DI BAREGGIO	<p>La realtà aggregativa tra i Comuni di Bareggio e Cornaredo è sede di una rete commerciale caratterizzata da una prevalenza di esercizi di vicinato. Il Distretto in particolare coincide con l'intera estensione edificata dei due territori comunali per perseguire tutte le opportunità possibili di sviluppo ed innovazione delle attività commerciali, a prescindere dall'ubicazione. Riconoscere la possibilità a tutti i punti vendita del Distretto di beneficiare di migliorie e di riqualificazioni rappresenta una delle condizioni importanti per rendere rilevante il commercio e la sua funzione locale. Difatti, avere sul territorio degli esercizi commerciali funzionanti significa avere dei luoghi vissuti e di socialità, in cui le persone possono interagire, accrescendo in questo modo il livello di identificazione sociale. Le Amministrazioni perseguono quindi una visione strategica di rafforzamento dell'identità dei luoghi con una programmazione di iniziative sinergiche che vadano ad agire sugli elementi caratterizzanti di ogni singolo territorio in una logica comune di rivitalizzazione degli spazi pubblici, coordinando al contempo iniziative di rete in grado di dare slancio al commercio locale. L'obiettivo del Distretto consiste nel favorire il ritorno nei centri storici delle attività commerciali di prossimità, agendo sul rilancio delle attività attraverso iniziative di marketing on line, con il Portale Shop Online, di contributi e proposte formative per le attività commerciali, di interventi di sicurezza e decoro urbano delle vie commerciali e soprattutto sull'incremento degli eventi, in collaborazione con tutte le realtà locali, per migliorare la vivibilità degli spazi pubblici e commerciali. L'opportunità di sviluppare il Distretto consentirà quindi di potenziare l'organizzazione delle attività ludiche e culturali del territorio, agendo sui processi decisionali relativi alla realizzazione degli eventi dei due Comuni, che in sinergia potranno programmare nel medio e lungo periodo anche iniziative atte a valorizzare il patrimonio storico del territorio, incentivando progetti legati alla tradizione popolare e alla cultura locale. I Totem interattivi in punti strategici del Distretto, saranno strumenti utili per ricevere informazioni di carattere commerciale, storico, culturale ed ambientale. In particolare i nuovi totem nel Comune di Bareggio integreranno quelli già presenti nel Comune di Cornaredo. Gli investimenti relativi a questi eventi daranno la possibilità di creare una rete tra gli enti, le associazioni ed i cittadini che attraverso l'aggregazione e la promozione della socializzazione della comunità locale, accresceranno la visibilità delle imprese commerciali e la loro partecipazione, rientrando esse stesse nella logica complessiva della rivitalizzazione dei nuclei storici e delle "vie del commercio". Lo scopo è quello di favorire la riscoperta dell'identità territoriale dei comuni, unitamente alle realtà commerciali presenti sul territorio; a tale scopo sono previsti: l'organizzazione della Festa del Distretto, occasione in cui le tradizioni ed i prodotti tipici saranno protagonisti; il completamento della rete di pannelli con Foto storiche in prossimità di elementi caratteristici dei centri storici e nelle vie del commercio; ed altre feste, sagre e manifestazioni a calendario, che favoriranno il coinvolgimento attivo delle imprese commerciali. Sono previsti, inoltre, per favorire una mobilità sostenibile ed accessibile nonché per una maggiore riconoscibilità del distretto nei punti di congiunzione tra i due comuni l'implementazione dell'arredo urbano lungo i percorsi ciclo-pedonali di congiunzione dei due comuni in località San Pietro e del municipio di Cornaredo. Il progetto è previsto nel Piano Urbanistico Comunale del Comune di Cornaredo e nel Piano Urbanistico Comunale del Comune di Bareggio.</p>
3895563	VIMERCATE	<p>Il riferimento del commercio al mercato è una tradizione che da decenni si è avvertita un'impulsione e consolidano il ruolo di riferimento per la città e per la Brianza tutta, i cui abitanti sono attratti dalla varietà e dalla fruibilità della rete commerciale che lo anima, oltre che dai numerosi eventi che vengono organizzati lungo tutto l'arco dell'anno.</p> <p>La trasformazione e il posizionamento ai vertici dell'economia italiana che negli ultimi decenni ha interessato la struttura produttiva milanese evidenzia una capacità di resistenza e adattamento del territorio rispetto alle sfide economiche e sociali in atto; la capacità del sistema di riorientare la propria specializzazione verso nuove attività è un valore aggiunto che viene riconosciuto all'area che comprende le province di Milano, Monza Brianza e Lodi. Questa dinamica trova conferma nell'aumento della terziarizzazione registrato durante gli ultimi anni, segnale di una capacità di adeguamento e risposta alle nuove sfide del mercato attuale.</p> <p>L'inclinazione all'imprenditorialità diffusa, complice anche la concentrazione di talenti e la presenza di personale qualificato, ha sollecitato una risposta immediata del territorio di riferimento in seguito all'emergenza sanitaria Covid-19 che ha intaccato l'interno sistema economico e sociale del nostro paese, evidenziando la resilienza e la capacità di ripresa del territorio.</p> <p>Il settore commercio ha sempre svolto, e svolge tuttora, un ruolo determinante per lo sviluppo e l'arricchimento del tessuto locale, con particolare attenzione per i settori d'eccellenza. Si vuole continuare nel perseguire la stretta integrazione tra i settori pubblico e privato, nella convinzione che essa sia determinante ai fini dello sviluppo di lungo periodo del Distretto.</p> <p>La valorizzazione delle risorse economiche risulta profondamente intrecciata alle tradizioni culturali del luogo, e in stretta sinergia con il sistema di accoglienza turistica, delle associazioni di categoria e, naturalmente, del Comune Capofila.</p> <p>Si ribadisce quindi che gli obiettivi principali che il Distretto Urbano del Commercio di Vimercate persegue fin dalla sua costituzione sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sostegno e valorizzazione degli esercizi commerciali esistenti attraverso la riqualificazione degli spazi urbani in cui opera il commercio; - organizzazione di eventi e iniziative volte a esplicitare ai residenti, ai turisti e ai consumatori le potenzialità del tessuto commerciale e i servizi che il commercio dell'area del Distretto offre; - creazione di nuovi servizi e potenziamento degli stessi andando ad ampliare la gamma dell'offerta del Distretto anche attraverso la nascita di nuovi esercizi commerciali (a tal proposito nel 2019 sono stati pubblicati due bandi denominati Start-up 1 e Start-up 2 finalizzati a favorire l'avvio di nuove Attività nel territorio Comunale); - comunicazione e marketing territoriale; - promozione e animazione attraverso manifestazioni ed eventi; - creazione di sinergie all'interno del territorio.

3886457	MONZA	<p>In sintesi di tutto quanto sopra espresso l'idea progettare esecutiva si realizzerà con azioni che avranno come focus tre ambiti di intervento. Opere pubbliche, in primo luogo sono state individuate tre piazze in tre quartieri differenti, con discreta vocazione commerciale e sociale in modo da supportare loro riqualificazione e rivitalizzazione sia per le attività commerciali ivi esistenti, sia per la collettività. Inoltre sono state individuati degli assi viabilistici a forte vocazione commerciale dove operare interventi di miglioramento dell'habitat mediante arredo urbano, manutenzione sedi stradali, videosorveglianza. Un secondo intervento riguarderà il bando per finanziare attività di imprese del territorio, per le quali, oltre alle opere di ristrutturazione classiche, sono previsti incentivi per tre azioni che si vuole promuovere su tutto il territorio del DUC e precisamente attenzione alla salubrità dei luoghi, con interventi di sanificazione degli spazi da segnalare agli ingressi delle attività, opere per il verde urbano come facciate, ingressi "verdi" e con opere di attenzione all'ambiente con la realizzazione di insegne munite di fotocellule di rilevazione presenze per accensione esterna dei locali ad attività chiusa. Ultimo intervento è la previsione di eventi di diverso respiro da quelli a breve termine come il Centenario dell'Autodromo, ricadente nell'anno 2022, interventi di medio termine come il Festival del Kernel che ha già visto una prima edizione nel 2021 e che ha riscosso molto successo, tale da essere proposto anche per il 2022 con l'obiettivo di ripeterlo ogni anno. Tra le iniziative vi è anche il Festival del Cappello, nato dalla esigenza di promuovere una vocazione antica del territorio che è stato per diverso tempo il maggior produttore di cappelli a livello mondiale e che ancora vede presente qualche azienda in questo settore, si è sviluppato con la partecipazione ad un bando Europeo (Commissione Europea ha pubblicato l'iniziativa "HORIZON 13 RIA HORIZON Research and Innovation Actions"- facente parte del programma Europeo HORIZON – call: Horizon – CL 2-2022- HERITAGE-01, volta ad individuare ed a testare nuove soluzioni che affrontino i problemi relativi allo sviluppo urbano sostenibile e che siano rilevanti a livello europeo), già candidato ed in fase di</p>
3881527	COMUNE DI CASSANO MAGNAGO	<p>DUC di Cassano Magnago coinvolge l'intero territorio del Comune di Cassano Magnago e nel corso degli anni della sua istituzione ha promosso ed incentivato il commercio rafforzando l'identità del suo territorio. Cassano presenta diverse specifiche esigenze di sviluppo, gli interventi si sono concentrati in un'area definita ma essi avranno un trend positivo importante su tutto il territorio con l'integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività. Continua la ripresa post periodo emergenziale, per far vivere la città e renderla più attiva ed attrattiva, il titolo del progetto "vivere la città 2.0", riassume il punto focale da cui si sviluppano le direttrici e le strategie per attuarlo. La condivisione e confronto con i partner del Duc ha portato ad elaborare un progetto, che riguarda da una parte l'idea concreta di sviluppo di un'area definita ed omogenea con l'attuazione di interventi di rigenerazione, riqualificazione e adeguamento dell'area, che porteranno benefici economici, ambientali e sociali e con grande attenzione alla sostenibilità ambientale e dall'altra, l'idea di sostenere la vocazione sportiva e culturale di territorio cassanese. Il complesso di interventi collegati tra di loro, hanno l'obiettivo finale di avere, al termine del periodo triennale, una città che vedrà modificato il suo aspetto: in tutto il territorio sistemazione pali e nuovi punti luce a led, nuovi semafori, la riqualificazione di parte del centro storico ed il rilancio del teatro ivi situato, la sistemazione di alcune piazze limitrofe all'area del centro, con una riorganizzazione viaria, ed al sud la realizzazione di altre piste ciclabili nei pressi del nuovo parco di Città e l'attivazione del progetto Do you bike. Il Distretto, il Comune ed i partner intendono operare delle azioni in questo triennio per sostenere l'economia locale attraverso un piano di 4 linee di azione in continuità con il piano elaborato ed attuato con il bando precedente. 1.Promuovere la valorizzazione e riqualificazione territoriale per immobili, vie e le piazze del centro storico. Tra le strategie e le politiche di rigenerazione urbana promosse dal Comune risulta evidente la connessione tra le azioni per recupero del centro storico e la riqualificazione dello spazio urbano delle vie e delle piazze che lo attraversano al fine di restituire alle medesime la funzione di piazza e luogo di aggregazione e non di area destinata al transito veicolare ed alla sosta degli autoveicoli. 2.Continuare a sostenere le attività di formazione, informazione e consulenza agli operatori economici. 3. il Comune per far vivere la città, ha sostenuto diverse agevolazioni fiscali agli operatori economici. E' stato concesso l'uso gratuito della Villa Oliva, con l'ideazione di una fiera di promozione delle aziende locali e la concessione gratuita del suolo pubblico per esercizi pubblici anche per l'anno 2022. E' stato approvato il bando per concedere un contributo per l'apertura di nuove attività nelle aree oggetto di intervento, per il riutilizzo degli spazi commerciali sfitti. 4.Condividere le linee strategiche con associazioni, enti e partner del distretto per realizzare il progetto di far vivere la città, nella fase di elaborazione come nella fase di attuazione. Si è deciso di sostenere la vocazione culturale e sportiva, che già in questi anni ha valorizzato il territorio.</p>
3894673	PIURO	<p>L'area del Distretto del Commercio "Percorsi di Valchiavenna: le vie dei crocchi", qualificata quale periferica ed ultraperiferica secondo gli indicatori SNAI, è caratterizzata da forti divari di sviluppo rispetto ai territori più dinamici, distanza che ha innescato circoli viziosi di abbandono da parte della popolazione residente, indebolimento dell'offerta dei servizi locali, ulteriore spopolamento. Al fine di invertire tale dinamica e favorire un percorso diventa necessario innescare processi convergenti di adeguamenti infrastrutturali dell'offerta dei servizi e, parallelamente, puntare alla valorizzazione dei fattori produttivi del territorio (risorse naturali, forza-lavoro, competenze). Le amministrazioni, sensibili alle problematiche legate al potenziamento delle infrastrutture viarie esistenti ed alla conservazione del patrimonio storico delle antiche attività di commercio, hanno deciso di agire sulle strade e sui collegamenti che conducono ad elementi culturali e/o peculiari del territorio, in modo tale da renderli fruibili da tutte le tipologie di target, ai soggetti più fragili così come agli sportivi, grazie ad itinerari pensati ad hoc. In un'ottica di rilancio, di recupero e valorizzazione delle proprietà pubbliche finalizzate alla salvaguardia del patrimonio culturale, messa in sicurezza di edifici, rilancio in chiave turistica dell'economia locale, verranno valorizzate diverse aree relative ai nuclei storici (come ad esempio le aree crocchi a Piuro e a Villa di Chiavenna). Unitamente alla valorizzazione delle aree di grande importanza culturale, verranno promossi i servizi di informazione e promozione turistica (InfoCHIOSCO a Campodolcino); verranno sviluppati interventi di limitazione del traffico per perseguire le iniziative di sostegno alla mobilità sostenibile favorita da collegamenti di intermodalità (vedi Chiavenna con la sua ferrovia, Piuro con la colonnina di ricarica per E-bike); verranno riqualificate aree da destinare a parcheggi per una migliore fruizione del territorio, sia per residenti sia per turisti (Gordona, Prata Camportaccio); verranno effettuati interventi di miglioramento dell'accessibilità e della fruizione dei luoghi e dei servizi frequentati anche dai turisti promuovendo la valorizzazione e rigenerazione delle aree pubbliche grazie all'installazione di arredo urbano funzionale (Madesimo, Mese); verranno effettuati interventi di rigenerazione urbana dei nuclei rurali e delle loro vie di collegamento, anche con aree produttive (San Giacomo Filippo, Samolaco); verranno proposti interventi di riqualificazione delle aree verdi ad uso pubblico (Verceia). Attraverso l'attività di animazione promossa e realizzata sull'intera area del distretto si vuole arrivare a fidelizzare ed incrementare il turismo di vicinato, grazie anche ad un calendario ricco di manifestazioni che potranno comunque provare ad incrementare la destagionalizzazione dell'offerta turistica e valorizzare tutta la filiera produttiva. Le iniziative valorizzeranno, altresì, l'area crocchi, e le aree oggetto degli interventi di questo progetto.</p>

3897519	U.C. DELLA VALMALENCO	<p>Il DID è stato riconosciuto con DGR 28.10.2009 n. 10397 e, nel corso degli anni, ha svolto svariate attività e realizzato interventi nell'ambito del territorio distrettuale, beneficiando di contributi di Regione Lombardia mediante la partecipazione ai bandi riservati ai Distretti. I Soggetti Partner hanno quindi convenuto sull'opportunità di aderire al bando sulla linea di finanziamento dedicata ai "Progetti di eccellenza" presentando un programma di interventi importante ed innovativo, con l'ampliamento del partenariato a nuovi Soggetti/Enti che portano valore aggiunto al Progetto. La strategia di sviluppo di medio-lungo periodo condivisa con tutti i soggetti che hanno sottoscritto l'accordo di partenariato punta a qualificare ulteriormente il settore del commercio e dei servizi, attraverso uno sviluppo smart ed eco-sostenibile del territorio.</p> <p>Con il Progetto "IN VALMALENCO", nato nell'aprile del 2021 infatti, i Sindaci dei Comuni del DID, hanno promosso una serie di incontri per creare un innovativo laboratorio a cielo aperto, che rappresenta un vero e proprio piano strategico per la nascita della prima rural smart valley dell'arco alpino che mira al rilancio dei Comuni della Valmalenco dal punto di vista di:</p> <ul style="list-style-type: none"> è infrastrutture è attrattività economica, culturale, sociale e ambientale è coesione e identità comune <p>I Sindaci hanno quindi affidato lo studio preliminare di questo impianto ideale ad un'organizzazione esterna, partecipando attivamente ed evidenziando sia le peculiarità locali, che le criticità e gli obiettivi per il futuro della valle. È così emerso che le prospettive di sviluppo e le azioni da realizzare sono idonee per l'attivazione di un Investimento Territoriale Integrato. Si tratta di uno strumento europeo, che consente di utilizzare risorse economiche di varia natura, sia pubbliche (europee, nazionali, regionali, locali) sia private, per uno sviluppo territoriale in ottica sovracomunale, integrata e coordinata, che porterà la Valmalenco nei prossimi anni a risplendere quale laboratorio alpino di innovazione territoriale. Dopo una gara per l'affidamento gestionale dell'I.T.I. denominato "Smartland In Valmalenco", a febbraio 2022 è stata selezionata la proposta vincitrice di Project Financing di Servizi, che interverrà sia affiancando gli amministratori nel processo di avvio e sviluppo dell'intero progetto sia effettuando direttamente investimenti in materia di digitalizzazione e comunicazione.</p> <p>Ovviamente il Distretto contribuisce, con il programma di interventi, ad attuare parte di queste azioni che caratterizzano il Progetto territoriale integrato e che abbraccia i seguenti sei corridoi tematici:</p> <ul style="list-style-type: none"> mobilità sostenibile transizione energetica rigenerazione sviluppo economico digitalizzazione
---------	-----------------------	--