



CITTA' DI ALESSANDRIA

---

**DISTRETTO URBANO  
DEL COMMERCIO  
DUC**

---

D.G.R. n. 23-2535 del 11/12/20

D.D. n. 396 del 23/12 /20

---

---

ELABORATO

ALLEGATO 2 al Protocollo di Intesa

PROGRAMMA STRATEGICO  
del Duc di ALESSANDRIA

---

DATA  
11/2021

ELABORATO

2

---

CONSULENZA



STUDIO DI ARCHITETTURA BALBI & RINAUDO  
Via A. Perfumo 1 15122 Spinetta Marengo (AL)

---

A termini di legge si riserva la proprietà di questo disegno con divieto di riprodurlo o renderlo comunque noto a terzi senza autorizzazione scritta.



La Regione Piemonte promuove con l'art. 18 ter della Legge Regionale n. 28/99, modificata dall'articolo 51 della legge regionale n. 13 del 29/05/2020, i Distretti del Commercio (Urbani o Diffusi) quali ambiti territoriali nei quali gli enti pubblici, i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati possono fare del commercio un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone il territorio per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle imprese commerciali, anche attraverso interventi integrati per lo sviluppo dell'ambiente urbano di riferimento.

L'Amministrazione Comunale di Alessandria ha proposto alla Regione Piemonte la propria candidatura a Distretto Urbano del Commercio (DUC) con la partnership dell'Associazione CONFESERCENTI Alessandria e Provincia – ASCOM - CONFCOMMERCIO Alessandria e Provincia.

Nel rispetto di quanto previsto dalla D.G.R. 23/2535 dell'11/12/2020, il Comune di Alessandria e le due Associazioni di categoria sono quindi i partner del Protocollo di Intesa per la costituzione del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria.

A seguito dell'esito della graduatoria, come riportato dalla D.D. del competente Settore Regionale n. 146/A2009A/2021 del 28/06/2021, ufficializzata dalla Regione Piemonte all'Amministrazione comunale di Alessandria lo scorso luglio, il costituendo DUC si è visto essere accreditato ed è stata così avviata la seconda fase per arrivare, nei tempi prefissati, alla costituzione del Protocollo di Intesa.

Questo documento costituisce la relazione programmatica allegata al Protocollo di Intesa e propone una programmazione strategica triennale per il DUC di Alessandria.

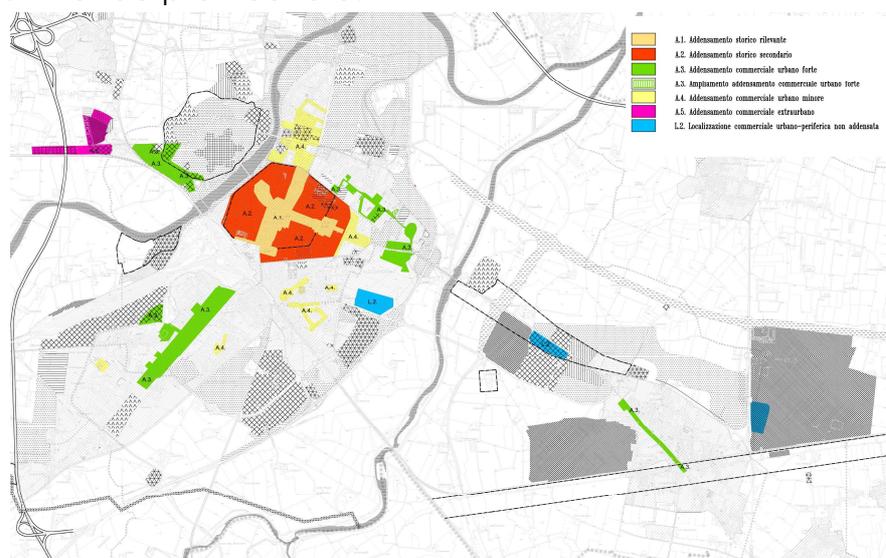
# 1

## L'AREA DI PROGRAMMAZIONE DEL DUC

Ai sensi della D.G.R. 23-2535 del 11.12.2020, la Città di Alessandria con le associazioni di categoria del comparto, CONFESERCENTI Alessandria e Provincia – ASCOM - CONFCOMMERCIO Alessandria e Provincia, intende promuovere un Distretto Commercio a polarità urbana che miri a valorizzare il proprio ambito territoriale ed economico e a creare sinergie atte a mantenere il proprio tessuto commerciale attivo e vitale, valorizzando tutte le risorse di cui dispone il territorio.

La conformazione urbanistica della città definisce a sud del nucleo urbano storico il quartiere "Pista" e il quartiere "Cristo", al di là della linea ferroviaria, a nord-est il quartiere "Orti", a ridosso del fiume Tanaro, mentre a nord-ovest il quartiere "Borgo Cittadella". Gli attuali spalti, che delimitano con il loro percorso viario il perimetro del concentrico, seguono l'andamento dei bastioni della città ottocentesca.

Tale condizione, connessa alle zone di insediamento commerciale (Addensamenti e Localizzazioni) istituite, a seguito dell'approvazione della Variante parziale n. 24 con D.C.C. n. 71/82/136 del 21.05.2014, crea le premesse per definire l'ambito interessato dalla perimetrazione del Distretto del Commercio che si intende promuovere.



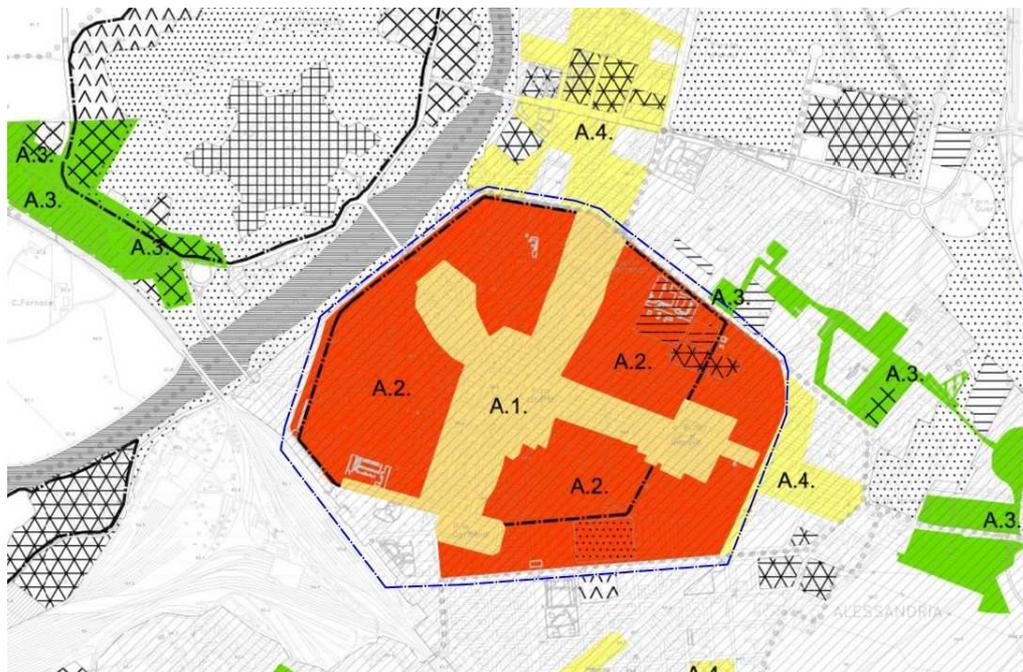
Addensamenti e Localizzazioni di Alessandria - come stabilito con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 191-43016 del 20/11/2012 e recepite dalla Città di Alessandria con D.C.C. 80 del 28/06/2013.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

L'ambito definito dal Distretto Urbano del Commercio andrà ad interessare una parte del territorio comunale e nello specifico tutta l'area dell'Addensamento Storico Rilevante A1, dell'Addensamento Storico Secondario A2, comprendendo il fronte degli spalti perimetrali.

La perimetrazione comprende anche gli spalti - Spalto Borgoglio, Spalto Gamondio e Corso Teresio Borsalino, Spalto Marengo, Spalto Rovereto, Lungo Tanaro Solferino e San Martino - includendo entrambi i fronti che prospettano sulle direttrici viarie, la stazione ferroviaria e i giardini pubblici, in quanto la viabilità perimetrale costituisce il percorso esterno della città e determina una netta delimitazione urbana.

La scelta della Governance del DUC di Alessandria è definita dal fatto che la perimetrazione individuata ricomprende gli addensamenti Commerciali più rilevanti, all'interno di un omogeneo contesto urbano ove è presente una variegata offerta e il maggior numero di attività commerciali, in un ambito storicamente identificato come il "luogo del commercio della città", dei servizi e dove si trova un consistente numero di attrattori.



Perimetrazione del DUC di Alessandria con evidenziati Addensamenti coinvolti: Addensamento Storico Rilevante A1 e Addensamento Storico Secondario A2

Confermando i dati forniti dal settore competente del Comune di Alessandria è possibile valutare l'offerta disponibile all'interno dell'area di programmazione rapportandola con quella presente su tutto il territorio comunale.

La struttura dell'offerta commerciale all'interno della perimetrazione del DUC, si può quindi così sintetizzare e dai dati quantitativi forniti emerge che sono presenti:

- **759 esercizi di vicinato, di cui:**

<b>149</b>	<b>alimentari</b>
<b>525</b>	<b>non alimentari</b>
<b>79</b>	<b>misti;</b>

pari al **54,47 %** rispetto ai 759 presenti sul territorio comunale;

- **26 medie strutture di vendita**, pari al **33,33 %** rispetto alle 18 presenti sul territorio comunale;

- **4 grandi strutture di vendita**, pari al **36,36 %** rispetto alle 11 presenti sul territorio comunale;

Infine a completare l'offerta disponibile:

- **283 esercizi di somministrazione**, pari al **50 %** rispetto ai 565 presenti sul territorio comunale;

Come si evince dai dati, il Distretto Urbano del Commercio di Alessandria propone una rete distributiva distintiva, caratterizzata da una forte presenza di esercizi commerciali di vicinato, in molti ambiti localizzati l'uno in prossimità dell'altro, con caratteristiche di completezza, essendo in buon rapporto tra esercizi con offerta alimentare e non alimentare.

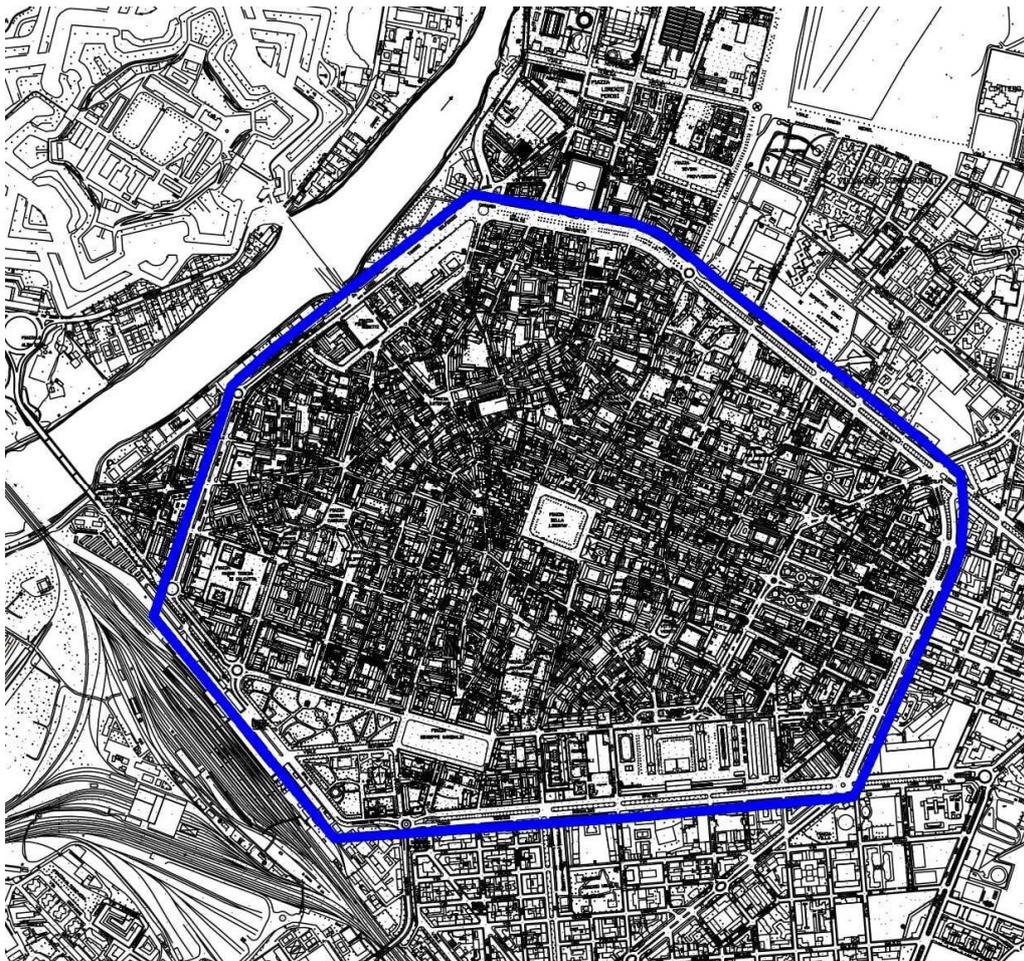
Fra i molti esercizi di vicinato insediati nel centro urbano si distinguono negozi storici (*63 botteghe storiche*) e pasticcerie di eccellenza che rafforzano ulteriormente la tipologia di offerta disponibile e rendono maggiormente attrattivo il *Centro Commerciale Naturale* alessandrino.

Sono presenti inoltre un buon numero di medie strutture di vendita e alcune grandi strutture di vendita, che completano l'offerta commerciale del DUC.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

A integrare la già soddisfacente offerta commerciale in sede fissa della Città di Alessandria, all'interno dell'area di Programmazione, vi è anche la presenza di diversi mercati su area pubblica. I mercati di Alessandria si presentano vitali, sviluppati e con una varietà delle diverse merceologie di vendita e possono essere considerati mercati di area vasta, perché hanno un'elevata rilevanza nel panorama del bacino di utenza.

Non avendo a disposizione altri dati quantitativi aggiornati rispetto a quelli già presentati nella relazione sintetica di fattibilità, allegata precedentemente alla fase di candidatura, ad oggi viene confermato quanto presentato in merito all'evoluzione dell'offerta commerciale locale e sulla situazione della domanda potenziale del rapporto in relazione ai competitori.



Perimetrazione del DUC di Alessandria tracciata sulla cartografia comunale

## 2

## ANALISI SWOT DELL'AREA DI PROGRAMMAZIONE

Facendo seguito alla sintetica analisi del contesto territoriale - commerciale e avendo individuato la perimetrazione e quindi l'ambito di azione del Distretto, già evidenziati nella precedente istruttoria di candidatura del DUC, in questa seconda fase si riporta un'analisi SWOT con i punti evidenziati che caratterizzano Alessandria e il suo Distretto Urbano del Commercio.

I principali punti di forza e di debolezza, confermati dai vari partner, delineano le conseguenti opportunità e le eventuali minacce, che scaturiscono in relazione alle criticità rilevate, per definire gli obiettivi e proporre un Piano Strategico sostenibile per l'area di programmazione.

Valutando il contesto ambientale dell'area di programmazione del Distretto Urbano del Commercio e il sistema distributivo di Alessandria e del suo contesto/bacino di concorrenza potenziale, emergono i seguenti punti di forza:

### Punti di forza:

- la Città di Alessandria è situata in una posizione geografica strategica particolarmente felice nel contesto territoriale piemontese e dispone di un'ottima rete infrastrutturale di collegamento;
- la rete distributiva è ricca di esercizi commerciali, accoglie un notevole numero di esercizi di vicinato rispetto al resto del territorio comunale, e l'area di programmazione presenta una buona densità commerciale;
- il commercio alessandrino è caratterizzato da una buona completezza nell'articolazione delle tipologie di vendita, offre negozi di eccellenza sia nel campo della moda, sia nell'ambito del food (sono riconosciute 63 *botteghe storiche*);
- gli esercizi di vendita in sede fissa sono integrati da un'offerta di commercio su area pubblica numerosa, variegata e con un'attrattività di buon livello;
- la popolazione garantisce comunque un sicuro bacino di utenza per le microimprese commerciali e la rete commerciale è abbastanza forte e ben articolata;

punti di forza

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

---

- le iniziative di animazione e di carattere culturale prima dell'emergenza pandemica erano numerose e molto frequentate, con un panorama vivace;
- il Centro Storico è di pregio documentario e architettonico, con un patrimonio storico-artistico considerevole e con un notevole numero di attrattori di richiamo;
- in molti ambiti il commercio alessandrino in sede fissa è caratterizzato da una continuità commerciale di buon livello, si distribuisce in zone pedonali, alcune delle quali includono i portici che rendono piacevole il passeggio;
- nel corso degli anni l'Amministrazione ha investito un notevole impegno per interventi di riqualificazione urbana e ha dato l'avvio a un processo di valorizzazione del Centro Storico;
- la visione strategica degli obiettivi è condivisa tra Amministrazione comunale, le Associazioni di Categoria e quindi gli operatori commerciali;
- anche gli interventi privati concorrono alla valorizzazione del patrimonio edilizio esistente e nelle zone a maggior vocazione commerciale hanno migliorato e valorizzato il contesto urbano;
- la presenza del fiume Tanaro, che attraversa la città, costituisce un ampio spazio verde, un potenziale per lo sviluppo di aree attrezzate per una città "sostenibile".

L'individuazione dei punti di forza ha tratteggiato un quadro generale delle prospettive cui può tendere il comparto commerciale alessandrino, ma sono emersi alcuni punti di debolezza che una buona programmazione deve mitigare:

- il numero di esercizi commerciali è in diminuzione, segno delle difficoltà del comparto in questa particolare congiuntura economica, la cui condizione è stata ulteriormente aggravata dalle restrizioni imposte per la gestione dell'emergenza sanitaria Covid-19;
- L'insorgenza della pandemia ha incrementato il nuovo meccanismo di consumo, già in atto, che si è rivolto a nuovi canali di vendita on-line, modificando in parte le abitudini del consumatore;

punti  
di debolezza

- la relativa vicinanza dell'Outlet di Serravalle Scrivia per taluni settori commerciali diventa un serio rischio di evasione della clientela;
- il commercio di vicinato presenta buone caratteristiche di vendita, ma appare disomogeneo nel disegno delle proprie esternalità;
- alcune zone della città sono gravate da evidenti criticità: presentano locali sfitti e sono potenzialmente a rischio desertificazione;
- il patrimonio edilizio esistente in alcune zone attende ancora di essere riqualificato ad opera dei privati;
- il corpus normativo comunale risente del mancato aggiornamento di alcuni regolamenti che normano gli elementi costruttivi relativi alle esternalità degli esercizi commerciali;
- alcuni ambiti urbani non sono attrattivi e attendono interventi di riqualificazione urbana di qualità; palese appare quindi la necessità di proseguire nell'attuazione di interventi finalizzati al miglioramento delle condizioni di rigenerazione urbana;
- alcune zone esterne della perimetrazione del DUC, che ospitano un buon numero di parcheggi a servizio dell'area e le aree verdi, necessitano di una rigenerazione urbana che potrebbe migliorare gli ambiti connettivi dequalificati e le aree a verde pubblico disponibili per la città;
- assenza di utilizzo delle fasce fluviali che potrebbero permettere di "recuperare il rapporto" fra la città e il fiume;
- carenza di servizi di accoglienza-informazione turistica e mancanza di infrastrutture tecnologiche disponibili per i visitatori;
- mancanza di un organismo di coordinamento delle azioni di promozione dei singoli operatori commerciali, che sia in grado di fornire servizi diretti alle microimprese commerciali e alla clientela;
- la necessità di sopperire alle mutate esigenze dei consumatori, in termini di servizi commerciali offerti.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

La mitigazione dei punti di debolezza avviene cogliendo in modo adeguato le occasioni che si presentano. Tra le opportunità si possono riconoscere:

opportunità

- la geografia del luogo: la comoda accessibilità garantita dalle infrastrutture dei trasporti; la centralità di Alessandria nel proprio bacino di utenza che può creare una sinergica attrattività con i territori del Monferrato, con i siti UNESCO e con i flussi turistici;
- il conseguente valore del Centro Storico e del patrimonio storico-culturale e architettonico della Città di Alessandria può essere sfruttato;
- l'afflusso di potenziali consumatori da un ampio bacino di utenza per i servizi offerti e per il potenziale che Alessandria, città Polo, capoluogo di provincia, ha sul territorio;
- la partecipazione degli operatori commerciali alla qualificazione dei luoghi del commercio con interventi di riqualificazione - sia in forma autonoma sia in forma associata - delle esteriorità degli esercizi commerciali stessi;
- la condivisione in materia di programmazione e promozione commerciale in atto tra Associazioni di categoria e l'Amministrazione di Alessandria;
- crescita del turismo enogastronomico, culturale, della moda e cicloturistico da sviluppare con l'offerta ricettiva disponibile;
- valore culturale-turistico "intrinseco" e riconosciuto dell'insediamento di Marengo e della Cittadella di Alessandria, da sfruttare come elementi fortemente attrattivi, essendo siti di valenza europea.

Le opportunità appena descritte se colte o perseguite potrebbero limitare le minacce che provengono dalle vicine città di pari livello gerarchico e dagli altri luoghi del commercio; queste sono:

minacce

- la possibilità che sistemi distributivi vicini possano nel tempo erodere l'attrattività di Alessandria, anche nei confronti dei propri bacini di utenza potenziale;
- la presenza dell'Outlet di Serravalle Scrivia, che ha posto il commercio al dettaglio di Alessandria in secondo piano, in particolar modo in alcuni settori legati al fashion e alla moda;

- la grande distribuzione della Città stessa è diventata minaccia, con l'incremento delle grandi superfici di vendita;
- zone marginali della città a rischio di desertificazione commerciale, con conseguente perdita d'identità e peggioramento delle condizioni di sicurezza e benessere;
- zone dequalificate del centro che potrebbero portare allo spopolamento o innescare pericolosi fenomeni di ghettizzazione sociale;
- la rassegnazione del comparto del commercio alla congiuntura storica, con la rinuncia a investimenti diretti; che potrebbe essere vinta con la partecipazione attiva a un Programma di Qualificazione Urbana a carattere commerciale e non solo...
- l'e-commerce e la digitalizzazione sempre più crescenti nelle abitudini del consumatore possono escludere l'offerta di prossimità degli esercizi di vicinato della città.

L'istituzione del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria sarà l'occasione irrinunciabile per sfruttare il potenziale della città in un difficile momento storico, le cui pregresse criticità si sommano a nuove difficoltà emerse dall'emergenza pandemica di Covid-19.

### 3

### IL PARTENARIATO DEL DUC

I promotori e le parti attive, che si impegnano alla costituzione del protocollo di intesa e che costituiscono la governance come partner stabili del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria sottoscrivendo il Programma Strategico, sono: l'Amministrazione Comunale, l'Associazione Ascom Confcommercio Alessandria e Provincia, l'Associazione CONFESERCENTI Alessandria.

Essi si impegnano a promuovere gli indirizzi strategici e a definire le azioni e gli strumenti progettuali da mettere in campo per il DUC di Alessandria - I rispettivi ruoli ad essi attribuiti sono:

- l'Amministrazione Comunale è l'attore di riferimento.

Promuove la sottoscrizione del protocollo di intesa per la costituzione del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria. Inoltre è di beneficio per l'ambito pubblico urbano e di valorizzazione per le realtà economiche che vi sono insediate. Si configura parte attiva con le Associazioni di Categoria ASCOM CONFCOMMERCIO Alessandria e CONFESERCENTI Alessandria che sono direttamente coinvolte nella governance del DUC.

- le Associazioni di categoria: ASCOM CONFCOMMERCIO e CONFESERCENTI si configurano come parti attive nella gestione del DUC, sottoscrivono il protocollo di intesa per la costituzione del Distretto Urbano del Commercio e collaborano per l'attuazione delle strategie di valorizzazione e promozione del Distretto.

I partner citati costituiscono la governance del Distretto e si impegnano a sottoscrivere il Protocollo di Intesa necessario alla costituzione effettiva del Distretto.

Già durante la fase di candidatura sono stati individuati dei partner definibili di secondo livello, che costituiscono un partenariato territoriale di eccellenza e possono, condividendo gli obiettivi e le strategie individuate, concorrere quali stakeholder nel processo di sviluppo del DUC.

Partner stabili  
del DUC

Partner  
di 2° livello

Fra quelli, che già in fase di candidatura hanno espresso una formale manifestazione di interesse e hanno chiesto di essere coinvolti nelle attività del Distretto, condividendo finalità e scopi, sono presenti:

- CCIAA Alessandria - Asti
- Fondazione CRAL
- Fondazione SLALA
- UPO - Università del Piemonte Orientale
- ALEXALA
- Centro per l'impiego di Alessandria
- Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO
- Associazione Turistica Pro-Loco Fraschetta
- Associazione proprietari di Casa Alessandria - Confedilizia
- AMAG S.P.A.
- Associazione Piccoli proprietari di case
- Confedilizia
- C.N.A. Alessandria
- Confartigianato Alessandria
- ANCE – Collegio Costruttori
- Federalberghi Alessandria
- Coldiretti Alessandria
- Confagricoltura Alessandria
- CIA– Confederazione Italiana Agricoltori – Alessandria
- MAAVI – Movimento Autonomo Agenzie Viaggio Italiane – AL

In futuro, a seguito della costituzione formale del DUC di Alessandria, non si preclude la possibilità ad altri soggetti interessati (quali Enti, Associazioni che hanno finalità di promozione territoriale, interlocutori di rilievo dell'imprenditoria locale e rappresentanti della cultura e del turismo), che si vogliano impegnare, nel rispetto delle proprie competenze e in accordo con la *governance*, a sottoscrivere formale manifestazione di interesse e di essere coinvolti come partner di secondo livello.

Chi rappresenta un ruolo chiave nella *governance* del DUC, con funzione di coordinamento e sostegno operativo e progettuale, è

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

la figura del Manager di Distretto che, come richiamato dalla DGR 13-2535, sarà impegnato a:

- sviluppare obiettivi a lungo termine sulla base delle analisi territoriali e di mercato;
- gestire le attività e i servizi del DUC, con la capacità di implementare i servizi offerti ai commercianti;
- sviluppare il partenariato del Distretto, cercando per esempio nuovi finanziamenti per attuare gli obiettivi prefissati;
- effettuare il monitoraggio sull'operatività del Distretto e fare delle valutazioni sui servizi offerti, per confermare o ritardare gli obiettivi.

**Il Manager  
del DUC**

Già durante la prima fase di candidatura, l'Amministrazione del Comune di Alessandria, con Decreto Sindacale n. 9 del 23/03/2021, ha espresso la volontà di avvalersi di un Manager che, all'interno dell'organico del Comune, è stato individuato nella figura dell'Ing. Marco Neri, dirigente del Settore Sviluppo Economico, Marketing Territoriale, Sanità, Ambiente, Mobilità e Protezione Civile, Commercio e Turismo, figura di grande competenza e di comprovata esperienza, affiancato da alcune professionalità interne che potranno coadiuvarlo nella fase operativa.

A seguito dell'accreditamento del costituendo Distretto Urbano del Commercio è stato costituito un ufficio di segreteria: [segreteria\\_duc@comune.alessandria.it](mailto:segreteria_duc@comune.alessandria.it) di cui fanno parte funzionari del Comune di Alessandria e un referente per ogni Associazione di categoria.

Tale organo opera in sinergia con il tavolo tecnico operativo della governance, costituito oltre che dalle professionalità interne al comune anche dalle Associazioni di Categoria, che hanno a loro volta messo a disposizione del Distretto funzionari di affiancamento.

Il DUC di Alessandria può inoltre disporre di un'importante risorsa attraverso il partenariato che si è costituito fra il Comune di Alessandria e il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura della Sapienza Università di Roma.

**Alessandria  
Università  
La Sapienza  
Confcommercio**

Il Comune di Alessandria, già nel corso del 2020, aveva di fatto stipulato una convenzione di durata triennale con il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura della Sapienza Università di Roma, che ha sviluppato un progetto di ricerca denominato *Rigeneriamo il Basso Piemonte*, tema di un Master di II Livello in *Valorizzazione e gestione dei centri storici minori*, avviando un percorso di ricerca nato dalla collaborazione con Confcommercio della Provincia di Alessandria.

Durante i primi 4 mesi, successivi all'accreditamento del DUC di Alessandria, ai vari partner di secondo livello sono stati proposti dalla governance (Comune di Alessandria, ASCOM CONFCOMMERCIO), che si era fatta promotrice dell'iniziativa, dei tavoli operativi di lavoro destinati a coinvolgere i diversi stakeholder, nel rispetto delle rispettive propensioni e secondo le disponibilità da loro espresse formalmente su un'informativa a loro proposta.

I tavoli  
di lavori

I tavoli di lavoro individuati presentati agli stakeholder sono:

- COMMERCIO
- TURISMO E ACCOGLIENZA
- PROMOZIONE DEL TERIRITORIO E PRODOTTI TIPICI
- CULTURA ED EVENTI
- SERVIZI E INNOVAZIONE TECNOLOGICA
- RIGENERAZIONE URBANA E RIQUALIFICAZIONE INFRASTRUTTURE

Anticipando in parte quanto espresso nel successivo capitolo, a partire dal 18/10/2021 scorso, sono stati attivati formalmente i vari tavoli di lavoro, che hanno recepito le adesioni espresse secondo la volontà dei rispettivi partner coinvolti.

Il tavolo di lavoro riguardante il tema COMMERCIO vede la partecipazione di:

commercio

- CCIAA Alessandria - Asti
- CIA – Confederazione Italiana Agricoltori – Alessandria
- MAAVI – Movimento Autonomo Agenzie Viaggio Italiane – AL
- Associazione proprietari di Casa Alessandria - Confedilizia
- Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO
- Coldiretti Alessandria

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

Il tavolo di lavoro riguardante il tema **TURISMO E ACCOGLIENZA** vede la partecipazione di:

*turismo e  
accoglienza*

- UPO - Università del Piemonte Orientale
- ALEXALA
- CCIAA Alessandria - Asti
- Fondazione SLALA
- Confagricoltura Alessandria
- CIA – Confederazione Italiana Agricoltori – Alessandria
- MAAVI – Movimento Autonomo Agenzie Viaggio Italiane – AL
- Associazione proprietari di Casa Alessandria - Confedilizia
- Associazione Turistica Pro-Loco Fraschetta;
- Federalberghi Alessandria
- Coldiretti Alessandria
- C.N.A. Alessandria

Il tavolo di lavoro riguardante il tema **PROMOZIONE DEL TERRITORIO E PRODOTTI TIPICI** vede la partecipazione di:

*promozione del  
territorio e  
prodotti tipici*

- ALEXALA
- CCIAA Alessandria - Asti
- Fondazione SLALA
- Confagricoltura Alessandria
- CIA – Confederazione Italiana Agricoltori – Alessandria
- MAAVI – Movimento Autonomo Agenzie Viaggio Italiane – AL
- Confartigianato Alessandria
- Associazione Turistica Pro-Loco Fraschetta
- Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO
- Coldiretti Alessandria
- C.N.A. Alessandria

Il tavolo di lavoro riguardante il tema **CULTURA ED EVENTI** vede la partecipazione di:

*cultura ed  
eventi*

- UPO - Università del Piemonte Orientale
- CCIAA Alessandria - Asti
- ALEXALA
- Fondazione SLALA
- Confagricoltura Alessandria
- MAAVI – Movimento Autonomo Agenzie Viaggio Italiane – AL

- Associazione Turistica Pro-Loco Fraschetta
- Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO
- Federalberghi Alessandria
- Coldiretti Alessandria

Il tavolo di lavoro riguardante il tema SERVIZI E INNOVAZIONE TECNOLOGICA vede la partecipazione di:

*servizi e  
innovazione  
tecnologica*

- CCIAA Alessandria - Asti
- Fondazione SLALA
- Confagricoltura Alessandria
- Centro per l'impiego di Alessandria
- AMAG S.P.A.
- Confartigianato Alessandria

Il tavolo di lavoro riguardante il tema RIGENERAZIONE URBANA E RIQUALIFICAZIONE INFRASTRUTTURE vede la partecipazione di:

*rigenerazione  
urbana e  
riqualificazione  
infrastrutture*

- CCIAA Alessandria - Asti
- Fondazione SLALA
- AMAG S.P.A.
- Confartigianato Alessandria
- ANCE – Collegio Costruttori
- Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO
- Associazione proprietari di Casa Alessandria - Confedilizia
- Associazione Piccoli proprietari di case

La costituzione dei tavoli di lavoro e l'ampia adesione al partenariato, da parte dei vari attori coinvolti, definisce un ottimo presupposto per la costituzione formale del DUC di Alessandria con la firma del Protocollo di Intesa.

## **4 IL PERCORSO PROPEDEUTICO ALLA COSTITUZIONE FORMALE DEL DUC**

Nel rispetto di quanto riportato nel cronoprogramma dei primi 4 mesi, inserito nella relazione sintetica allegata alla Candidatura del Distretto, successivamente all'accREDITAMENTO del costituendo DUC di Alessandria, sono state attuate alcune azioni e sono stati proposti strumenti propedeutici all'istituzione formale del Distretto Urbano del Commercio

Nei primi 4 mesi dall'accREDITAMENTO le azioni messe in campo e gli strumenti messi in campo sono stati:

1. L'individuazione di una denominazione condivisa per il Distretto Urbano del Commercio di Alessandria, per il quale non è ancora stato individuato un logo.
2. La diffusione dell'avvenuto accREDITAMENTO del DUC di Alessandria e la costituzione formale del DUC attraverso comunicazione con i social network e i media locali per rafforzare la promozione del Distretto.
3. La presentazione di incontri di formazione/informazione per promuovere le finalità del DUC di Alessandria e incentivare la partecipazione delle microimprese commerciali e dei vari attori coinvolti.
4. La presentazione di incontri di formazione/informazione per promuovere le finalità del DUC e incentivare la cooperazione e la collaborazione dei diversi stakeholder interessati a livello territoriale a essere parte attiva nel Distretto.
5. L'attuazione di mirate analisi socio-economiche e degli approfondimenti specialistici per calibrare il programma strategico degli interventi da attuare.

Nel rispetto dei compiti stabiliti dal manager e condivisi con la governance, le due Associazioni di Categoria si sono fatte parte attiva nelle iniziative e si sono impegnate rispettivamente nei seguenti modi:

- ASCOM CONFCOMMERCIO ha sviluppato le analisi socio economiche e gli approfondimenti specialistici finalizzati alla valorizzazione dell'ambito coinvolto nell'area di programmazione del DUC e del territorio, anche con l'ausilio della collaborazione in corso con il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura della Sapienza Università di Roma;  
Inoltre si è adoperata a svolgere l'attività di accompagnamento al partenariato per la costituzione del protocollo d'intesa, coinvolgendo i vari stakeholder con attività d'informazione.
- CONFESERCENTI ha finalizzato il proprio impegno sulla presentazione del DUC e sull'organizzazione delle fasi di formazione, di comunicazione per il coinvolgimento del maggior numero possibile di imprese del commercio nell'esperienza del Distretto del Commercio e per la promozione dell'iniziativa.  
Ha inoltre sviluppato questionari e sondaggi d'opinione, diffusi tra gli operatori del commercio per calibrare il programma strategico degli interventi.

In questo periodo sono stati quindi realizzati incontri di formazione e informazione, si è iniziato a sviluppare un piano di comunicazione, è stata fatta pubblicità e promozione del DUC e sono state intraprese le iniziative e le attività di accompagnamento al partenariato. Infine sono stati condivisi gli strumenti progettuali e sono stati confermati gli obiettivi e le azioni da intraprendere.

Richiamando le azioni e gli strumenti messi in campo dall'accreditamento del DUC:

1: L'individuazione della denominazione condivisa – branding:

Per il Distretto Urbano del Commercio di Alessandria, in accordo con i componenti della governance, è stata individuata la denominazione A.D.O.S.S., acronimo di Attività (del) Distretto (e) Opportunità (di) Sviluppo (e della) Sostenibilità.

Per lo sviluppo del brand a breve sarà avviato il progetto grafico che recepisce la denominazione individuata per il DUC di

**denominazione  
del DUC**

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

Alessandria, uniformandosi al logo regionale, reso disponibile dal settore competente della Regione Piemonte per i Distretti del Commercio piemontesi.

Successivamente alla definizione grafica del brand sarà possibile attuare, a seguito della costituzione formale del Distretto, la diffusione del marchio su social network e sui media locali per rafforzare la promozione del DUC di Alessandria

2: La diffusione dell'avvenuto accreditamento del DUC di Alessandria e la volontà della governance di arrivare alla costituzione formale del Protocollo di Intesa sono stati diffusi attraverso l'Ufficio Stampa del Comune, che, in sinergia con le Associazioni di categoria che hanno collaborato alla redazione dei comunicati, ha dato ampia diffusione ai giornali e ai media locali delle iniziative e degli incontri promossi.

Ufficio  
Stampa



ALESSANDRIA

**Distretti urbani del commercio, giovedì incontro pubblico**

19 Ottobre 2021 ore 06:50

ALESSANDRIA - "Qual è l'età media degli

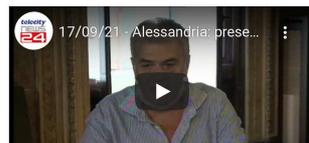
ECONOMIA

**Alessandria: presentato il Distretto Urbano del Commercio**



Pubblicato 3 settimane fa il 17 Settembre 2021 12:58  
Da Fabrizio Mattana

ALESSANDRIA – Presso la Sala Giunta di Palazzo Rosso ad Alessandria è stato presentato il "Distretto urbano del Commercio", approvato e finanziato dalla Regione Piemonte al quale la città è stata ammessa.



**LA STAMPA**



**Il commercio alessandrino e le sfide del futuro: i dati sulla "rigenerazione urbana" in uno studio della Sapienza**

"Il rapporto tra il Duc è il progetto di rigenerazione urbana è quello di mettere al centro la città e di ricucire i diversi luoghi con la collaborazione di tutti", dice il direttore generale di Confcommercio provinciale Alice Pedrazzi



Un negozio di Alessandria



3: Incontri di formazione/informazione, per promuovere le finalità del DUC di Alessandria e incentivare la partecipazione delle microimprese commerciali e dei vari attori coinvolti, si sono svolti durante il mese di settembre e ottobre, quando sono stati organizzati **3 incontri** formativi, destinati direttamente ai commercianti interessati e alle varie attività economiche presenti nel Distretto:

- Il 16 settembre si è svolto il primo evento di presentazione ufficiale del DUC di Alessandria, presso la sala giunta del Comune di Alessandria, illustrando la tipologia di strumento messo in campo e le opportunità per il territorio che il Distretto può offrire;
- Il 26 ottobre si è svolto, presso la sede della Camera di Commercio di Alessandria (partner del DUC), il secondo evento formativo per i commercianti interessati: *Clienti fantastici e dove trovarli sul web*. Durante l'incontro sono stati trattati gli argomenti del Web marketing e della digitalizzazione, quale opportunità strategica per lo sviluppo del commercio alessandrino.
- Il 4 novembre si è svolto presso la stessa sede il terzo incontro: *Fabbisogni delle Imprese presentazione dei risultati del questionario*. In quest'ultimo incontro si sono presentati i dati emersi dai questionari compilati dalle imprese e si sono approfondite le tematiche maggiormente emerse.

**Distretto Urbano del Commercio**

**Alessandria**

Per informazioni:  
segreteria\_duc@comune.alessandria.it

**26 OTTOBRE 2021** Palazzo Monferrato  
via San Lorenzo 21  
Alessandria  
ORE 14.00

**CLIENTI FANTASTICI  
E DOVE TROVARLI SUL WEB!**

**4 NOVEMBRE 2021** Palazzo Monferrato  
via San Lorenzo 21  
Alessandria  
ORE 14.00

**FABBISOGNI DELLE IMPRESE  
PRESENTAZIONE DEI RISULTATI  
DEL QUESTIONARIO**

INCONTRI IN PRESENZA E ON-LINE PRENOTABILI TRAMITE IL FORM:  
<https://forms.gle/Sh1ZTtRaYHe1L84z8>

Città di Alessandria  
CONCOMMERCIO  
AMBITO PUBBLICITÀ  
PROTEZIONE AL CONSUMATORE  
CONFESERCENTI  
DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA  
OBBLIGO DI  
GREEN PASS

4: Incontri di formazione/informazione, per incentivare la cooperazione e la collaborazione dei diversi stakeholder e promuovere le finalità del DUC, si sono svolti durante il mese di settembre e ottobre, quando si sono organizzati **3 eventi**:

- Il 22 settembre si è svolto il primo incontro presso la sala giunta del Comune di Alessandria, illustrando il DUC e le strategie in esso contenute, rivolgendo l'attenzione alle possibili interazioni che lo strumento può avere con il territorio e con le realtà locali per uno sviluppo di un partenariato attivo.
- Il 18 ottobre si è svolto il secondo evento presso la sala giunta del Comune di Alessandria, che ha visto la partecipazione della governance, finalizzato alla presentazione dei tavoli di lavoro con le adesioni dei vari partner di secondo livello (come già sintetizzato).
- Il 21 ottobre si è svolto, presso la sede della Camera di Commercio di Alessandria (partner del DUC), il secondo evento formativo: *Rigeneriamo Alessandria*. L'evento che ha visto la presentazione dell'analisi sulla rigenerazione urbana della città di Alessandria (con lo studio dell'Università La Sapienza di Roma) non era rivolto solo ai partner di secondo livello, ma è stato aperto a tutta la cittadinanza e alle imprese locali al fine di coinvolgere il più possibile le realtà locali nell'esperienza del Distretto.

**Giovedì  
21 OTTOBRE 2021  
ORE 20.00**  
Palazzo Monferrato  
via San Lorenzo 21 Alessandria

invito ai commercianti  
e alla cittadinanza  
**RIGENERIAMO  
ALESSANDRIA**

- Qual è l'età media degli alessandrini?
- Com'è divisa la popolazione tra il centro ed i quartieri?
- Quali sono i luoghi di Alessandria più taggati su Instagram?
- Gli alessandrini usano i mezzi pubblici?

Presentazione dei risultati dello studio  
sulla rigenerazione urbana della città di Alessandria

Incontro in presenza con iscrizione obbligatoria  
tramite il form: <https://bit.ly/2Xet1Q8>

Distretto Urbano del Commercio  
**ac**  
Alessandria

Per informazioni:  
segreteria\_duc@comune.alessandria.it

CITTA' DI ALESSANDRIA  
CONFCOMMERCIO  
PROVINCIA DI ALESSANDRIA  
CONFESERCENTI  
NELLA PROMOZIONE E SOSTEGNO

OBBLIGO DI GREEN PASS

L'incontro pubblico è stata un'occasione nella quale la città di Alessandria si è potuta confrontare direttamente con i componenti della governance del DUC.

5: Mirate analisi socio-economiche e approfondimenti specialistici sono stati attuati durante il percorso per calibrare il programma strategico degli interventi.

Come già anticipato, sia i questionari sia lo studio fatto sul contesto alessandrino sono stati un'ottima occasione per valutare quanto è emerso dal contesto in relazione alle scelte fatte per la definizione di un consapevole programma strategico. Tali approfondimenti meritano pertanto una specifica trattazione nel prossimo capitolo.

## 5

### ANALISI PROBLEMATICHE AFFERENTI AI COMPARTI DELL'AREA

Il presente documento presenta i risultati dei questionari raccolti nel mese di ottobre 2021; tale indagine appare un primo prezioso contributo per soddisfare un triplice ordine d'esigenze:

1. Rappresenta la prima analisi sul grado di apprezzamento ed efficacia degli interventi previsti dal Distretto del Commercio di Alessandria;
2. Risponde alle domande in tema di monitoraggio delle azioni del Distretto Commerciale;
3. Fornisce la base iniziale per successive attività di analisi e approfondimento sull' andamento del commercio.

Il questionario sulle azioni pianificate dal Programma d'intervento del DUC vuole rilevare:

- Le criticità e l'efficacia di quanto rappresentato e percepito dalle imprese alessandrine;
- Testare l'adeguatezza degli indicatori di performance individuati;
- Adeguare le scelte future in funzione dei risultati ottenuti.

Il fine è quello di dotarsi nel tempo di una metodologia e un sistema d' indicatori di risultato utili per comprendere i fenomeni in atto.

Come monitoraggio è stato predisposto un questionario atto a raccogliere dati utili per una valutazione degli indicatori.

Una prima parte, specifica, ha l'obiettivo di raccogliere informazioni sulla segmentazione del settore, le strategie già attuate e sulla conoscenza che si ha del Distretto Urbano del Commercio.

Una seconda parte, più performante, nella quale si è voluto testare, attraverso una valutazione soggettiva, l'utilità delle iniziative e le azioni previste dal Distretto.

Il questionario è stato somministrato on line utilizzando i canali predisposti dai soggetti firmatari del protocollo del DUC di

Alessandria; la rielaborazione dei dati è stata demandata alla Confesercenti di Alessandria.

Il Campione analizzato rappresenta una parte dell'universo delle attività economiche cittadine ed è significativo come distribuzione in quanto garantisce la segmentazione percentuale per macro-categoria merceologica di appartenenza delle attività.

Il 56,4% dei questionari raccolti appartiene al commercio al dettaglio alimentare e non alimentare e ai pubblici esercizi, che insieme coprono il 50% del campione.

Tipologia di attività

Il 27,4% sono attività di vendita al dettaglio non alimentare

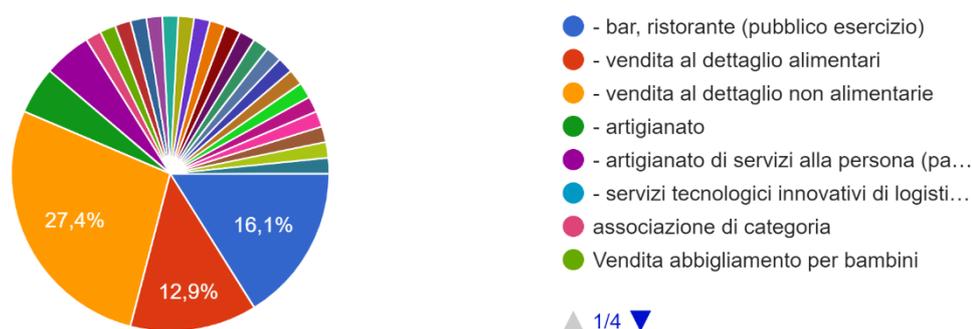
Il 16,1% sono bar e ristoranti

Il 12,9% sono attività di vendita al dettaglio alimentare

Il restante è nettamente frammentato tra le diverse tipologie di artigianato e di servizi.

Quale attività svolge?

62 risposte



Il dato sulla longevità delle imprese apre a questo scenario in riferimento al campione dei rispondenti:

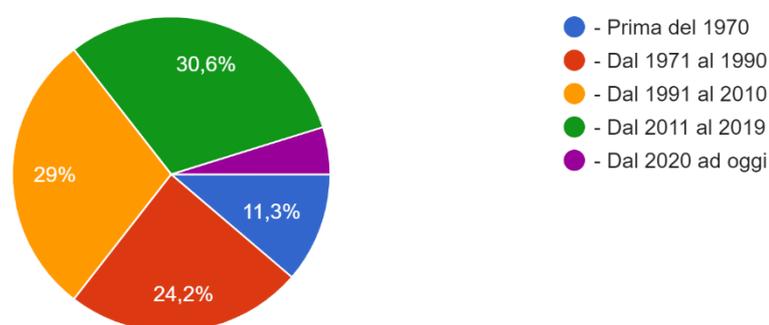
- Il 30,6% ha aperto la propria attività tra il 2011 e il 2019
- Il 29% tra il 1991 e il 2010
- Il 24,2% tra il 1971 e il 1990
- L'11,3% prima del 1970

- Il 4,8% dal 2020

Questo dato indica che tra i rispondenti solo una piccola fetta coinvolge operatori che hanno aperto prima del 1970, mentre si evidenzia una distribuzione più o meno equivalente nei tre successivi decenni; così come appare residuale la partecipazione di coloro che hanno aperto dal 2020.

In che anno ha aperto la sua attività?

62 risposte

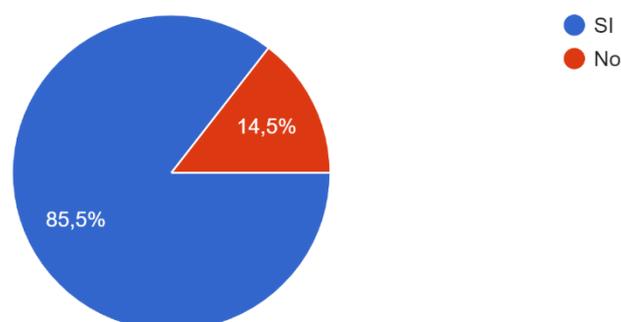


Il Campione analizzato è stato suddiviso tra coloro che hanno un'attività fronte strada e quelli che non ce l'hanno.

Oltre l' 80% del campione ha delle vetrine sul fronte strada

La sua attività ha una vetrina fronte strada?

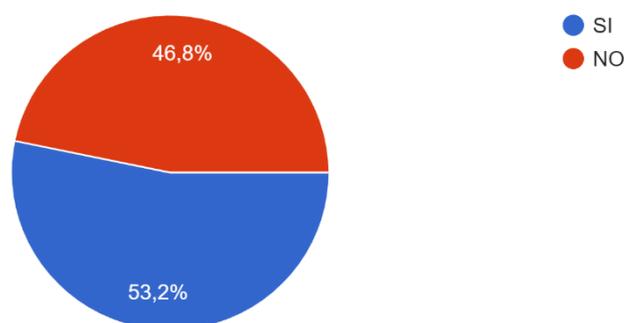
62 risposte



Il Distretto del Commercio di Alessandria, con le sue iniziative programmatiche, è uno strumento conosciuto da circa il 53% degli intervistati, mentre ben il 46,8% dichiara di non esserne a conoscenza.

È a conoscenza dell'esistenza del Distretto del Commercio e delle relative iniziative programmatiche?

62 risposte



Facendo il punto sugli interventi intrapresi dalle imprese a campione emerge a prima vista che negli ultimi anni, gli operatori del settore hanno adottato principalmente almeno una delle seguenti misure:

- Il 64,5% ha attivato nuovi canali di comunicazione on line
- Il 54,8% ha riorganizzato gli spazi secondo le nuove normative
- Il 45,2% ha cominciato ad offrire nuovi servizi mai offerti prima e ha introdotto il servizio di consegna a domicilio

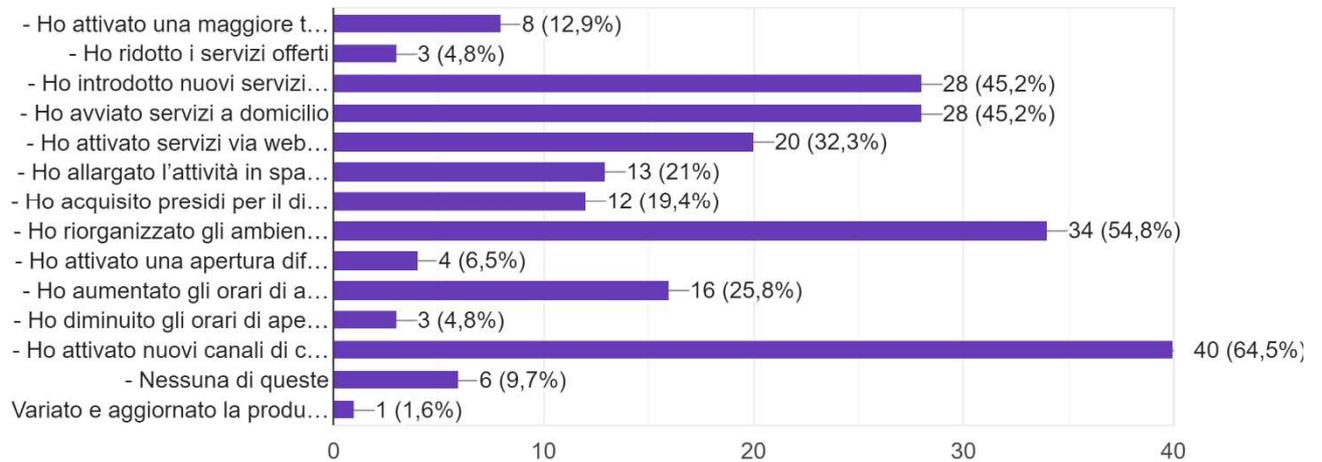
La prima e la terza risposta hanno evidenziato che la comunicazione on line e l'offerta di nuovi servizi - le azioni riguardanti la promozione e il marketing - sono utili ad accrescere l'attrattività complessiva delle proprie attività.

La riflessione è stata fatta anche in riferimento all'impatto pandemico, visto il perdurare della condizione di emergenza, a causa dell'avvento del Covid-19, che potrebbe aver inciso sulle scelte aziendali e sulla ricerca di nuovi canali di distribuzione e sulla proposta di nuovi servizi

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

Negli ultimi anni, ha adottato almeno una delle seguenti misure? Possibili più risposte

62 risposte



Nella seconda parte del questionario è stato chiesto ai rispondenti di esprimere un giudizio circa l'utilità delle iniziative e delle azioni previste dal DUC, indicando tra gli interventi previsti dall'attivazione del Distretto, quanto siano ritenuti prioritari in una scala da 1 a 5 dove 1 è poco prioritario e 5 è assolutamente prioritario

Le priorità secondo i rispondenti sono le seguenti:

**PRIME 3 RISPOSTE IN GRADUATORIA**

- 67,7% Aggiornare gli strumenti urbanistici vigenti per la valorizzazione del contesto urbano e del patrimonio edilizio esistente, come Piano del Colore, Piano dell'Arredo Urbano, etc., al fine di incrementare gli standard qualitativi degli interventi privati e migliorare l'attrattività della città.
- 66,1% Incentivare la mobilità sostenibile recuperando ambiti destinati ad aree parcheggio per la viabilità veicolare; realizzando percorsi di collegamento urbano con interventi sull'illuminazione, con collegamenti wi-fi, installando panchine smart e postazioni di ricarica di veicoli elettrici; favorendo la mobilità dolce ciclo-pedonale ad anello intorno alla

Cittadella, per una visita del Complesso che valorizzi la fortificazione esterna

- 61,3% Attuazione di un piano di comunicazione strategico finalizzato alla promozione, sia tradizionale sia sui social network, del territorio del Distretto Urbano del Commercio, che consenta la riconoscibilità del DUC di Alessandria anche al di fuori del proprio ambito, realizzando un packaging dedicato, attivando un sito internet che divulghi le iniziative in essere e una app di ausilio per i consumatori.

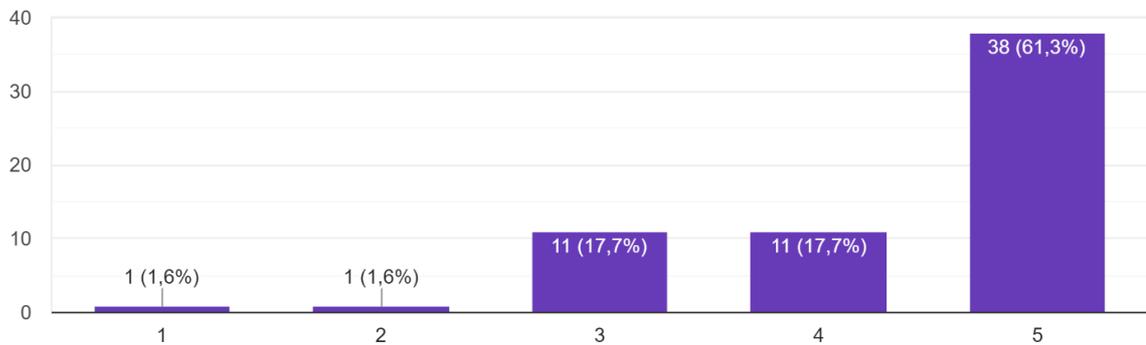
Oltre il 60% degli intervistati riconosce il DUC di Alessandria come uno strumento utile e importante per contribuire a sviluppare il commercio e l'attrattività complessiva della città. Giudizi positivi sono stati espressi nei confronti delle iniziative di valorizzazione del contesto urbano e sull'incentivare la mobilità sostenibile oltre all'animazione e alla promozione.

Più critici i giudizi circa altri fattori che possono incidere sulla percezione degli operatori circa l'attrattività che i negozi del Distretto possono assicurare alla clientela forse non è stato ancora recepito, nonostante possa rappresentare un indubbio elemento di aiuto.

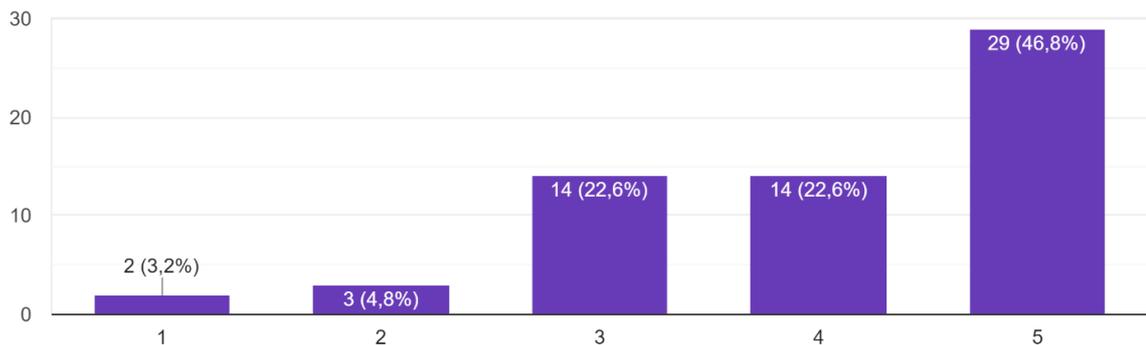
Estremamente positivi i giudizi espressi dai rispondenti che considerano il DUC, da questo punto di vista, un elemento importante soprattutto per ciò che attiene alla diffusione delle diverse iniziative di comunicazione.

Di seguito il dettaglio di ciascun degli item indicati nel questionario:

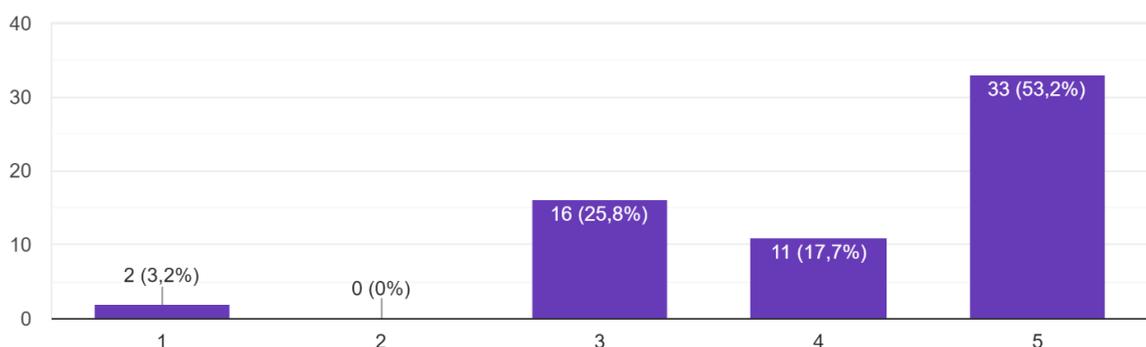
Attuazione di un piano di comunicazione strategico finalizzato alla promozione, sia tradizionale sia sui social network, del territorio del Distretto Urba...ive in essere e una app di ausilio per i consumatori.  
62 risposte



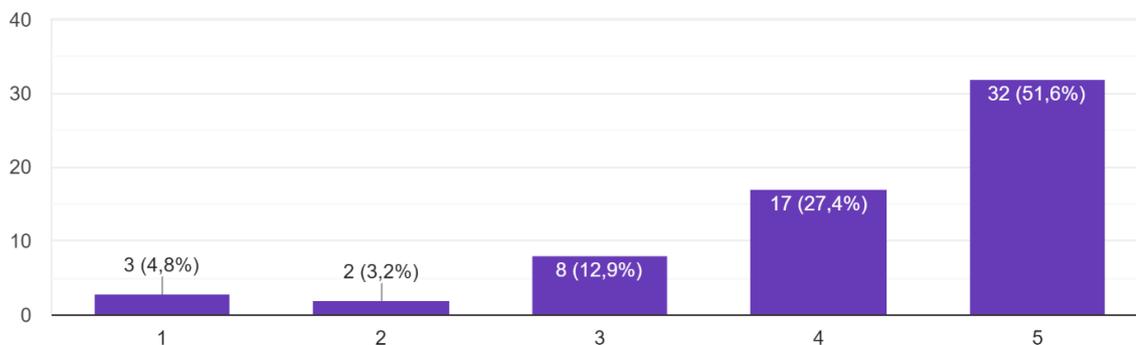
Attivare corsi di formazione che sviluppino i temi del social media marketing e del commercio elettronico, per far sì che la conoscenza acquisita...strategie condivise del piano di marketing del DUC.  
62 risposte



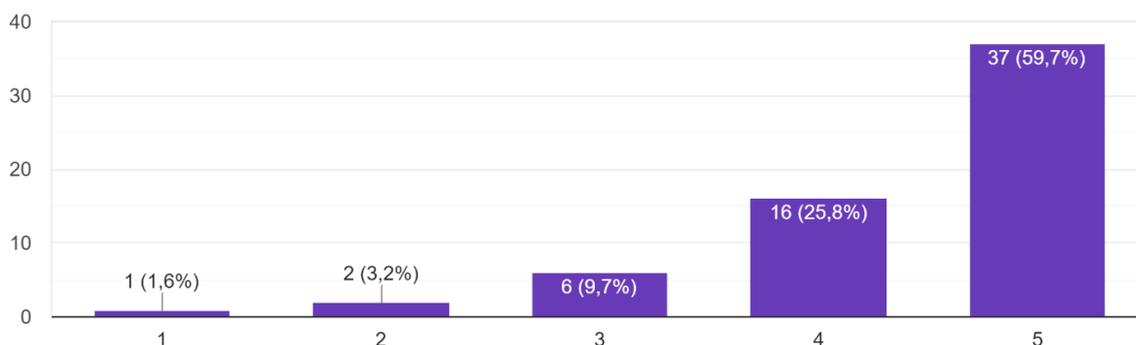
Realizzare un insieme di azioni di comunicazione continuative e coordinate, progettate in modo integrato con l'Università' del Piemonte Orientale...per adeguarsi alle nuove esigenze del consumatore.  
62 risposte



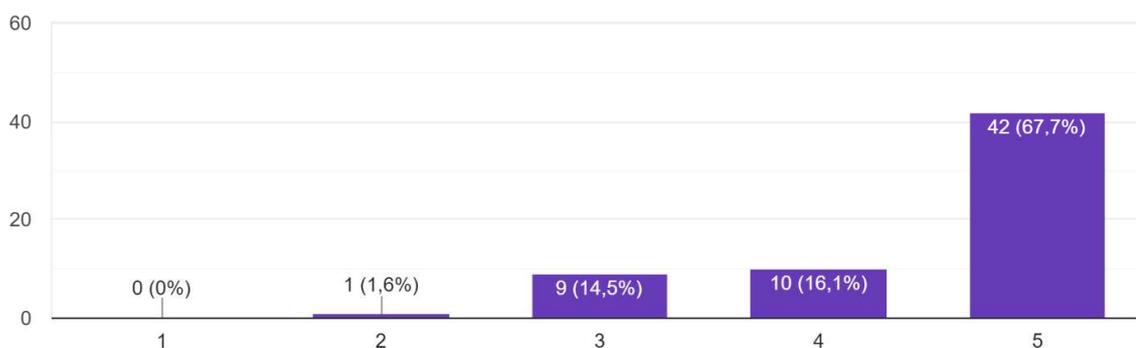
Promuovere corsi di alfabetizzazione digitale e l'utilizzo degli strumenti informatici per gli operatori commerciali del DUC interessati, affinché siano in ...rmente utilizzato durante la pandemia di Covid-19.  
62 risposte



Incentivare l'educazione al consumo responsabile e l'economia circolare sostenendo l'acquisto di prossimità e dei prodotti locali, sensibilizzando i pi... in circoli sportivi, nei centri di aggregazione, ecc...  
62 risposte

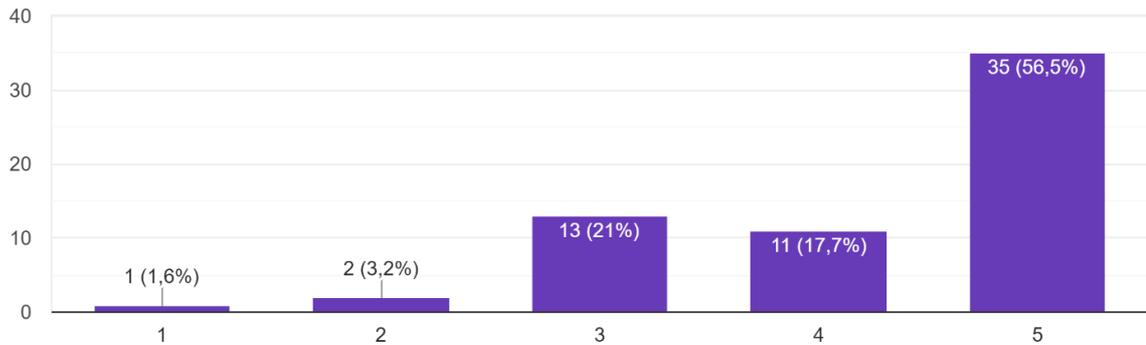


Aggiornare gli strumenti urbanistici vigenti per la valorizzazione del contesto urbano e del patrimonio edilizio esistente, come Piano del Colore, P...venti privati e migliorare l'attrattività della città.  
62 risposte



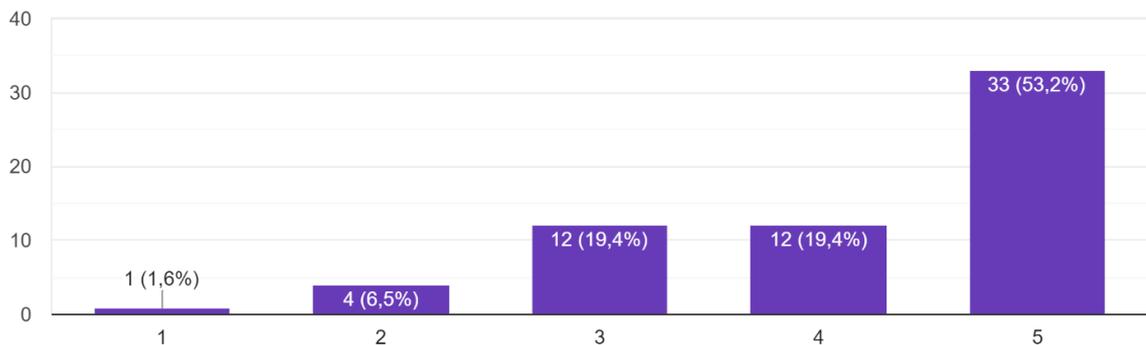
Dopo aver attuato un censimento dei negozi sfitti, attivare azioni finalizzate alla riconversione dei locali, anche con interventi dedicati alle esteriorit...cedere a potenziali acquirenti gli spazi commerciali.

62 risposte



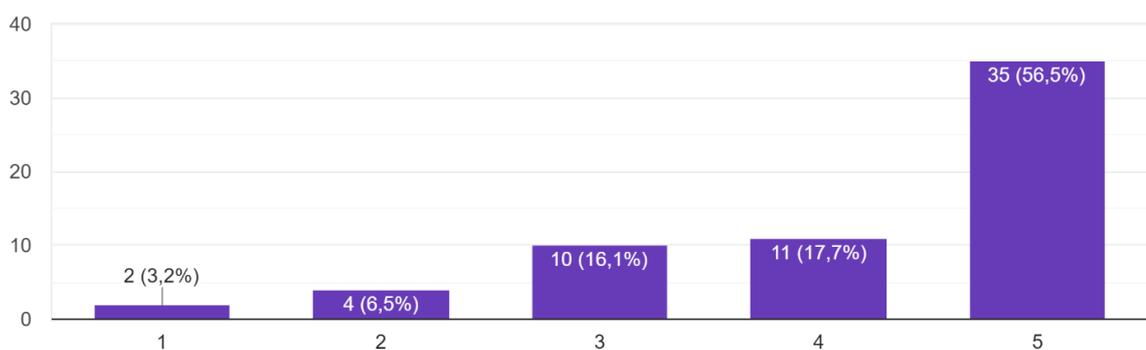
Innescare un processo di valorizzazione del contesto urbano a carico dei privati, che possono essere incentivati a riqualificare il patrimonio e...a governance del DUC all'Amministrazione Comunale.

62 risposte

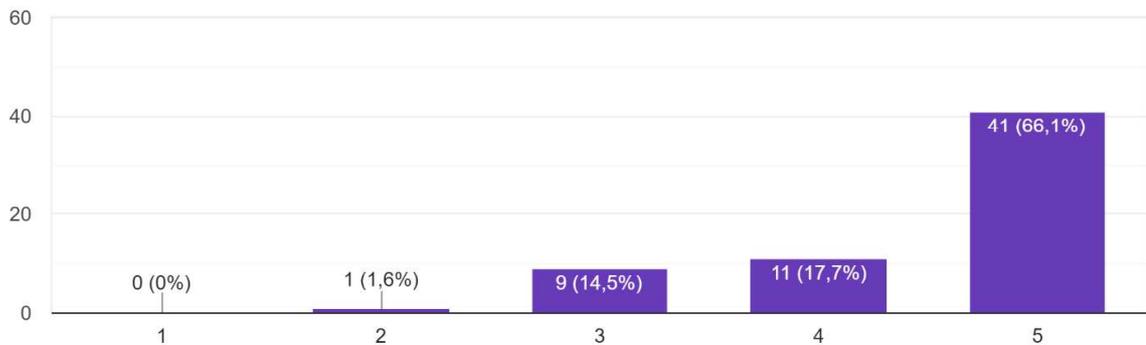


Proporre soluzioni di fiscalità ridotta da introdurre per agevolare nuove aperture commerciali o subentri di giovani microimprese.

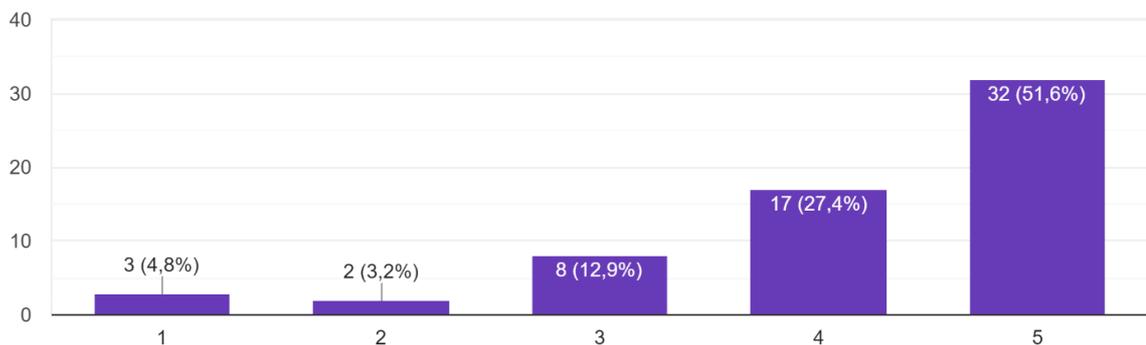
62 risposte



Incentivare la mobilità sostenibile recuperando ambiti destinati ad aree parcheggio per la viabilità veicolare; realizzando percorsi di collegamento urb...l Complesso che valorizzi la fortificazione esterna  
62 risposte



Promuovere corsi di alfabetizzazione digitale e l'utilizzo degli strumenti informatici per gli operatori commerciali del DUC interessati, affinché siano in ...rmente utilizzato durante la pandemia di Covid-19.  
62 risposte



Come fase conclusiva si riporta una sintesi:

La rigenerazione urbana, la mobilità sostenibile e il marketing sono i temi percepiti come priorità, ma il 46,8% del campione non conosce ancora il Distretto e le sue potenzialità.

## 6

## PROGRAMMAZIONE STRATEGICA DEL DUC

Come richiamato dagli strumenti attuativi regionali, D.G.R. 23-2535 del 11/12/2020 e la D.D. 396 de 23/12/2021, la promozione e lo sviluppo del territorio del Distretto Urbano del Commercio (DUC), appositamente individuato, sono finalizzati al consolidamento e allo sviluppo economico, con particolare riferimento al sostegno della competitività di sistema delle imprese commerciali, alla creazione di sinergie funzionali alla crescita economica locale, alla valorizzazione degli aspetti commerciali e artigianali, nonché all'innovazione del sistema distributivo locale.

Questo processo di valorizzazione, basato sull'analisi e sulla valutazione delle informazioni e dei dati raccolti, si inserisce nell'individuazione degli obiettivi strategici, che i vari attori coinvolti adottano consapevolmente per attuare una programmazione triennale. Tale programmazione viene definita attraverso le linee di azione (interventi strutturali e immateriali) considerando le risorse da impiegare e i tempi di realizzazione.

### 6.1 Obiettivi e indirizzi strategici del DUC

---

Le motivazioni e le scelte strategiche emergono analizzando i punti di forza e di debolezza e le conseguenti opportunità e minacce da essi scaturiti, individuati sia rispetto all'offerta commerciale, sia rispetto al contesto ambientale dell'ambito di azione del Distretto.

La motivazione che muove l'Amministrazione Comunale e le Associazioni di categoria a farsi promotrici per costituire il Distretto Urbano del Commercio è data dalla volontà di vedere nel comparto commerciale un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone per accrescere l'attrattività della città, rigenerare il contesto urbano e sostenere le microimprese commerciali, sfruttando il potenziale offerto

anche dal territorio e dalla sua capacità attrattiva, consapevole del difficile periodo che il comparto sta vivendo.

L'obiettivo primario del Distretto Urbano del Commercio consiste nel mantenere, sostenere e rilanciare il commercio locale, per evitare l'evasione dei flussi di consumo verso altri luoghi del commercio, sviluppando un processo di crescita sinergico con il territorio e con la città, sfruttando quindi il potenziale offerto dal luogo per costituire un "centro commerciale naturale attrattivo" di migliore qualità per tutti.

Un'ulteriore motivazione è spinta dalla volontà di costituire un sistema di servizio per il settore commerciale che possa arginare la difficile concorrenza del canale di vendita che avviene sul web e assecondare in parte le nuove esigenze dei consumatori, in un periodo nel quale, anche a causa della pandemia in corso, l'atteggiamento al consumo sta cambiando rapidamente.

Gli obiettivi e le finalità, ovvero gli indirizzi strategici da intraprendere e perseguire nella valorizzazione del comparto commerciale del DUC di Alessandria sono:

- **1. difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato** e quindi delle micro imprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore dei servizi di prossimità in un momento di forte presenza della grande distribuzione organizzata e dell'e-commerce;
- **2. ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali** nel contesto urbano, a causa del quale si instaura il fenomeno della desertificazione e la conseguente perdita identitaria di alcuni ambiti del centro storico;
- **3. valorizzare il luogo del commercio alessandrino**, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio, sede di attività commerciali ed economiche in senso lato;
- **4. sostenere e contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi** e dei percorsi delle zone soggette a maggior criticità per il commercio e per la qualità di vita;
- **5. creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio** con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale", ritenendo che possa costituire una reale alternativa alla grande distribuzione organizzata;

- **6. sviluppare la competitività del “centro commerciale naturale”** assicurando complementarietà e integrazione con le attività di vendita su area pubblica;
- **7. promuovere l'aggregazione fra gli operatori** per la realizzazione di politiche e di servizi comuni, necessari anche per arginare gli effetti scaturiti dalla crisi pandemica;
- **8. costruire un sistema di governance**, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto, che sia in grado di attuare sinergie con il potenziale offerto dal territorio.

## 6.2 Azioni materiali e immateriali - strumenti progettuali

---

Le linee prioritarie di intervento si attuano attraverso azioni sia di carattere materiale che immateriale, che devono essere intraprese con il partenariato organizzato all'interno del DUC.

A seguito della costituzione formale del Distretto durante il primo anno si dovranno effettuare delle analisi socio-economiche e approfondimenti finalizzati ad analizzare il contesto commerciale nell'area di programmazione, quantificando l'effettivo numero degli esercizi commerciali attivi, i quali potrebbero essere numericamente inferiori rispetto ai dati ufficiali forniti dagli uffici competenti, a causa della difficile condizione indotta dalla pandemia di Covid-19.

Un ulteriore approfondimento dovrà essere condotto con il censimento dei locali sfitti, individuando le zone soggette a maggior desertificazione commerciale per localizzare gli ambiti urbani soggetti a maggior criticità.

Si dovranno inoltre prevedere degli strumenti d'indagine che possano interpretare le nuove abitudini del consumatore e strumenti atti a calibrare le iniziative con buona efficacia.

Sarà inoltre necessario prevedere strumenti d'indagine più approfonditi per avviare tutte le analisi contestuali necessarie ad indagare più approfonditamente l'ambito interessato dal DUC, anche con il partenariato in essere con l'Università della Sapienza, nell'ottica di attuare un'efficace rigenerazione urbana.

In questa seconda fase viene confermato il programma strategico triennale, sinteticamente già riportato nella prima fase (propedeutica all'accreditamento) e ora concertato con tutti gli attori coinvolti e con i vari stakeholder.

La programmazione triennale riportata contiene tutte le azioni condivise, che verranno espresse sinteticamente in una schedatura di sintesi.

Il presupposto per una programmazione triennale attuabile sarà la copertura economica per le attività previste, data dalla capacità di ogni singolo attore di reperire le necessarie risorse e i contributi, individuando i canali più proficui che potranno essere sia pubblici (fondi europei, regionali, comunali), sia privati (fondazioni bancarie, grandi aziende presenti sul territorio).

In seguito alla costituzione formale del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria, con la firma del protocollo di intesa, sarà possibile avviare di fatto il processo di compartecipazione pubblico-privato auspicato, che si potrà sviluppare attraverso un percorso virtuoso definito da azioni via via crescenti, come schematizzato, per la completa affermazione dello strumento messo in campo.



In prima istanza, il presupposto per un efficace successo del Distretto è il riconoscimento del ruolo stesso del DUC all'interno delle istituzioni, degli organismi e delle realtà economico-sociali presenti nel luogo e di conseguenza della cittadinanza.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

---

Tale condizione è attuabile con la forte compartecipazione dei partner e con la condivisione degli obiettivi, degli indirizzi strategici e delle azioni messe in campo dalla governance.

Per la buona riuscita delle azioni è inoltre auspicabile un allargamento del partenariato e un coinvolgimento diretto degli operatori.

Per avviare questo processo di crescita è assolutamente necessario il supporto attivo del manager, che dovrà con i partner stabili mantenere la sostenibilità nel tempo delle azioni programmate e monitorare i risultati ottenuti, confrontandoli con le aspettative prefissate.

Le linee prioritarie d'intervento si attuano attraverso azioni, sia di carattere materiale, sia immateriale, che definiscono gli strumenti progettuali da mettere in campo:

- **A: Redigere, approvare e attuare un progetto di comunicazione strategico** finalizzato alla promozione e alla diffusione degli obiettivi del DUC di Alessandria.
- **B: Attuare un piano di comunicazione strategico** finalizzato alla promozione del territorio del Distretto e della sua identità.
- **C: Proporre un calendario condiviso per gli eventi e per le attività di animazione** del DUC coinvolgendo i vari partner nell'attività di animazione e promozione, attuando utili sinergie locali.
- **D: Attivare corsi di formazione** per le micro-imprese commerciali presenti all'interno del DUC per sviluppare temi del social media marketing e del commercio elettronico.
- **E: Promuovere corsi di alfabetizzazione digitale e l'utilizzo degli strumenti informatici** per gli operatori del DUC commerciali interessati.
- **F: Incentivare l'educazione al consumo responsabile** e l'economia circolare sostenendo l'acquisto di prossimità e di prodotti locali, sensibilizzando i più giovani.
- **G: Proporre nuovi servizi per la clientela per lo sviluppo del commercio locale** atti a costituire un "mercato di relazione", affinché i commercianti insediati all'interno dell'area di programmazione possano consolidare e aumentare il proprio business con l'aggiunta di servizi offerti.

- **H: Avviare il “Mercato Locale in Rete”** sistema di territorio basato sul coinvolgimento di tutti gli stakeholder del Distretto, sfruttando le possibilità offerte dal welfare aziendale.
- **I: Aggiornare gli strumenti urbanistici vigenti** per la valorizzazione del contesto urbano e del patrimonio edilizio esistente.
- **L: Promuovere iniziative private di valorizzazione del patrimonio edilizio esistente**, attraverso progetti di riqualificazione dei fronti commerciali e delle esteriorità degli esercizi e innescare un processo di rinnovamento del contesto urbano a carico dei privati.
- **M: Attuare un censimento dei locali sfitti**, promuovere azioni finalizzate a riconvertire, anche parzialmente, le vetrine non utilizzate.
- **N: Proporre soluzioni di fiscalità ridotta** da mettere in campo per agevolare nuove aperture commerciali o subentri di giovani microimprese.
- **O: Promuovere la realizzazione degli interventi di iniziativa pubblica previsti dal POR FESR 2014-2020 Asse VI – Sviluppo Urbano Sostenibile** denominato *Alessandria Torna al Centro*, per la valorizzazione del patrimonio storico-architettonico esistente: recupero del Complesso dell'Ex Ospedale Militare – Chiesa di San Francesco - interventi alla Biblioteca Civica e recupero di parte della Cittadella - Palazzo del Governatore.
- **P: Programmare interventi di qualificazione dei luoghi del commercio** individuati dalla perimetrazione del DUC all'interno del centro storico: Piazza della Libertà e Piazza Marconi.
- **Q: Incentivare studi finalizzati alla rigenerazione urbana** dell'area di programmazione a seguito del partenariato già costituito con il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura della Sapienza Università di Roma. (Il centro Storico e le piazze – le zone di verde pubblico e gli spazi connettivi - le aree mercatali e gli ambiti dedicati al parcheggio veicolare).
- **R: Sostenere interventi finalizzati all'incentivazione della pedonalizzazione**, con la messa in sicurezza delle zone pedonali e con la valorizzazione dei percorsi connettivi del Centro Storico: sistemazione delle pavimentazioni pedonali di Borgo Rovereto.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

---

- **S: Promuovere il parco fluviale del Tanaro – piste ciclabili del PUMS e incentivare la mobilità dolce per una città sostenibile** migliorando il rapporto fra la città e il fiume, creando zone attrezzate per la città, implementando e migliorando la messa in sicurezza della rete di piste ciclabili, per concorrere a valorizzare il territorio del Distretto.
- **T: Incentivare la creazione di percorsi tematici** nella zona di programmazione del DUC.: eno-gastronomici, prevedendo la promozione di prodotti tipici del territorio; architettonici e culturali.
- **U: Proporre l'installazione di totem informativi e interattivi ed elementi di arredo urbano** per contribuire a migliorare l'attrattività del DUC e valorizzare il luogo del commercio alessandrino.

Resta inteso che su tutte le precedenti azioni sarà necessario:

- Intercettare, con il coordinamento del Manager e in sinergia con la *governance* del DUC, le forme di finanziamento e di contribuzione possibili per attuare le iniziative programmate, anche attraverso sponsor locali, bandi etc...
- Il costituendo Distretto Urbano del Commercio dovrà definire accordi di partenariato con altre forti realtà commerciali di quartiere presenti, coinvolgendo in particolar modo Associazione Attività e Commercio C.SO ACQUI E CRISTO - Associazione Turistica Pro-Loce Fraschetta, nell'attività di animazione e promozione delle reciproche attività allo scopo di attuare utili sinergie con due forti realtà del commercio locale.
- Definire azioni di monitoraggio delle attività previste dal Programma Strategico del DUC e attuare un confronto con i risultati attesi.

Per la buona riuscita del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria è auspicabile che La Governance:

- Possa essere sempre informata sulle programmazioni locali e si debba esprimere, come un organo consultivo, per garantire la coerenza e l'integrazione tra la pianificazione urbanistica e territoriale e gli indirizzi in materia di insediamenti commerciali.

- Debba essere informata sui progetti in corso che saranno attuati nell'ambito della perimetrazione dell'area di programmazione, per le possibili ricadute che ci potrebbero essere sul comparto commerciale.
- Al fine di indirizzare le politiche del distretto verso la valorizzazione del comparto commerciale, la governance debba sfruttare il potenziale offerto dal territorio e dai siti UNESCO intercettando i flussi turistici con attività di promozione del DUC stesso.

### 6.3 Programmazione triennale delle azioni

Ipotesi di cronoprogramma triennale di attuazione delle azioni, materiali e immateriali, che definiscono gli strumenti progettuali proposti dalla programmazione del DUC di Alessandria.

	1° anno	2° anno	3° anno
<b>A:</b> Progetto di comunicazione strategico del DUC			
<b>B:</b> Piano di comunicazione finalizzato alla promozione del territorio del DUC			
<b>C:</b> Proporre un calendario condiviso per gli eventi e per le attività di animazione del DUC			
<b>D:</b> Corsi di formazione social media marketing e del commercio elettronico			
<b>E:</b> Corsi di alfabetizzazione digitale e utilizzo degli strumenti informatici per gli operatori commerciali del DUC			
<b>F:</b> Incentivare l'educazione al consumo responsabile e l'economia circolare sensibilizzando i più giovani			
<b>G:</b> Nuovi servizi per la clientela per lo sviluppo del commercio locale atti a costituire un "mercato di relazione"			
<b>H:</b> Avviare il "Mercato Locale in Rete" sistema di territorio basato sul coinvolgimento di tutti gli stakeholder del DUC			
<b>I:</b> Aggiornare gli strumenti urbanistici vigenti volti alla valorizzazione del contesto urbano			
<b>L:</b> Promuovere iniziative private di riqualificazione e valorizzazione del patrimonio edilizio esistente - esteriorità			
<b>M:</b> Attuare censimento dei locali sfitti e promuovere azioni finalizzate a riconvertire le vetrine non utilizzate			

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

<b>N:</b> Strumenti di fiscalità ridotta da mettere in campo per agevolare nuove aperture commerciali – giovani imprese			
<b>O:</b> Promuovere la conclusione interventi di iniziativa pubblica del POR FESR 2014-2020 Asse VI – Alessandria Torna al Centro			
<b>P:</b> interventi di qualificazione dei luoghi del commercio: riqualificazione piazza della Libertà e piazza Marconi			
<b>Q:</b> Incentivare studi finalizzati alla rigenerazione urbana con l'ausilio del partenariato con Sapienza Università di Roma			
<b>R:</b> Incentivare pedonalizzazione e qualificazione aree a rischio desertificazione - zone pedonali Borgo Rovereto			
<b>S:</b> Promuovere il parco fluviale del Tanaro - piste ciclabili del PUMS e incentivare la mobilità dolce per una città sostenibile			
<b>T:</b> Incentivare la creazione di percorsi tematici: eno-gastronomici, architettonici e culturali			
<b>U:</b> Installare totem informativi e interattivi ed elementi di arredo urbano			

Per una più esaustiva comprensione delle azioni messe in campo si rimanda alla successiva schedatura nella quale sono presenti gli approfondimenti sugli obiettivi coinvolti, i contenuti delle misure previste e le tempistiche di attuazione.

## 6.4 Schedatura delle azioni e modalità di finanziamento

		A
<b>AZIONE:</b>	<b>Progetto di comunicazione strategico del DUC</b>	
OBIETTIVO:	<p>n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"</p> <p>n. 8 - costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto, che sia in grado di attuare sinergie con il potenziale offerto dal territorio</p>	
descrizione azione	<p>La stesura, l'approvazione e l'attuazione di un progetto di comunicazione strategico, è finalizzata alla promozione e alla diffusione degli obiettivi del DUC di Alessandria, condividendo metodi e strategie con la governance del distretto.</p> <p>L'azione immateriale è proposta in continuità con quanto è già stato avviato in fase iniziale, nel periodo successivo all'accreditamento. Tale azione dovrà essere conseguita e sviluppata ancora durante i periodi iniziali, durante l'avvio del lavoro del DUC, dando consapevolezza ai vari operatori del settore commerciale del potenziale che il Distretto Urbano del Commercio di Alessandria può offrire, diffondendo gli obiettivi e gli strumenti messi a disposizione, affinché vi sia consapevolezza e partecipazione alle varie iniziative proposte, cogliendo le opportunità che vengono offerte (visto quanto emerge oggi dall'analisi dei questionari). L'azione proposta, promuovendo le finalità del DUC, dovrà incentivare la cooperazione e la collaborazione dei diversi stakeholder a livello territoriale, attrarre gli operatori commerciali, le imprese locali, le varie associazioni presenti sul territorio, i diversi comitati presenti e ogni altro soggetto che può essere un potenziale, divenendo parte attiva del Distretto.</p>	
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> </ul>	
costo investimento	da definire in base alle risorse disponibili messe in campo	
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno	
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno	

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

B

<b>AZIONE:</b>	<b>Piano di comunicazione finalizzato alla promozione del territorio del Distretto Urbano del Commercio</b>
<b>OBIETTIVO:</b>	n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"
descrizione azione	<p>Attuazione di un piano di comunicazione strategico finalizzato alla promozione, sia tradizionale, sia sui social network, del territorio del Distretto Urbano del Commercio, che consenta la riconoscibilità del DUC di Alessandria anche al di fuori del proprio ambito, realizzando un packaging dedicato, attivando un sito internet che divulghi le iniziative in essere e predisponendo app di ausilio per i consumatori.</p> <p>Il piano di comunicazione sarà strategico per diffondere gli elementi identificativi del DUC di Alessandria, valorizzando il suo potenziale e quanto viene offerto dalla sua area di programmazione per aumentare la sua capacità attrattiva sul territorio, e diffondendo il calendario di eventi condivisi con i vari stakeholder e quindi promuovendo le iniziative disponibili.</p> <p>Questa azione, già avviata solo in fase iniziale nei primi quattro mesi dall'accREDITamento, dovrà essere decisamente sviluppata diffondendo le iniziative che verranno via via messe in campo, sia attraverso i canali tradizionali e i media locali, sia on line, attraverso il sito e i canali social.</p> <p>Si auspica inoltre la partecipazione del DUC di Alessandria a fiere turistiche: promuovendo il Distretto e le sue attività con materiale informativo, brochure promozionali, predisponendo video da inserire sia sui canali on line, sia da proiettare durante i vari eventi promozionali.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Attività economiche presenti nel Distretto – partner 2° livello</li> </ul>
costo investimento	da definire in base alle risorse disponibili messe in campo e allo sviluppo delle strategie che verranno avviate con i tavoli operativi e con i vari stakeholder
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

C

<b>AZIONE:</b>	<b>Proporre un calendario condiviso per gli eventi e per le attività di animazione del DUC</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 2 - ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nel contesto urbano</p> <p>n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"</p> <p>n. 7 – promuovere l'aggregazione fra gli operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni</p>
descrizione azione	<p>Proporre un calendario condiviso degli eventi e delle attività di animazione del DUC, coinvolgendo i vari partner nell'attività di animazione e promozione, attuando utili sinergie locali, è il primo passo per l'attuazione di eventi efficaci, evitando sovrapposizioni o congestionamenti di date e periodi senza attività.</p> <p>Oltre all'interazione che i vari attori hanno con i tavoli di lavoro, si propone la creazione di una app dedicata agli operatori (commercianti ed imprenditori ubicati nell'area del Duc) che gestisca il calendario di eventi condiviso in tempo reale.</p> <p>Con questa applicazione l'Amministrazione Comunale potrà inserire gli eventi in programma (siano essi direttamente organizzati dal Comune o di enti ed istituzioni terze) via via che la programmazione sarà definita ed ogni singolo commerciante, grazie alle credenziali fornite dalla governance del Duc, potrà consultare il calendario in tempo reale, al fine di formulare – anche in relazione ad esso – la propria partecipazione e programmazione, inserendo eventi e/o proposte di iniziative che intende realizzare autonomamente, al fine di chiederne la validazione all'Amministrazione Comunale e l'inserimento all'interno del calendario condiviso degli eventi cittadini.</p> <p>Si propone di inserire in calendario anche eventi di city management &amp; entertainment, in grado di coniugare i più moderni concetti della rigenerazione urbana, dell'armonizzazione del tessuto cittadino e del riuso dei vuoti urbani, accanto ed in modo sinergico alla promozione della cultura, attraverso la musica ed il teatro e dell'enogastronomia dell'eccellenza.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- singole microimprese commerciali</li> </ul>

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

costo investimento	in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo da fondi promossi dalla Regione Piemonte previsione di spesa <b>pari a 10.000 Euro/anno</b>
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da avviare durante il primo anno e da ripetere il secondo e il terzo anno

D

<b>AZIONE:</b>	<b>Corsi di formazione per le microimprese commerciali per sviluppare temi social media marketing e commercio elettronico.</b>
OBIETTIVO:	n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità  n. 7 – promuovere l'aggregazione fra gli operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni

descrizione azione	<p>Quest'azione è destinata alle microimprese commerciali coinvolte all'interno del DUC per fornire corsi di formazione e informazione finalizzati a sviluppare i temi del social media marketing e del commercio elettronico, per far sì che la conoscenza acquisita e l'utilizzo degli strumenti operativi, da parte degli operatori del comparto, definiscano i presupposti sui quali sia possibile pianificare le strategie condivise del piano di marketing del DUC.</p> <p>La misura inoltre fornisce validi strumenti atti a gestire le difficoltà scaturite da un nuovo sistema di concorrenza legato all'acquisto on-line, attraverso un percorso formativo dedicato ai nuovi sistemi di vendita e ai servizi da offrire alla clientela.</p> <p>Il percorso formativo potrebbe vedere in atto una serie di azioni di comunicazione continuative e coordinate, progettate in modo integrato, con l'eventuale coinvolgimento dell'Università' del Piemonte Orientale (partner di secondo livello) e realizzate anche sulla base delle nuove tecnologie multimediali disponibili.</p> <p>La misura dovrà valorizzare le competenze e le conoscenze sul marketing, per sviluppare un'offerta formativa dedicata alle microimprese commerciali, atta a gestire l'attività adottando nuove modalità operative, in affiancamento al canale tradizionale, per adeguarsi alle nuove esigenze del consumatore.</p>
--------------------	---

	Gli incontri saranno anche un'occasione di confronto fra i vari operatori del settore che potranno scambiarsi esperienze, aumentando il loro senso di appartenenza al Distretto.
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- singole microimprese commerciali - beneficiari</li> </ul>
costo investimento	in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo da fondi promossi dalla Regione Piemonte previsione di spesa <b>pari a 8.000 Euro/anno</b>
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse esterne, condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi
cronoprogramma	azione da avviare durante il primo anno e da ripetere il secondo e il terzo anno

E

<b>AZIONE:</b>	<b>Corsi di alfabetizzazione digitale e messa in campo di strumenti informatici per gli operatori commerciali del DUC</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità</p> <p>n. 7 – promuovere l'aggregazione fra gli operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni</p>
descrizione azione	<p>Azione formativa per promuovere corsi di alfabetizzazione digitale e l'utilizzo degli strumenti informatici per gli operatori commerciali del DUC interessati, affinché siano in grado di fruire delle precedenti iniziative promosse e gestire le difficoltà scaturite da un nuovo sistema di concorrenza legato all'acquisto on-line, particolarmente utilizzato durante la pandemia di Covid-19. Questa azione immateriale prevede di attivare un ciclo formativo che permetta agli operatori del settore di acquisire ed utilizzare metodi, conoscenze e strumenti utili allo sviluppo della propria attività, all'organizzazione della propria struttura e per la gestione delle rispettive risorse.</p> <p>Un'attenzione dovrà anche essere rivolta alla gestione di strumenti software e di un eventuale sito aziendale, ai nuovi canali di comunicazione social e agli utili strumenti che la rete può offrire.</p>

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	<p>Gli eventi potranno essere un'occasione di incontro fra i vari operatori del settore coinvolti, che potranno confrontarsi sull'esperienza formativa, aumentando il loro senso di appartenenza al DUC di Alessandria.</p> <p>In riferimento al potenziamento digitale si propone l'inserimento di un'azione, nell'ottica di rafforzare l'attrattività e la fruibilità dell'offerta turistica, dell'accoglienza e della ristorazione dell'area del Distretto del Commercio, che fornisca una serie di servizi integrati quali la prenotazione di particolari <i>experience</i> di soggiorno e la ristorazione, potendo fruire di esclusive esperienze, in base alla profilazione del potenziale cliente.</p> <p>Si propone inoltre la messa in campo di uno strumento denominato "ShoppingPass" che prevede la realizzazione di un supporto tecnologico grazie al quale, nei negozi aderenti, sarà possibile pagare senza effettuare una transazione ogni qualvolta si effettua l'acquisto, ma a fine mese con addebito diretto sul conto corrente bancario. Si tratta, in sintesi, di una sorta di "telepass" per i negozi del Distretto Urbano del Commercio.</p> <p>Questi ultimi due strumenti proposti dovranno essere avviati a seguito di corsi informativi che presenteranno le nuove opportunità che il Distretto potrà definire per le microimprese commerciali presenti.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comune di Alessandria</li><li>- Associazioni di categoria</li><li>- singole microimprese commerciali - beneficiari</li></ul>
costo investimento	Previsione di spesa complessiva <b>pari a 7.000 Euro</b> (per la sola formazione) - auspicando fondi promossi dalla Regione Piemonte
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

F

<b>AZIONE:</b>	<b>Incentivare l'educazione al consumo responsabile e l'economia circolare sensibilizzando i più giovani</b>
<b>OBIETTIVO:</b>	n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità
descrizione azione	<p>L'iniziativa messa in campo per incentivare l'educazione al consumo responsabile e l'economia circolare, sostenendo l'acquisto di prossimità e dei prodotti locali, si attuerà sensibilizzando i più giovani con incontri formativi da svolgere nelle scuole, nei circoli sportivi, nei centri di aggregazione, etc...</p> <p>L'attivazione degli incontri con i giovani, oltre che nelle scuole, saranno attuabili anche in altre sedi con il sostegno e l'intermediazione dei partner di 2° livello presenti all'interno del Distretto come Stakeholder.</p> <p>L'azione immateriale proposta mira ad attivare nei giovani consumatori una consapevolezza critica e a costituire un'occasione di riflessione, sia a scuola, sia in famiglia, sia negli ambiti del tempo libero e dello sport, favorendo il consumo di prodotti disponibili negli esercizi di vicinato di Alessandria, in alternativa a quelli disponibili all'interno della grande distribuzione organizzata e on-line.</p> <p>La misura, se sviluppata in ambito scolastico, dovrà essere attivata a seguito di un confronto con i vari dirigenti degli istituti scolastici di Alessandria, al fine di verificare le effettive disponibilità, calibrare i contenuti delle attività formative e definire un calendario possibile e compatibile</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- Dirigenti scolastici e i giovani - beneficiari</li> </ul>
costo investimento	in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo da fondi promossi dalla Regione Piemonte previsione di spesa <b>pari a 6.000 Euro/anno</b>
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da attuare per tutto il triennio sulla base di un calendario annuale che verrà riproposto ogni anno

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

G

<b>AZIONE:</b>	<b>Nuovi servizi per la clientela per lo sviluppo del commercio locale atti a costituire un "mercato di relazione"</b>
<b>OBIETTIVO:</b>	<p>n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità</p> <p>n.6 – sviluppare la competitività del "centro commerciale naturale" assicurando complementarietà e integrazione con le attività di vendita su area pubblica</p>

descrizione azione	<p>Si propone l'inserimento di azioni che prevedano la realizzazione di eventi specifici legati alle singole tipologie di mercato, finalizzate alla clientela.</p> <p>L'idea è rendere un servizio dedicato e speciale per i clienti che intendono rivolgersi al mercato locale, al fine di aumentare la percezione del valore del bene di relazione, che è la principale risorsa del commercio tradizionale cittadino.</p> <p>Sarà possibile proporre azioni differenziate per ogni tipologia di mercato, così come di seguito dettagliate:</p> <p>Per Il Mercato del fashion (abbigliamento, calzature, accessori):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Servizio Tailored Made</b> Il servizio prevede la presenza di sarti che possano personalizzare in modalità express i capi acquistati, con l'apposizione di iniziali, decorazioni, con piccole modifiche per adeguamento taglie, etc...</li> <li>- <b>Outfit &amp; Image Consultant</b> Il servizio prevede la presenza di consulenti di immagine che supportino e guidino i clienti nella scelta di accessori per la composizione di outfit originali e personalizzazione.</li> <li>- <b>Magic Mirror</b> Il servizio prevede la presenza di smart mirror che, grazie ai sistemi RFID ed alla tecnologia per l'identificazione delle informazioni di cui sono dotati, consentono la "prova virtuale" dei differenti capi proposti in vendita. Con questo servizio si intende perseguire un duplice obiettivo: consentire ai clienti la prova di una ampia gamma di prodotti in modo smart e fornire al mercato cittadino l'immagine di una proposta altamente qualificata anche dal punto di vista della dotazione di infrastrutture tecnologiche.</li> </ul> <p>Per Il Mercato enogastronomico (alimenti e bevande):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Nutrizionista</b> Il servizio prevede la presenza di un nutrizionista che fornisca consigli e consulenze per l'acquisto e l'abbinamento di</li> </ul>
--------------------	---

	prodotti che possano dare il giusto apporto nutrizionale. Tale servizio intende porre l'accento sulla capacità non soltanto di vendita, ma anche consulenziale che possono fornire i negozi tradizionali.
soggetti coinvolti	- Comune di Alessandria - Associazioni di categoria - singole microimprese commerciali – beneficiari
costo investimento	ancora da definire con il confronto ai tavoli di lavoro e in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da attuare e avviare il primo anno in via sperimentale e da ripetere il secondo e il terzo in relazione al numero degli aderenti.

H

<b>AZIONE:</b>	<b>Avviare il “Mercato Locale in Rete” - sistema di territorio basato sul coinvolgimento di tutti gli stakeholder del DUC</b>
OBIETTIVO:	n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità  n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto “centro commerciale naturale”
descrizione azione	L'iniziativa innovativa per la retribuzione dei dipendenti, come recepito dalla normativa fiscale (artt. 51 e 100 del testo Unico delle Imposte sui Redditi), vuole utilizzare le possibilità e le opportunità offerte dal welfare aziendale, che consiste nell'introduzione di un sistema di prestazioni non monetarie, ma di servizio a sostegno dei dipendenti. Con il progetto “Mercato Locale in Rete” si intende quindi creare un sistema di territorio basato sul coinvolgimento di tutti gli stakeholder e gli operatori ubicati nel territorio di Alessandria al fine di perseguire i seguenti obiettivi: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Favorire uno sviluppo economico locale, generato dalla vicinanza tra domanda (di welfare) ed offerta (di prodotti)</li> </ul>

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	<p>welferizzabili);</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Favorire uno sviluppo sociale del territorio e fornire alle aziende uno strumento di maggiore attrattività e generare le condizioni per un'occupazione di qualità e benessere;</li><li>▪ Rafforzare il legame tra il tessuto produttivo ed industriale della città e quello commerciale locale, con reciproco scambio di vantaggi (maggior qualità e più vicinanza dei servizi di welfare aziendale a disposizione dei dipendenti delle aziende ubicate sul territorio comunale e maggior flusso di consumi per le aziende del commercio e dei servizi appartenenti all'area del Distretto Urbano del Commercio);</li><li>▪ Sviluppare una tecnologia che garantisca fruibilità e semplicità d'utilizzo;</li><li>▪ Generare un risparmio per le aziende ubicate sul territorio e un maggiore potere d'acquisto per i dipendenti delle stesse, con conseguenti ricadute positive sul sistema commerciale urbano alessandrino.</li></ul> <p>Il progetto prevede la creazione di una piattaforma web che riporti le seguenti aree di welfare:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Famiglia</li><li>▪ Salute</li><li>▪ Risparmi</li><li>▪ Time Saving</li><li>▪ Tempo libero</li></ul> <p>che sono destinate alle aziende del territorio, con fornitori appartenenti all'area del Distretto Urbano del Commercio di Alessandria.</p> <p>La piattaforma, disponibile per tutti i soggetti coinvolti, avrà le seguenti funzionalità:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Punto di forza del progetto è l'integrazione dei servizi offerti dalle normali piattaforme di welfare con quelli offerti dal commercio di prossimità e la possibilità, così, di far sì che le ricadute economiche generate dal welfare restino interamente sul territorio del Duc.</li><li>- Grazie al progetto "Commercio Locale in Rete", infatti, le pmi del retail e del food del Distretto Urbano del Commercio si troveranno a poter beneficiare di un mercato aggiuntivo, oggi già presente ma a loro a volte precluso, costituito dai dipendenti delle aziende ubicate nel territorio, che offrono ai propri dipendenti servizi di welfare. In questo modo si favorisce l'indotto del circuito locale, poiché i servizi di welfare, oggi acquistabili su grandi portali e circuiti nazionali o internazionali, saranno invece erogati da aziende del territorio, alimentando un circuito virtuoso a vantaggio del commercio urbano e di prossimità.</li><li>- Questo modello si differenzia da tutte le altre soluzioni di welfare presenti sul mercato in riferimento proprio alla logica locale e distrettuale delle attività erogatrici.</li></ul>
--	--

soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"><li>- Associazioni di categoria</li><li>- Stakeholder – partner 2° livello</li><li>- Imprese locali</li><li>- singole microimprese commerciali - beneficiari</li><li>- privati – dipendenti aziendali - beneficiari</li></ul>
costo investimento	ancora da definire con il confronto ai tavoli di lavoro e in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi
cronoprogramma	azione da attuare e avviare il primo anno in via sperimentale e da ripetere il secondo e il terzo in relazione al numero degli aderenti

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	I
<b>AZIONE:</b>	<b>Aggiornare gli strumenti urbanistici volti alla valorizzazione del contesto urbano</b>
<b>OBIETTIVO:</b>	n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio
descrizione azione	<p>Un'azione immateriale strategica per far crescere lo standard qualitativo degli interventi privati e potenziare l'attrattività del contesto è volta all'aggiornamento degli strumenti urbanistici. Tale azione, finalizzata alla valorizzazione del contesto urbano, si configura come un passaggio necessario, propedeutico, per attuare interventi sul patrimonio edilizio esistente, al fine di incrementare gli standard qualitativi degli interventi privati.</p> <p>Attualmente il Comune di Alessandria non dispone di un Piano del Colore e dell'Arredo Urbano, che può essere valutato come un valido strumento di controllo per l'attuazione di interventi consapevoli e di qualità, all'interno del Centro Storico.</p> <p>Oltre ad attuare i necessari studi sul contesto urbano di Alessandria, e auspicare la successiva redazione di un Piano del Colore e dell'Arredo Urbano, sarà anche opportuno analizzare i vigenti strumenti urbanistici riguardanti le esteriorità, i dehors, e quanto di fatto concorre al decoro Urbano con le proprie esteriorità (tende, insegne, vetrine, arredi, etc...).</p> <p>Quest'azione si pone come necessaria e propedeutica per poter partecipare a bandi sulle esteriorità, che possono essere promossi in futuro dalla Regione Piemonte, analogamente a quanto già avveniva con i passati bandi regionali, che incentivavano iniziative private di riqualificazione urbana.</p>
soggetti coinvolti	- Comune di Alessandria
costo investimento	previsione di spesa complessiva da quantificare, qualora venga affidata a professionalità esterne agli Uffici Comunali.
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

L

<b>AZIONE:</b>	<b>Promuovere iniziative private di riqualificazione e valorizzazione del patrimonio edilizio esistente – esteriorità</b>
<b>OBIETTIVO:</b>	n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio

descrizione azione	<p>Una determinante azione per concorrere alla rigenerazione urbana dell'ambito del DUC di Alessandria con opere di riqualificazione e valorizzazione del contesto è a carico dei privati, che possono concorrere a migliorare l'attrattività della propria città, promuovendo interventi riguardanti le esteriorità dei loro fronti commerciali.</p> <p>I prospetti a piano terreno delle vie sono di fatto attribuibili alle attività commerciali, di somministrazione e di servizio presenti. Un ruolo strategico è quindi dato dall'esteriorità degli esercizi presenti nell'ambito del Distretto, con opere riguardanti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rifacimento delle facciate degli esercizi;</li> <li>- rifacimento delle insegne, dell'illuminazione e delle tende;</li> <li>- sistemazione delle vetrine;</li> <li>- sistemazione dei chioschi e dei dehors.</li> </ul> <p>Spesso tali azioni sono solo demandate alla libera iniziativa, senza un programma comune e una strategia condivisa, realizzando così solo degli interventi "a zona", sporadici e non omogenei. Il programma propone la possibilità di promuovere iniziative private di valorizzazione del patrimonio edilizio esistente, attraverso progetti di riqualificazione dei fronti commerciali e delle esteriorità degli esercizi, dando supporto alle microimprese commerciali per la partecipazione a bandi disponibili.</p> <p>Un ulteriore supporto potrebbe essere quello di disporre di progetti unitari, coordinati dal DUC e condivisi con i vari tavoli di lavoro, con gli stakeholder e di concerto con le esigenze degli esercenti, che possono realizzare interventi coordinati e complementari a quelli pubblici, atti ad incrementare l'attrattività del luogo del commercio.</p> <p>Questo processo di rigenerazione urbana a carico dei privati potrà innescare altri interventi di recupero sul patrimonio costruito esistente di proprietà privata, attraverso ulteriori lavori di restauro e manutenzione anche sulle facciate.</p> <p>Sarà quindi necessario avviare e sviluppare, durante tutto il periodo della programmazione, un processo evolutivo di rigenerazione, che incentivi l'iniziativa privata nel centro urbano, contribuendo ad accrescere l'attrattività di Alessandria.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> </ul>

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- singole microimprese commerciali - beneficiari</li> <li>- privati - beneficiari</li> </ul>
costo investimento	Previsione di spesa complessiva non quantificabile perché demandata all'iniziativa privata
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse a carico dei privati e con incentivi che potrebbero scaturire da specifici bandi regionali
cronoprogramma	azione da attuare durante tutto il periodo triennale di programmazione

M

<b>AZIONE:</b>	<b>Attuare censimento dei locali sfitti e promuovere azioni finalizzate a riconvertire le vetrine non utilizzate</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 2 - ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nel contesto urbano</p> <p>n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"</p>

descrizione azione	<p>Nel periodo successivo alla costituzione formale del DUC di Alessandria, sarà necessario attuare più approfondite analisi socio-economiche e approfondimenti specialistici che analizzino il contesto commerciale dell'area di programmazione in relazione al numero effettivo degli esercizi commerciali presenti, che potrebbero essere di numero inferiore rispetto ai dati ufficiali, per il difficile momento che il settore sta vivendo a causa della pandemia.</p> <p>Sarà quindi necessario censire i locali sfitti e definire le zone maggiormente soggette a desertificazione commerciale per individuare gli ambiti urbani più critici.</p> <p>Con il contributo degli stakeholder coinvolti con i tavoli di lavoro, alcuni dei quali sono particolarmente utili per questa dinamica, sarà possibile aiutare i proprietari ad affittare o a cedere a potenziali acquirenti gli spazi commerciali non utilizzati.</p> <p>A seguito del censimento dei locali sfitti il Distretto propone azioni mirate alla riconversione delle vetrine "vuote", per evitare di avere degli ambiti chiusi e dequalificanti sul fronte strada. Sarà possibile utilizzare le vetrine, anche parzialmente non utilizzate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- con vetrofanie in carico del DUC per la promozione del Distretto;</li> </ul>
--------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mettendo in connessione i proprietari con possibili affittuari e/o acquirenti;</li> <li>- utilizzando temporaneamente i fondi commerciali come temporary shop;</li> <li>- con installazioni per eventi a tema ed elementi promozionali: come presepi di Natale, presentazione di prodotti tipici, dell'eccellenza locale, promozioni turistiche per il territorio.</li> </ul> <p>Il contrasto alla desertificazione potrebbe avvenire con uno strumento operativo denominato "DoveAproCosa," un supporto digitale, appositamente creato dal DUC, ai potenziali aspiranti imprenditori, una consulenza specializzata su dove e cosa aprire, rispetto al censimento fatto dei locali commerciali vuoti, individuando i settori merceologici maggiormente mancanti e le eventuali agevolazioni fiscali previste (rimando all'azione della scheda successiva).</p> <p>Il supporto potrà fornire, in modo geolocalizzato, una serie di proposte di aperture in relazione ad ogni specifico "vuoto commerciale" censito, proponendo un virtual tour per ogni spazio libero con rendering per le differenti tipologie di attività installabile ed il relativo piano di investimenti comprensivo di: canone di locazione, agevolazioni previste, costo medio allestimento ed avvio attività.</p> <p>Il supporto, per ogni tipologia di insediamento commerciale proposto fornirà, oltre che il rendering, anche un "prezzo apertura in mano" in grado di dare al potenziale imprenditore una idea tangibile e molto dettagliata dell'investimento e della sua sostenibilità nel tempo.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- Agenzie immobiliari</li> <li>- Proprietari degli immobili – le cui associazioni sono partner</li> <li>- singole microimprese commerciali – beneficiari</li> <li>- privati - beneficiari</li> </ul>
costo investimento	Previsione di spesa ancora complessiva da quantificare.
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse condivise tra partner stabili e con il contributo degli Stakeholder – partner 2° °livello presenti ai tavoli operativi.
cronoprogramma	azione da attuare durante tutto il periodo di programmazione triennale a seguito di una prima fase sperimentale il primo anno.

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

		N
<b>AZIONE:</b>	<b>Strumenti di fiscalità ridotta da mettere in campo per agevolare nuove aperture commerciali – giovani imprese</b>	
OBIETTIVO:	<p>n. 1 – difesa, sostegno e sviluppo del commercio di vicinato e quindi delle microimprese del commercio in sede fissa, per garantire al consumatore servizi di prossimità</p> <p>n. 2 - ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nel contesto urbano</p>	
descrizione azione	<p>Uno strumento strategico da mettere in campo per incentivare l'insediamento di nuove aperture commerciali, che potrebbero vedere l'insediamento di nuove microimprese commerciali, agevolando l'avvicendamento e subentri negli spazi commerciali vuoti, è dato individuando possibili metodi di fiscalità ridotta dedicati ai giovani.</p> <p>Sarà quindi necessario, una volta costituito formalmente il Distretto, predisporre mirate misure, coinvolgendo il partenariato attivo con i tavoli di lavoro, nella cui composizione vi sono partner di indubbia esperienza nel settore.</p> <p>Questa azione immateriale strategica, con il supporto di esperti del settore in ambito fiscale, potrebbe incentivare la riconversione dei locali sfitti con politiche attuabili attraverso sgravi fiscali a gestione comunale.</p> <p>In questa azione la governance del Distretto Urbano del Commercio si pone come parte attiva, sentite le esigenze del comparto commerciale, per definire, di concerto con il Comune di Alessandria e con gli Stakeholder coinvolti, le specifiche misure.</p>	
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- singole Microimprese commerciali – beneficiari</li> </ul>	
costo investimento	Previsione di spesa complessiva da quantificare.	
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie	
cronoprogramma	azione da attuare durante tutto il periodo di programmazione triennale a seguito di una prima fase sperimentale il primo anno.	

O

<b>AZIONE:</b>	<b>Promuovere la conclusione interventi di iniziativa pubblica del POR FESR 2014-2020 Asse VI – Alessandria Torna al Centro</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio</p> <p>n. 8 - costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto, che sia in grado di attuare sinergie con il potenziale offerto dal territorio</p>
descrizione azione	<p>Il Distretto Urbano del Commercio si fa promotore per la realizzazione degli interventi di iniziativa pubblica previsti dal POR FESR 2014-2020 Asse VI – Sviluppo Urbano Sostenibile denominato Alessandria Torna al Centro, Polo Logistico – Culturale di Area Vasta.</p> <p>Gli interventi strutturali in esso contenuti che interessano l'ambito della programmazione del Distretto riguardano la valorizzazione del patrimonio storico culturale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il recupero del <u>Complesso dell'Ex Ospedale Militare – Chiesa di San Francesco</u> destinato a ospitare i musei cittadini, coinvolge direttamente la valorizzazione del patrimonio storico-architettonico esistente che caratterizza il contesto urbano al fine di rendere, con le funzioni culturali e gli eventi che ospita, maggiormente attrattivo l'ambito del DUC;</li> <li>- il recupero della <u>pinacoteca</u>, con l'attigua area verde denominata "Giardini Pittaluga" e interventi alla <u>Biblioteca Civica</u>, incentiva l'offerta culturale nell'ambito di programmazione e contribuisce a valorizzare l'area del DUC per le modalità precedentemente esposte;</li> <li>- il recupero di <u>parte della Cittadella</u> con l'insediamento dell'Ufficio di Integrazione Turistica all'interno del Palazzo del Governatore, definito dallo stesso strumento a seguito degli accordi tra Ente, Regione Piemonte e MIBACT (Soprintendenza), contribuisce a valorizzare un importante monumento (oggi il luogo deputato a ospitare eventi di richiamo per Alessandria) che può esercitare una notevole capacità attrattiva della zona esterna alla perimetrazione esercitando possibili ricadute per il Distretto Urbano del commercio.</li> </ul> <p>Con questi presupposti la governance del DUC si pone come un organo di stimolo per incentivare la conclusione delle opere contenute nello strumento POR FESR 2014-2020 Asse VI – Sviluppo Urbano Sostenibile, visto il notevole impegno per le risorse impegnate e l'indiscusso apporto delle iniziative previste per la città di Alessandria.</p>

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

soggetti coinvolti	- Comune di Alessandria - Associazioni di categoria
costo investimento	Previsione di spesa complessiva <b>pari a 14.465.031,79 Euro</b>
risorse individuate	intervento programmato, inserito nel piano triennale delle opere pubbliche 2021/23 – codice intervento L00429440068202100057
cronoprogramma	conclusione auspicata entro i prossimi due anni

P

<b>AZIONE:</b>	<b>Interventi di qualificazione dei luoghi del commercio: riqualificazione piazza della Libertà e piazza Marconi</b>
OBIETTIVO:	n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio  n.6 – sviluppare la competitività del "centro commerciale naturale" assicurando complementarietà e integrazione con le attività di vendita su area pubblica
descrizione azione	L'attuazione di questa azione materiale è incentrata sugli interventi di qualificazione dei luoghi del commercio individuati dalla perimetrazione, in continuità con i lavori di riqualificazione urbana che vedono la Città di Alessandria impegnata da anni. Nell'ambito del programma di rigenerazione delle piazze del Centro Sorico è già stato elaborato un master plan dall'Ufficio Settore Lavori Pubblici, Infrastrutture, Disability Manager e Smart City che individua gli ambiti coinvolti dal programma di riqualificazione. Fra questi sono già oggetto di intervento Piazza della Libertà e Piazza Marconi, luoghi centrali per l'identità urbana del Distretto. <u>Piazza delle Libertà</u> è il baricentro del Centro Storico, sul suo perimetro si affacciano le sedi dei servizi per il cittadino e i principali uffici pubblici della città; dispone di un'ampia zona centrale adibita ad area parcheggio veicolare, mentre sul perimetro, sotto le fronde degli alberi, ospita in vari periodi dell'anno mercatini di prodotti tipici e agroalimentari (mercato Coldiretti). <u>Piazza Marconi</u> è invece un interessante spazio urbano di collegamento fra Piazza Garibaldi e le vie del centro cittadino, deputate al commercio al dettaglio per eccellenza. Il luogo è caratterizzato dall'elegante immagine dei portici ottocenteschi e ospita il frequentato mercato di generi alimentari

	collegato a quello di piazza Garibaldi.
soggetti coinvolti	- Comune di Alessandria
costo investimento	Previsione di spesa complessiva <b>pari a 1.000.000,00 Euro</b>
risorse individuate	intervento programmato, inserito nel piano triennale delle opere pubbliche 2021/23 – codice intervento L00429440068202100064
cronoprogramma	- <u>primo anno</u> : avvio e conclusione dell'iter progettuale - <u>secondo anno</u> : espletata la procedura di gara, avvio del cantiere, ipotizzando la conclusione nell'anno

Q

<b>AZIONE:</b>	<b>Incentivare studi finalizzati alla rigenerazione urbana con l'ausilio del partenariato con Sapienza Università di Roma</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio</p> <p>n. 4 – sostenere e contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi e dei percorsi delle zone soggette a maggior criticità per il commercio e per la qualità di vita</p> <p>n. 8 - costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto, che sia in grado di attuare sinergie con il potenziale offerto dal territorio</p>
descrizione azione	A seguito del partenariato già costituito con il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura della Sapienza Università di Roma, che collabora con il Settore Lavori Pubblici nell'ambito del programma di riqualificazione delle piazze del Centro Sorico, il lavoro scientifico sviluppato, con le analisi del contesto urbano, pone le basi per identificare le aree sulle quali sono auspicabili interventi di qualificazione e rigenerazione su cui dovrà confrontarsi la governance del DUC. Nella fase di avvio del DUC, durante il primo anno, sarà quindi necessario condurre le analisi e attuare gli approfondimenti per definire gli effettivi ambiti che saranno interessati dai futuri lavori di qualificazione e di rigenerazione urbana. Il lavoro di ricerca, già formalizzato con l'Amministrazione Comunale di Alessandria, dovrà proporre un piano di interventi, presentando elaborati e studi, che dovranno confrontarsi con un Master Plan nell'ambito

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	<p>del programma di riqualificazione delle piazze del Centro Sorico, al fine di fare scelte calibrate e strategiche ed attuare un mirato investimento delle risorse, mediante il ricorso a idonei strumenti concorsuali di progettazione per far emergere le proposte migliori.</p> <p>A tal proposito si deve tener in considerazione l'ambito di Piazza Garibaldi, oggetto di un project-financing approvato da diversi anni e ad oggi in via di definizione.</p> <p>Fra gli interventi di rigenerazione urbana, che ad oggi è un tema aperto sul quale la governance del DUC si deve esprimere, sarà anche utile promuovere il recupero delle zone di verde pubblico e gli spazi connettivi a rischio per la sicurezza sociale, utili per costituire nuovi ambiti di socializzazione e per il commercio di prossimità, ma anche, analizzando le aree dedicate al parcheggio veicolare, per disporre di servizi per il centro.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comune di Alessandria</li><li>- Associazioni di categoria e Stakeholder</li></ul>
costo investimento	spesa complessiva <b>pari a 25.000,00 Euro</b>
risorse individuate	intervento formalizzato in convenzione con DD del Servizio Autonomo Progetti Complessi ed Europei n.1577 del 16/08/2021
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

R

<b>AZIONE:</b>	<b>Incentivare pedonalizzazione e qualificazione aree a rischio desertificazione - zone pedonali Borgo Rovereto</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio</p> <p>n. 4 – sostenere e contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi e dei percorsi delle zone soggette a maggior criticità per il commercio e per la qualità di vita</p>
descrizione azione	<p>L'iniziativa promuove interventi finalizzati ad incentivare la pedonalizzazione, con la messa in sicurezza delle zone pedonali e con la valorizzazione dei percorsi connettivi del Centro Storico, in aree soggette a maggior degrado e a rischio di desertificazione e ghettizzazione sociale.</p> <p>In attesa di un'analisi approfondita sulla rigenerazione urbana del centro cittadino (rimandando all'azione delineata dalla scheda n. Q), si segnala come intervento concreto la sistemazione delle pavimentazioni pedonali di Borgo Rovereto, prevedendo di attuare una manutenzione straordinaria delle pavimentazioni lapidee esistenti.</p> <p>La sola manutenzione di per sé non costituisce un valore aggiunto, ma se finalizzata alla messa in sicurezza dei percorsi pedonali, con opere che conferiscono un miglioramento delle attuali condizioni estetico-funzionali, può divenire un valido strumento operativo.</p> <p>L'intervento strutturale proposto al fine di recuperare una parte del centro urbano fortemente suggestiva, all'interno del tessuto più antico della città, deve essere correlata con azioni di animazione e con gli eventi da promuovere che contribuiscono ad animare i luoghi urbani di Borgo Rovereto.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> </ul>
costo investimento	Previsione di spesa complessiva <b>pari a 337.000,00 Euro</b>
risorse individuate	intervento programmato, inserito nel piano triennale delle opere pubbliche 2021/23 – codice intervento L00429440068202100007
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

		<b>S</b>
<b>AZIONE:</b>	<b>Promuovere il parco fluviale del Tanaro - piste ciclabili del PUMS e incentivare la mobilità dolce</b>	
OBIETTIVO:	<p>n. 4 – sostenere e contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi e dei percorsi delle zone soggette a maggior criticità per il commercio e per la qualità di vita</p> <p>n. 8 - costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto, che sia in grado di attuare sinergie con il potenziale offerto dal territorio</p>	
descrizione azione	<p>Il Distretto Urbano del Commercio si fa promotore per la realizzazione di un parco fluviale del Tanaro al fine di migliorare il rapporto fra la città e il fiume, per creare zone attrezzate per la città che concorrono a valorizzare il DUC.</p> <p>Sostiene quindi la realizzazione degli interventi di iniziativa pubblica previsti dal <u>Piano Urbano Della Mobilità Sostenibile – PUMS</u>, fra le cui opere è prevista la realizzazione di piste ciclabili lungo le sponde del fiume.</p> <p>Il distretto incentiva la mobilità dolce, sostenendo iniziative sul modello di quelle previste dal progetto "Percorsi Ciclabili Sicuri", che prevedeva la messa in sicurezza della rete disponibile di piste ciclabili, proponendo anche l'installazione di stazioni di ricarica per veicoli elettrici e l'insediamento di ambiti di servizio e-bike e/o monopattini elettrici, per lo sviluppo di una città sostenibile.</p> <p>Il Distretto Urbano del Commercio si fa promotore per la realizzazione degli interventi di iniziativa pubblica contenuti nel <u>POR FESR 2014-2020 Asse VI – Sviluppo Urbano Sostenibile</u>, che sono un valido strumento di valorizzazione per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- incentivare la mobilità sostenibile: recuperando ambiti destinati ad aree parcheggio per la viabilità veicolare; realizzando percorsi di collegamento urbano con interventi sull'illuminazione, con collegamenti wi-fi, installando panchine smart e postazioni di ricarica di veicoli elettrici; favorendo la mobilità dolce ciclo-pedonale ad anello intorno alla Cittadella, per una valorizzazione esterna del monumento e dei percorsi esterni del complesso fortificato;</li> <li>- incrementare lo sviluppo delle reti comunali in fibra ottica e attuare le opere mirate previste per potenziare le infrastrutture informatiche.</li> </ul> <p>La governance del DUC si pone come un organo di stimolo per incentivare la conclusione delle opere contenute negli strumenti di iniziativa pubblica menzionati nella scheda, visto il notevole impegno per le risorse impegnate e l'indiscusso apporto delle iniziative previste per la città di Alessandria.</p>	

soggetti coinvolti	- Comune di Alessandria - Associazioni di categoria
costo investimento	Previsione di spesa complessiva <b>pari a 1.500.000,00 Euro</b>
risorse individuate	interventi programmati, inseriti nel piano triennale delle opere pubbliche 2021/23 - codice intervento L00429440068202100065 - codice intervento L00429440068202100028
cronoprogramma	I progetti menzionati dovrebbero essere conclusi entro il primo anno.

T

<b>AZIONE:</b>	<b>Incentivare la creazione di percorsi tematici: eno-gastronomici, architettonici e culturali</b>
OBIETTIVO:	n. 2 - ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nel contesto urbano  n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio  n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"

descrizione azione	L'azione propone di creare dei percorsi tematici: eno-gastronomici, prevedendo la promozione dei prodotti locali, ma anche architettonici e culturali all'interno dell'area di programmazione del DUC, al fine di far dialogare tutto il tessuto urbano del Distretto con la città. La creazione di questi percorsi deve valorizzare le eccellenze che sono presenti in Alessandria: sia legati al food, pensando alle pasticcerie storiche e ai loro prodotti tipici, sia alle emergenze architettoniche storiche, ma anche del Novecento, per le quali Alessandria si distingue con mirabili esempi di noti esponenti appartenenti alla storia dell'architettura del Movimento Moderno. Attraverso le attività del DUC, si intende porre l'accento su questo aspetto, per aumentare l'interesse turistico e attirare dal territorio nuovi flussi di visitatori, realizzando specifico materiale informativo promozionale per il Distretto da divulgare con l'attività di marketing territoriale.
--------------------	--

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

	Con l'iniziativa sarà anche possibile utilizzare gli spazi commerciali dati dalle vetrine vuote, contrastando il fenomeno dei locali sfitti. Gli itinerari dei percorsi tematici potranno essere percorsi a piedi e potranno essere inseriti anche in pacchetti turistici della città e saranno l'occasione per valorizzare i prodotti tipici e le eccellenze della città, contribuendo fortemente con l'iniziativa ad attuare lo storytelling di territorio.
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> <li>- privati</li> </ul>
costo investimento	ancora da definire in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo auspicando fondi promossi dalla Regione Piemonte
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da avviare durante il primo anno e da ripetere il secondo e il terzo anno.

U

<b>AZIONE:</b>	<b>Installare totem informativi e interattivi ed elementi di arredo urbano</b>
OBIETTIVO:	<p>n. 3 – valorizzare il luogo del commercio alessandrino, attraverso la rigenerazione urbana degli ambiti del commercio</p> <p>n. 5 - creare un'identità del Distretto Urbano del Commercio con marketing territoriale e favorire la costituzione del cosiddetto "centro commerciale naturale"</p>
descrizione azione	<p>Progettare e installare nuovi elementi di arredo urbano dedicato ed esclusivo per le attività commerciali dell'area di programmazione, riportando il logo del DUC di Alessandria, è un'azione strategica per migliorare l'attrattività e nel contempo favorire la condizione di "appartenenza" delle microimprese presenti all'interno del Distretto Urbano del Commercio.</p> <p>Si propone la realizzazione di totem informativi, interattivi, da localizzare sulla viabilità esterna, sull'attestamento delle vie di accesso, di penetrazione verso il Centro, che espongano il logo</p>

	<p>del Distretto definendo l'ambito del DUC.</p> <p>Tali elementi, la cui progettazione è ancora da sviluppare e da condividere in sinergia con i vari Stakeholder presenti ai tavoli di lavoro, dovrebbero indicare gli esercizi presenti nella via e favorire la visibilità, migliorando l'attrattività delle attività commerciali presenti.</p> <p>Un ulteriore elemento da utilizzare per migliorare l'attrattività ambientale dell'area interessata riguarda l'arredo urbano, il cui rinnovamento costante nel corso del tempo, con l'installazione di nuovi manufatti, più funzionali e di miglior design, si pone come una strategica qualificazione delle aree pubbliche.</p> <p>Lo stato di fatto dell'arredo urbano presente nell'area di programmazione non si presenta omogeneo e vi sono svariate tipologie di elementi.</p> <p>Inoltre le diverse vie e le zone comprese nella perimetrazione del Distretto non hanno lo stesso tenore qualitativo e in alcuni contesti commerciali l'arredo si presenta datato e degradato. L'intervento proposto prevede in accordo con il Comune e gli organi di tutela di realizzare uno studio sulle tipologie di arredo finalizzato alla localizzazione strategica degli elementi negli ambiti a maggior caratterizzazione commerciale.</p>
soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comune di Alessandria</li> <li>- Associazioni di categoria</li> <li>- Stakeholder – partner 2° livello</li> </ul>
costo investimento	ancora da definire in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo dalla governance e dagli Stakeholder auspicando fondi promossi dalla Regione Piemonte
risorse individuate	azione da attuarsi con risorse proprie o condivise tra i Partner del Distretto, ma anche attraverso la partecipazione a bandi e attraverso l'utilizzo della tassa di soggiorno
cronoprogramma	azione da attuare durante il primo anno

## 6.5 Monitoraggio delle attività svolte e risultati conseguiti

---

Il DUC intende dotarsi di un opportuno sistema di controllo delle azioni previste, rispetto alle attività svolte per verificare i risultati conseguiti, al fine di individuare gli effetti degli interventi materiali, immateriali delle singole iniziative promosse e conseguentemente confermare o correggere in itinere le scelte fatte.

Il monitoraggio, attuabile con azioni strategiche, dovrà risultare un ovvio strumento di analisi in itinere, uno snello sistema di controllo, di facile gestione per tutti i soggetti coinvolti.

Con la costituzione dei tavoli operativi si auspica pertanto un coinvolgimento di tutti gli attori del DUC, i quali si riuniscono periodicamente con il gruppo di lavoro e con la governance per controllare anche l'effettivo avanzamento degli interventi previsti, verificando le aspettative prefissate.

Le azioni che il gruppo di lavoro e il manager, deputato a controllare il monitoraggio del DUC, devono attuare possono essere così riassumibili:

- verificare l'effettiva realizzazione delle azioni proposte, nel rispetto delle tempistiche riportate nella programmazione e sollecitare gli attori in caso di inerzia;
- tenere aggiornati con frequenti rapporti gli attori sull'effettivo stato di avanzamento e segnalare condizioni di inerzia o di inefficienza;
- proporre integrazioni alle azioni previste solo se migliorative degli obiettivi posti alla base dello stesso Programma Strategico;
- verificare se i risultati raggiunti assecondano gli obiettivi prefissati.

Gli indicatori più tipici per un monitoraggio corretto potrebbero essere a cadenza semestrale, proponendo di:

- valutare l'incremento del numero di esercizi di vicinato per quantificare l'effettiva crescita;
- valutare l'eventuale avvicendamento degli esercenti commerciali rispetto alla zona di programmazione.

- valutare l'incremento del rinnovamento dei locali ad uso commerciale all'interno della perimetrazione del DUC.

Una programmazione efficace dovrebbe infatti garantire, o meglio, incrementare il numero degli attuali esercizi, che conseguentemente necessitano di un ovvio avvicendamento degli esercenti.

Tale situazione potrà essere direttamente monitorata dalle verifiche periodiche attuate ora solo dagli uffici comunali, i quali attualmente denunciano la presenza di locali sfitti prospettanti i fronti edificati compresi nella perimetrazione del DUC.

Una successiva verifica è data dal controllo delle pratiche edilizie riguardanti la richiesta di ristrutturazione dei locali ad uso commerciale, auspicando un incremento numerico di domande per migliorare le condizioni igienico sanitarie e per aumentare l'attrattività degli spazi; innescando, così un processo di riqualificazione urbana anche ad opera dei privati che, qualora vengano messe in campo misure dedicate, possono disporre di un indotto e quindi decidere di investire in Alessandria.

Ad opera di tutti i componenti della governance, anche con la collaborazione delle associazioni di categoria coinvolte e con l'ausilio delle professionalità da loro messe a disposizione, si prevede di:

- censire quanti esercenti hanno aderito alle varie iniziative e agli eventi programmati e promossi;
- valutare la soddisfazione degli aderenti agli eventi promossi al termine di ogni evento con mirati questionari;
- redigere mirate indagini di mercato per valutare l'indice di gradimento e il livello di soddisfazione del consumatore all'interno della perimetrazione del DUC, con questionari a cadenza semestrale;
- valutare la capacità attrattiva del DUC con mirate indagini di mercato da proporre ai frequentatori, ai residenti e agli operatori economici a cadenza annuale;
- valutare l'attività di branding e la promozione del DUC on line quantificando il numero di follower sui social e il numero di utilizzatori del sito a cadenza semestrale;

**Allegato 2 al Protocollo d'Intesa: PROGRAMMA STRATEGICO**

---

Il manager dovrà trasmettere al competente Settore della Regione Piemonte una relazione descrittiva sull'andamento dei "lavori", con cadenza massima semestrale, e ogni qualvolta vi saranno variazioni delle azioni materiali e immateriali e quindi del programma strategico approvato.

## INDICE

<b>1. L'AREA DI PROGRAMMAZIONE DEL DUC .....</b>	<b>2</b>
<b>2. ANALISI SWOT DELL'AREA DI PROGRAMMAZIONE.....</b>	<b>6</b>
<b>3. IL PARTENARIATO DEL DUC.....</b>	<b>11</b>
<b>4. IL PERCORSO PROPEDEUTICO ALLA COSTITUZIONE FORMALE DEL DUC.....</b>	<b>17</b>
<b>5. ANALISI PROBLEMATICHE AFFERENTI AI COMPARTI DELL'AREA.....</b>	<b>23</b>
<b>6. PROGRAMMAZIONE STRATEGICA DEL DUC.....</b>	<b>33</b>
6.1 Obiettivi e indirizzi strategici del DUC .....	33
6.2 Azioni materiali e immateriali - strumenti progettuali .....	35
6.3 Programmazione triennale delle azioni .....	40
6.4 Schedatura delle azioni e modalità di finanziamento .....	42
6.5 Monitoraggio delle attività svolte e risultati conseguiti .....	67