



COMUNE DI VOGHERA

ALLEGATO B

PROGRAMMA DI INTERVENTO DEL “DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEL CENTRO STORICO DI VOGHERA”

Voghera, 25 luglio 2009

INDICE

1 - COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DEL TERRITORIO E RUOLO DEL DISTRETTO	Pag.	2
2 - LA CITTÀ DI VOGHERA	Pag.	5
3 - PERCHÉ UN DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO A VOGHERA	Pag.	15
4 - IL DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DI VOGHERA	Pag.	17
5 - OBIETTIVI STRATEGICI DEL DISTRETTO	Pag.	51
6 - PIANO DELLE ATTIVITÀ	Pag.	52
7 - PIANO FINANZIARIO COMPLESSIVO	Pag.	85
8- CRONOPROGRAMMA	Pag.	95
9 - MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	Pag.	99
10 - PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE DEI RISULTATI	Pag.	102
11 - IL PARTENARIATO	Pag.	103

1 - COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DEL TERRITORIO E RUOLO DEL DISTRETTO

Nel nostro Paese - come più in generale in Europa - **lo sviluppo urbano e quello commerciale** hanno registrato percorsi sempre più divergenti, facendo progressivamente venir meno quella sintesi naturale che per tanti secoli aveva caratterizzato le città. Con qualche eccezione - vale a dire quella dei grandi magazzini che all'inizio del secolo scorso hanno trovato una loro collocazione all'interno della città, spesso in zone centrali - in Italia i punti vendita della distribuzione moderna si sono localizzati al di fuori del tessuto urbano. In molti **contesti territoriali lombardi**, spesso questo fenomeno si è inoltre concretizzato in Comuni limitrofi a quello in cui preesisteva l'aggregazione commerciale urbana di riferimento del territorio, sempre coincidente con il centro storico della città.

La crescita delle grandi superfici di vendita (ipermercati, grandi supermercati, grandi superfici specializzate) e dei centri commerciali al dettaglio avvenuto nel corso degli anni '80 e '90 ha, infatti, difficilmente trovato spazio all'interno della città. Uno sviluppo che è stato certamente favorito dal crescente utilizzo dell'auto nella mobilità privata e dalla espansione urbanistico-residenziale delle città in ambiti sempre più periferici. D'altro canto, la scelta localizzativa extraurbana ha rappresentato una buona soluzione sia per le imprese di distribuzione che ricercavano ampie aree a basso costo per poter impiantare le nuove forme distributive, sia per le Amministrazioni comunali e gli altri soggetti pubblici che erano chiamati a prendere decisioni su dove inserire nel territorio queste formule commerciali a "elevato consumo di spazio" per soddisfare la domanda di servizi distributivi dei consumatori/residenti.

A partire dalla metà degli anni '90 si sono, tuttavia, registrate alcune importanti modificazioni che hanno influenzato lo scenario commerciale e le stesse modalità con cui competono le imprese distributive. A tale riguardo, basti richiamare alcune delle principali tendenze di fondo:

- l'aumentata partecipazione femminile al mercato del lavoro;
- la crescente multietnicità demografica e culturale;
- la presenza di stili di vita molteplici e instabili;
- l'esistenza di nuclei familiari di sempre minor dimensione,
- il ruolo di Internet e dell'e-commerce.

L'articolazione di questi cambiamenti economico-sociali e la loro dimensione hanno sviluppato una crescente frammentazione dei bisogni e dei consumi che sta determinando significative modificazioni nel comportamento di acquisto delle persone. Ciò che si è venuto a prospettare è, così, uno scenario distributivo sempre più polarizzato su due principali alternative. Da un lato l'affermarsi di soluzioni orientate a fornire al consumatore un servizio commerciale veloce ed efficiente centrato sulla funzionalità (*procurement*); dall'altro l'affermarsi di uno stile di acquisto con contenuti più *edonistici* con forte enfasi ai "contenitori di offerta" (veri e propri meta-punti vendita) capaci di creare valore proponendosi come una gratificante *shopping experience*.

Tali tendenze hanno spinto in misura crescente il settore commerciale verso una concorrenza tra "**agglomerazioni di offerta**" - una concorrenza che si sovrappone a quella tra forme distributive e tra punti vendita appartenenti a diverse insegne - in cui l'attrattività dell'agglomerazione è riconducibile a un mix tra le caratteristiche dell'offerta commerciale, le caratteristiche del contesto in cui si articola l'esperienza di acquisto e le connessioni con le altre attività di *entertainment*.

Il “contenitore” come punto di riferimento per lo shopping

ATTRATTIVITÀ COME MIX di



Il ruolo dell’agglomerazione di offerta e questo nuovo concetto di attrattività come mix rappresentano così il nuovo terreno di sfida per il commercio urbano, costituendo nel contempo un’opportunità per ricreare quella sintesi tra lo sviluppo commerciale e quello della città venuto meno con lo sviluppo della grandi superfici extraurbane. In modo simile a quanto avviene per le forme distributive, anche le agglomerazioni di offerta si possono, infatti, caratterizzare per gli elementi del loro marketing mix. Questo marketing mix si sostanzia fisicamente nelle caratteristiche oggettive dell’agglomerazione che sono percepite dai potenziali acquirenti/frequentatori e che si traducono in una valutazione complessiva della sua capacità di attrazione. È proprio questo processo di valutazione che influenza in misura rilevante il comportamento del consumatore in termini sia di scelte di dove svolgere l’attività di shopping, sia di quali prodotti e marche acquistare.

È da questo nuovo scenario competitivo che occorre partire per comprendere come il commercio urbano possa ricercare una strategia comune per competere con i poli di offerta extraurbani (Centri commerciali, *Factory Outlet Centre*). Le ragioni alla base del successo di queste polarità commerciali sono certamente riconducibili alle diverse formule di vendita con cui si sono identificate nel tempo e ai servizi commerciali e non che offrono, ma soprattutto alla presenza di una **regia unitaria**. Il gestore del centro svolge, infatti, una funzione di regia a favore di tutti i punti vendita che vi sono localizzati, una funzione che si articola nelle seguenti quattro attività principali: una pianificazione strategica, l’articolazione dell’offerta dei servizi, la fornitura di alcuni servizi comuni (parcheggi, pulizia, sicurezza) e la gestione delle attività di marketing. Grazie a questa gestione centralizzata il centro commerciale al dettaglio riesce a esprimere un posizionamento di mercato preciso e a comunicarlo, a definire un’offerta coerente e a fornire in modo efficiente e coordinato alle imprese che si localizzano al loro interno quei servizi di contesto in grado di migliorarla ulteriormente.

Ormai da diversi anni anche in Europa, sulla scorta di quanto già avvenuto in altri contesti internazionali, si sono sviluppate iniziative finalizzate a individuare soluzioni che consentano alle **agglomerazioni spontanee** di offerta di poter meglio competere con i centri commerciali pianificati extraurbani e di soddisfare meglio le nuove tendenze di acquisto dei consumatori. Si tratta di iniziative di **Town Centre Management (TCM)** che, pur declinate in modo differente a secondo dei diversi contesti territoriali (Gran Bretagna, Belgio, Spagna, Svezia), sono finalizzate a costruire una regia e a fornire una gestione coordinata a tali agglomerazioni.

L’importanza che assumono queste iniziative non deve, però, essere vista soltanto in funzione della loro capacità di agire come meccanismo di valorizzazione e di promozione del commercio urbano, in quanto la loro valenza strategica sta proprio nel rappresentare uno strumento organizzativo capace di **riconciare lo sviluppo della città e quello del commercio**.

Proprio la comprensione dell'importanza strategica di questo strumento ha spinto la **Regione Lombardia** a promuovere lo sviluppo dei Distretti del commercio attraverso l'attivazione di risorse economiche specifiche a disposizione del territorio lombardo, all'interno di una logica che vede lo stesso territorio investire direttamente sul commercio e sulla sua capacità attrattiva e la Regione contribuire in modo addizionale. A tale riguardo, la Regione Lombardia fornisce la seguente definizione di distretto: "un Distretto del commercio è un'area con caratteristiche omogenee per le quali soggetti pubblici e privati propongono interventi di gestione integrata nell'interesse comune dello sviluppo sociale, culturale ed economico e della valorizzazione ambientale del contesto urbano e territoriale di riferimento".

Tale definizione mette in evidenza due aspetti rilevanti che rappresentano anche i pilastri su cui poggia il progetto di Distretto Diffuso del Commercio che successivamente viene sviluppato. Il primo aspetto attiene alla consapevolezza dei soggetti promotori del Distretto che il commercio debba svolgere il ruolo di agente di integrazione dello sviluppo locale. Il secondo aspetto, rimanda, invece, al metodo di lavoro che si è utilizzato nella predisposizione del progetto e che vuole rappresentare il *modus operandi* del Distretto, vale a dire la condivisione tra i soggetti promotori dell'iniziativa che "**essere un distretto**" - prima ancora di rappresentare un'entità logicamente e razionalmente definita - significa auto-riconoscere l'interdipendenza delle proprie azioni e operare per implementare soluzioni su obiettivi condivisi.

2 - LA CITTÀ DI VOGHERA

2.1 – Introduzione: la città

I primi insediamenti umani nel territorio di Voghera risalgono al neolitico ma le origini della città si devono alla realizzazione di un villaggio abitato da popolazioni iberiche in epoca pre romana. Durante il periodo romano Voghera viene identificata nella città chiamata Iria che nei secoli III e IV venne ripetutamente invasa e distrutta da varie popolazioni barbare ed è solo nel VIII secolo, con la sottomissione al Regno Longobardo e a Carlo Magno, che la città si sviluppa diventando un importante centro di scambi commerciali.

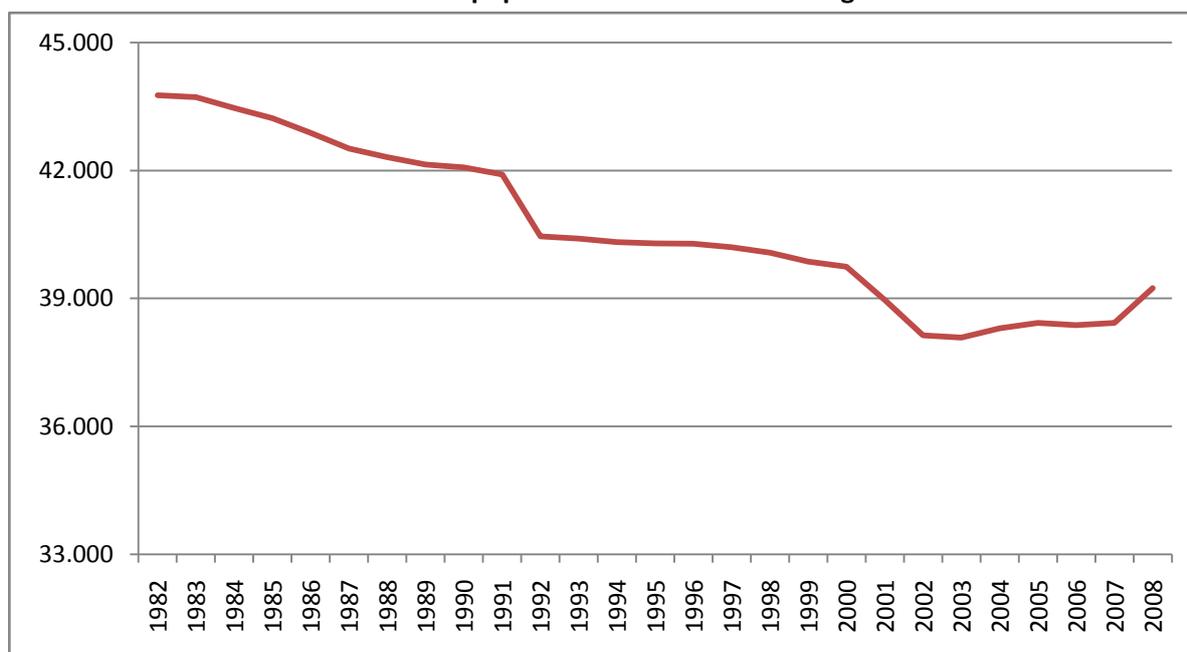
Per Voghera transitava la via del sale lombarda che partendo da Pavia e percorrendo la valle Staffora raggiungeva Genova, tale posizione strategica risulta essere cruciale anche oggi, in quanto **la città è collocata all'incrocio tra le direttrici Milano-Genova e Torino-Bologna**, e ne ha favorito lo sviluppo demografico ed economico.

La città è stata coinvolta negli ultimi decenni in un percorso di trasformazione delle vocazioni economico-produttive, tese verso la produzione di beni e servizi, allo scambio e al commercio. Il centro storico di Voghera ha un'alta concentrazione di esercizi commerciali, di ristorazione e di attività di servizio, tali da rendere il centro storico un punto di riferimento per i residenti della città ma anche per l'intera zona sud della provincia di Pavia e in particolare per la Val Staffora.

Questo ruolo di **polo attrattore di area vasta** svolto da Voghera e in particolare dal suo centro storico sede di questo Distretto è confermato da diversi dati delle indagini svolte sui frequentatori del Distretto riportate nel capitolo 4.

2.2 – I trend demografici di Voghera

Grafico 1 – La popolazione del comune di Voghera



Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

La popolazione del Comune di Voghera ha evidenziato negli ultimi decenni una diminuzione del numero di residenti, contrastata però negli ultimi cinque anni in cui il trend si è invertito e si è registrata una **lieve crescita della popolazione** (grafico 1).

La popolazione totale, al primo gennaio 2008, era di 39.238 unità, in crescita del 3,0% rispetto al 2003 (tabella 1); anche il numero di famiglie ha registrato una variazione positiva passando da 17.735 nuclei nel 2003 a 18.339 nel 2008, mentre il numero medio di componenti per famiglia è rimasto pressoché invariato.

Tabella 1 – La popolazione di Voghera: variazione assoluta e percentuale (2003-2008)

Comune di Voghera	2003	2008	Variazione	Variazione %
Popolazione	38.080	39.238	1.158	3,0
Numero di famiglie	17.735	18.339	604	3,4
Numero componenti per famiglia	2,1	2,1	-	0,6
Stranieri	2.340	5.784	3.444	147,2

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

L'evoluzione della **popolazione straniera** è rappresentata nella tabella 2: nell'ultimo quinquennio il numero di stranieri residenti del comune di Voghera è aumentato passando da 2.340 a 5.784 unità evidenziando una crescita del 147,2%. L'elevata crescita del numero di stranieri all'interno del comune spiega anche l'aumento della popolazione totale avuto negli ultimi cinque anni a Voghera, in quanto, la variazione positiva di 1.158 unità è dovuta ad un aumento di 3.444 stranieri e ad una diminuzione di 2.286 residenti di nazionalità italiana (tabelle 2 e 3).

Il dato è confermato dal peso percentuale degli stranieri all'interno del comune di Voghera che dal 2003 al 2008 è più che raddoppiato passando dal 6,1% al 14,7%.

Tabella 2 – Popolazione residente straniera nel comune di Voghera (2003-2008)

	2003	2008	Variazione	Var %
Stranieri	2.340	5.784	3.444	147,2
Italiani	35.740	33.454	-2.286	-6,4%
% stranieri su totale popolazione	6,1	14,7		

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

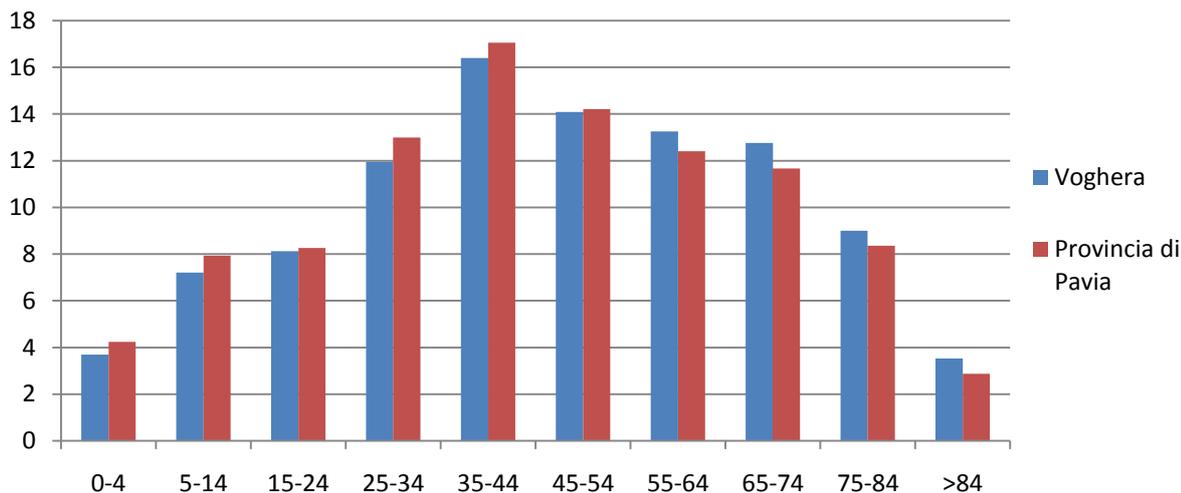
Tabella 3 – Saldo naturale e saldo migratorio 2003-2008

Popolazione 2003	38.080
Saldo naturale	-1.110
Saldo estero	1.634
Saldo interno	132
Altro	502
Popolazione 2008	39.238

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

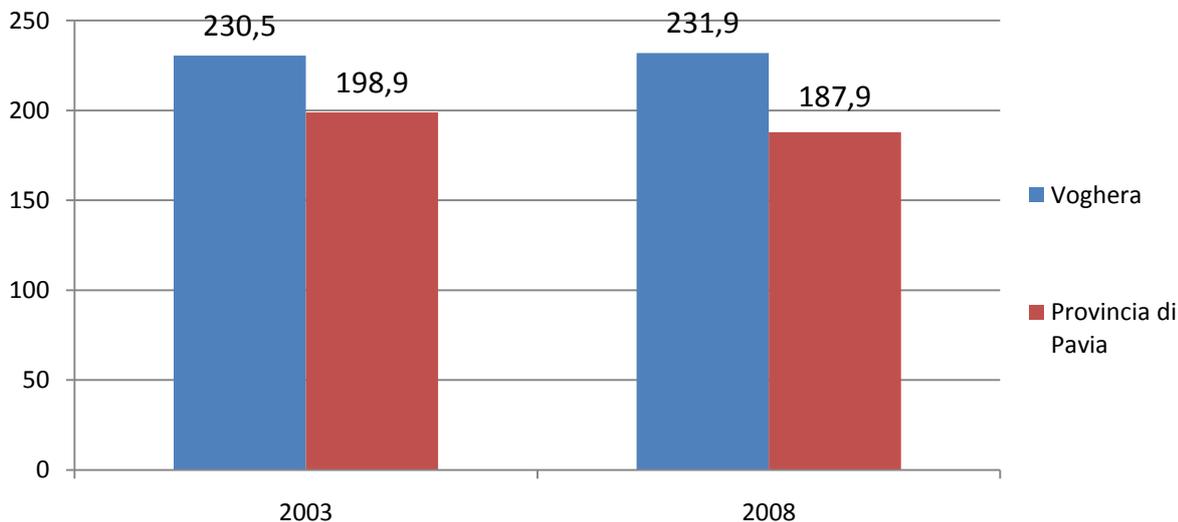
La popolazione del Distretto, rispetto alla media provinciale, è composta da una maggior percentuale di anziani (grafico 2). Il dato è confermato anche dall'**indice di vecchiaia** della popolazione¹ che con il valore di 231,9 risulta nettamente superiore al dato medio provinciale (grafico 3) e indica che, in Voghera, il numero degli anziani è 2,3 volte maggiore al numero dei giovani. Negli ultimi cinque anni, nonostante la popolazione del comune abbia subito una forte immigrazione di cittadini stranieri sotto i 45 anni, l'indice di vecchiaia è comunque aumentato di 1,4 punti.

Grafico 2 – Popolazione di Voghera e della provincia di Pavia per classi di età



Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

Grafico 3 – Indice di vecchiaia della popolazione di Voghera e della Provincia di Pavia



Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

Voghera è un polo d'attrazione anche per i cittadini dei paesi limitrofi (area vasta) ed è quindi interessante riportare anche la **popolazione dei comuni confinanti** per avere una visione maggiormente completa del

¹ L'indice di vecchiaia della popolazione è un indice statistico utilizzato per descrivere il peso della popolazione anziana in una determinata popolazione. Esso si definisce come il rapporto tra la popolazione anziana (65 anni e oltre) e la popolazione più giovane (0-14 anni) moltiplicato per 100.

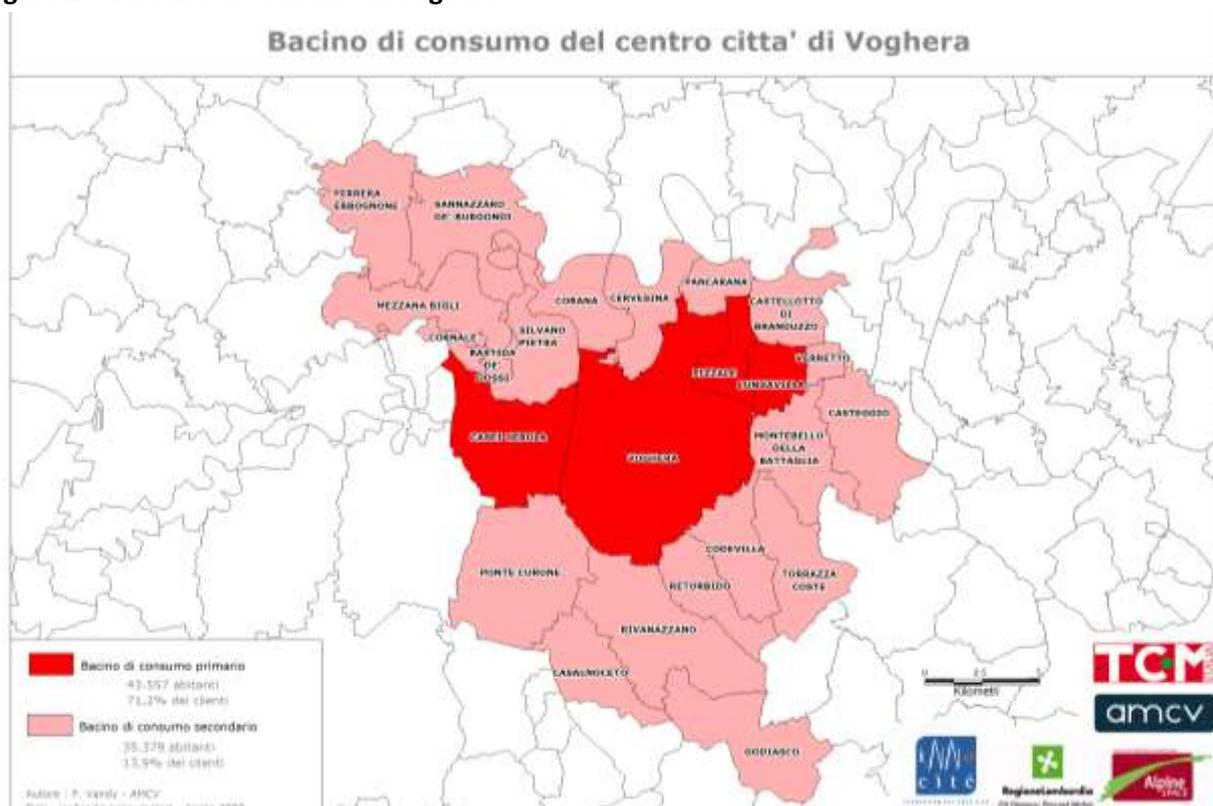
bacino di utenti potenziali. Il bacino così costruito registra una popolazione totale di 60.613 abitanti, composta per il 64,7% dai residenti del comune di Voghera e per il restante 35,3% da comuni di piccole dimensioni che non raggiungono i 5.000 abitanti. I due comuni di maggiore dimensioni, dopo Voghera, sono Rivanazzano con 4.949 residenti e Pontecurone (in provincia di Alessandria) con 3.879 abitanti (tabella 4).

Tabella 4 – Popolazione di Voghera e dei suoi comuni limitrofi 2008

Comune	Provincia	Popolazione 2008
Voghera	Pavia	39.238
Rivanazzano	Pavia	4.949
Pontecurone	Alessandria	3.879
Casei Gerola	Pavia	2.565
Lungavilla	Pavia	2.335
Montebello della Battaglia	Pavia	1.718
Retorbido	Pavia	1.299
Cervesina	Pavia	1.163
Codevilla	Pavia	993
Corana	Pavia	777
Silvano Pietra	Pavia	694
Pizzale	Pavia	684
Pancarana	Pavia	319
Totale	-	60.613

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

Figura 1 – Il bacino di consumo di Voghera



Fonte: progetto INNOCITE'

In realtà il bacino di attrazione qui delineato è sicuramente **sottostimato** in quanto si è limitato solo ai comuni direttamente confinanti con Voghera. Altre indagini, realizzate nel 2009, hanno invece evidenziato che questo è frequentato attivamente, anche solo per motivazioni di acquisto, da residenti sia nei comuni confinanti che in quelli più distanti, come risulta anche dall'indagine condotta per il progetto INNOCITE' che ha individuato come bacino di attrazione il sistema dei comuni illustrato nella figura 1.

2.3 La struttura dell'offerta commerciale e di somministrazione di Voghera

2.3.1 L'offerta commerciale di Voghera

L'offerta commerciale del comune di Voghera è caratterizzata da un'adeguata modernizzazione della rete, con una buona presenza di esercizi di vicinato e di medie superfici di vendita. Complessivamente l'offerta commerciale è costituita da 639 punti vendita, la grande maggioranza dei quali con specializzazione non alimentare sia in termini numerici (80,1%) sia in termini di superficie di vendita (72,2%; tavola 5). La quota di superfici moderne localizzate all'interno del comune è pari a 45 strutture (tavola 6). Vi è una sola grande struttura di vendita di 3.335 mq mentre la superficie complessiva delle medie strutture è di 31.573 mq. La rete commerciale di Voghera è dunque costituita da un adeguato numero di esercizi di vicinato (tavola 7) che pesano per il 93,1% in numerica sul totale e da una buona offerta di strutture moderne che pesano invece per il 47,9% in termini di superficie complessiva di vendita.

Tavola 5 – La rete commerciale al dettaglio in sede fissa del comune di Voghera

	Numero punti di vendita	Sup. Alimentari (mq)	Sup. non alimentari (mq)	Sup. Totale (mq)
Non alimentare	512	-	52.569	52.569
Alimentare	79	4.074	-	4.074
Misto	48	10.905	5.274	16.179
Totale	639	14.979	57.843	72.822

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati dell'Osservatorio del Commercio - Giugno 2009

Tavola 6 – La rete moderna del comune di Voghera (medie superfici di vendita)

	Numero punti di vendita	Sup. Alimentari (mq)	Sup. non alimentari (mq)	Sup. Totale (mq)
Non alimentare	29	-	20.058	20.058
Alimentare	2	987	-	987
Misto	14	9.747	4.116	13.863
Totale	45	10.734	24.174	34.908
Incidenza sul totale rete	7,0	71,7	41,8	47,9

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati dell'Osservatorio del Commercio - Giugno 2009

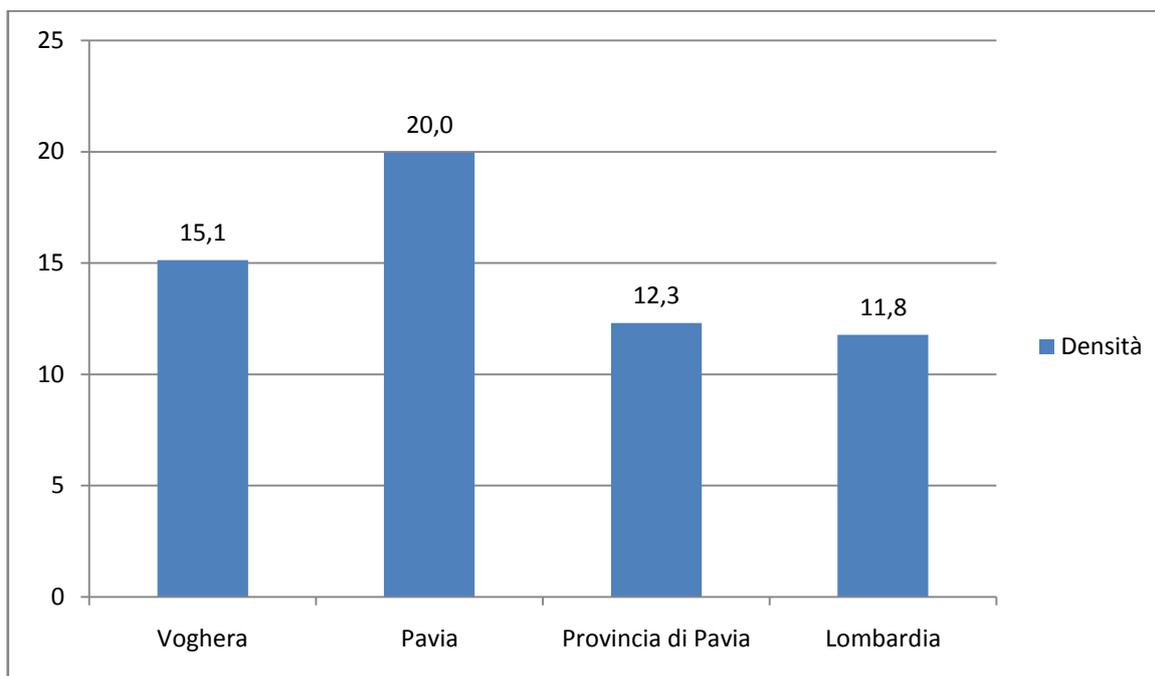
Tavola 7 – La rete di prossimità del comune di Voghera

	Numero	Sup. Alimentari	Sup. non alimentari	Sup. Totale
Non alimentare	483	-	32.511	32.511
Alimentare	77	3.087	-	3.087
Misto	34	1.158	1.158	2.316
Totale	594	4.245	33.669	37.914
Incidenza sul totale rete	93,1	33,2	59,4	54,6

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati dell'Osservatorio del Commercio - Giugno 2009

Il confronto tra la **densità complessiva dei punti vendita di vicinato** di Voghera e quella del comune di Pavia, della provincia di Pavia e della regione Lombardia, mostra una situazione in cui la rete di prossimità di Voghera evidenzia un valore (15,1 punti vendita ogni mille abitanti) più alto sia della regione (11,8) che della provincia (12,3), ma un valore più basso del comune di Pavia (20,0) (Grafico 4). Se il primo dato di confronto è giustificato, oltre che da una persistente quota di commercio tradizionale o comunque di vicinato, dalla natura urbana del territorio (dove più difficilmente si collocano le grandi strutture di vendita per esigenze di spazio, di infrastrutture viarie e di parcheggio e per problemi di costo delle aree), la comparazione **con il comune di Pavia conferma invece la similitudine tra le due città**, seppure con differenze date dalla diversa dimensione delle città, in termini di ruolo svolto dalle aggregazioni di commercio al dettaglio nei due centri storici.

Grafico 4 – Densità commerciale (numero di punti di vendita per 1.000 abitanti)



Fonte: elaborazione TradeLab su dati Osservatorio del Commercio Regione Lombardia 2008 e ISTAT

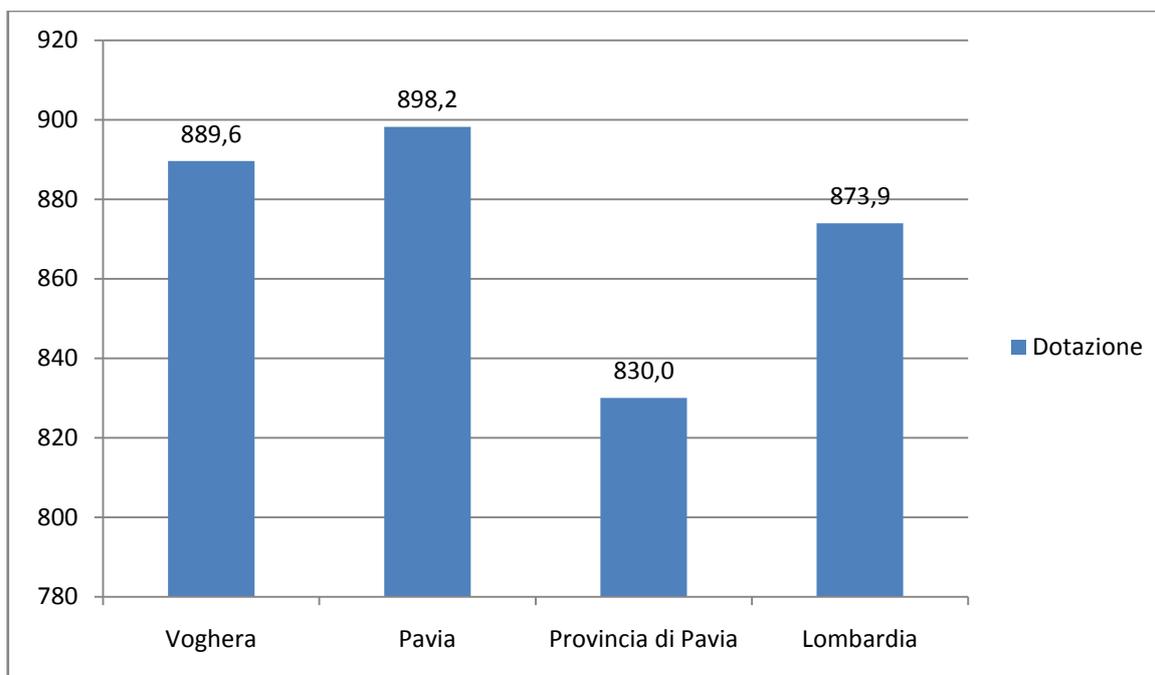
L'analisi **dell'indice di dotazione** evidenzia un buon livello di **modernizzazione** della rete (grafico 5) ma questa evidenza risulta di diversa - diremo, opposta - lettura se si scompone il comparto alimentare da quello non alimentare (grafico 6 e grafico 7). I due dati, per il comune di Voghera, sono l'uno l'opposto dell'altro.

Se tale divario è meno consistente per quanto riguarda la somma delle superfici alimentari (Figura 6), è **nel comparto non alimentare che si evidenzia in modo netto il distacco della quantità d'offerta tra Voghera gli altri poli urbani provinciali e gli stessi dati medi regionali** (Figura 7).

Per il commercio di prodotti **alimentari** la propensione allo spostamento da parte dei consumatori è ridotta e quindi le imprese commerciali tendono a localizzarsi in prossimità della domanda, subendo in modo meno accentuato la competizione da parte di poli di aggregazione commerciale esterni (centri commerciali pianificati extraurbani e altri centri commerciali urbani).

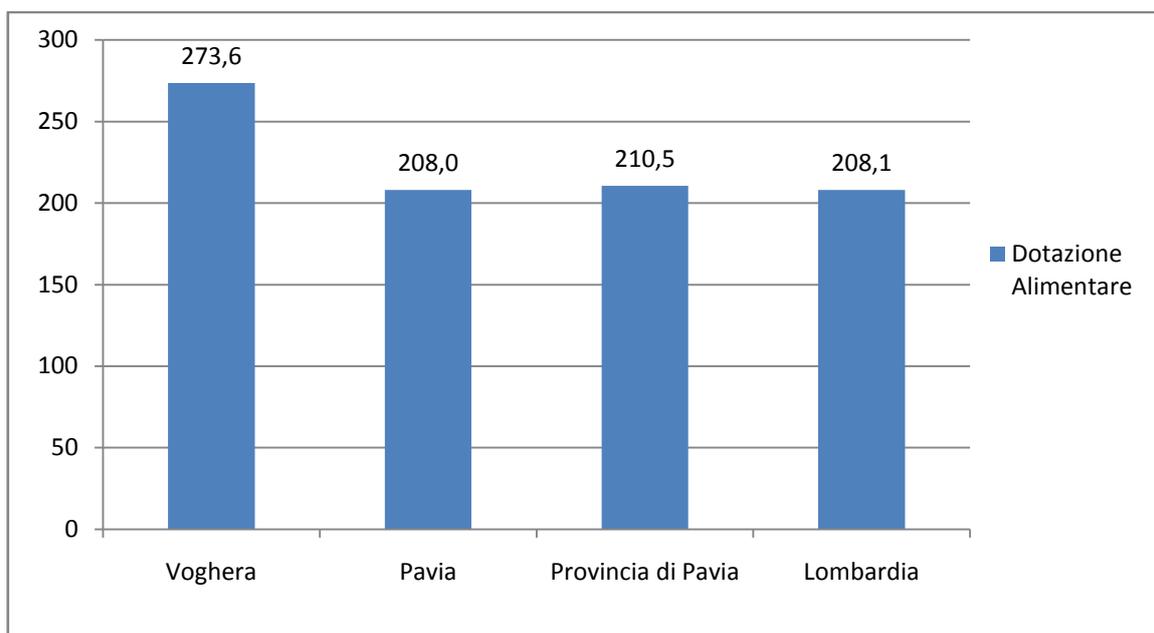
Nel caso, invece, dei prodotti **non alimentari** la trasferta per lo shopping è non solo meno disincentivante ma anzi può essere considerata in alcuni casi una dimensione di entertainment. Per il contesto del Vogherese si può far riferimento concreto alla rete di spacci aziendali, al *factory outlet center* di Serravalle Scrivia (AL) e ai numerosi centri commerciali esterni, di cui è ricco il territorio circostante a Voghera ad iniziare da Montebello della Battaglia e che porta anche verso località in Piemonte ed Emilia Romagna oltre che nella stessa regione Lombardia. Sono quindi anche questi, soprattutto per il non alimentare i concorrenti del Distretto del centro storico di Voghera

**Grafico 5 – Dotazione di commercio moderno
(mq di grandi e medie superfici di vendita per 1.000 abitanti)**



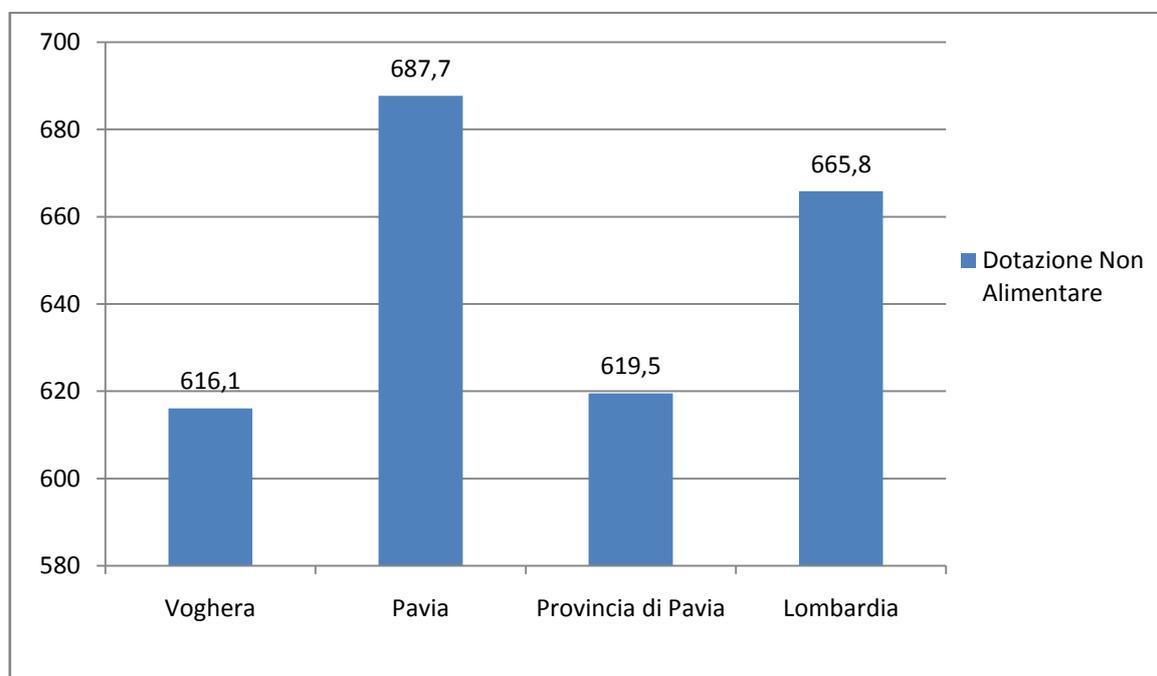
Fonte: elaborazione TradeLab su dati Osservatorio del Commercio Regione Lombardia 2008 e ISTAT

**Grafico 6 – Dotazione di commercio moderno - Alimentare
(mq di grandi e medie superfici di vendita per 1.000 abitanti)**



Fonte: elaborazione TradeLab su dati Osservatorio del Commercio Regione Lombardia 2008 e ISTAT

**Grafico 7 – Dotazione di commercio moderno – Non Alimentare
(mq di grandi e medie superfici di vendita per 1.000 abitanti)**



Fonte: elaborazione TradeLab su dati Osservatorio del Commercio Regione Lombardia 2008 e ISTAT

Inoltre, sono proprio le evidenti distanze in termini di dotazione commerciale non alimentare rispetto agli standard provinciali e regionali, nonché rispetto al capoluogo di provincia, che determinano per Voghera un

potenziale di sviluppo da colmare nei prossimi anni. Ciò comporterà oltre a una modificazione strutturale della rete e della competizione, anche la necessità di trovare nuovi equilibri funzionali e territoriali dal punto di vista della qualità dell'offerta commerciale. In altri termini, la relazione tra la domanda di servizi commerciali e l'offerta della rete di punti di vendita di Voghera si presenta in evoluzione. All'interno di tale processo evolutivo, tutte le imprese del commercio al dettaglio dell'area dovranno dotarsi di competenze e di strumenti per affrontare una concorrenza più forte, vale a dire elevare la propria capacità di attrazione, soddisfazione e fidelizzazione della domanda. **Il Distretto del centro storico può essere una risposta a questa sfida competitiva.**

2.3.2 L'offerta di Pubblici Esercizi nel comune di Voghera

All'interno del comune di Voghera sono presenti 144 pubblici esercizi suddivisi in 116 Bar e 28 Ristoranti/Pizzerie (tabella 10). L'offerta di esercizi di somministrazione del comune è costituita prevalentemente da bar/caffè (con il 65,0% dell'intera offerta) mentre vi è una scarsa consistenza di locali serali per **giovani** (solo 5 Wine Bar/Pub/Birrerie) e una relativamente bassa presenza di ristoranti e pizzerie (16 Ristoranti e 7 Pizzerie). Queste evidenze numeriche vedremo che troveranno un riscontro significativo nella indagine sui frequentatori del Distretto che è stata realizzata nel mese di Giugno 2009 e che è illustrata nel capitolo 4.

Tabella 8 – I pubblici esercizi del comune di Voghera

Pubblici Esercizi	Numero	%
Bar, Caffè	92	64,3
Bar Gastronomici	11	7,7
Bar Pasticcerie, Gelaterie	7	4,9
Wine Bar, Pub, Birrerie	5	3,5
Bar	115	80,4
Ristoranti, Trattorie, Osterie	16	11,2
Pizzerie	7	4,9
Mense	3	2,1
Cucina Tipica Lombarda	1	0,7
Tavole Calde, Self Service, Fast Food	1	0,7
Ristoranti Pizzerie	28	19,6
Totale complessivo	143	100,0

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati comunali - Giugno 2009

2.3.3 – Le tabelle speciali del comune di Voghera

Le tabelle speciali del comune di Voghera risultano essere pari a 54 unità nel 2008, con una prevalenza di tabaccai (28 punti vendita) e distributori di carburanti (18 punti vendita) mentre le farmacie sono 8. L'evoluzione della rete negli ultimi cinque anni ha evidenziato 4 nuove unità, suddivise in tre rivenditori di tabacchi e un rivenditore di carburante (tabella 11).

Tabella 11 – Le tabelle speciali del comune di Voghera

Tabelle speciali	2003	2008	Differenza
Carburanti	17	18	1
Tabacco e altri generi di monopolio	25	28	3
Farmacie	8	8	-
Totale	50	54	4

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati della camera di commercio

2.3.4 – Il commercio in aree pubbliche

I mercati ambulanti rivestono a Voghera una grande rilevanza in termini numerici e di capacità d'attrazione, anche dall'area vasta.

Poiché i due mercati sono localizzati all'interno del Distretto, anzi nel cuore del Distretto, vengono illustrati direttamente nel capitolo 4. Come si vedrà, anche parte delle domande dell'indagine sui frequentatori del Distretto ha avuto tra gli oggetti proprio il ruolo di questi mercati.

3 - PERCHÉ UN DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO A VOGHERA

Illustriamo in questo breve capitolo le principali motivazioni che hanno portato il partenariato pubblico-privato a sviluppare questo Distretto e questo Programma di intervento.

L'obiettivo è proporre in modo sintetico un **quadro organico delle principali motivazioni**, rinviando poi al successivo capitolo, e in particolare ai paragrafi dedicati al posizionamento del Distretto, ai punti di forza e debolezza e alle minacce e opportunità, per maggiori approfondimenti e per avere un panorama più completo delle motivazioni.

Alcune delle motivazioni che indichiamo fanno riferimento a punti già sviluppati compiutamente nel precedente capitolo, ma per la maggior parte anticipano fatti e considerazioni che trovano evidenza numerica nel capitolo successivo.

Le principali motivazioni del "Distretto commerciale del Centro Storico di Voghera" sono le seguenti:

- Voghera, e in particolare il suo centro storico coincidente con il Distretto, è da sempre un **polo attrattore di area vasta**, in relazione ai servizi commerciali (sia in sede fissa che in relazione ai due mercati ambulanti del martedì e venerdì), ma anche in relazione ai servizi alla persona, alle opportunità di lavoro nel settore del terziario e dei servizi; questa caratteristica precipua del centro di Voghera emerge chiaramente **da numerose indagini**, tra le quali quelle citate nel capitolo 4 (il 19,8% dei frequentatori proviene da altri comuni); il ruolo di attrattore di area vasta è riconosciuto tra l'altro anche da numerosi strumenti di pianificazione, in particolare il **PTCP vigente**;
- l'attivazione del Distretto Diffuso del commercio, a Voghera, si inserisce in una **strategia di medio termine** di rivitalizzazione del centro storico che l'Amministrazione comunale sta sviluppando da circa 6 anni; questa strategia ha visto e sta vedendo anche ora importanti interventi di riqualificazione urbana, come dimostra l'ammontare degli investimenti pubblici inseriti in questo Programma (pari a circa 9,5 volte il contributo qui richiesto alla Regione), ma **già finanziati con risorse proprie, mutui o da finanziamenti e sponsorship già acquisiti** (ad esempio quella della Fondazione Cariplo per Piazza Liberazione e Via Cavour);
- **l'Amministrazione comunale ha già identificato nel corso del 2008 l'istituto del Distretto quale strumento di attivazione coordinata e di governance** del sistema di offerta commerciale e di somministrazione del centro storico e ha di conseguenza **pianificato un percorso amministrativo** che portasse tra il 2008 e il 2009 alla attivazione del Distretto; concretamente, in preparazione del Distretto, l'Amministrazione si è focalizzata sulla realizzazione di un sistema di indagini conoscitive ad hoc che consentissero di fare un quadro chiaro e esaustivo della domanda e dell'offerta; nel corso del 2009 sono state realizzate una **analisi qualitativa dell'offerta** (anche includendo la componente di servizi) localizzata all'interno del Distretto e una **indagine sui comportamenti di acquisto e di consumo** all'interno del Distretto e sulle valutazioni e attese dei frequentatori del Distretto; inoltre è stato svolto un accurato lavoro di raccordo preventivo (questionari coordinati e omogeneizzazione delle metodologie) con altre attività di indagine che sono state realizzate nel primo semestre 2009: quelle **per il Piano Territoriale degli Orari (PTO)** che hanno riguardato sia la domanda che l'offerta (ma sul tema dei tempi), quelle sulla **mobilità** (occupazione dei parcheggi del centro e flussi veicolari in accesso/uscita dal centro) e, infine, quelle realizzate nel quadro del **progetto Innocità**, promosso e coordinato dalla stessa Regione Lombardia, che hanno avuto per oggetto sia analisi della domanda che analisi dell'offerta; questo sistema di indagini, tutte recentissime, consente di affermare che il Distretto di Voghera dispone di un **quadro conoscitivo di assoluto rilievo**, che può consentire una pianificazione e realizzazione delle attività particolarmente efficace e coordinata;

- il percorso dell'Amministrazione verso la attivazione del Distretto **è in realtà iniziato a partire dal 2003**, attraverso una serie di **interventi di riqualificazione e valorizzazione del sistema urbano del centro storico**, di cui diamo conto nel capitolo successivo; questo programma di interventi ha riguardato numerose zone del centro storico e ha avuto per oggetto sia interventi di riqualificazione degli spazi pubblici (piazze e vie), sia interventi di arredo urbano, sia infine interventi di rifunzionalizzazione del sistema della mobilità veicolare, pedonale e ciclabile; il percorso è ancora in pieno svolgimento come evidenziato nei **numerosi interventi previsti in questo Programma**;
- il Distretto è caratterizzato da una **dotazione commerciale e di somministrazione** numericamente elevatissima con forti addensamenti commerciali in alcune vie e piazze: la dotazione del Distretto conta **oltre 400 esercizi commerciali in sede fissa** (incluse le tabelle speciali), **80 esercizi di somministrazione**, **270 banchi di commercio ambulante** (distribuiti nei due mercati del martedì e venerdì) ed è integrata da una offerta di circa **150 attività di servizio** (servizio alla persona, banche, agenzie immobiliari, ecc ...); questa dotazione si riflette, come abbiamo visto nel capitolo precedente, in un indice di densità commerciale superiore alla media provinciale e a quella regionale;
- inoltre, il Distretto è caratterizzato da una forte e proficua **interazione tra commercio in sede fissa e commercio in aree pubbliche** (che si svolge proprio nel cuore del Distretto), caratteristica non comune a tutte le città;
- infine, la città è sede di due sedi distrettuali di **Ascom e Confesercenti**, **entrambe firmatarie dell'Accordo di Distretto**.

Queste stesse motivazioni sono la migliore garanzia del perdurare nel tempo del Distretto.

4 - IL DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEL CENTRO STORICO DI VOGHERA

4.1 La perimetrazione del Distretto

Il Distretto Urbano del Commercio di Voghera è composto dalle seguenti vie:

Via Ansalone	Via De Pretis	Via Matteotti	Vicolo Rile
Via Balladore	Piazza Duomo	Via Dorino Mazza	Corso F.Ili Rosselli
Piazza F.Ili Bandiera	Via Emilia	Via Mazzini	Piazza Sacchi
Piazza Cesare Battisti	Via Gabetta	Piazza Meardi	Via Paolo Sacchi
Via Bellocchio	Via Galileo Galilei	Via Ciro Menotti	Piazza San Bovo
Via Giorgio Bidone	Via Caribaldi	Via Don Minzoni	Vicolo San Francesco
Vicolo Bormida	Via Ugo Gola	Vicolo Molinari	Via San Lorenzo
Via Paolo Borroni	Galleria Duomo	Largo Molino	Via Sant' Ambrogio
Via Antonio Cagnoni	Via Gallini	Viale Montebello	Via Savonarola
Via F.Ili Cairoli	Via Garello	Via Dell'Ospizio	Via Scarabelli
Via Anastasio Calvi	Via Garibaldi	Via Papa Giovanni XXIII	Via Scovenna
Via Canevari	Piazza Garibaldi	Via Pezzani	Vicolo Scrivia
Via Castello	Via Gramsci	Via L. Pietracqua	Via Degli Spalti
Via Cavagna	Via Grattoni	Via Carlo Pisacane	Vicolo Tanaro
Via Cavallotti	Via Lantini	Via Giovanni Plana	Vicolo Toma
Vicolo Cavallotto	Piazza Liberazione	Via Del Pozzo	Via Topia
Via Cavour	Via Longa	Vicolo Dei Preti	Largo Toscanini
Via Cernaia	Vicolo Magnanino	Piazza Provenzal	Via Venti Settembre
Vicolo Chiudende	Via Mandelli	Res. D'Ufficio Estero	Via Viscontina
Via Covini	Piazzale Marconi	Vicolo Ricci	Via Voghera
Vicolo Curone	Via Marsala	Via Ercole Ricotti	Via Alessandro Volta
Via Dalverme	Via Lucio Martinelli	Via Walter Rigoni	Corso XXVII Marzo
Via Dell'Isola	Viale Carlo Marx		

La figura 2.2 rappresenta la piantina della area centrale urbana di Voghera e delimita, con una linea gialla, l'area del Distretto Urbano del Commercio.

Figura 1 – Piantina del “Distretto Diffuso del Commercio del Centro Storico di Voghera”



Il Distretto del Commercio di Voghera risulta identificato dal sistema di esercizi commerciali e di somministrazione localizzati nelle vie e nelle piazze poste **all'interno della prima circonvallazione** del centro storico della città, abitualmente definita dai residenti “la pera” (per la sua forma urbanistica, in una vista aerea). Inoltre sono stati inclusi nel Distretto: l'isolato adiacente alla circonvallazione in cui è localizzata l'ex Caserma della Cavalleria, che è anche essa classificata in zona 1 dal punto di vista urbanistico e riveste un ruolo importante come spazio urbano integrato del centro storico (museo, biblioteca, principale parcheggio nei giorni di mercato, spazio per realizzazione di eventi); e i 5 principali assi di penetrazione all'interno del centro storico, nei tratti viari tra la prima e la seconda circonvallazione. Due di questi assi sono quelli che concorrono a delimitare l'isolato della ex Caserma Cavalleria. Il completamento del Distretto con i 5 principali assi di penetrazione dall'esterno risulta motivato in quanto questi rappresentano le storiche vie di accesso in centro città dai comuni limitrofi e risultano altresì caratterizzati da addensamenti commerciali in piena continuità con le principali vie commerciali del centro, tanto da rappresentare, rispetto al totale della dotazione del Distretto, rispettivamente, il 12% di esercizi

commerciali, il 20% di esercizi di somministrazione e il 12% delle attività di servizio (banche, agenzie immobiliari, servizi ...).

4.2 Gli interventi di riqualificazione del contesto urbano del Distretto

Da alcuni anni è stato programmato, attuato ed in via di attuazione un **programma di interventi, correlati ed interconnessi**, aventi quale obiettivo la riqualificazione urbana del Centro Storico Vogherese, sede del Distretto del commercio.

Il programma ha preso avvio con il rifacimento negli anni 2003 e 2005 della **via Emilia**, attraverso la realizzazione di una tipologia di intervento, che ha fatto scuola, e che vede l'adozione di sezioni stradali con marciapiedi a raso, l'abbattimento delle barriere architettoniche, l'utilizzo di materie prime pregiate come il porfido a cubetti per la pavimentazione della carreggiata e la lastra in porfido per la pavimentazione dei percorsi pedonali.

L'immediata conseguenza del completamento dei lavori di cui sopra è stato l'ampliamento della zona **Z.T.L.**, nelle tratte di via Emilia oggetto dell'intervento, con la creazione di un'ampia zona pedonale che ha consentito la creazione di numerosi *dehors*, e che è stata completata negli anni 2007-2008 con la posa di elementi di arredo urbano (panchine, fioriere, cestini portarifiuti con posacenere).

Gli interventi successivi hanno interessato anche **altre vie del Distretto** come via Bidone, via Plana, via Bellocchio, traverse stradali connesse all'asse principale di via Emilia, che sono state perciò incluse nella zona Z.T.L.

Nel 2004 e 2006 è stata realizzato il rifacimento del "cuore" del Distretto, la **Piazza Duomo**, in due lotti successivi, area pavimentata in acciottolato e che ospita il mercato cittadino, nonché della **via Garibaldi** che costituisce uno degli assi di accesso al Centro Storico, sempre sulla base della tipologia di intervento di cui sopra.

Nell'ambito dell'Accordo di Programma Quadro di valorizzazione del Castello Visconteo è stata finanziata ed è in corso di esecuzione la riqualificazione urbana della **Piazza Liberazione** (denominata anche piazza Castello) che viene destinata a Parco Urbano cittadino, nonché la realizzazione di un parcheggio limitrofo alla piazza con accesso dalla **Via Cavour**, il quale è già stato completato ed è attualmente in uso. Nell'ambito del medesimo A.d.P.Q., si prevede di realizzare nel 2010 la riqualificazione urbana della via Cavour in quanto asse di collegamento della piazza Castello con la Piazza Duomo, ad evidente valenza storico-culturale.

Gli interventi di rifacimento della pavimentazione delle strade in pietra del centro storico proseguiranno nel 2010, ed anni successivi con **Via Galileo Galilei, Via Mazzini, Via Scarabelli**.

Una particolare attenzione è stata posta anche nella programmazione di interventi di **miglioramento della viabilità veicolare di accesso** al Distretto, attraverso la realizzazione di intersezioni a rotatoria come quella di via Matteotti e viale Montebello la cui esecuzione è prevista a partire da Settembre 2009.

Infine è oggetto di studio un intervento organico di rifacimento degli impianti di **illuminazione pubblica delle vie commerciali del Distretto e in particolare della Piazza Duomo**, al fine di uniformare la tipologia dei corpi illuminanti migliorando al contempo la resa energetica degli stessi. Si tratta questo di un intervento previsto in questo Programma ma **non valorizzato in termini economici tra gli interventi del**

Distretto per il periodo 2009-2012, per ragioni prudenziali, pur esistendo già a questo momento i progetti preliminari e definitivi.

Per quanto concerne specificatamente **l'impatto di questi interventi sul Distretto** del commercio del Centro storico di Voghera, va precisato che il piano degli interventi strutturali sopra descritti, viene sviluppato con coerenza rispetto alle necessità commerciali specifiche del Distretto, grazie anche a quanto prescritto e previsto nel documento la **"Programmazione commerciale nell'ambito di Voghera e la promozione del centro storico di Voghera"**, che è uno specifico documento di collegamento del Piano Territoriale degli Orari (PTO) con il progetto del Distretto Commerciale, messo a punto **dall'Ufficio Urbanistica del comune di Voghera**.

4.3 L'offerta commerciale in sede fissa del Distretto

Il Distretto Diffuso del Commercio di Voghera presenta al suo interno 381 esercizi commerciali suddivisi in 369 esercizi di vicinato e 12 medie strutture di vendita. La grande maggioranza dei punti vendita appartengono al comparto non alimentare (l'80,3%) mentre il comparto alimentare (con il 15,7%) e il comparto misto (con il 3,9%) svolgono un ruolo secondario.

Tabella 1 – L'offerta commerciale del Distretto Diffuso del Commercio per comparto

Comparto	Esercizi di Vicinato	Medie strutture	Totale	% comparto
Alimentare	57	3	60	15,7
Misto	15	-	15	3,9
Non alimentare	297	9	306	80,3
Totale	369	12	381	100,0

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati comunali

L'offerta di esercizi di vicinato del Distretto Diffuso del Commercio di Voghera presenta al suo interno il **62,1% del totale della rete di prossimità del comune** (tabella 2).

Analizzando le merceologie del comparto non alimentare e prescindendo dalla numerica di esercizi non alimentari non specificati, si può notare come la categoria maggiormente presente sia quella dell'abbigliamento con 29 punti vendita, seguita dagli articoli per la casa e le edicole (entrambe con 12 punti vendita). Risulta interessante anche evidenziare la concentrazione delle singole merceologie all'interno del Distretto in quanto per le gioiellerie e le librerie l'intera offerta di negozi di queste due tipologie risiedono all'interno del Distretto mentre gli articoli per la casa e le edicole, nonostante una numerica consistente, hanno un peso percentuale molto inferiore (pari rispettivamente al 52,2% e al 54,5%). Questo ultimo dato è stato confermato anche dalla analisi qualitativa e dagli street check realizzati: **gioiellerie, profumerie e librerie sono tre dei punti di forza dell'offerta del Distretto**.

Tabella 2 – L’offerta commerciale di esercizi di vicinato del Distretto per merceologia

Merceologia	Numero	% su totale comunale
Alimentare	51	60,6
Misto	15	55,6
Non alimentare	297	64,3
Abbigliamento	29	90,6
Edicole	12	54,5
Articoli per la casa	12	52,2
Gioiellerie	8	100,0
Librerie	6	100,0
Prodotti per la persona	6	85,7
Tessile	4	66,7
Altro non alimentare	220	61,5
Totale merceologie	369	62,1

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati comunali

Per riuscire ad integrare i dati comunali con un’analisi qualitativa dell’offerta commerciale si è provveduto ad effettuare appunto degli street check dell’intero Distretto Diffuso del Commercio.

I dati analizzati hanno evidenziato l’esistenza di **quattro assi principali** all’interno del centro di Voghera: Via Emilia, Piazza Duomo (con Via San Lorenzo che delimita il quarto lato della Piazza), Via XX Settembre e Via Garibaldi. In queste quattro vie si **concentra il 52%** di tutti gli esercizi commerciali del Distretto. Più nello specifico, almeno tre di queste vie (Via Emilia, Duomo/San Lorenzo e Via Garibaldi) si possono definire le tipiche **vie “dello shopping da centro città”**, in cui vi è un’offerta variegata con una forte presenza di negozi di abbigliamento.

Analizzando le altre vie del Distretto si può identificare un altro gruppo di vie che, avendo una forte concentrazione di attività di servizio e una buona presenza di negozi alimentari, effettuano un **servizio ai residenti** focalizzato sui servizi al quartiere; queste vie sono: Via De Pretis, Via Galilei e Piazza San Bovo.

Nella tabella 3 sono indicati il peso percentuale che hanno alcuni comparti all’interno delle singole vie del Distretto. Si è scelto di riportare i valori del comparto alimentare, dell’abbigliamento e dei prodotti per la persona perché gli esercizi di vicinato di queste tre merceologie risultano quelli maggiormente competitivi rispetto agli altri poli commerciali esistenti nel bacino di Voghera, come anche dimostrato dall’indagine sui consumatori che sarà presentata nei prossimi paragrafi.

Infine analizzando le **tabelle speciali** del Distretto si può vedere dalla tabella 3-bis come vi siano in totale 24 esercizi che per la grande maggioranza sono rivenditori di tabacchi con 15 unità (pari al 62,5%), mentre le farmacie sono 8 (33,3%) e vi è solo un distributore di carburante (0,4%).

Tabella 3 – Tabelle speciali del Distretto

	Numero	% su totale comunale
Distributori di carburante	1	3,6
Farmacie	8	72,7
Tabacchi	15	55,6
Tabelle Speciali	24	36,4

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati comunali

4.4 I mercati in aree pubbliche all'interno del Distretto di Voghera

Nel comune di Voghera si svolgono presso Piazza Duomo due mercati ambulanti il Martedì e il Venerdì che svolgono un **fondamentale ruolo d'attrazione** verso il centro storico sia per i cittadini vogheresi che per gli abitanti dei comuni limitrofi. Il numero totale dei posteggi presenti è di 136 per il mercato del Martedì e 138 per il Venerdì, per un totale di 274 banchi nell'arco della settimana (tabella 4). Sostanzialmente quindi i due giorni della settimana dispongono della medesima offerta di commercio ambulante con l'unica differenza di due banchi non alimentari in più durante il giorno di Venerdì. Il numero totale di metri quadri disponibili durante i due giorni di mercato è pari a 8.748 suddivisi in 6.860 metri quadri non alimentari e 1.888 metri quadri alimentari.

Figura 2 – Localizzazione dell'area mercatale dei mercati del Martedì e Venerdì all'interno del perimetro del "Distretto Diffuso del Commercio del Centro Storico di Voghera" (Area evidenziata in rosso)



Tabella 4 – I mercati in aree pubbliche all'interno del Distretto di Voghera: anno 2009

	Posteggi totali	Numero Alimentari	Numero Non Alimentari	Mq Totali	Mq Alimentari	Mq Non Alimentari
Martedì	136	35	101	4.360	944	3.416
Venerdì	138	35	103	4.388	944	3.444
Totale	274	70	204	8.748	1.888	6.860

Fonte: elaborazione TradeLab su dati comunali

Analizzando l'evoluzione dei posteggi durante il quinquennio 2004-2009 si può notare come le differenze risiedano soprattutto nel numero dei banchi alimentari che sono diminuiti di 16 unità (tabella 5). I banchi non alimentari invece sono diminuiti soltanto di un'unità che sommandosi alla variazione di quelli alimentari producono una differenza negativa di 17 banchi in meno. Di conseguenza anche il numero di metri quadri è diminuito, registrando una differenza di 80 metri quadri in meno nel comparto alimentare e 24 nel comparto non alimentare per una variazione totale di 104 metri quadri in meno. La maggior parte di questa contrazione è però in realtà stata determinata dagli interventi di riqualificazione della Piazza, realizzati tra il 2005 e il 2007, che hanno fatto diminuire lo spazio disponibile. Tanto è vero che **nel mercato del venerdì non è ora disponibile alcun posteggio vuoto e in quello del Martedì i posteggi vuoti sono solo due.**

Tabella 5 – Mercati del comune di Voghera: anni 2004-2009

	Numero Alimentari	Mq Alimentari	Numero Non Alimentari	Mq Non Alimentari	Posteggi Totali	Mq Totali
2004	86	1.968	205	6.884	291	8.852
2009	70	1.888	204	6.860	274	8.748
Variazione	-16	-80	-1	-24	-17	-104

Fonte: elaborazione TradeLab su dati comunali

4.5 L'offerta di pubblici esercizi del Distretto

L'offerta dei pubblici esercizi del Distretto è stata valutata attraverso uno specifico street check effettuato nel giugno 2009, che ha integrato i dati comunali in termini di conoscenza e valutazione delle caratteristiche degli esercizi.

Il numero di pubblici esercizi presenti all'interno del Distretto è di 83 unità di cui l'83,1% sono Bar e il 16,9% sono Ristoranti o Pizzerie (tabella 6). E' interessante notare come vi sia all'interno del Distretto una forte concentrazione di Pizzerie (l'85,7% del totale comunale) e Wine Bar/Pub/Birrerie (l'80,0% del totale comunale) anche se, nonostante l'alta percentuale evidenziata, la numerica di queste due tipologie di pubblici esercizi è invece esigua. Si tratta di due dei punti deboli dell'offerta del Distretto: l'offerta rivolta a target giovani.

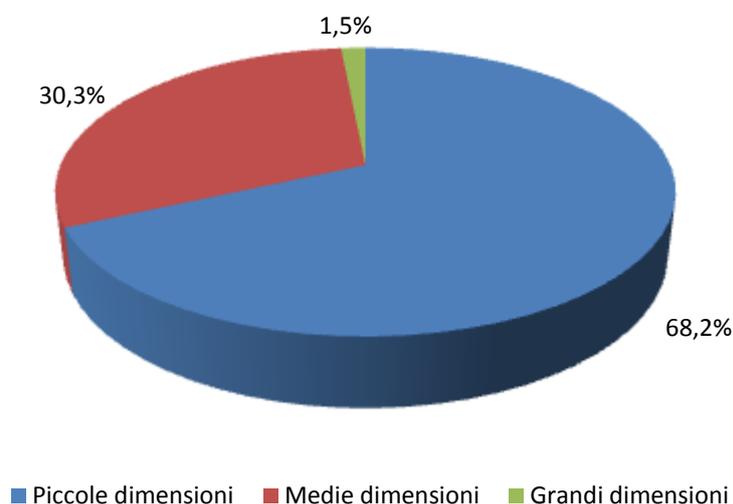
Tabella 6 – I pubblici esercizi del Distretto di Voghera

Publici Esercizi	Numero	Percentuale	% su totale comunale
Bar, Caffè	54	65,1	58,7
Bar Gastronomici	6	7,2	54,5
Bar pasticcerie, Gelaterie	5	6,0	71,4
Wine Bar, Pub, Birrerie	4	4,8	80,0
Bar	69	83,1	60,0
Ristoranti, trattorie, osterie	8	9,6	50,0
Pizzerie	6	7,2	85,7
Ristoranti, Pizzerie	14	16,9	50,0
Totale Distretto	83	100,0	58,0

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati comunali

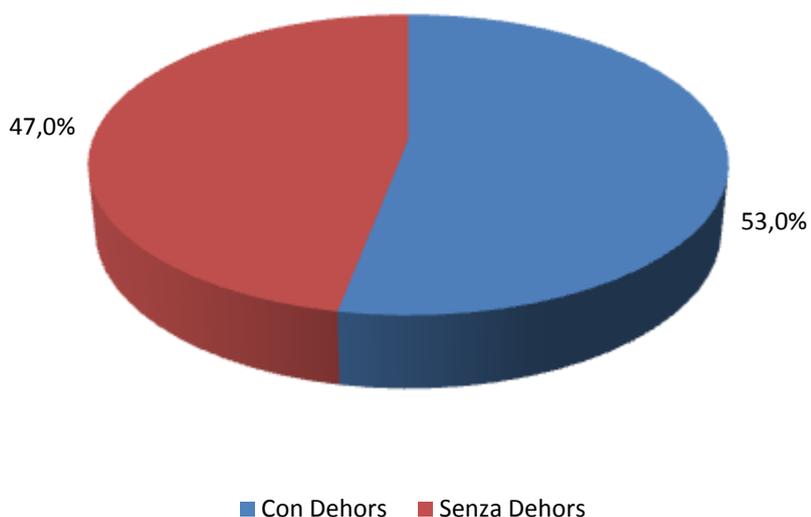
La maggioranza dei pubblici esercizi del centro di Voghera è di piccole dimensioni (il 68,2%), mentre vi è solamente una struttura di grandi dimensioni (pari all'1,5%) (grafico 1). Vi è inoltre una buona presenza di esercizi dotati di dehors (il 53,0%) che rendono l'area del Distretto maggiormente vivibile (grafico 2).

Grafico 1 – Dimensione dei pubblici esercizi



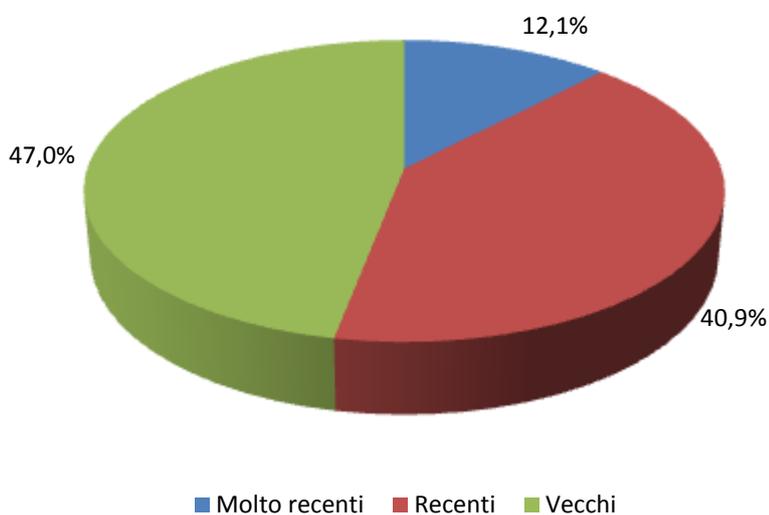
Fonte: TradeLab

Grafico 2 – Pubblici esercizi con dehors



Fonte: TradeLab

Grafico 3 - Valutazione dei Pubblici esercizi



Fonte: TradeLab

Infine attraverso lo street check effettuato si è potuto anche effettuare una valutazione maggiormente qualitativa dell'offerta di pubblici esercizi nel Distretto. La quasi totalità degli esercizi di somministrazione è costituita da locali con posizionamento generalista e perciò fruibili da ogni segmento della popolazione (es. giovani e anziani). La **qualità estetica** degli esercizi è stata valutata in base alle caratteristiche delle strutture: il 47% dei pubblici esercizi risulta avere una qualità medio bassa, mentre il 40,9% è dotato di

adeguate strutture e il 12,1% ottime. Si noti però che la qualità strutturale ed estetica degli esercizi localizzati nei principali assi commerciali (via Emilia, Piazza Duomo, ecc ...) è invece **molto buona con dei casi di eccellenza**. Inoltre sono in corso **numerosi interventi di riqualificazione e di acquisto o potenziamento dei *dehors***, alcuni dei quali partecipano a questo programma con richieste di contribuzione finanziaria alla Regione.

4.6 L'offerta di servizi del Distretto di Voghera

Per avere un quadro completo dell'offerta del Distretto (anche tenendo conto dei risultati dell'indagine sui frequentatori che evidenzia articolate motivazioni di frequentazione del Distretto da parte dei cittadini), sono state rilevate attraverso uno street check effettuato nel giugno 2009 anche le attività di servizio. Queste sono complessivamente 159 e rappresentano il 24,5% dell'intera offerta del Distretto (commercio, più somministrazione, più servizi): un ruolo quindi importante. Le attività di servizio presenti nel Distretto del commercio di Voghera sono maggiormente concentrati in quattro tipologie principali, infatti: il 33,3% sono parrucchieri/estetisti, il 20,8% sono agenzie immobiliari, il 16,4% sono agenzie assicurative e il 13,2% sono banche (tabella 7). Le vie con la maggior concentrazione percentuale di servizi sono Piazza Meardi, Via Gabetta, Via Sant'Ambrogio e Via dal Verme.

Tabella 7 – I servizi all'interno del Distretto di Voghera

Servizi	Numero	
Parrucchiere/Estetista	53	33,3
Agenzie immobiliari	33	20,8
Assicurazioni	26	16,4
Banche	21	13,2
Agenzie viaggi	9	5,7
Lavanderie	6	3,8
Agenzie lavoro	2	1,3
Immobiliare e finanziaria	1	0,6
Autonoleggio	1	0,6
Agenzie pubblicitarie	1	0,6
Organizzazione eventi	1	0,6
Internet point	1	0,6
Scommesse	1	0,6
Sartorie	1	0,6
Agenzie informatiche	1	0,6
Agenzie prestiti	1	0,6
Totale	159	100,0

Fonte dati: TradeLab

Attraverso lo street check è stato anche possibile valutare i servizi del Distretto al fine di attribuire delle **caratteristiche qualitative all'offerta** presente nel centro di Voghera. Le attività di servizio del Distretto risultano quindi di piccole dimensioni per il 73,8%, di recente realizzazione per il 75,0% e il 52,8% è finalizzato ad offrire servizi a persone mature (tabella 8). Se dal punto di vista della dimensione degli

esercizi è normale che nel centro storico si abbiano per la grande maggioranza attività di piccole dimensioni, è invece interessante notare come l'offerta di servizi del Distretto sia per la grande maggioranza costituita da esercizi recenti o molto recenti e vi sia una totale mancanza di servizi rivolti ai giovani.

Tabella 8 – Caratteristiche qualitative dell'offerta di servizi del Distretto

Caratteristiche	% su totale
Piccole dimensioni	73,8
Medie dimensioni	16,2
Grandi dimensioni	10,0
Servizi molto recenti	6,1
Servizi Recenti	75,0
Servizi Vecchi	18,9
Servizi per persone mature	52,8
Servizi per tutti	32,7
Servizi per donne	11,3
Servizi per uomini	3,1
Servizi per giovani	-

Fonte dati: TradeLab

4.7 I locali sfitti all'interno del Distretto

All'interno del Distretto sono presenti 163 locali commerciali sfitti che rappresentano complessivamente il 19,9% dei locali disponibili (tabella 9). **La distribuzione dei locali non utilizzati è però fortemente differenziata** in quanto nelle zone commercialmente più importanti la percentuale assume valori al di sotto del 10% (in certi casi addirittura prossimi allo zero), ma vi sono invece zone in cui questa sale sino al 30% o addirittura oltre il 60%. Nella tabella 9 sono riportati alcune aree del Distretto che evidenziano percentuali di locali sfitti molto diverse tra loro che vanno dai valori minimi delle zone centrali di Via Emilia e Piazza Duomo (rispettivamente 8,3% e 1,8%) a quelli ben più alti delle Vie Mandelli, Cagnoni, Pezzani e Viscontina (il 66,7%).

L'elevata concentrazione di locali sfitti in alcune aree specifiche del Distretto è **dovuta al fatto** che la maggior parte di queste vie erano, in passato, destinate al settore artigiano ed oggi sono invece in difficoltà a trovare un nuovo riposizionamento della propria offerta commerciale.

Tabella 9 – Locali sfitti all'interno del Distretto – Totali e vie più significative

	Entro I° circonvallazione	5 Assi principali tra I° e II° circonvallazione	Totale Distretto	Via Emilia	Piazza Duomo e San Lorenzo	Vie Mandelli, Cagnoni, Pezzani, Viscontina	Via Matteotti
Locali sfitti	149	14	163	13	1	12	12
Locali occupati	572	83	655	143	54	6	25
Totale Locali commerc.	721	97	818	156	55	18	37
% sfitti su totale	20,7	14,4	19,9	8,3	1,8	66,7	32,4

Fonte: Tradelab

4.8 I comportamenti d'acquisto dei frequentatori del Distretto del Commercio di Voghera

Al fine di delineare il profilo della domanda commerciale del Distretto di Voghera è stata effettuata nel **giugno 2009** dalla società TradeLab un'indagine ad hoc sui comportamenti d'acquisto e di consumo dei frequentatori del Distretto. L'indagine, attraverso la somministrazione di 302 interviste personali, ha approfondito il profilo degli utenti del Distretto, le motivazioni di frequentazione del Distretto, i comportamenti di acquisto per le diverse merceologie, i comportamenti di consumo fuori casa e le valutazioni e le attese in relazione al centro della città.

L'indagine svolta è stata quindi molto utile per comprendere più approfonditamente le necessità della domanda commerciale, le criticità e i punti di forza presenti all'interno del Distretto, in modo tale da poter poi agire su questi elementi attraverso gli interventi proposti nel capitolo 6, che costituiscono il Piano delle attività del Distretto.

I principali **motivi di frequentazione** del Distretto sono un mix abbastanza equilibrato tra residenza (42,4%), pratiche e servizi (37,8%), socializzazione (28,8%) e lavoro/studio (23,1%); **prevalgono però nettamente le motivazioni legate agli acquisti nei negozi del Distretto e/o nel mercato ambulante di Piazza Duomo (62,5%)**, dato che evidenzia l'importante ruolo di polo d'attrazione svolto dall'offerta commerciale all'interno del Distretto (grafico 4).

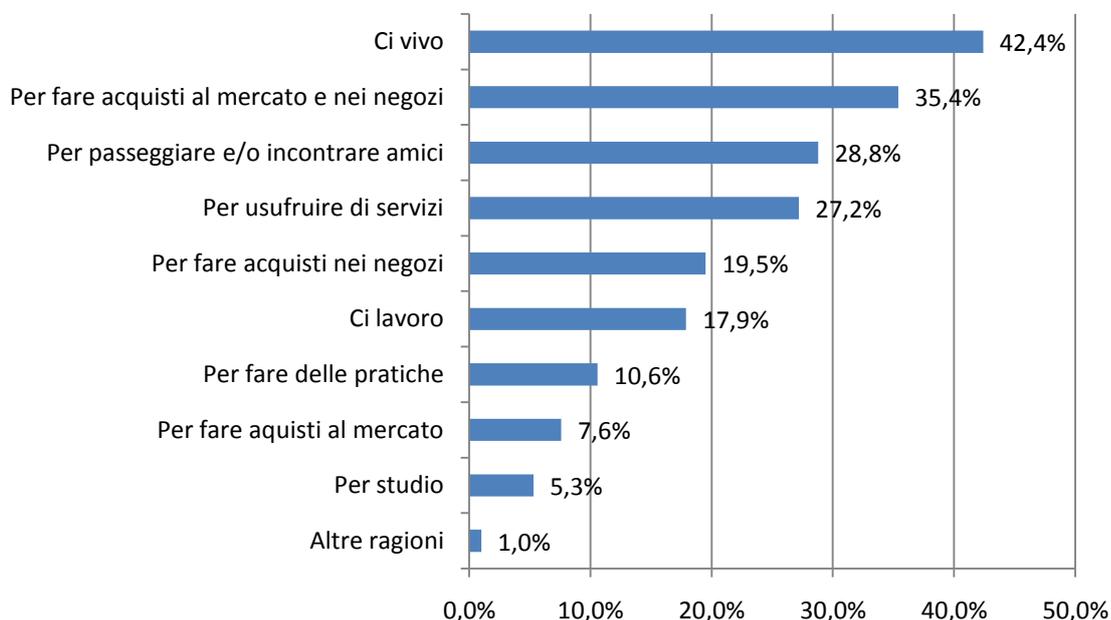
I comportamenti d'acquisto dei consumatori sono differenti a seconda delle merceologie analizzate.

Infatti, i negozi del Distretto riescono a contrastare fortemente l'evasione degli **acquisiti** verso i centri commerciali o altre polarità commerciali solo nel comparto dell'abbigliamento e calzature, in cui i negozi del centro di Voghera svolgono un ruolo di riferimento per il 46,4% dei frequentatori (da grafico 5 a grafico 20).

Per tutte le altre merceologie ad eccezione dei prodotti per la persona (in cui vi è un sostanziale equilibrio tra le varie polarità commerciali) i negozi del Distretto svolgono invece un ruolo secondario; nel comparto alimentare, ad esempio, come facilmente prevedibile, prevale nettamente l'uso dei supermercati, mentre

per i comparti dei prodotti per la casa, di elettronica e per il tempo libero la concorrenza dei centri commerciali è molto elevata.

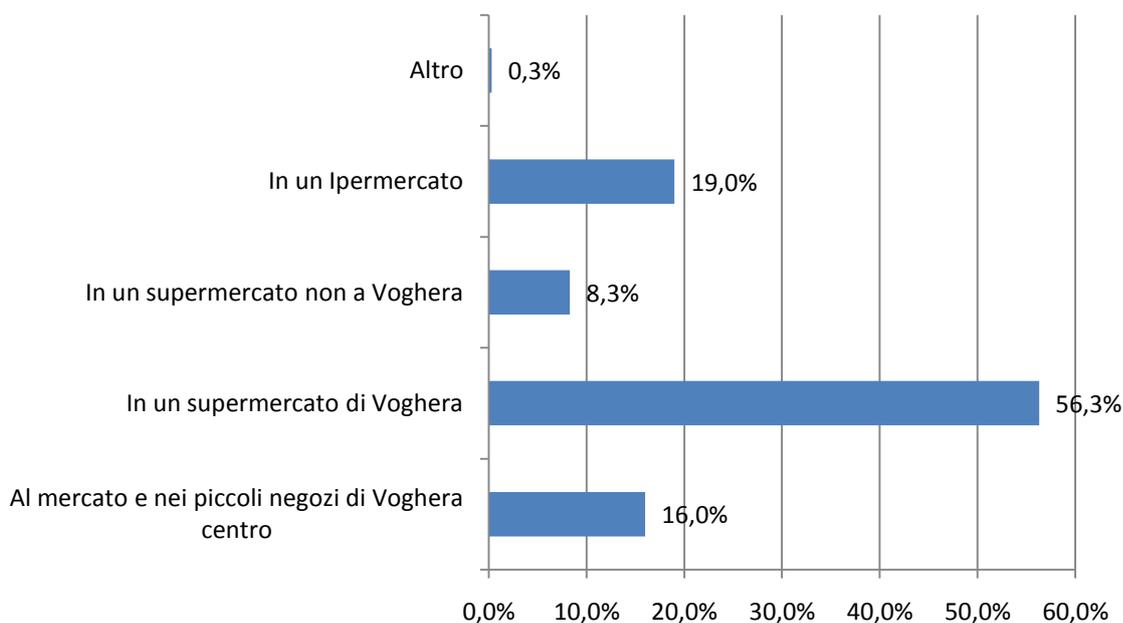
Grafico 4 – I motivi principali per cui Lei frequenta il centro di Voghera? - Risposte multiple



Elaborazioni TradeLab

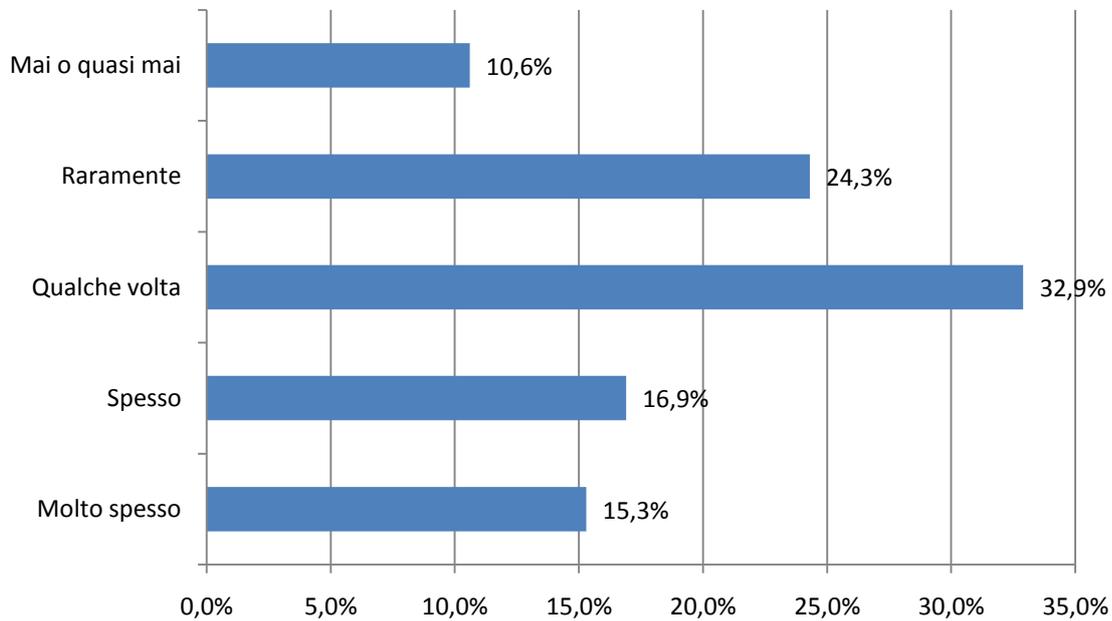
L'offerta di **Bar, Caffè e Gelaterie** riveste invece un ruolo fondamentale nella fruizione del Distretto da parte dei cittadini, infatti oltre il 50% di questi consuma con frequenze elevate in questi locali. Diverso è invece il ruolo della **ristorazione**, uno dei punti deboli dell'offerta, in quanto solo il 12,9% dei cittadini utilizza in via prevalente per i propri consumi questi esercizi del centro città, che sono quindi frequentati raramente da oltre il 50% del campione.

Grafico 5 – Quali sono i negozi dove lei fa prevalentemente acquisti di PRODOTTI ALIMENTARI?



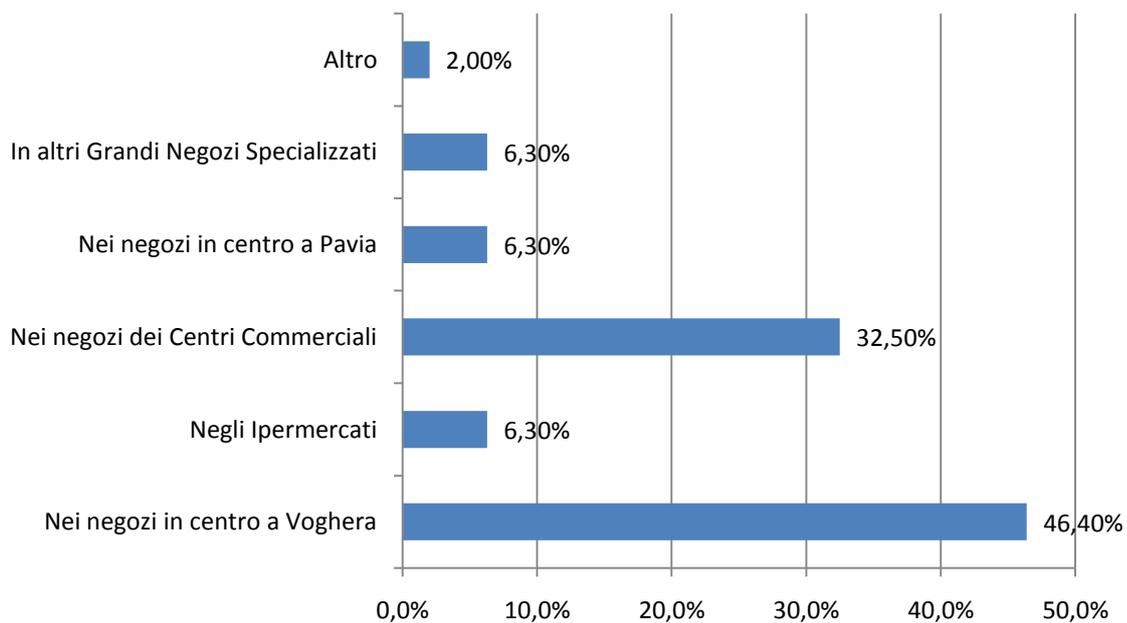
Elaborazioni TradeLab

Grafico 6- Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI ALIMENTARI?



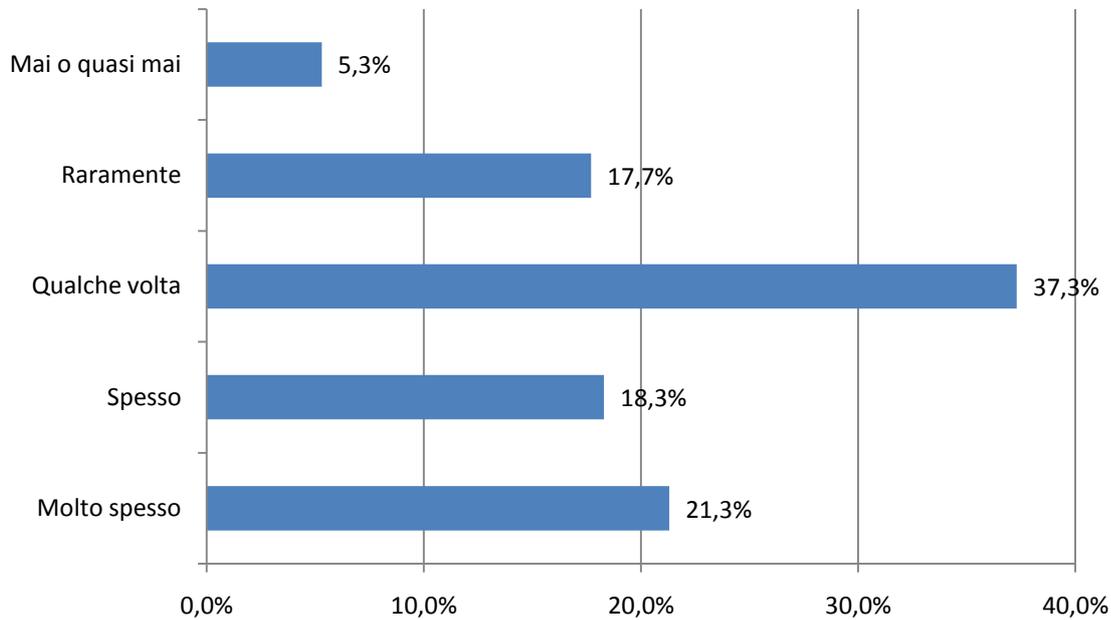
Elaborazioni TradeLab

Grafico 7 – Quali sono i negozi dove lei prevalentemente acquista PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO e CALZATURE?



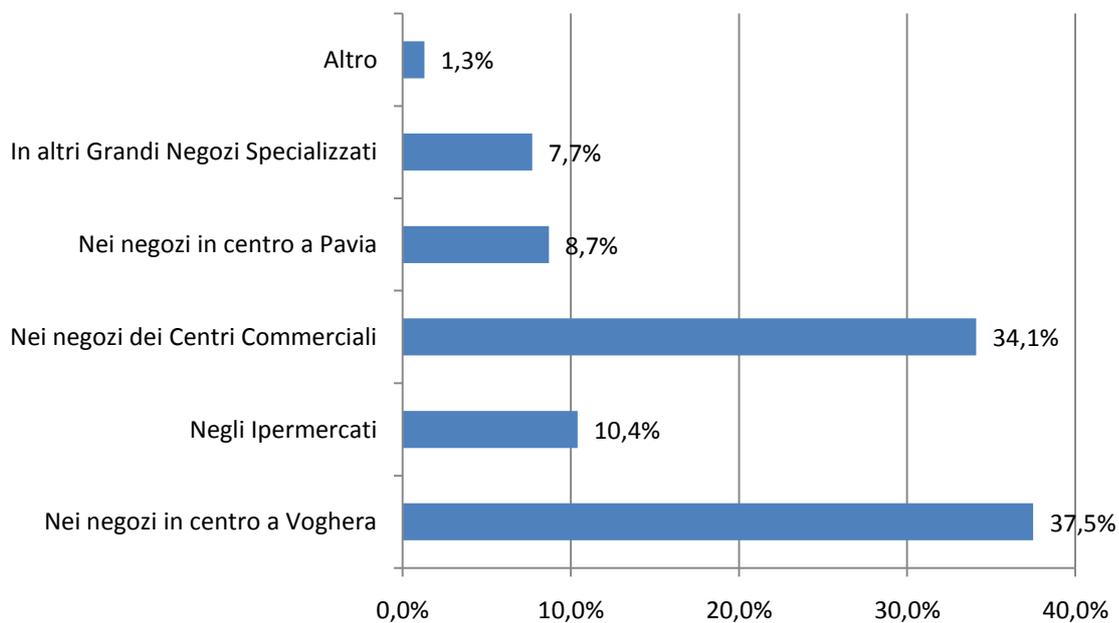
Elaborazioni TradeLab

Grafico 8 - Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE?



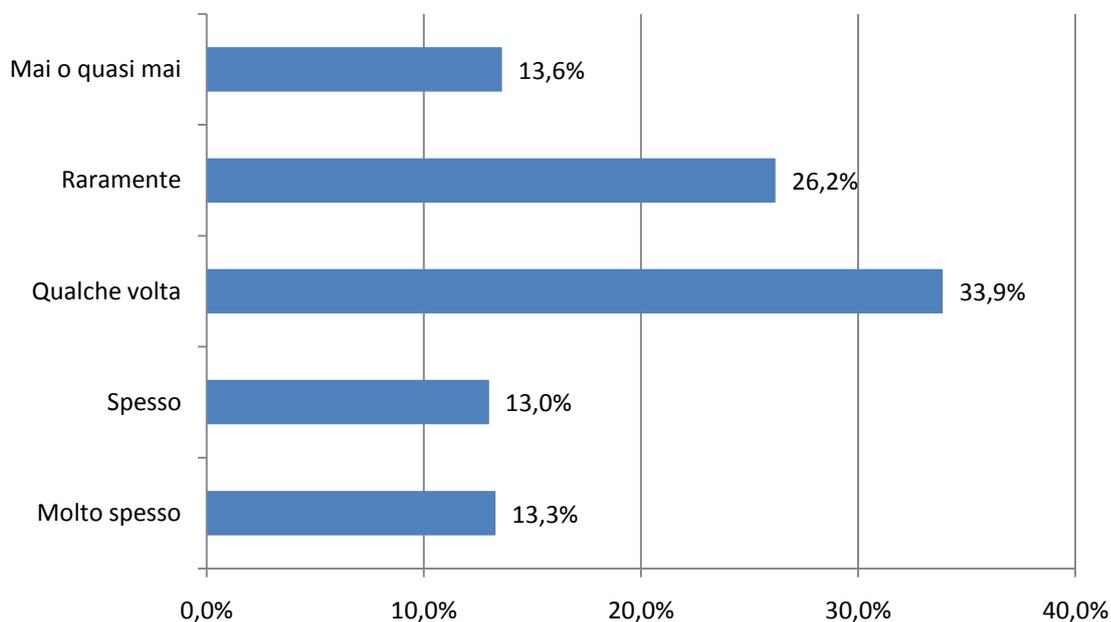
Elaborazioni TradeLab

Grafico 9 - Quali sono i negozi dove lei prevalentemente acquista PRODOTTI PER LA PERSONA (profumerie, gioiellerie, orologerie, farmacie,...)?



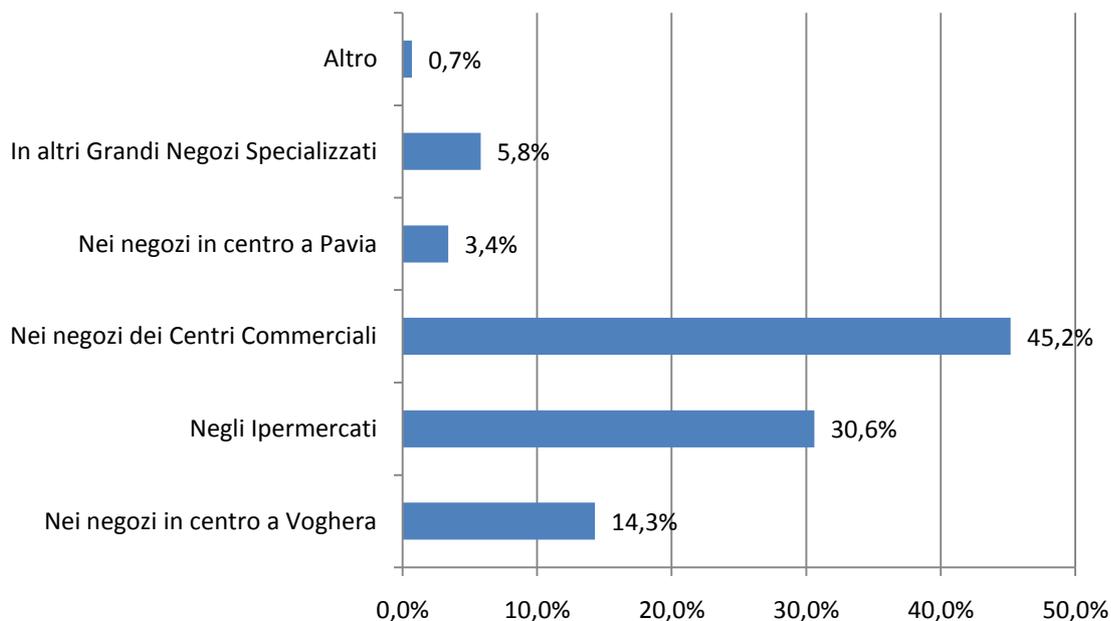
Elaborazioni TradeLab

Grafico 10 - Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI PER LA PERSONA (profumerie, gioiellerie, orologerie, farmacie,...)?



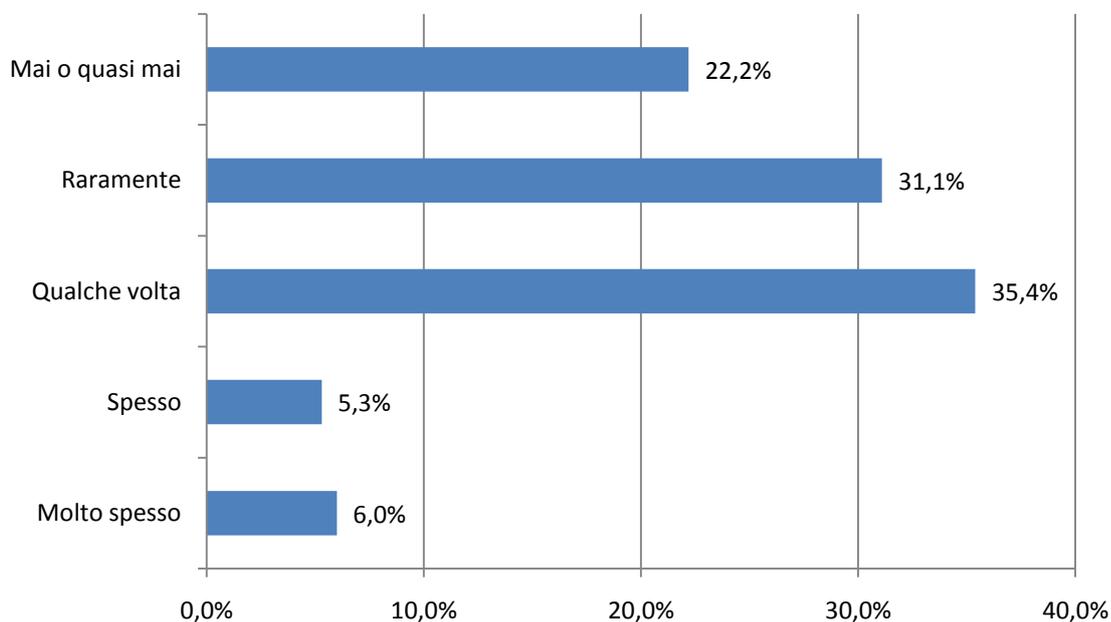
Elaborazioni TradeLab

Grafico 11 – Quali sono i negozi dove lei prevalentemente acquista PRODOTTI PER LA CASA (mobili, complementi di arredo, tessile casa, ecc ...) ?



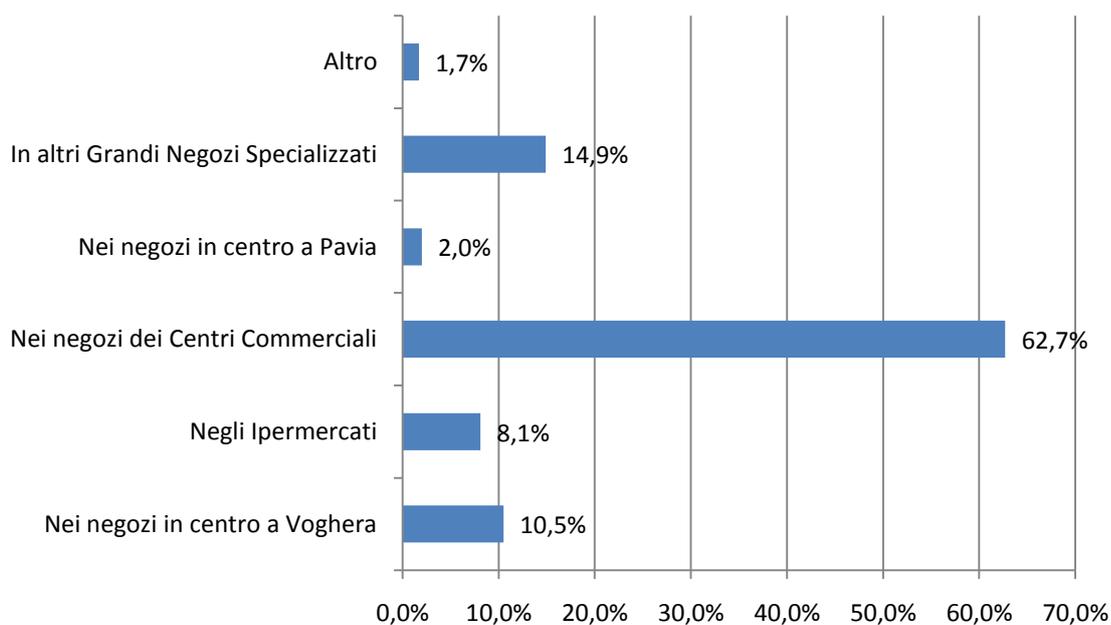
Elaborazioni TradeLab

Grafico 12 - Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI PER LA CASA (mobili, complementi di arredo, tessile casa, ecc ...)?



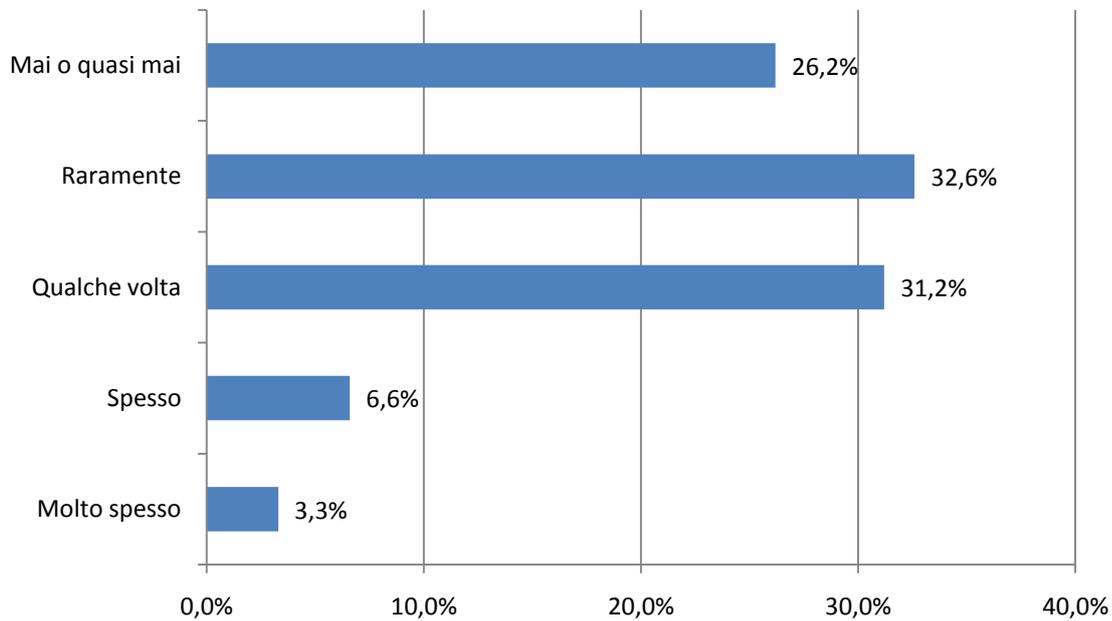
Elaborazioni TradeLab

Grafico 13 - Quali sono i negozi dove lei prevalentemente acquista PRODOTTI DI ELETTRONICA, COMPUTING, TELEFONIA, HI-FI?



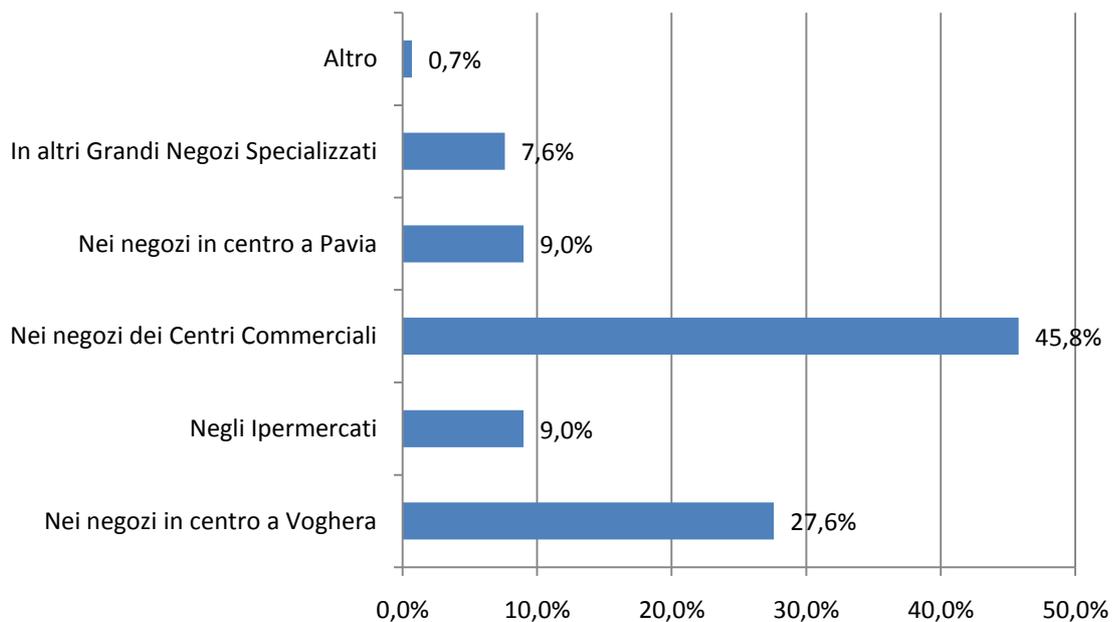
Elaborazioni TradeLab

Grafico 14 - Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI DI ELETTRONICA, COMPUTING, TELEFONIA, HI-FI?



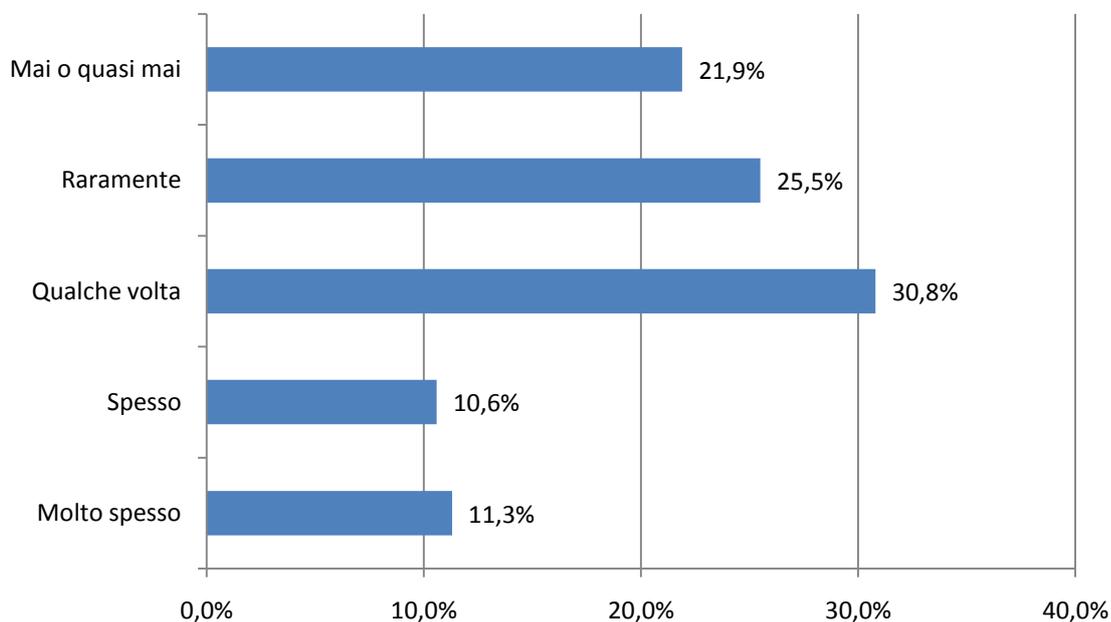
Elaborazioni TradeLab

Grafico 15 – Quali sono i negozi dove lei prevalentemente acquista PRODOTTI PER IL TEMPO LIBERO (libri, musica, bricolage, ecc ...)?



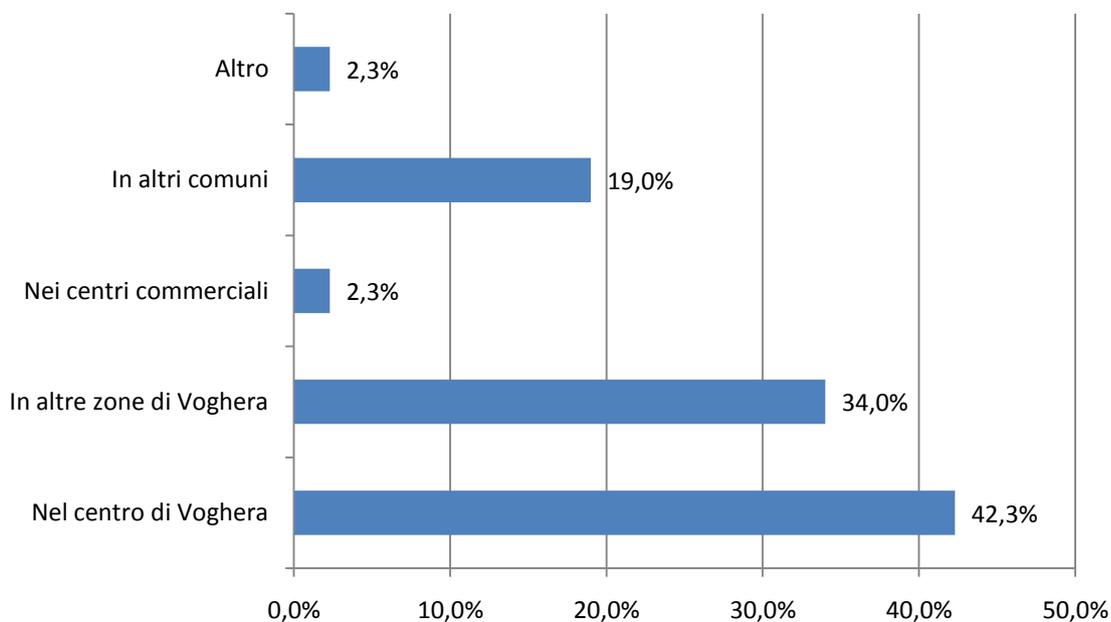
Elaborazioni TradeLab

Grafico 16 - Con quale frequenza utilizza i negozi del centro di Voghera per gli acquisti di PRODOTTI PER IL TEMPO LIBERO (libri, musica, bricolage, ecc ...)?



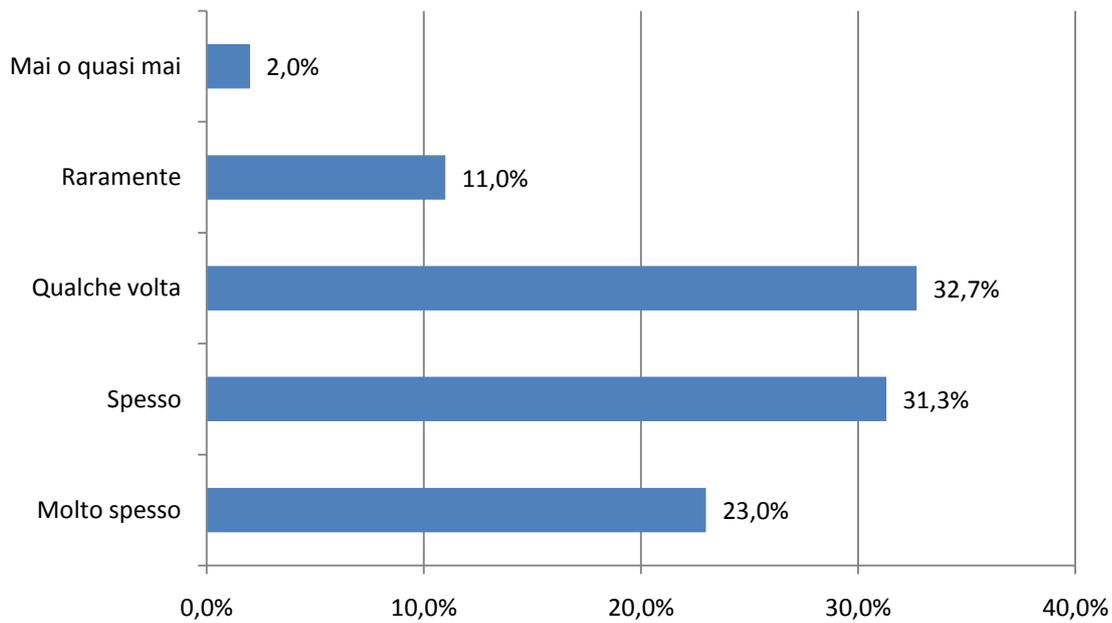
Elaborazioni TradeLab

Grafico 17 - In quali BAR, CAFFE' E GELATERIE consuma prevalentemente i prodotti?



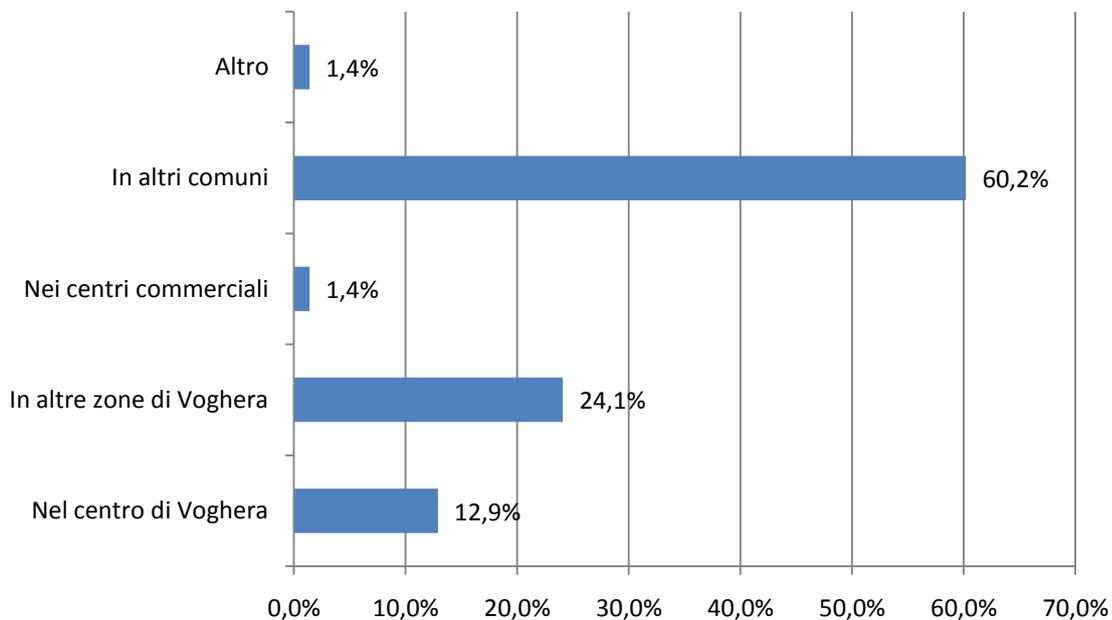
Elaborazioni TradeLab

Grafico 18 – Con quale frequenza utilizza i BAR, CAFFE' E GELATERIE del centro di Voghera?



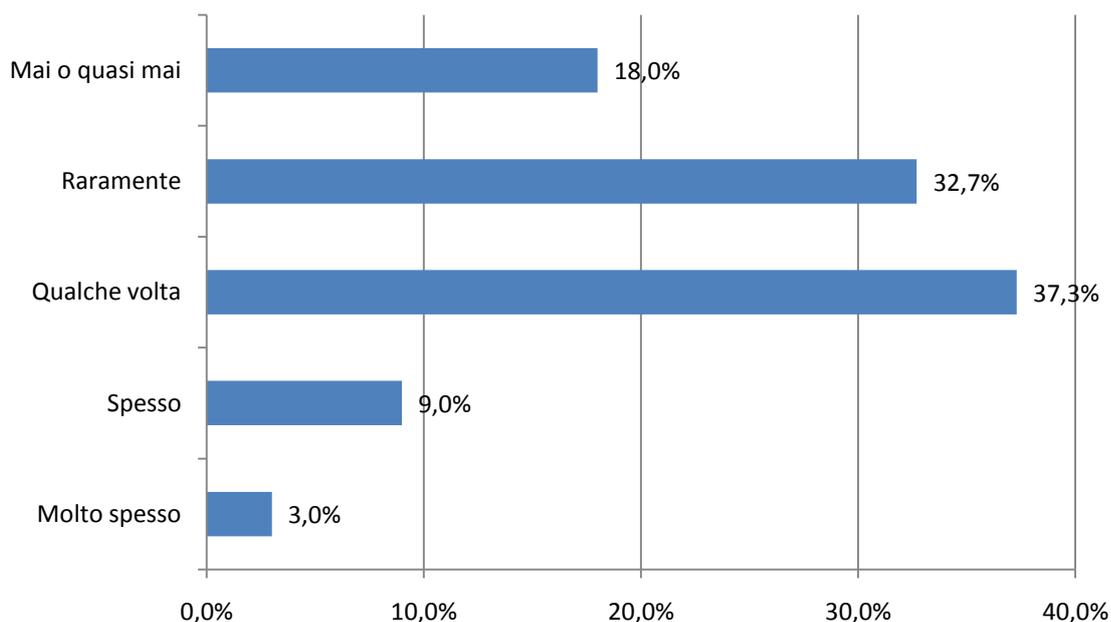
Elaborazioni TradeLab

Grafico 19 – In quali RISTORANTI, PIZZERIE E TRATTORIE si reca quando esce a cena/pranzo fuori?



Elaborazioni TradeLab

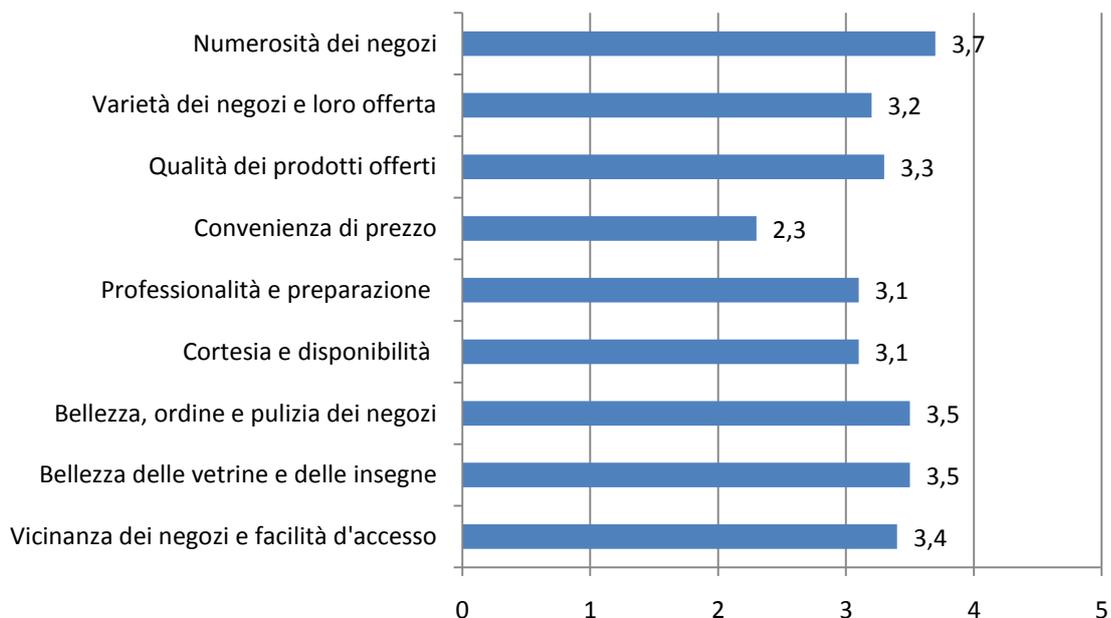
Grafico 20 – Con quale frequenza utilizza i RISTORANTI, PIZZERIE E TRATTORIE del centro di Voghera?



Elaborazioni TradeLab

In generale la **valutazione dei cittadini sull'offerta commerciale** è decisamente buona, in particolare con riferimento alla numerosità dei negozi e alla bellezza e ordine di negozi e vetrine, al contrario l'unica insufficienza è data dalla scarsa convenienza di prezzo dei beni/servizi presenti nel Distretto (grafico 21).

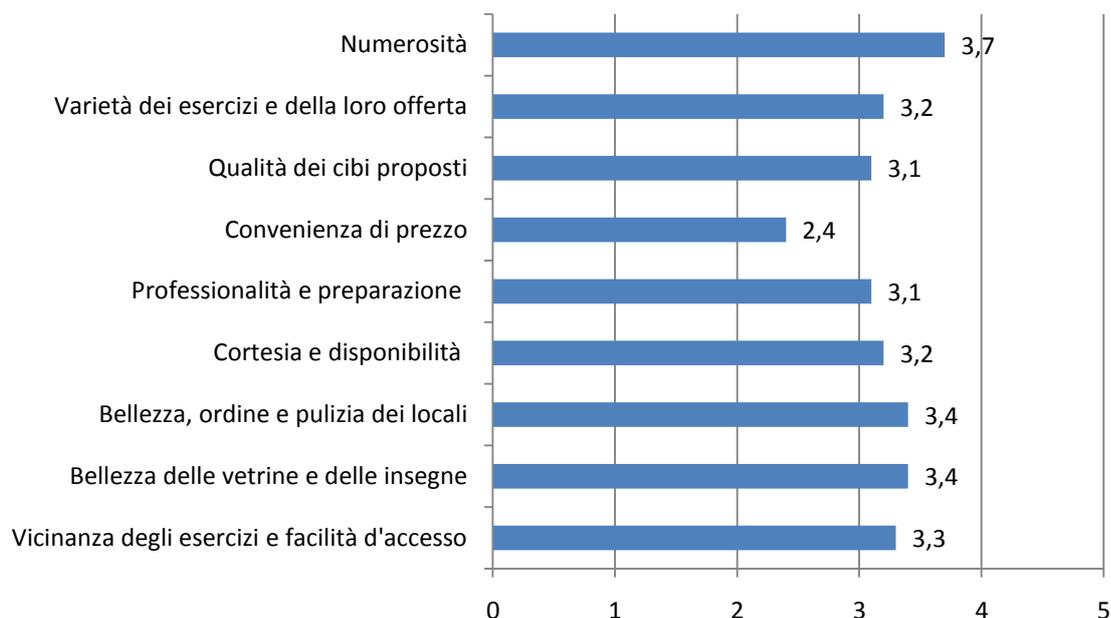
Grafico 21 - Le valutazioni sull'offerta commerciale dei negozi del centro di Voghera



Elaborazioni TradeLab

Anche la **valutazione sull'offerta di somministrazione** degli esercizi del Distretto è positiva con risultati molto simili a quelli degli esercizi commerciali (grafico 22).

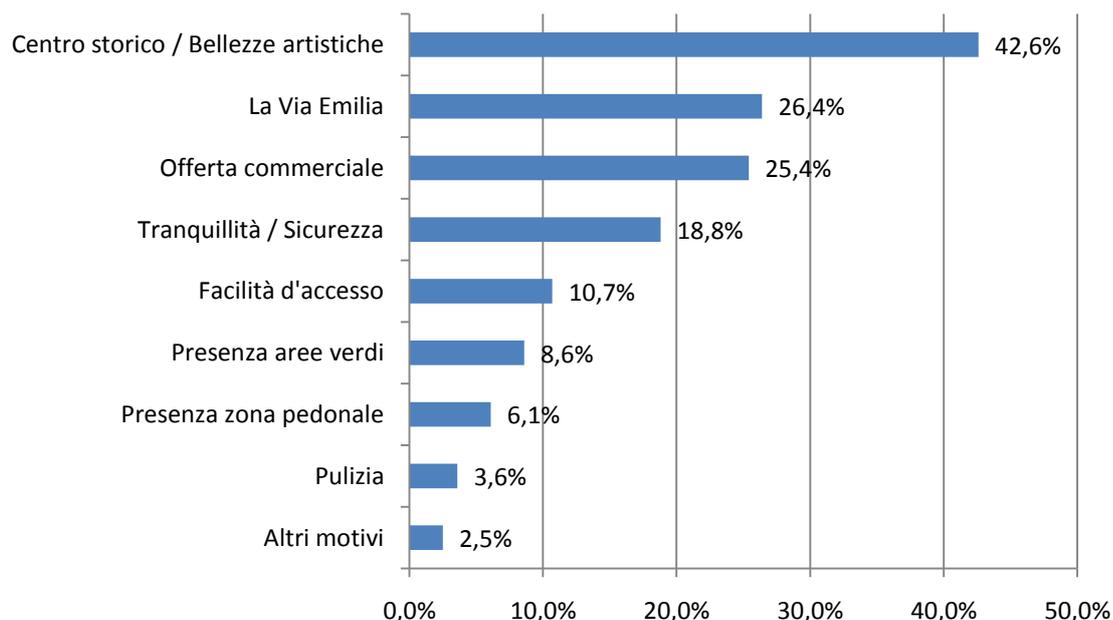
Grafico 22 - Le valutazioni sull'offerta di somministrazione degli esercizi del centro di Voghera



Elaborazioni TradeLab

I **punti di forza del Distretto** vengono individuati fondamentalmente in tre elementi principali: il fatto di essere il centro storico della città (42,6%), l'offerta commerciale (51,8%, dato che si ottiene cumulando anche la risposta relativa alla Via Emilia, in quanto questa è proprio il principale asse commerciale) e infine la tranquillità/sicurezza (18,8%), Queste 3 caratteristiche delimitano quindi il Distretto come un luogo esteticamente bello, con un forte attrattore commerciale e sicuro (grafico 23).

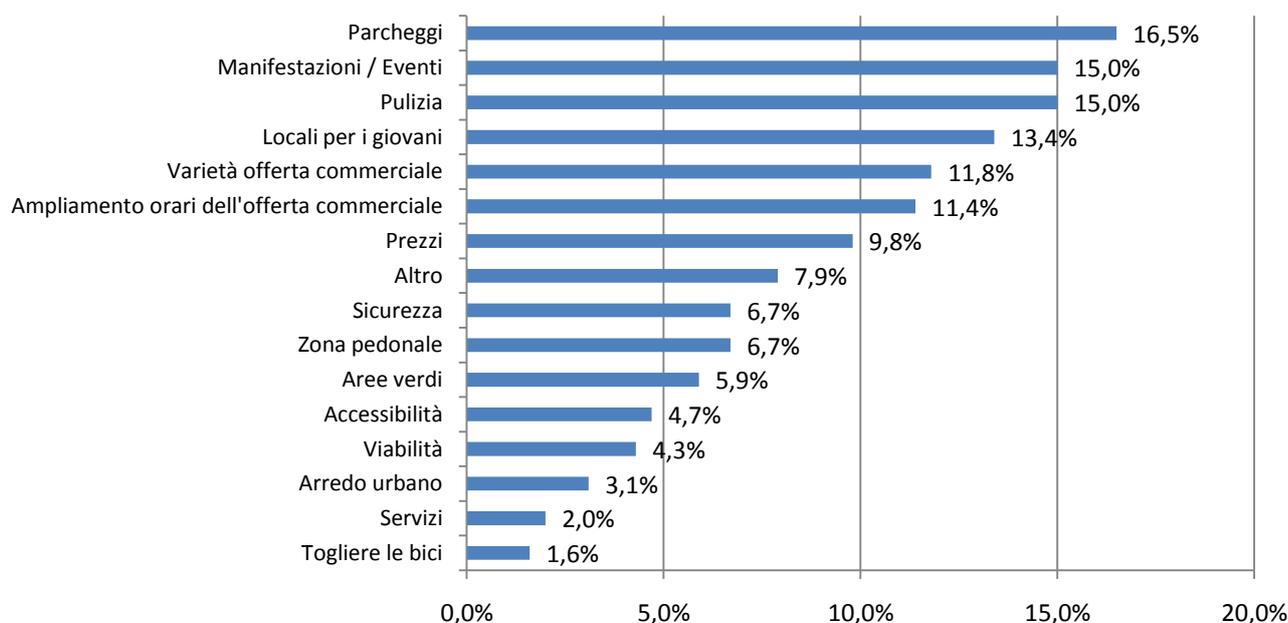
Grafico 23 - Le ragioni per cui viene valutato bello il centro di Voghera



Elaborazioni TradeLab

Le **attese di miglioramento** invece sono significativamente articolate, indice che non vengono percepiti problemi dominanti. E' però opportuno segnalare il tema dei **locali per i giovani**, che tenuto conto della composizione del campione è stato indicato da circa un terzo degli intervistati tra i 18 e i 34 anni (grafico 24). Questo elemento comincia ad evidenziare come la frequentazione in orari serali del Distretto sia uno dei suoi punti di debolezza del Distretto e come questo elemento sia in gran parte riconducibile ad una carenza di offerta di somministrazione targetizzata sul cosiddetto "popolo della notte".

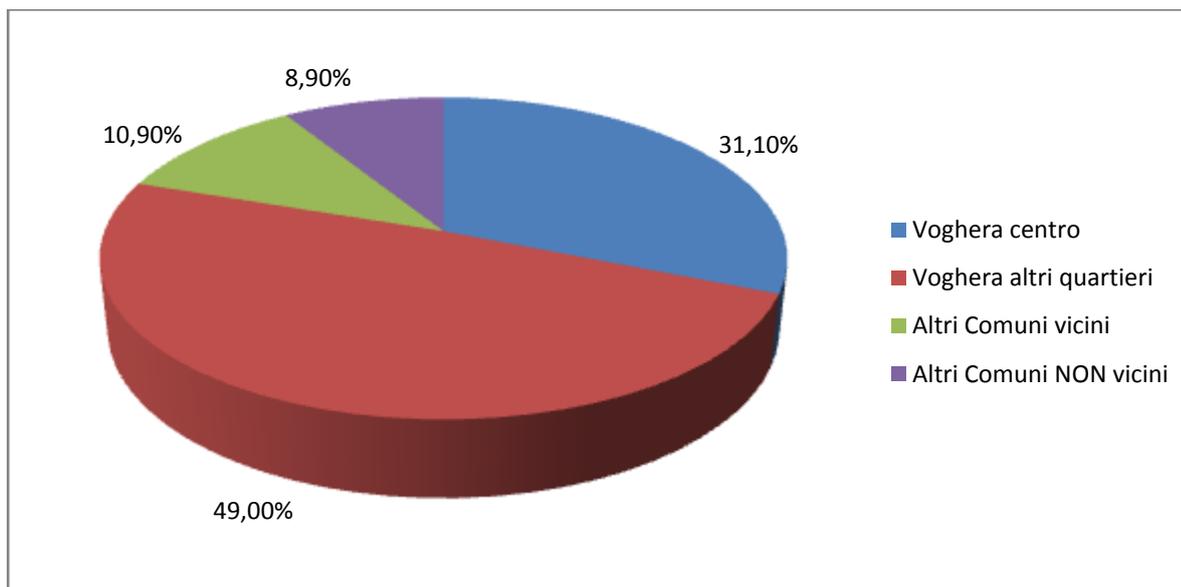
Grafico 24 - Gli aspetti da migliorare nel centro di Voghera



Elaborazioni TradeLab

Infine, da ultimo riportiamo, la residenza degli intervistati che mette in luce la capacità d'attrazione sovra comunale del Distretto del commercio del Centro Storico di Voghera

Grafico 25 - La residenza dei frequentatori del Distretto del centro storico di Voghera - il ruolo di attrazione sovra comunale



Fonte: elaborazioni TradeLab

4.9 L'analisi della mobilità e dei parcheggi del Distretto del commercio di Voghera

Nel mese di giugno 2009 è stata commissionata dall'Amministrazione comunale una importante indagine di "Analisi e studio del traffico del centro storico e della città di Voghera".

L'indagine riveste un ruolo centrale nella **pianificazione degli interventi sulla viabilità e sui parcheggi** che l'Amministrazione andrà ad adottare.

L'indagine è stata però condotta, su precisa indicazione della stessa Amministrazione, proprio per fornire **anche indicazioni utili per la gestione del Distretto** per quanto concerne la mobilità, l'accesso e soprattutto i parcheggi.

L'analisi è stata realizzata suddividendo la città in numerose zone di parcheggio e realizzando poi dei rilevamenti completi delle tipologie di parcheggio disponibili (libero, a disco orario, a pagamento) e poi della domanda reale di parcheggio reale autorizzato e in sosta vietata.

Per quanto concerne il **Distretto del commercio**, le zone dell'indagine che vi rientrano sono le zone 1, 2, 3, 4 e 6. Quest'ultima è la zona in cui è localizzata la ex Caserma di Cavalleria, al cui interno in una area ben precisa e segnalata sono disponibili ben **570 stalli** di parcheggio, fondamentali nei giorni di mercato. Nella zona 4 è invece localizzato il parcheggio di piazza Duomo che svolge un ruolo fondamentale nell'offerta di parcheggi a servizio del Distretto (**324 stalli**), ma che nei giorni di mercato (martedì e venerdì) non è disponibile in quanto occupato proprio dall'attività mercatale.

Senza riportare in questo documento tutti i risultati dell'analisi, indichiamo le **principali evidenze di interesse del Distretto** proprio in relazione al sistema dei parcheggi in termini di offerta e domanda, perché - come vedremo - si tratta di uno dei temi valutati problematici da alcuni segmenti di cittadini, ma in buona parte contraddetto dai risultati oggettivi dell'analisi.

La tabella 10 riporta l'offerta di parcheggi nelle 5 zone che compongono il Distretto, suddivisa per tipologia di sosta. È importante notare che sono **disponibili oltre 2.600 stalli di parcheggio**, con una rilevante incidenza di quelli siti **nella zona 6, quasi tutti liberi** e in grande parte localizzati all'interno della ex Caserma di Cavalleria. Si noti che quest'ultimo parcheggio, che dista solo 400 metri dal centro del Distretto, riveste un ruolo fondamentale nei giorni di mercato poiché quest'ultimo occupa la Piazza del Duomo, principale parcheggio del Distretto.

Tabella 10 – L'offerta di parcheggio nelle zone del Distretto del commercio di Voghera

Tipologia di sosta	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4 (con Piazza Duomo)	Zona 6 (con Ex Caserma)	Totale
Libera	134	22	0	83	1.117	1.356
Disco orario	14	42	42	78	0	176
A pagamento	96	234	289	376	0	995
Riservata	13	17	51	21	3	105
Totale	257	315	382	558	1.120	2.632

Fonte: elaborazione TradeLab su dati comunali - giugno 2009

Per quanto concerne la **domanda di parcheggio all'interno del Distretto in orario notturno** (rilevamento effettuato tra le ore 2.00 e le ore 4.00) emerge chiaramente che esiste una cospicua quota di offerta di parcheggi residua non utilizzata (tabella 11). Detto in altri termini, non sussistono problemi di parcheggio in orario notturno nelle diverse zone che compongono la zona distrettuale.

Tabella 11 – La domanda di parcheggio NOTTURNA nelle zone del Distretto del commercio di Voghera - Tasso % di occupazione

Tipologia di sosta	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4 (con Piazza Duomo)	Zona 6 (con Ex Caserma)
Libera	88,1%	54,5%	-	48,2%	13,0%
Disco orario	14,3%	40,5%	42,9%	65,4%	-
A pagamento	29,2%	44,9%	66,1%	22,6%	-
Riservata	84,6%	47,1%	41,2%	23,8%	33,3%
Totale Regolare	61,9%	45,1%	60,2%	32,4%	13,0%
Divieto di sosta	3,5%	3,8%	11,0%	4,7%	0,4%

Fonte: elaborazione TradeLab su dati comunali - giugno 2009

Per quanto concerne, invece, la **domanda di parcheggio all'interno del Distretto in orario diurno**, l'analisi deve partire dai rilevamenti effettuati nel momento più critico, corrispondente alla mattina (rilevamento tra le ore 10.00 e le ore 12.00) del venerdì (giorno del mercato maggiormente frequentato). Dai dati esposti in tabella 12 emerge una situazione oggettivamente critica nelle zone 1-4, con quote rilevanti di parcheggio in divieto di sosta. Pur tuttavia va rilevato che nella zona 6, invece, permane una quota di circa il 34% di stalli liberi (peraltro gratuiti), corrispondenti in grandissima parte a spazi liberi nel parcheggio dell'ex Caserma di Cavalleria. Questa % corrisponde a una disponibilità di circa 380 stalli non occupati. Emerge quindi un problema non di carenza dell'offerta di parcheggi ma di **difficoltà a indirizzare correttamente l'utenza verso gli stalli liberi**.

Tale situazione si presenta simile nell'altro giorno di mercato, il martedì, che peraltro ha una capacità d'attrazione inferiore e determina quindi problematicità di parcheggio inferiori.

Per quanto concerne i **giorni di assenza del mercato**, infine, va rilevato che il parcheggio di Piazza Duomo, liberato dall'attività mercatale, consente di accogliere 324 parcheggi, che risultano nettamente superiori alla domanda inevasa (parcheggio in divieto di sosta) di 147 unità che caratterizza i giorni di mercato.

Tabella 12 – La domanda di parcheggio DIURNA NEI MOMENTI MERCATO (VENERDI') nelle zone del Distretto del commercio di Voghera - Tasso % di occupazione

Tipologia di sosta	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4 (con Piazza Duomo)	Zona 6 (con Ex Caserma)
Libera	98,5%	95,5%	-	92,8%	66,0%
Disco orario	92,9%	90,5%	88,1%	92,3%	-
A pagamento	95,8%	94,0%	94,5%	95,4%	-
Riservata	46,2%	76,5%	84,3%	75,0%	0%
Totale Regolare	94,6%	92,7%	92,4%	92,7%	65,8%
Divieto di sosta	13,2%	14,9%	24,9%	23,1%	0,7%

Fonte: elaborazione TradeLab su dati comunali - giugno 2009

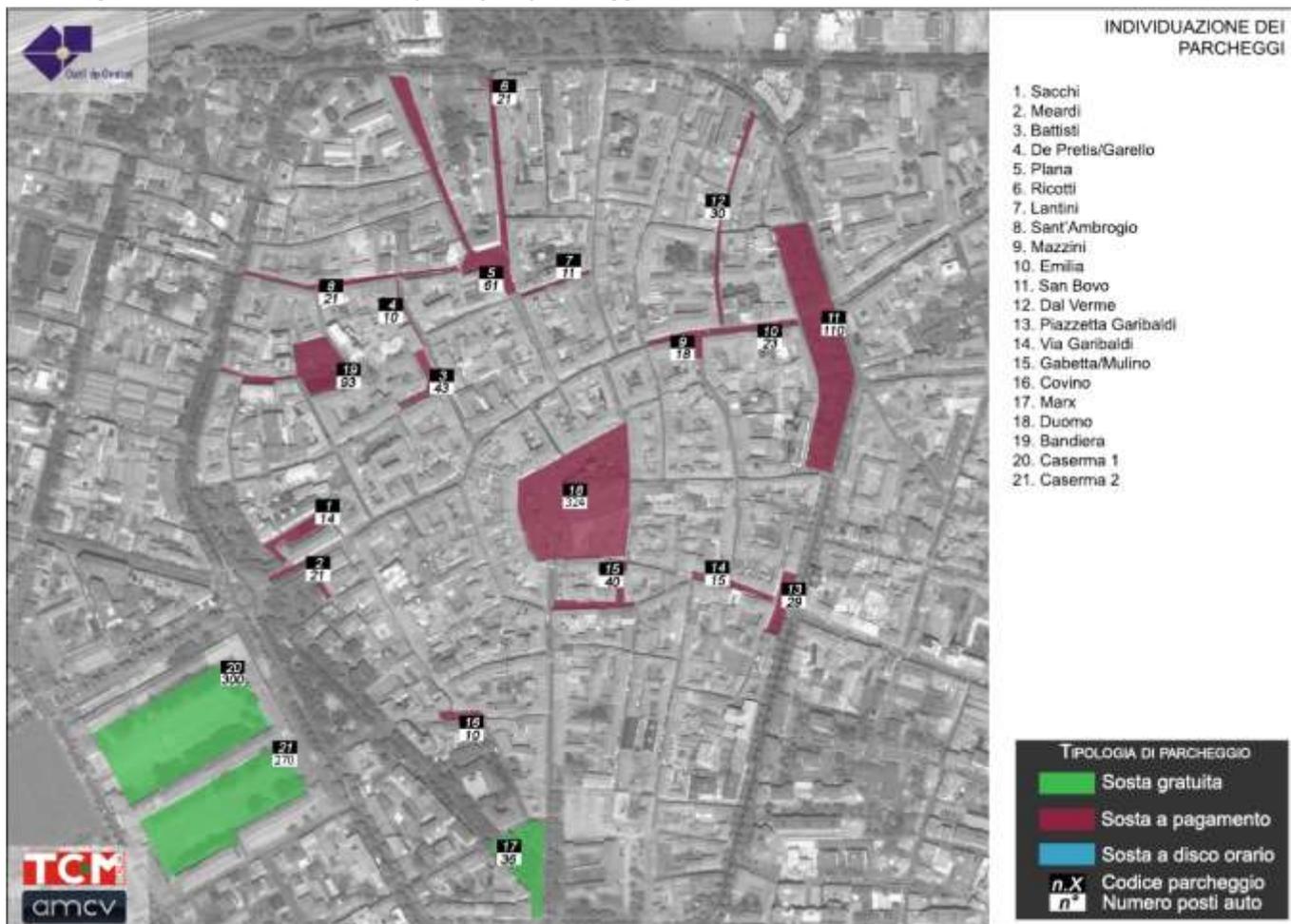
Complessivamente quindi l'indagine consente di mettere in evidenza che **non esiste una oggettiva insufficienza numerica degli stalli di parcheggio**, neanche nel momento di massima domanda corrispondente con la mattina dei giorni di mercato (martedì e venerdì). La criticità invece è riconducibile alle resistenze dell'utenza nell'utilizzare gli stalli liberi presenti nell'ex Caserma Cavalleria e nelle vie attigue.

Il problema non è quindi di carenza di offerta ma di difficoltà di indirizzo della domanda, come conferma anche il percepito che emerge nelle interviste: il 16,5% indica nei parcheggi il problema principale del Distretto.

La risposta principale a questo punto di debolezza risiede nelle **politiche di comunicazione della Amministrazione comunale**. A questo riguardo, all'interno delle sperimentazioni previste per il Piano Territoriale degli Orari (PTO), l'Amministrazione ha avviato delle azioni di comunicazione mirate a risolvere questo problema di comunicazione.

Infine riportiamo in figura 3 i principali parcheggi del Distretto.

Figura 3 – Individuazione dei principali parcheggi del Distretto



Fonte: progetto INNOCITE'

4.10 Le altre analisi conoscitive realizzate nel 2009 per il Distretto del Centro Storico di Voghera: il progetto INNOCITE'

INNOCITE' è un progetto europeo volto ad individuare un posizionamento complementare delle piccole e medie città rispetto alle maggiori agglomerazioni metropolitane. Le attività principali del progetto sono partite da un'analisi accurata di alcune città medio-piccole europee, tra cui Voghera, cercando di collegare gli aspetti prettamente economici a quelli sociali e di pianificazione territoriale, in modo da evidenziare gli elementi chiave specifici delle realtà cittadine in un'ottica di gestione integrata degli spazi urbani.

Sul comune di Voghera, durante il periodo marzo-luglio 2009, sono state svolte sei analisi:

- Analisi dei flussi pedonali del centro
- Inchiesta sui consumatori
- Inchiesta sui commercianti
- Rilievo commerciale
- Mix commerciale e rilievo parcheggi
- Indicatori di performance

I risultati del progetto sono stati presentati e **resi disponibili il giorno 20 luglio 2009**.

Poiché nel progetto è coinvolta attivamente anche l'Assessorato regionale Commercio Fiere e Mercati riteniamo ridondante illustrare in questo Programma i risultati delle analisi sopra elencate, di cui si terrà invece l'Amministrazione intende tener conto nelle successive fasi di implementazione del Distretto.

4.11 Punti di forza e debolezza e minacce e opportunità

Le scelte di posizionamento del Distretto del commercio non possono che partire da una disamina dei principali punti di forza e di debolezza che lo caratterizzano.

I risultati dell'analisi sono sistematizzati in relazione a precise aree tematiche: ruolo del Distretto, contesto urbano e infrastrutturazione, ecc ...

La Tabella 13 riporta in modo sintetico i principali punti di forza e di debolezza rilevati.

Facciamo notare sin da ora che gli **interventi di questo Programma di Distretto** delineati nel successivo Piano delle attività (capitolo 6) sono **focalizzati proprio sul superamento di molti dei punti di debolezza** (quelli evidenziati in grassetto) e **sull'enfatizzazione dei punti di forza** ritenuti al momento qualificanti (anch'essi in grassetto).

Tabella 13 - Punti di forza e di debolezza del Distretto Diffuso del Commercio di Voghera

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
RUOLO DEL DISTRETTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ruolo consolidato di polo attrattore di area vasta del Distretto di Voghera ▪ Ruolo di attrazione sovra comunale <u>anche</u> per servizi alla persona, pratiche diverse e socializzazione ▪ Forte vissuto del Distretto come "centro storico" della città 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forti differenze di frequentazione del Distretto: elevate in orari diurni e nel Lunedì-Sabato, molto limitate in orari serali/notturni e nella Domenica
CONTESTO URBANO E INFRASTRUTTURAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buona qualità del contesto urbano, con punti di eccellenza nelle due aree commercialmente più rilevanti (via Emilia e Piazza Duomo), grazie agli importanti interventi di riqualificazione. ▪ ZTL ristretta ma rilevante perché insistente sul principale asse commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In alcune aree, arredo urbano potenziabile e migliorabile ▪ Sistema di video sorveglianza ancora quantitativamente insufficiente (ma il Distretto viene percepito sicuro da oltre il 90% dei cittadini) ▪ Non completa dotazione di sicurezza dei privati, soprattutto degli esercizi più

		<p>sensibili (es. farmacie)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema di illuminazione non omogeneo e solo in parte ammodernato (esiste un progetto definitivo ma non ancora pianificato in termini di periodo di realizzazione)
SERVIZI PER L'ACCESSO E LA MOBILITÀ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema parcheggi ben articolato e capiente ma con un punto di debolezza (si veda colonna Punti di debolezza) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Errata percezione da parte dell'utenza di insufficienza dei parcheggi nei giorni di mercato ▪ Accesso veicolare e ciclabile al Distretto ancora migliorabile ▪ Assenza di sistema di controllo dei varchi di accesso alla ZTL
CARATTERISTICHE GENERALI DELL'OFFERTA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ottima dotazione quantitativa dell'offerta: oltre 400 esercizi commerciali, 270 banchi di commercio ambulante, quasi 70 bar e circa 160 attività di servizio ▪ Forte interazione e sinergie tra commercio in sede fissa e commercio ambulante ▪ Buona caratterizzazione identitaria dell'offerta ▪ Buon posizionamento verso i target adulti ▪ Bassa % di locali sfitti negli assi principali del Distretto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insufficiente qualità estetica/funzionale dell'arredo esterno di alcuni esercizi ▪ Insufficiente dotazione di ristorazione (solo 14 esercizi) ▪ Forte focalizzazione delle aggregazioni commerciali in vie precise, seppure distribuite in diverse aree del Distretto ▪ Insufficiente copertura dei target giovani e della domanda in alcune fasce orarie ▪ Alta % di locali sfitti in alcune zone marginali del Distretto
OFFERTA ALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcuni casi di eccellenza qualitativa ▪ Buona dotazione alimentare, soprattutto per i prodotti freschi, dei mercati ambulanti interni al Distretto del martedì e venerdì (35 banchi ciascuno) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevalente concentrazione in alcune aree/vie del Distretto a servizio dei residenti ▪ Offerta di alta gamma e di prodotti tipici ampliabile
OFFERTA NON ALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ottima dotazione numerica ▪ Forte articolazione d'offerta in alcuni settori merceologici (Abbigliamento e Calzature, Prodotti per la persona, Libri) ▪ Buon posizionamento complessivo, con alcuni casi di eccellenza 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grave debolezza dell'offerta in alcune settori merceologici che caratterizzano l'offerta dei Centri Comm. extra-urbani (Elettronica, Computing, Telefonia, prodotti per la Casa, Bricolage) ▪ Carenza di settori specialistici tipici di Distretti Urbani ad attrazione sovra comunale (es. antiquariato, artigianato)

		artistico, ...)
OFFERTA DI SOMMINISTRAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ottima offerta quantitativa e buona qualitativa di Bar, Caffè e Gelaterie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualità estetica/funzionale migliorabile di numerosi esercizi ▪ Insufficiente offerta di Ristorazione, sia in termini quantitativi che di articolazione della gamma d'offerta; il problema è ancor più significativo per il target giovane (cene low-cost, happy hours, post cena, ...)
OFFERTA DI SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ottima dotazione numerica (quasi 160 attività) e articolazione di offerta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪
PROMOZIONE E EVENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buon Piano Eventi per quanto concerne gli eventi commerciali (mercatini) e alcuni eventi forti (Ascensione, Voghera di sera) ▪ Buon coordinamento degli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percezione di posizionamenti di prezzi elevati da parte di alcune fasce di clienti ▪ Assenza di un Piano promozionale di Distretto ▪ Piano Eventi da completare e meglio articolare in termini di copertura dei periodi, degli orari e dei target (è una delle 3 principali attese dei frequentatori)
COLLABORAZIONE PUBBLICO-PRIVATA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convinta determinazione dell'Amministrazione comunale nello sviluppare il Distretto ▪ Coinvolgimento di entrambe le Associazioni di categoria rappresentative a livello provinciale ▪ Straordinaria dotazione di dati e analisi, tutte recentissime ▪ Buona collaborazione pubblico-privata negli Eventi ▪ Ottima collaborazione anche con Coldiretti per il coinvolgimento nel Farmer's Market e in alcuni mercatini 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinamento ancora migliorabile per gli interventi concreti di risposta alle diverse problematiche che caratterizzano il Distretto.
CONCORRENZA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortissima concorrenza di una pluralità di Centri Commerciali extra urbani di varia natura e dimensione

A completamento dell'analisi che porta a definire il posizionamento del Distretto è utile altresì evidenziare le principali opportunità e minacce, descritte sinteticamente nella seguente Tabella 14.

Tabella 14 - Opportunità e minacce del Distretto Diffuso del commercio di Voghera

	OPPORTUNITÀ	MINACCE
SITUAZIONE ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La congiuntura negativa può essere uno stimolo per il riposizionamento degli esercizi del Distretto e una maggiore collaborazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perdurare della crisi economica e dei consumi ▪ Riduzione della propensione al consumo con maggiore impatto sugli esercizi di vicinato, soprattutto quelli non alimentari.
CONTESTO URBANO E INFRASTRUTTURAZIONE PER LA MOBILITÀ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Completamento del Piano di intervento di riqualificazione del centro ▪ Completamento degli interventi finalizzati a migliorare la viabilità veicolare, pedonale e ciclabile di accesso al Distretto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪
TREND SOCIO DEMOGRAFICI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recente ripresa della crescita demografica della città ▪ Bacino di utenza sovra comunale significativo ▪ Indice di vecchiaia elevato (crescita del segmento Senior), che tende a favorire strategie di acquisto basate sugli esercizi di vicinato 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crisi occupazionale in corso
EVOLUZIONE DELLA DOMANDA/NUOVI TREND SOCIO CULTURALI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crescita dei segmenti Senior e Dinks (double income no kids) permette un aumento della domanda di comodità/servizi di vicinato. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Invecchiamento della popolazione, caratterizzata da una minore propensione ai consumi
RETAILING MIX D I DISTRETTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La possibilità di fare leva sulla pluralità di funzioni svolte dal Distretto e fortemente riconosciute dai cittadini: sociale e di socializzazione, commerciale, di intrattenimento, culturale ▪ La buona valutazione complessiva di commercio e somministrazione da parte dei frequentatori (si vedano risultati dell'indagine) ▪ La possibilità di completare l'offerta del Distretto con componenti d'offerta che: <ul style="list-style-type: none"> ❖ siano focalizzati su merceologie/servizi ora poco presidiati; ❖ si rivolgono a target ora poco serviti dal Distretto; ❖ che stimolano la sua frequentazione in giorni e/o orari ora poco utilizzati 	<ul style="list-style-type: none"> ▪

SVILUPPO TURISTICO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenzialità di sviluppo turistico, legato alle potenzialità della città e in generale dell'Oltrepò Pavese ▪ Felice posizionamento della città al convergere delle due direttrici autostradali Milano-Genova e Torino-Piacenza-Brescia con presenza di 2 caselli autostradali 	<ul style="list-style-type: none"> ▪
CONCORRENZA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortissima concorrenza di una pluralità di Centri Commerciali extra urbani di varia natura e dimensione

* * * * *

Per quanto concerne le **opportunità** va sottolineato che sussistono ancora **amplie possibilità di fund raising aggiuntivo del Distretto**, realizzabili attraverso il coinvolgimento di **istituzioni bancarie, delle loro fondazioni** e di altre imprese e soggetti del territorio, incluse le imprese della **Grande Distribuzione localizzate all'interno (Gulliver, con diverse strutture) e in stretta prossimità del Distretto (Esselunga, a 200 metri dall'apice nord-est del perimetro distrettuale)**, che sono fortemente interessate a limitare l'evasione di acquisti verso le grandi polarità extra-urbane.

Infatti, l'Amministrazione comunale ha scelto di procedere a questa attività di **fund raising aggiuntivo solo successivamente all'approvazione del Programma di Distretto** da parte della Regione, contando di poter allora disporre di **argomentazioni (il Programma approvato) maggiormente efficaci nei rapporti con i potenziali sponsor**. Tra questi, ad esempio, oltre alle citate **imprese della GDO localizzate nel Distretto**, potrebbe anche esserci la **Fondazione Cariplo** che sta ora co-finanziando un importante intervento di riqualificazione nella Piazza Liberazione e in Via Cavour per diverse centinaia di migliaia di euro.

4.12 La vision del Distretto e il suo posizionamento

La Vision strategica del Distretto

Alla luce delle considerazioni fin qui fatte sulla città di Voghera e sul distretto commerciale del suo centro storico, la formalizzazione del Distretto Diffuso di Voghera mira a perseguire **tre finalità strategiche**:

- da un lato, **ridurre significativamente i fenomeni di evasione commerciale** che attualmente caratterizzano la popolazione residente, verso i centri commerciali extra-urbani localizzati nei diversi comuni limitrofi;
- dall'altro lato, **valorizzare al massimo il ruolo di polo attrattore sovra comunale** di Voghera e del suo centro storico, soprattutto con riferimento a **chi già lo frequenta** per lavoro e/o per servizi e/o per specifiche (ma non generalizzate) motivazioni di acquisto/consumo, incluse quelle determinate dalle attività mercatali del martedì e venerdì;
- infine, **sviluppare ulteriormente la capacità d'attrazione** dell'aggregazione commerciale e di somministrazione attraverso il potenziamento del Piano Eventi e lo sviluppo di un Piano Promozionale di contrasto alla crisi economica e di valorizzazione delle produzioni nazionali e locali.

Con riguardo al **primo aspetto**, diviene necessario effettuare una scelta di target prioritari di riferimento all'interno della popolazione residente comunale e sovra comunale. Da questo punto di vista, si può far leva

sulla importanza del centro nel vissuto dei vogheresi (anche in chiave di socializzazione), ci si può muovere facendo leva sia sulle sinergie tra le quattro componenti dell'offerta (commercio in sede fissa, mercati, somministrazione e servizi) sia sui punti di forza sopraindicati in termini di offerta (bar, abbigliamento, calzature, prodotti per la persona, ecc ...).

Da qui nasca anche la necessità di orientare **il posizionamento della complessiva offerta commerciale verso alcuni specifici target** (fascia di consumatori con reddito medio-alto, abituali frequentatori del Distretto, anziani, studenti, giovani tra i 24 e 34 anni), ma anche di enfatizzare la consistenza numerica presente nel Distretto e le sue specializzazioni e, infine, di sviluppare azioni commerciali e promozionali rivolte a quelle fasce di popolazione più sensibili alla crisi economica. A titolo di esempio, ciò significa, con riferimento agli anziani, assortimenti a maggior valore aggiunto (specialmente nell'alimentare) e servizi commerciali pensati per superare le loro tradizionali difficoltà nel muoversi per fare acquisti; per gli studenti, assortimenti pensati per un consumatore orientato alla convenienza ma, al tempo stesso, attratto dall'innovazione sia di prodotto sia in termini di componenti di servizio (ad esempio, atmosfera, modalità espositive, ampiezza di gamma con "letture" trasversali e per momenti di consumo dell'assortimento proposto), ma anche dalla contemporanea presenza nel Distretto di attività di somministrazione orientate a questo target.

Con riguardo, invece, al **secondo aspetto**, ovvero quello di sfruttare e servire commercialmente i flussi di traffico generati dalla capacità d'attrazione sovra comunale di Voghera, il perseguimento di alcune delle direttrici di posizionamento del Distretto, descritte subito sotto, diviene fondamentale, ma deve essere congiunta con una serie di azioni di stimolo agli acquisti e ai consumi rivolte proprio a questi specifici target di non residenti che frequentano il Distretto: occupati in uffici e aziende insediate nel Distretto, persone attratte dagli uffici pubblici e dai servizi alla persona localizzati nel Distretto, i mercati del martedì e del venerdì, ecc

Per quanto concerne il **terzo aspetto**, il quadro di target va peraltro completato con i potenziali flussi attrahibili da manifestazioni, eventi e iniziative di varia natura che già vengono realizzate e che si prevede di potenziare, soprattutto in termini di comunicazione. Questi target non residenti - e tra questi, quelli turistici - possono essere **concretamente intercettati**, da un lato, focalizzando l'offerta tanto della rete commerciale, quanto di quella della somministrazione, sui prodotti tipici locali in grado di esaltare la distintività dell'area, dall'altro lato, programmando le iniziative di natura commerciale coerentemente al più generale calendario degli eventi e delle azioni di comunicazione.

Il Posizionamento del Distretto

Il posizionamento del Distretto è stato sviluppato dal gruppo di lavoro **partendo dall'ampia disponibilità di dati e informazioni** (incluse quelle relative alle **tre indagini sui cittadini** realizzate nel corso del 2009 sulla fruizione del centro storico) e quindi **dai punti di forza** dello stesso.

Inoltre, nello sviluppare il posizionamento si è già tenuto conto degli interventi che nel corso dei prossimi 24 mesi (ma già in modo rilevante entro i prossimi 12) andranno a **risolvere alcuni dei punti di debolezza**, secondo quanto previsto in questo Programma.

Il posizionamento del Distretto del commercio di Voghera si muove lungo 5 assi:

- **il Distretto è la città di Voghera**, con tutti i significati attribuiti, come emerge dall'indagine sui frequentatori, dai cittadini (**storia, bellezze architettoniche, luogo di socializzazione e incontro, tranquillità, identità, ecc ...**): questo è l'elemento di posizionamento centrale, ben emerso e circostanziato in termini attributivi nell'indagine succitata, che dà contenuto alla domanda di auto affermazione dell'identità della comunità della città;
- **è il Distretto in cui i residenti (del comune e dell'Area Vasta) trovano molto più di quanto immaginino**; la quantità dell'offerta commerciale e di somministrazione, unite a quella del mercato

- e dei servizi e d alla buona qualità media e alle punte di eccellenza d'offerta del Distretto, sono i fattori che danno concretezza a questo asse del posizionamento; l'indagine ha confermato che molti di questi elementi sono ben percepiti dai frequentatori, ma al contempo è evidente che sia necessario uno sforzo di comunicazione, ad esempio con azioni di animazione e di *media relation*;
- un Distretto in cui, oltre a acquistare e consumare, si trovano **occasioni e momenti di socializzazione e di intrattenimento**; per quanto concerne questo asse di posizionamento, mentre già ora il ruolo di attrazione socializzazione svolto dal Distretto (in particolare nei due giorni di mercato) è ottimale, è necessario lavorare ancora in termini quantitativi, di innovazione e qualitativi per quanto concerne le attività di intrattenimento; infatti, a queste sono dedicati alcuni degli interventi del Programma;
 - **un Distretto comodo**; già oggi il sistema viario che ruota intorno al Distretto (e che ne costituisce il perimetro), insieme al sistema dei parcheggi (soprattutto quello centrale di Piazza Duomo), la ampia ZTL ristretta ma molto efficace, consentono un accesso e una fruizione del Distretto molto buona, con alcuni aspetti di eccellenza; gli interventi previsti in questo Programma e alcuni altri citati nel paragrafo 4.2, dedicato alla riqualificazione urbana in corso, miglioreranno ulteriormente questa leva di posizionamento;
 - **un Distretto sicuro**; già oggi l'elevata frequentazione del Distretto e il forte presidio sociale svolto dalla rete commerciale e di somministrazione garantiscono concretezza a questa leva di posizionamento; il tema della sicurezza è un elemento di posizionamento peraltro ben percepito dai cittadini: è uno dei punti di forza per il 18,8 % ed è valutato non problematico dal ben il 93,3%; si tratta comunque di un asse su cui bisognerà continuare a investire;
 - **un Distretto che offre opportunità per tutti (adulti, ma anche giovani e turisti-escursionisti) e in tutti i momenti dell'anno e della settimana**; questa è l'elemento di posizionamento su cui si gioca la **principale sfida** in corso del Distretto e su cui uno sforzo di comunicazione dell'Amministrazione comunale è importante quanto gli stessi fatti che ne danno concretezza; molti sono i passi avanti fatti negli ultimi anni (soprattutto sul fronte degli eventi di animazione e di attrazione di altri target cittadini) e molti quelli previsti nel programma di Distretto, soprattutto sul fronte degli eventi, del potenziamento della somministrazione rivolta ai target giovani, del completamento dell'offerta commerciale specializzata di interesse di turisti escursionisti.

In sintesi, il posizionamento del "Distretto del Centro Storico di Voghera" è sintetizzabile nella seguente affermazione:

**È L'ANIMA DELLA CITTÀ,
COMODA E SICURA,
DOVE RECARSI PER LO SHOPPING
MA ANCHE PER DIVERTIRSI, PER INCONTRARE GLI AMICI,
IN CUI TUTTI POSSONO TROVARE MOLTO PIÙ DI QUANTO IMMAGININO**

5 - OBIETTIVI STRATEGICI DEL DISTRETTO DIFFUSO

Il posizionamento del Distretto descritto nel precedente paragrafo sarà implementato attraverso il perseguimento di un sistema di **sei obiettivi strategici**, che **coincidono con le macro aree tipologiche di intervento identificate dalla Regione Lombardia**:

Obiettivo 1 - Comunicazione e Marketing integrati di Distretto: *sviluppare una politica di comunicazione e di marketing di Distretto e realizzare le attività di analisi, di pianificazione e di found raising funzionali a tale politica;*

Obiettivo 2 - Promozione e animazione integrate di Distretto: *sviluppare politiche e piani annuali promozionali e di animazione di Distretto e realizzare le attività di analisi, di pianificazione e di found raising funzionali a tali piani;*

Obiettivo 3 - Interventi strutturali di qualificazione urbana: *realizzare interventi pubblici e/o privati di qualificazione estetica degli immobili, degli esercizi e degli spazi urbani (verde, illuminazione, arredo urbano, attrezzature) destinati al commercio in sede fissa e/o su aree pubbliche;*

Obiettivo 4 - Accessibilità e mobilità: *realizzare interventi finalizzati a migliorare l'accesso e la fruizione del Distretto intervenendo su sistema viario, parcheggi, ZTL e isole pedonali, barriere architettoniche, mobilità dolce (ciclo e pedonale) e tempi e orari di accesso;*

Obiettivo 5 - Sicurezza: *realizzare interventi pubblici e/o privati di potenziamento della sicurezza del Distretto;*

Obiettivo 6 - Gestione di servizi e sistemi comuni promossi dal Partenariato.

Questi obiettivi sono frutto di un'attenta analisi e valutazione dei punti di forza e di debolezza svolta dal Gruppo di lavoro che è stato costituito per la predisposizione del presente Programma e dalle numerose indagini svolte.

In particolare, il **Gruppo di lavoro** - coordinato da TradeLab a cui è stata affidato il compito di coadiuvare le parti nella stesura del progetto - ha visto la partecipazione attiva di numerosi soggetti pubblici e privati che hanno contribuito alla definizione del progetto nelle sue diverse fasi.

In questo percorso **l'Amministrazione Comunale di Voghera** ha coinvolto i tecnici di tre Assessorati (Commercio e Attività Produttive, Urbanistica, LLPP), mentre le **due associazioni imprenditoriali** hanno lavorato garantendo una forte aderenza alle esigenze della specifica comunità imprenditoriale resa possibile dall'esistenza a Voghera dei due uffici distrettuali delle stesse associazioni. Infine, il Gruppo di lavoro si è avvalso anche dei suggerimenti e delle proposte della **Camera di commercio di Pavia, anch'essa firmataria dell'Accordo di Distretto**.

Per ciascuno degli obiettivi strategici sopraelencati sono stati individuati specifici interventi ed azioni che contribuiscono in modo fattivo al raggiungimento degli obiettivi stessi. Si tratta di azioni che vanno a completamento dei programmi già oggi esistenti e che risultano coerenti con i più generali piani di sviluppo della città, attuali e previsti. L'insieme degli interventi elencati rappresenta il Piano delle Attività che il Distretto intende realizzare per perseguire gli obiettivi indicati.

6 – PIANO DELLE ATTIVITÀ

1. COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO

Nell'ambito della macro-area di intervento "Comunicazione e marketing" rientrano una serie di interventi volti a costruire un sistema di conoscenze per lo sviluppo del Distretto (Obiettivo 1), ovvero progettare e realizzare un sistema informativo di marketing, al fine di disporre di una serie di informazioni utili a meglio indirizzare le politiche di offerta del Distretto e dei singoli operatori in esso presenti. Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 1.1 – Analisi dei comportamenti d'acquisto/di consumo e delle aspettative dei residenti e di posizionamento del Distretto commerciale e analisi qualitativa dell'offerta del Distretto.

Intervento 1.2 – Indagine di customer satisfaction e analisi degli altri indicatori di monitoraggio delle performance di Distretto.

Intervento 1.3 – Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising.

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in attività di comunicazione e marketing di 68.880,00 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	-	25.000,00	24.000,00	-	49.000,00
- Spesa corrente	-	10.000,00	14.000,00	-	24.000,00
- Spesa in conto capitale	-	15.000,00	10.000,00	-	25.000,00
INVESTIMENTI PUBBLICI	15.880,00	4.000,00	-	-	19.880,00
- Spesa corrente	15.880,00	4.000,00	-	-	19.880,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
COSTO TOTALE	15.880,00	29.000,00	24.000,00	-	68.880,00
- Spesa corrente	15.880,00	14.000,00	14.000,00	-	43.880,00
- Spesa in conto capitale	-	15.000,00	10.000,00	-	25.000,00

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 1.1 – Analisi dei comportamenti d’acquisto/di consumo e delle aspettative dei residenti e di posizionamento del Distretto commerciale e analisi qualitativa dell’offerta del Distretto

Obiettivo: Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione commerciale del Distretto. (Obiettivo strategico 1)

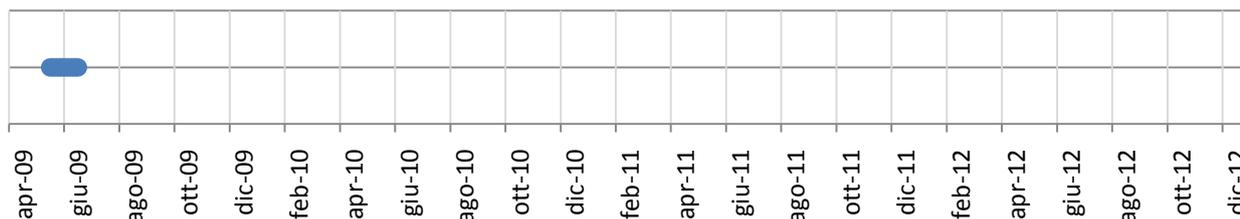
Descrizione: Il progetto è costituito da tre diverse azioni:

- Analisi, attraverso 300 interviste personali, dei comportamenti di acquisto (negli esercizi commerciali e nel mercato ambulante) e di consumo (negli esercizi di somministrazione) degli abitanti di Voghera e degli altri frequentatori del Distretto, e analisi delle loro aspettative e del posizionamento del Distretto.
- Analisi qualitativa, poi letta in congiunzione con quella quantitativa, degli esercizi commerciali e di somministrazione del Distretto; sono stati anche censiti i locali sfitti e le attività di servizio (servizi alla persona, banche, agenzie immobiliari, ...).
- Sviluppo di indicazioni strategiche e commerciali per gli esercenti commerciali e di somministrazione del Distretto.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell’intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L’intervento è stato realizzato da Maggio a Giugno 2009.



BUDGET DELL’INTERVENTO 1.1 – Analisi dei comportamenti d’acquisto/di consumo e delle aspettative dei residenti e di posizionamento del Distretto commerciale e analisi qualitativa dell’offerta del Distretto

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	11.880,00	-	-	-	11.880,00
- Spesa corrente	11.880,00	-	-	-	11.880,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 1.2 – Indagine di customer satisfaction e analisi degli altri indicatori di monitoraggio delle performance di Distretto.

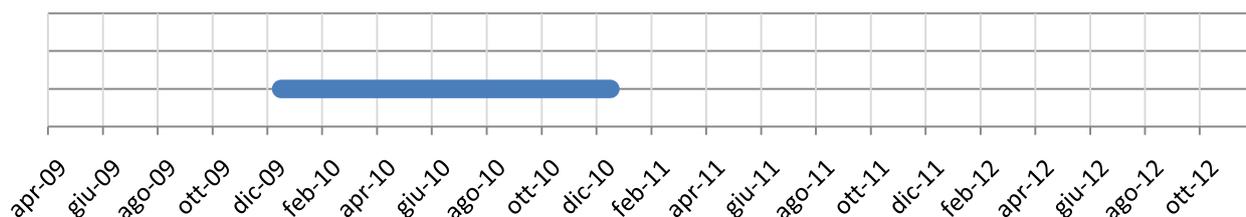
Obiettivo: Sviluppo di indagini funzionali alla valorizzazione commerciale del Distretto. (Obiettivo 1)

Descrizione: Verranno realizzate delle indagini annuali di customer satisfaction mirate ad acquisire i dati relativi agli indicatori di monitoraggio (KPI) previsti nel Programma, che saranno completate dall'acquisizione dei dati di altra natura necessari per completare il quadro dei KPI.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato dal Dicembre 2009 a Dicembre 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 1.2 – Indagine di customer satisfaction e analisi degli altri indicatori di monitoraggio delle performance di Distretto.

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	4.000,00	4.000,00	-	-	8.000,00
- Spesa corrente	4.000,00	4.000,00	-	-	8.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 1.3 – Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising.

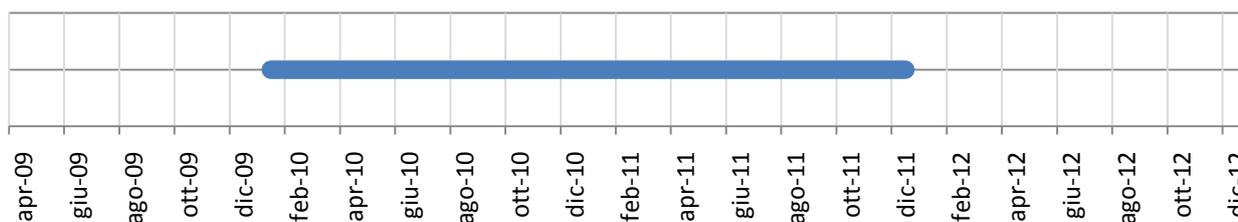
Obiettivo: Sviluppare una politica di comunicazione e di marketing di Distretto e realizzare le attività di analisi, di pianificazione e di found raising funzionali a tale politica.

Descrizione: Realizzazione di un intervento pilota di marketing di Distretto attraverso la sperimentazione di un'attività integrata e congiunta che utilizzerà strumentazioni POS, fidelity card e materiale pubblicitario e promozionale (brochure, volantini, materiale pieghevole, ...). Il progetto pilota viene realizzato per un'area di Distretto per poi essere esteso a tutto il Distretto.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Confesercenti provinciale di Pavia.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato da Gennaio 2010 a Dicembre 2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 1.3 – Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising.

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	25.000,00	24.000,00	-	49.000,00
- Spesa corrente	-	10.000,00	14.000,00	-	24.000,00
- Spesa in conto capitale	-	15.000,00	10.000,00	-	25.000,00

Importi IVA esclusa

2. PROMOZIONE E ANIMAZIONE

Nell'ambito della macro-area di intervento "Promozione e animazione" rientrano una serie di interventi volti a sviluppare attività promozionali ed eventi (Obiettivo 2), al fine di vivacizzare l'area del Distretto e aumentare la sua capacità attrattiva nei confronti di diversi City Users e cittadini dell'area vasta, con particolare attenzione al target giovani che rappresenta uno dei segmenti critici per lo sviluppo del Distretto. Gli eventi costituiscono infatti uno dei principali elementi che favoriscono l'attrattività del Distretto verso visitatori aggiuntivi rispetto a quelli abituali, a beneficio degli operatori che operano nell'area. Obiettivo è pertanto quello di sviluppare attività di animazione e di promozione del Distretto attraverso la creazione di un calendario di eventi gestiti in modo coordinato e sinergico potenziando le manifestazioni "storiche" attuate nell'area.

Oltre alle attività di animazione il programma prevede lo sviluppo di un importante piano promozionale di Distretto di contrasto della crisi dei consumi e della valorizzazione delle produzioni nazionali e locali, cui l'amministrazione comunale e le associazioni di categoria attribuiscono una grande importanza.

Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 2.1 – Piano promozionale del Distretto 2010 per contrastare la crisi dei consumi.

Intervento 2.2 – Campagne annuali di animazione del Distretto organizzate dal Comune.

Intervento 2.3 – Evento annuale Fiera dell'Ascensione organizzato dal Comune.

Intervento 2.4 – Serie coordinata di eventi "Voghera di sera".

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in attività di promozione e animazione di 630.000,00 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	24.000,00	27.000,00	29.000,00	30.000,00	110.000,00
- Spesa corrente	24.000,00	27.000,00	29.000,00	30.000,00	110.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
INVESTIMENTI PUBBLICI	268.000,00	248.000,00	4.000,00	-	520.000,00
- Spesa corrente	268.000,00	248.000,00	4.000,00	-	520.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
COSTO TOTALE	292.000,00	275.000,00	33.000,00	30.000,00	630.000,00
- Spesa corrente	292.000,00	275.000,00	33.000,00	30.000,00	630.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 2.1 – Piano promozionale del Distretto 2010 per contrastare la crisi dei consumi

Obiettivo: Sviluppo del Programma articolato a sostegno del tessuto commerciale del Distretto per la durata di 12 mesi, replicabile ogni anno, finalizzato a contrastare la crisi dei consumi e a valorizzare le produzioni nazionali e locali.

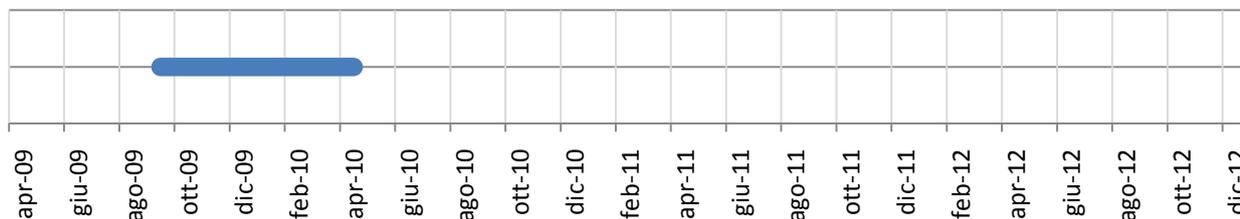
Descrizione: Realizzazione delle seguenti attività:

- Analisi di tutti i dati e informazioni disponibili (inclusi eventi e azioni promozionali già pianificate) e confronto costruttivo con i commercianti/esercenti del Distretto;
- Stesura di un Calendario promozionale e di animazione completo e coordinato della durata di 12 mesi;
- Sviluppo di contatti con il sistema bancario e con altri potenziali sponsor e investitori pubblicitari, finalizzato al reperimento delle risorse finanziarie;
- Sviluppo dei dettagli tecnici di ogni azione promozionale (fatta eccezione quelle già esistenti e che verranno replicate);
- Contatti con potenziali fornitori.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato a partire dall'ultimo quadrimestre 2009 e sarà terminato entro dicembre 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 2.1 – Piano promozionale del Distretto 2010 per contrastare la crisi dei consumi

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	12.000,00	-	-	12.000,00
- Spesa corrente	-	12.000,00	-	-	12.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 2.2 – Campagne annuali di animazione del Distretto organizzate dal Comune

Obiettivo: Realizzazione annuale della campagna di animazione del centro, articolata in diverse iniziative a sostegno del tessuto commerciale del Distretto.

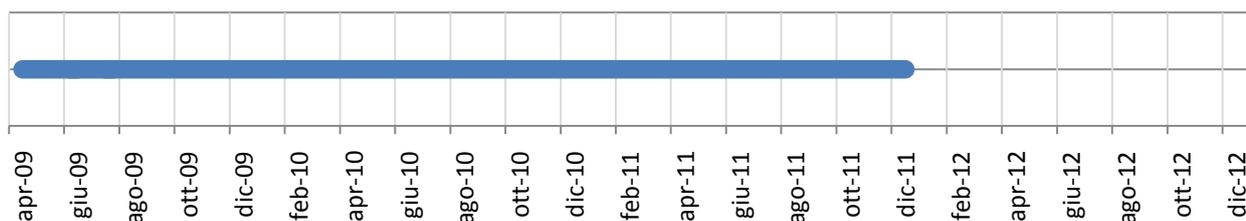
Descrizione: Ogni anno vengono e verranno realizzati i seguenti eventi di animazione del Distretto per un totale di 61 giorni all'anno:

- **Mercato ambulante Europeo**, con la partecipazione di circa 55 stand provenienti da 8-12 diversi paesi UE; una volta all'anno per un totale di 3 giornate/anno;
- **Prodotti enogastronomici dell'Oltrepò pavese**, con la partecipazione media di 30 produttori agricoli; tutte le 2° domeniche del mese, tranne agosto, per un totale di 11 giornate/anno;
- **Via Emilia in festa**, con diversi attività e eventi di animazione lungo il principale asse del Distretto; tutti i 2° sabati del mese (tranne agosto), per un totale di 11 giornate/anno
- **Curiosità in Via Emilia**, con banchi commerciali e attività di animazione e attrazione; tutti gli ultimi sabati del mese (tranne agosto) per un totale di 11 giornate/anno
- **Artigianato e sapori**, con circa 30 banchi di produttori artigiani e di produttori agricoli localizzati nella Via Emilia; 4° domenica del mese, tranne agosto, per un totale di 11 giornate/anno;
- **Mercatino oggetti antichi e usati**: con un numero variabile di banchi (orientativamente 40) posizionati in Piazza Duomo; 4° sabato del mese tranne Luglio e Agosto per un totale di 10 giornate /anno
- **Mercatino Francese** con circa 50 stand enogastronomici e artigianali provenienti da diverse aree della Francia, localizzati in Piazza Duomo e Via Emilia; 1 volta/anno nel mese di settembre per 2 giorni;
- **Mercatino Trentino**, con circa 45 stand enogastronomici e artigianali provenienti dalla Regione Trentino A.A., localizzati in Piazza Duomo e Via Emilia; 1 volta/anno nel mese di dicembre per 2 giorni.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Gli eventi si terranno annualmente lungo tutto il triennio 2009-2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 2.2 – Campagne annuali di animazione del Distretto organizzate dal Comune

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	12.000,00	16.000,00	4.000,00	-	32.000,00
- Spesa corrente	12.000,00	16.000,00	4.000,00	-	32.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 2.3 – Evento annuale Fiera dell’Ascensione organizzato dal Comune

Obiettivo: Realizzazione annuale della Fiera dell’Ascensione all’interno della Ex caserma Cavalleria e di altre vie e piazze del Distretto.

Descrizione: L’evento è di grande importanza per la città di Voghera. E’ giunto alla 627esima (2009) e 628esima edizione (2010). E’ una manifestazione ufficialmente riconosciuta di carattere regionale.

L’evento si svolge nella Ex Caserma di Cavalleria (compresa nel quadrilatero di vie Gramsci, Marsala, Kennedy , Rosselli) e in altre vie all’interno del Distretto.

L’evento ha richiamato nel 2009 circa 150.000 visitatori e ha una capacità d’attrazione sovra provinciale.

L’evento si svolge nel mese di Giugno e dura complessivamente 15 giorni (abituamente dal 15 al 30 Giugno).

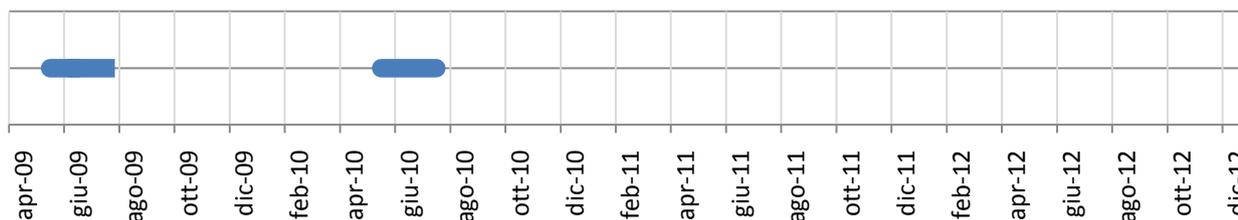
L’evento prevede:

- un mercato ambulante di alto livello, con circa 300 posteggi, della durata di 3 giorni;
- stand di produttori artigianali e spettacoli serali per 15 giorni;
- Luna Park, per 15 giorni;
- Fiera del settore agricolo, per 3 giorni;
- Esposizione di auto, per 3 giorni.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell’intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L’evento si terrà nel Giugno 2009 e nel Giugno 2010.



BUDGET DELL’INTERVENTO 2.3 – Evento annuale Fiera dell’Ascensione organizzato dal Comune

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	256.000,00	220.000,00	-	-	476.000,00
- Spesa corrente	256.000,00	220.000,00	-	-	476.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 2.4 – Serie coordinata di eventi “Voghera di sera”

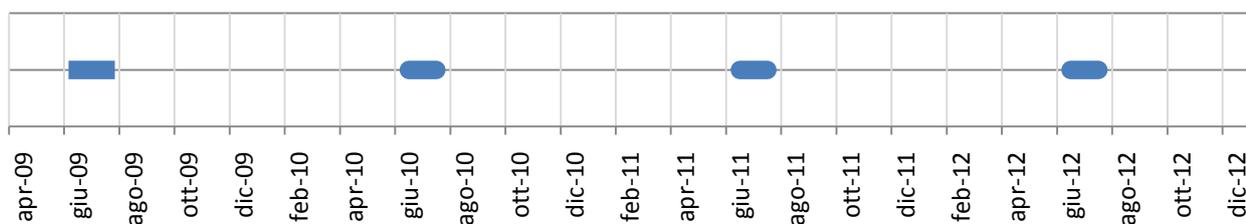
Obiettivo: Realizzazione annuale di eventi estivi di carattere culturale e di intrattenimento al fine di creare momenti di aggregazione e svago per i cittadini.

Descrizione: Programmazione di eventi di carattere culturale, musicale, svago, intrattenimento, nei mesi estivi (Giugno e Luglio), per dare la possibilità, ai residenti e non, di vivere la città. Le attività vengono realizzate in orari serali tutti i giovedì dei mesi di Giugno e Luglio. La maggior parte dei micro eventi di animazione, che compongono ogni serata, si svolge prevalentemente nella Via Emilia e nelle vie adiacenti; la maggior parte delle location è in prossimità degli esercizi di somministrazione con dehors.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Asso.Promo.Ter (Ascom).

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Gli eventi si svolgeranno durante i mesi estivi di Giugno e Luglio.



BUDGET DELL'INTERVENTO 2.4 – Serie coordinata di eventi “Voghera di sera”

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	24.000,00	27.000,00	29.000,00	30.000,00	110.000,00
- Spesa corrente	24.000,00	27.000,00	29.000,00	30.000,00	110.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA esclusa

3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA

Nell'ambito della macro-area di intervento "Interventi strutturali di qualificazione urbana" rientrano una serie di interventi volti a migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità (Obiettivo 3).

Obiettivo è quello di riqualificare, dal punto di vista strutturale, l'area del Distretto, al fine di renderla un luogo piacevole da visitare e da frequentare. Gli interventi previsti consentono infatti di migliorare, da un lato, il contesto urbanistico e architettonico del Distretto, anche attraverso un miglioramento dell'estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa (facciate degli edifici, vetrine dei negozi, insegne, ecc.); dall'altro, la fruibilità degli spazi stessi. Tale obiettivo si articola nei seguenti 6 interventi:

Intervento 3.1 – Nuova illuminazione della viabilità di accesso al Distretto: Vie Montebello e Matteotti

Intervento 3.2 – Qualificazione della viabilità pedonale e veicolare con parco urbano: Piazza Liberazione

Intervento 3.3 – Riqualificazione dell'intero sistema di illuminazione pubblica del centro storico

Intervento 3.4 – Qualificazione attraverso luminarie e abbellimento floreale

Intervento 3.5 – Qualificazione estetica degli immobili a uso commerciale

Intervento 3.6 – Realizzazione di Dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in interventi di qualificazione urbana di 1.111.098,00 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	166.610,00	85.162,00	126.188,00	30.000,00	407.960,00
- Spesa corrente	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	120.000,00
- Spesa in conto capitale	136.610,00	55.162,00	96.188,00	-	287.960,00
INVESTIMENTI PUBBLICI	687.000,00	16.138,00	-	-	703.138,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	687.000,00	16.138,00	-	-	703.138,00
COSTO TOTALE	853.610,00	101.300,00	126.188,00	30.000,00	1.111.098,00
- Spesa corrente	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	120.000,00
- Spesa in conto capitale	823.610,00	71.300,00	96.188,00	-	991.098,00

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 3.1 – Nuova illuminazione della viabilità di accesso al Distretto: Vie Montebello e Matteotti

Obiettivo: Qualificazione e sistemazione degli spazi urbani annessi al Distretto in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale: illuminazione pubblica.

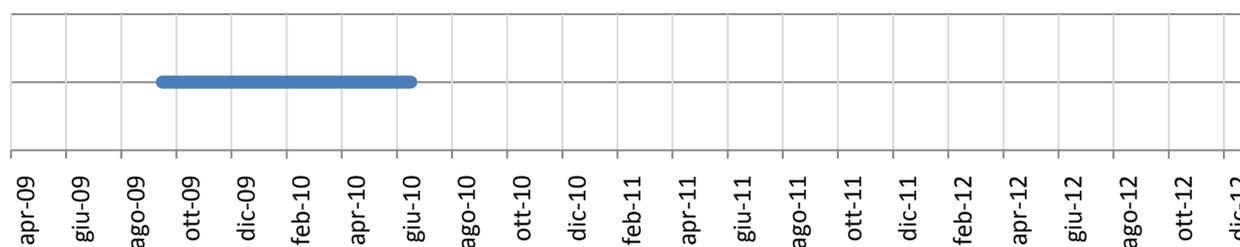
Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: L'intervento prevede la fornitura e posa in opera di un nuovo impianto di illuminazione pubblica nell'intersezione tra le Vie Montebello e Matteotti, ove è in corso un intervento di riqualificazione viabilistica, funzionale all'accesso al Distretto (l'intersezione è uno dei principali *gate* di accesso veicolare al Distretto). L'intervento si inquadra nel più complessivo sistema di interventi di riqualificazione e riconduzione ad unitarietà estetica del sistema di illuminazione pubblica del centro storico (area coincidente con il Distretto).

Beneficiario del co-finanziamento: Comune di Voghera.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato da Settembre 2009 a Giugno 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 3.1 – Nuova illuminazione della viabilità di accesso al Distretto: Vie Montebello e Matteotti

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	16.138,00	-	-	16.138,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	16.138,00	-	-	16.138,00

Importi IVA inclusa

Intervento 3.2 – Qualificazione della viabilità pedonale e veicolare con parco urbano: Piazza Liberazione

Obiettivo: Qualificazione e sistemazione degli spazi urbani annessi al Distretto in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale: parco urbano e verde pubblico.

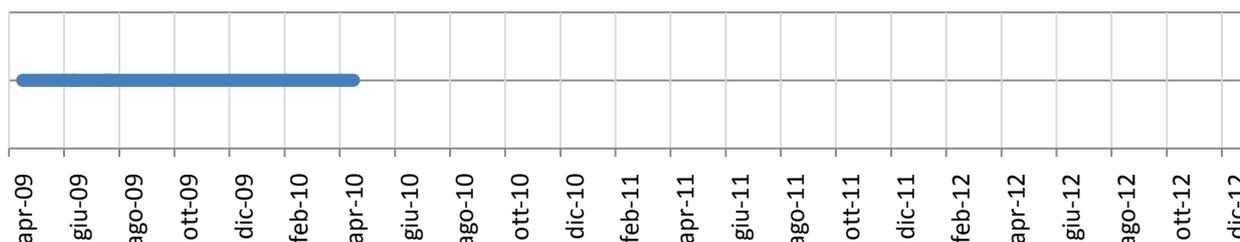
Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: L'intervento prevede la riqualificazione completa a parco urbano (verde pubblico) di Piazza Liberazione e del tratto adiacente di via Cavour, prima destinati a parcheggio in area sterrata: posa di piante e di arbusti, seminzioni, illuminazione pubblica e risistemazione della viabilità di servizio e accesso al Distretto. L'intervento si inquadra nel più complessivo sistema di interventi di riqualificazione del verde pubblico e del centro storico (area coincidente con il Distretto).

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento, già iniziato, sarà terminato ad Aprile 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 3.2 – Qualificazione della viabilità pedonale e veicolare con parco urbano: Piazza Liberazione

Arredo Urbano I lotto	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	687.000,00	-	-	-	687.000,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	687.000,00	-	-	-	687.000,00

Importi IVA inclusa

Intervento 3.3 – Riqualificazione dell'intero sistema di illuminazione pubblica del centro storico

Obiettivo: Qualificazione e sistemazione degli spazi urbani annessi al Distretto in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale: illuminazione pubblica.

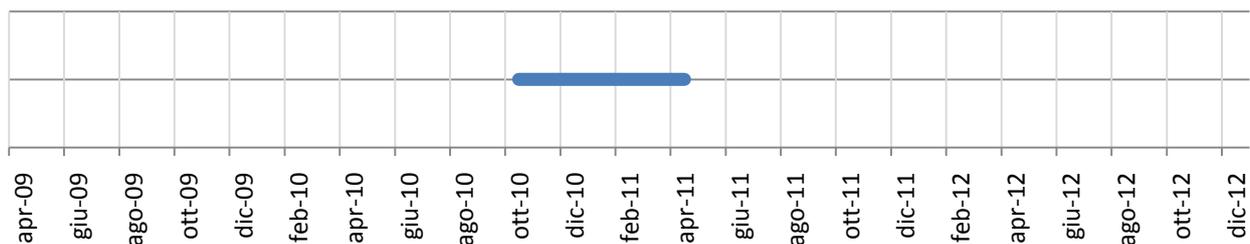
Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: Fornitura e posa in opera di pali e strutture d'arredo di illuminazione pubblica di foggia unica. Si prevede l'acquisto e la posa in opera di circa 100 pali in numerose vie del centro storico. L'intervento rappresenta il principale intervento del complessivo Piano riqualificazione e riconduzione ad unitarietà estetica del sistema di illuminazione pubblica del centro storico (area coincidente con il Distretto).

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato dal secondo semestre del 2010 e sarà terminato nel primo semestre 2011.



Per questo intervento non si presenta un budget in quanto rappresenta un progetto collaterale al Programma di Distretto e non viene quindi incluso nel Piano Finanziario complessivo.

Al momento, per questo intervento esiste sia il progetto preliminare che quello definitivo ma il secondo non è stato ancora approvato dalla Giunta comunale e l'intervento non è ancora inserito nel piano pluriennale delle opere pubbliche.

Intervento 3.4 – Qualificazione attraverso luminarie e abbellimento floreale

Obiettivo: Qualificazione e sistemazione degli spazi urbani annessi al Distretto in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale

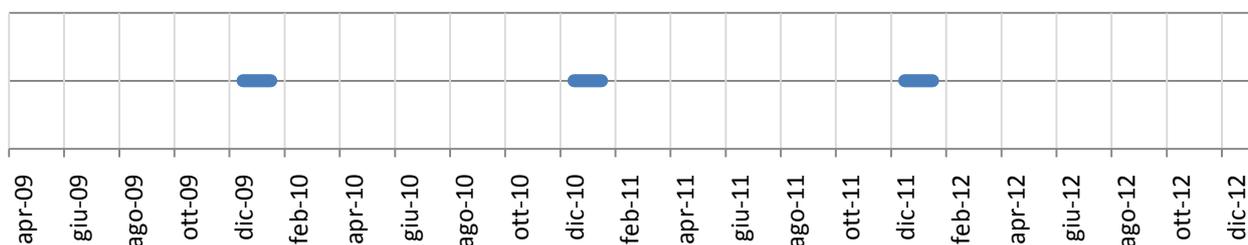
Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: L'intervento prevede l'allestimento di luminarie per le vie del Distretto, il posizionamento di alberi di Natale con relativa illuminazione, nell'ottica di voler creare una cornice consona e ricettiva nei riguardi dell'utenza in un particolare momento dell'anno (il Natale).

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Asso.Promo.Ter (Ascom).

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): L'intervento sarà realizzato durante i mesi di Dicembre e Gennaio di ogni anno.



BUDGET DELL'INTERVENTO 3.4 – Qualificazione attraverso luminarie e abbellimento floreale

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	120.000,00
- Spesa corrente	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	120.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa

Intervento 3.5 – Qualificazione estetica degli immobili a uso commerciale

Obiettivo: Scopo dell'intervento è migliorare l'estetica degli immobili ad uso commerciale e, quindi, l'impatto visivo al fine di creare un'ambiente maggiormente curato e piacevole da frequentare.

Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: L'intervento prevede lavori e opere edili per la sistemazione di facciate e fronti strada pertinenti ad attività commerciali. In particolare, gli investimenti riguardano:

- Sistemazione delle facciate;
- Rifacimento di vetrine ed infissi;
- Rifacimento delle aree esterne fronte-vetrina;
- Rifacimento di insegne;
- Illuminazione esterna.

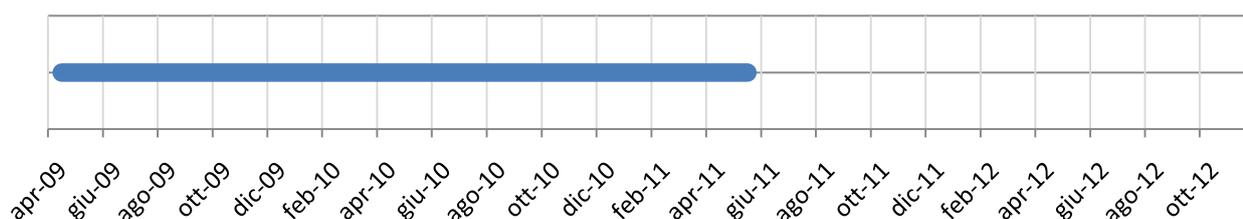
Gli interventi saranno realizzati nel rispetto delle indirizzi progettuali prescritti dagli uffici comunali competenti. Tali linee guida consentono di rendere omogenei dal punto di vista estetico gli interventi tra di loro e tra gli stessi e le opere di riqualificazione urbana promosse dall'Amministrazione Comunale. Dato che l'intento della Amministrazione Comunale è quello di coordinare quanto più possibile le proprie politiche commerciali e settoriali, sarà compito del Distretto proporre indirizzi progettuali condivisi anche per quanto riguarda queste tipologie di interventi.

Beneficiario del co-finanziamento: Imprese operanti nel Distretto. Gli operatori commerciali che aderiscono al progetto sono elencati nella tavola seguente.

Ragione Sociale	Codice Ateco	Localizzazione
Citterio Paolo	47.52.10	Via Garibaldi 14
Drogheria Leardi dei F.lli Leardi Snc	47.11.04	Piazza Duomo 7
Farmacia Callegari	47.73.10	Via Grattoni 6
Farmacia Gandini	47.73.10	Via Emilia 41/43
Farmacia Lugano	47.73.10	Via Emilia 168
Gelateria Briz snc di Giovanna Troisi e C.	56.10.30	Piazza Duomo 64
Incandenza srl	47.61.00	Via Emilia 89
Ottica Bolognesi Sas di Bolognesi Gianluca	47.72.20	Piazza Duomo 15
Ritz p2 Srl	47.72.10	Via Scalabelli 12
Vimercati & Co. Srl	47.29.90	Piazza San Bovo 37

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Ascom Voghera e Confesercenti.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Gli interventi in parte sono stati realizzati nel 2009, in parte troveranno attuazione nel corso del 2010 e del 2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 3.5 – Qualificazione estetica degli immobili ad uso commerciale

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	30.790,00	41.200,00	24.400,00	-	96.390,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	30.790,00	41.200,00	24.400,00	-	96.390,00

Importi IVA esclusa

Intervento 3.6 – Realizzazione di Dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno

Obiettivo: Scopo dell'intervento è da un lato migliorare la fruibilità degli spazi pubblici, aumentando così la vivibilità e la vivacità dell'area, dall'altro incrementare il servizio offerto in particolare dai pubblici esercizi.

Rientra nell'obiettivo strategico: *Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità.*

Descrizione: L'intervento prevede l'acquisto e la posa in area esterna all'esercizio commerciale di attrezzature (Dehors, pedane, ecc.) ed elementi di arredo (tavoli e sedie, vasi e fioriere, ecc.).

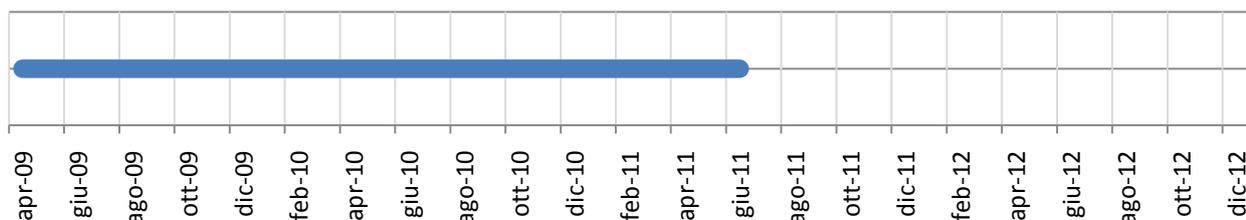
Gli interventi saranno realizzati nel rispetto delle indirizzi progettuali prescritti dagli uffici comunali competenti. Tali linee guida consentono di rendere omogenei dal punto di vista estetico gli interventi tra di loro e tra gli stessi e le opere di riqualificazione urbana promosse dall'Amministrazione Comunale. Dato che l'intento della Amministrazione Comunale è quello di coordinare quanto più possibile le proprie politiche commerciali e settoriali, sarà compito del Distretto proporre indirizzi progettuali condivisi anche per quanto riguarda queste tipologie di interventi.

Beneficiario del co-finanziamento: Imprese operanti nel Distretto. Gli operatori commerciali che aderiscono al progetto sono elencati nella tavola seguente.

Ragione Sociale	Codice Ateco	Localizzazione
Bar Allici	56.30.00	Via Emilia 66
Bar Liberty	56.30.00	Via Emilia 44
Bar Teatro di Negrini Sandra e c. Snc	56.10.11	Via Emilia 79
Cafè Cervinia Srl	55.40.00	Piazza Meardi
Caffè Portici di Tagliani Agnese	56.30.00	Piazza Duomo 75
Caffetteria San Lorenzo Snc	56.30.00	Via San Lorenzo 12
Pasticceria Medagliani di Girani Fabrizio	56.30.00	Via Emilia 112
Pizzeria Gallo Rosso Ristorante	56.10.11	Piazza Duomo 20
Quistapace Paolo	56.10.30	Via XX Settembre 52
Vimercati & Co. Srl	47.29.90	Piazza San Bovo 37

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Ascom Voghera e Confesercenti.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Gli interventi in parte sono stati realizzati nel 2009, in parte troveranno attuazione del corso del 2010 e del 2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 3.6 – Realizzazione di Dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	105.820,00	13.962,00	71.788,00	-	191.570,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	105.820,00	13.962,00	71.788,00	-	191.570,00

Importi IVA esclusa

4. ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ

Nell'ambito della macro-area di intervento "Accessibilità e mobilità" rientrano una serie di interventi volti migliorare l'accessibilità e la mobilità delle persone e delle merci nel Distretto (Obiettivo 4).

Obiettivo è quello di consentire ai frequentatori del Distretto una migliore facilità di accesso all'area e una migliore fruizione dei servizi da essa offerti. Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 4.1 – Qualificazione della viabilità di accesso al Distretto: Via Montebello, Via Matteotti

Intervento 4.2 – Realizzazione di un parcheggio di servizio al Distretto in Via Cavour

Intervento 4.3 – Riqualificazione della viabilità di un'area del Distretto: Via Mazzini, Via Galilei e Vicolo San Francesco

Intervento 4.4 – Qualificazione della viabilità pedonale e ciclabile di accesso al Distretto: Via Don Minzoni

Intervento 4.5 – Indagini coordinate con la valorizzazione del Distretto e mirate a valorizzare la politica dei tempi e degli orari

Intervento 4.6 – La giornata del centro storico di Voghera

Intervento 4.7 – Riqualificazione della viabilità di uno dei principali assi commerciali del Distretto: Via Cavour

Si noti che due di questi interventi (4.5 e 4.6) garantiscono il coordinamento con il PTO (Piano Territoriale degli Orari).

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in interventi legati all'accessibilità e alla mobilità di 1.635.795,00 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	-	-	-	-	-
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
INVESTIMENTI PUBBLICI	260.000,00	1.215.795,00	160.000,00	-	1.635.795,00
- Spesa corrente	50.000,00	21.000,00	-	-	71.000,00
- Spesa in conto capitale	210.000,00	1.194.795,00	160.000,00	-	1.564.795,00
COSTO TOTALE	260.000,00	1.215.795,00	160.000,00	-	1.635.795,00
- Spesa corrente	50.000,00	21.000,00	-	-	71.000,00
- Spesa in conto capitale	210.000,00	1.194.795,00	160.000,00	-	1.564.795,00

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 4.1 – Qualificazione della viabilità di accesso al Distretto: Via Montebello, Via Matteotti

Obiettivo: Qualificare la viabilità e i parcheggi in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale

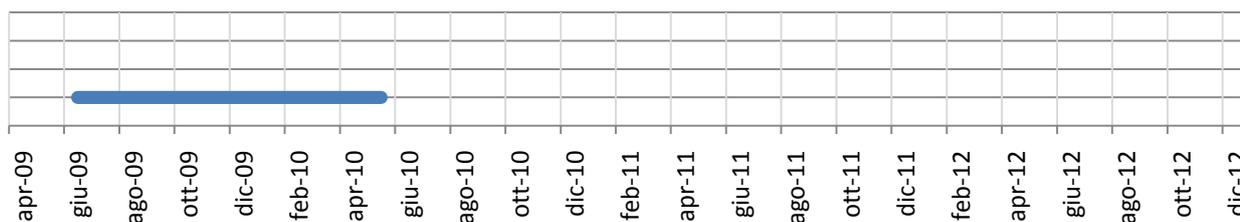
Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

Descrizione: Qualificazione della viabilità nella intersezione tra Via Matteotti e Via Montebello funzionale all'accesso al Distretto (è uno dei principali gate di accesso veicolare al Distretto). L'intervento prevede la realizzazione di una rotonda in sostituzione dello svincolo canalizzato attuale. L'intervento si inquadra nel più complessivo sistema di interventi di qualificazione della viabilità (in senso funzionale e/o estetico) dell'area del Distretto in corso dal 2004.

Beneficiario del co-finanziamento: Comune di Voghera.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): I lavori inizieranno nell'ultimo semestre del 2009 e termineranno entro il secondo quadrimestre 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.1 – Qualificazione della viabilità di accesso al Distretto: Via Montebello, Via Matteotti

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	190.000,00	131.295,00	-	-	321.295,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	190.000,00	131.295,00	-	-	321.295,00

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.2 – Realizzazione di un parcheggio di servizio al Distretto in Via Cavour

Obiettivo: Qualificare la viabilità e i parcheggi in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale.

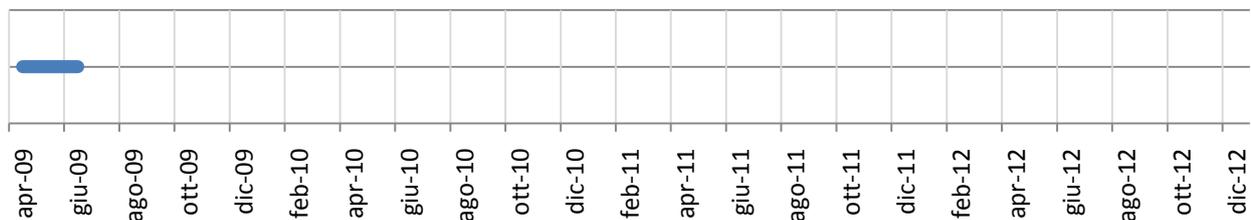
Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

Descrizione: Il progetto prevede la realizzazione ex novo, presso Via Cavour, di un parcheggio in una area sterrata e incolta, acquistata appositamente dal Comune per tale scopo da Poste Italiane Spa. L'intervento si è sostanziato nella realizzazione della pavimentazione in porfido, nella installazione di segnaletica e illuminazione pubblica (prima assente) e nella costruzione di un muro di cinta. La Via Cavour è uno dei principali assi commerciali del Distretto. L'intervento si inquadra nel più complesso sistema di interventi di qualificazione della viabilità e dei parcheggi dell'area del Distretto in corso dal 2004.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): I lavori sono terminati nel primo semestre 2009.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.2 – Realizzazione di un parcheggio di servizio al Distretto in Via Cavour

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	20.000,00	-	-	-	20.000,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	20.000,00	-	-	-	20.000,00

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.3 – Riqualificazione della viabilità di un’area del Distretto: Via Mazzini, Via Galilei e Vicolo San Francesco

Obiettivo: Qualificare la viabilità e i parcheggi in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale.

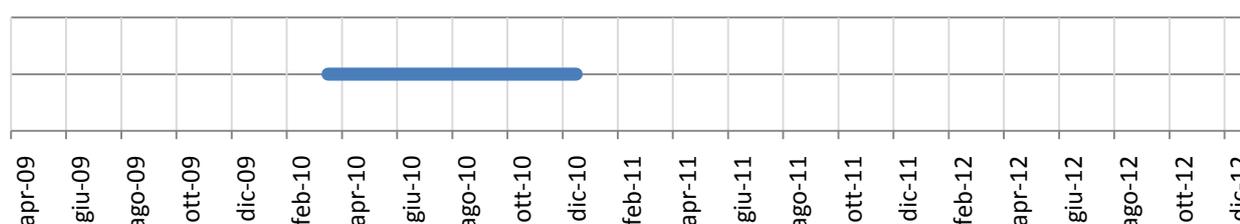
Rientra nell’obiettivo strategico *Migliorare l’accessibilità al Distretto*.

Descrizione: Riqualificazione della viabilità, con particolare attenzione a quella pedonale, della Vie Mazzini e Galilei e del connesso vicolo San Francesco. La riqualificazione viene realizzata in porfido e pietre naturali autoctone. L’intervento si inquadra nel più complesso sistema di interventi di qualificazione della viabilità (in senso funzionale e/o estetico) dell’area del Distretto in corso dal 2004.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell’intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): I lavori inizieranno nel primo quadrimestre 2010 e termineranno entro la fine del 2010.



BUDGET DELL’INTERVENTO 4.3 – Riqualificazione della viabilità di un’area del Distretto: Via Mazzini, Via Galilei e Vicolo San Francesco

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	573.500,00	-	-	573.500,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	573.500,00	-	-	573.500,00

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.4 – Qualificazione della viabilità pedonale e ciclabile di accesso al Distretto: Via Don Minzoni

Obiettivo: Qualificare la viabilità e i parcheggi in modo finalizzato alla valorizzazione del Distretto commerciale.

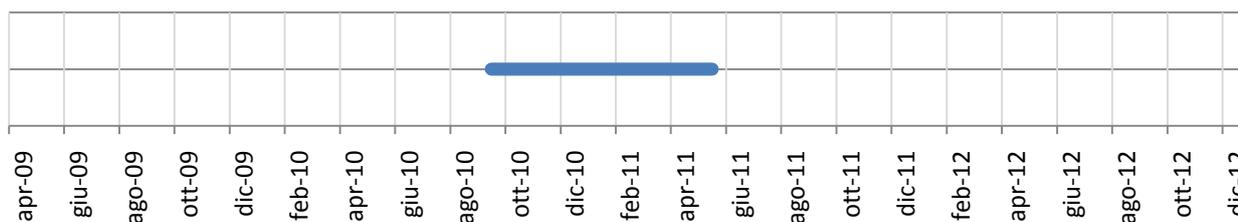
Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

Descrizione: Qualificazione della viabilità pedonale (marciapiedi) e ciclabile (piste) di Via Don Minzoni. L'intervento prevede il rifacimento completo di marciapiedi e lo sviluppo di una pista ciclabile. L'intervento costituisce il primo stralcio del sistema di ciclabilità della circonvallazione interna di Voghera, che rappresenta parte del perimetro del Distretto.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): I lavori inizieranno nel terzo quadrimestre 2010 e termineranno entro il primo semestre del 2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.4 – Qualificazione della viabilità pedonale e ciclabile di accesso al Distretto: Via Don Minzoni

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	70.000,00	80.000,00	-	150.000,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	70.000,00	80.000,00	-	150.000,00

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.5 – Indagini coordinate con la valorizzazione del Distretto e mirate a valorizzare la politica dei tempi e degli orari

Obiettivo: Valorizzare le politiche dei tempi e degli orari e potenziare l'attrattività del Distretto.

Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

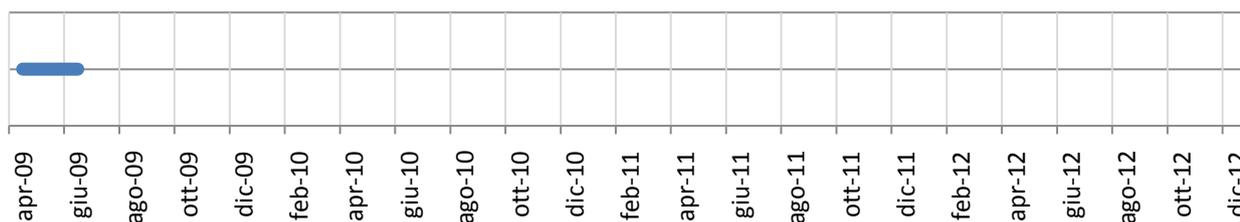
Descrizione: Sono state realizzate 2 tipologie di indagini:

- Analisi dei comportamenti dei cittadini frequentatori del Distretto, che è anche la sede dei principali uffici generatori di traffico pedonale e veicolare;
- Indagine sui flussi di traffico veicolare di accesso al Distretto e di utilizzo degli stalli di parcheggio posti a servizio del Distretto, con particolare riguardo al parcheggio di Piazza Duomo e quello della ex caserma della Cavalleria.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Le indagini sono state realizzate durante il secondo quadrimestre 2009.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.5 – Indagini coordinate con la valorizzazione del Distretto e mirate a valorizzare la politica dei tempi e degli orari

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	25.000,00	-	-	-	25.000,00
- Spesa corrente	25.000,00	-	-	-	25.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.6 – La giornata del centro storico di Voghera

Obiettivo: Valorizzare le politiche dei tempi e degli orari e potenziare l'attrattività del Distretto.

Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

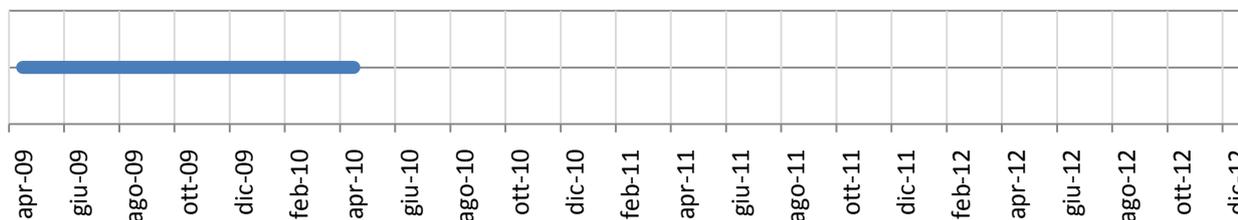
Descrizione: Il progetto è in corso di realizzazione attraverso le seguenti azioni progettuali finalizzate al coordinamento tra politiche degli orari della città e fruizione commerciale del Distretto:

- incontri preliminari con cittadini e esercenti;
- analisi preliminari;
- progetto di comunicazione con: due punti di informazione nella città (con n. 10 tabelloni illustrativi dei progetti), locandine illustrative da distribuire, segnaletica nel Centro Storico;
- sorveglianza parcheggio Centro Storico;
- attuazione degli interventi e sperimentazione delle azioni progettate (da Luglio a Dicembre 2009);
- monitoraggio delle azioni intraprese.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Il progetto è in corso di realizzazione e sarà terminato entro il primo quadrimestre 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.6 – La giornata del centro storico di Voghera

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	25.000,00	21.000,00	-	-	46.000,00
- Spesa corrente	25.000,00	21.000,00	-	-	46.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA inclusa.

Intervento 4.7 – Riqualificazione della viabilità di uno dei principali assi commerciali del Distretto: Via Cavour

Obiettivo: Qualificare la viabilità e i parcheggi allo scopo di valorizzare il Distretto commerciale.

Rientra nell'obiettivo strategico *Migliorare l'accessibilità al Distretto*.

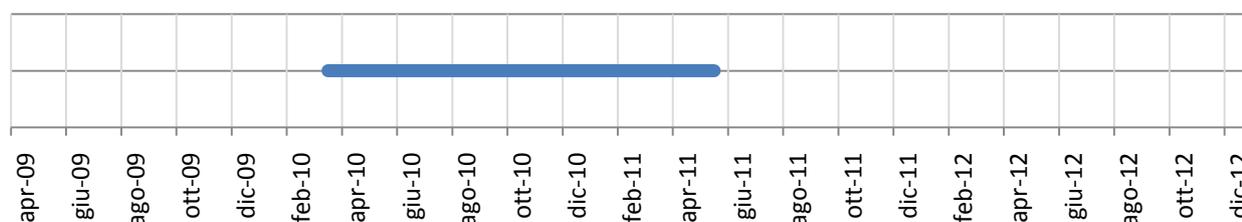
Descrizione: Riqualificazione della viabilità, con particolare attenzione a quella pedonale, di Via Cavour, quale asse di accesso diretto al fulcro centrale del Distretto (Piazza Duomo) e asse commerciale rilevante del Distretto. La riqualificazione sarà realizzata in porfido e pietre naturali.

L'intervento si inquadra nel complesso sistema di interventi di qualificazione della viabilità (in senso funzionale e/o estetico) dell'area del Distretto in corso dal 2004.

Beneficiario del co-finanziamento: Non è richiesto alcun contributo a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Comune di Voghera.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Il progetto sarà realizzato nel corso del 2010 e del 2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 4.7 – Riqualificazione della viabilità di uno dei principali assi commerciali del Distretto: Via Cavour

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	420.000,00	80.000,00	-	500.000,00
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	420.000,00	80.000,00	-	500.000,00

Importi IVA inclusa.

5. SICUREZZA

L'obiettivo di questa macro-area di intervento è aumentare il livello di sicurezza dell'area distrettuale attraverso interventi sia da parte dell'amministrazione comunale che dei privati. In questo caso sono previsti soltanto interventi da parte dei privati e in particolare per quegli esercizi particolarmente sensibili rispetto a questa problematica (farmacie). Come segnalato nell'analisi dei punti di forza e debolezza e nei risultati dell'indagine della domanda (cfr capitolo 4) **la sicurezza è considerato uno dei punti di forza del Distretto dal 18,8% dei frequentatori e non viene considerato una criticità da oltre il 93% degli stessi.**

Nell'ambito della macro-area di intervento "Sicurezza" rientra il seguente intervento:

Intervento 5.1 – Installazione di sistemi di videosorveglianza privata.

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in interventi legati alla sicurezza di 44.991,67 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
INVESTIMENTI PUBBLICI	-	-	-	-	-
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
COSTO TOTALE	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 5.1 – Installazione di sistemi di videosorveglianza privata

Obiettivo: il progetto si propone di integrare l'attuale videosorveglianza pubblica, adottando soluzioni tecnologiche private (impianti di videosorveglianza) volte ad aumentare la sicurezza urbana (reale e percepita). La principale funzione attribuita all'impianto di videosorveglianza consiste nell'esercitare un'azione deterrente idonea a scoraggiare la messa in atto di comportamenti illeciti, riducendo conseguentemente il rischio di danni ai beni e alle persone. Gli obiettivi perseguiti dal progetto sono volti a garantire la sicurezza del patrimonio artistico e ambientale, la tutela del cittadino e la riduzione dei fenomeni criminali in alcune aree a maggiore criticità.

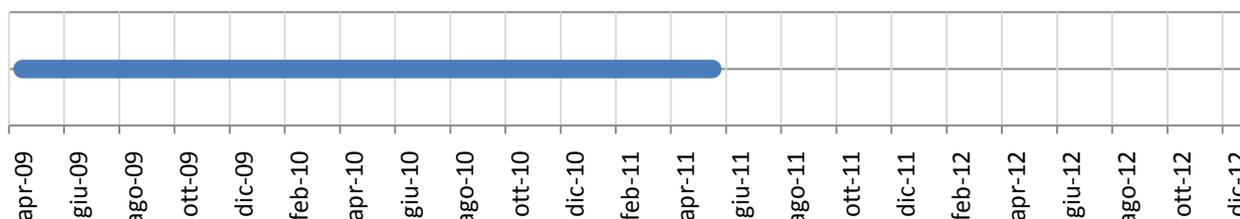
Descrizione: L'intervento consiste nell'installazione di telecamere all'esterno di alcuni punti vendita. Si tratta di interventi che, in prospettiva, potranno essere integrati e gestiti in modo condiviso tra i privati e l'amministrazione pubblica anche grazie all'installazione delle infrastrutture in fibra ottica effettuate dal comune.

Beneficiario del co-finanziamento: Imprese operanti nel Distretto. Gli operatori commerciali che aderiscono al progetto sono elencati nella tavola seguente.

Ragione Sociale	Codice Ateco	Localizzazione
Bar Teatro di Negrini Sandra e c. Snc	56.10.11	Via Emilia 79
Caffetteria San Lorenzo Snc	56.30.00	Via San Lorenzo 12
Farmacia Callegari	47.73.10	Via Grattoni 6
Farmacia Gandini	47.73.10	Via Emilia 41/43
Farmacia Gregotti	47.73.10	Piazza Duomo 16
Farmacia Lugano	47.73.10	Via Emilia 168
Pizzeria Gallo Rosso Ristorante	56.10.11	Piazza Duomo 20
Sozzani Guido ditta individuale	47.77.00	Via Emilia 136
Tabaccheria Cavour di Remollino Antonio	47.26.00	Via Cavour 18

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Ascom e Confesercenti.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Gli interventi saranno realizzati nel periodo 2009-2011.



BUDGET DELL'INTERVENTO 5.1 – Installazione di sistemi di videosorveglianza privata

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67

Importi IVA esclusa

6. GESTIONE DEI SERVIZI IN COMUNE

Nell'ambito della macro-area "Gestione dei servizi in comune" rientrano una serie di interventi volti a costruire un sistema di governance e di competenze per lo sviluppo del Distretto (Obiettivo 6). Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 6.1 – Marketing di Distretto: Analisi mensile del mercato sulla base dei dati del sistema POS.

Intervento 6.2 – Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di marketing degli operatori del Distretto.

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in interventi di gestione dei servizi in comune di 11.000,00 euro.

BUDGET PER TIPOLOGIA DI INVESTITORE E NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTI PRIVATI	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00
- Spesa corrente	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
INVESTIMENTI PUBBLICI	-	-	-	-	-
- Spesa corrente	-	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-
COSTO TOTALE	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00
- Spesa corrente	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun intervento.

Intervento 6.1 – Marketing di Distretto: Analisi mensile del mercato sulla base dei dati del sistema POS

Obiettivo: Scopo dell'intervento è quello di definire un sistema di *governance* capace di indirizzare le azioni del Distretto cogliendo ulteriori opportunità di sviluppo attraverso una nuova progettualità e una capacità di attrazione di risorse aggiuntive.

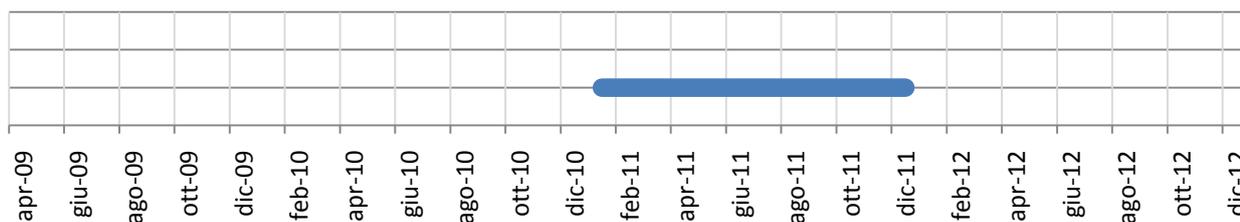
Rientra nell'obiettivo strategico: *Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto.*

Descrizione: L'intervento consiste nello sviluppo di un'analisi condivisa da un panel di commercianti, estendibile successivamente a tutto il distretto, dei dati di vendita mensili acquisiti attraverso il sistema POS adottato con l'intervento 1.3 "Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising".

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Conesercenti provinciale di Pavia.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Tale intervento sarà realizzato durante il 2011, appena saranno disponibili i dati del sistema POS dell'intervento 1.3.



BUDGET DELL'INTERVENTO 6.1 – Marketing di Distretto: Analisi mensile del mercato sulla base dei dati del sistema POS

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	-	6.000,00	-	6.000,00
- Spesa corrente	-	-	6.000,00	-	6.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA esclusa

Intervento 6.2 – Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di marketing degli operatori del Distretto

Obiettivo: Scopo dell'intervento è quello di sviluppare delle azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto Diffuso del Commercio.

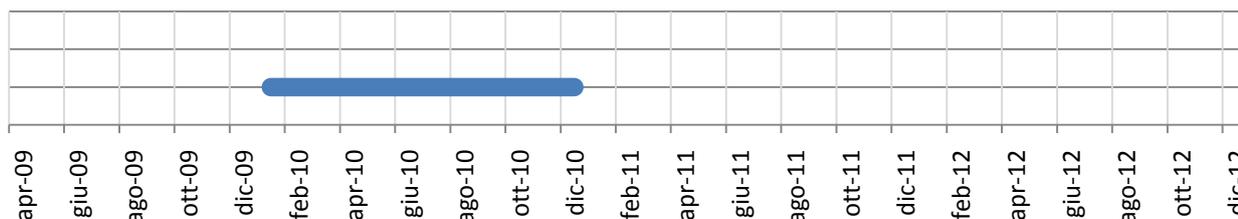
Rientra nell'obiettivo strategico: *Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto.*

Descrizione: L'intervento consiste nella progettazione, organizzazione e coordinamento di attività di formazione sulle tematiche di marketing e commerciali rivolte a favore degli operatori commerciali e di somministrazione del Distretto.

Beneficiario del co-finanziamento: Non sono richiesti contributi a Regione Lombardia.

Attuatore (Responsabile dell'intervento): Camera di Commercio di Pavia.

Cronoprogramma (Tempistica di attuazione): Tale intervento sarà realizzato durante il 2010.



BUDGET DELL'INTERVENTO 6.2 – Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di marketing degli operatori del Distretto.

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
COSTO TOTALE	-	5.000,00	-	-	5.000,00
- Spesa corrente	-	5.000,00	-	-	5.000,00
- Spesa in conto capitale	-	-	-	-	-

Importi IVA esclusa

7 – PIANO FINANZIARIO COMPLESSIVO

Nelle pagine seguenti vengono riportati, per ciascuna delle sei macro-aree di intervento definite da Regione Lombardia e per il Piano delle Attività complessivo:

- un budget relativo agli investimenti previsti dal Piano delle Attività (cfr. Cap 6), declinati per anno e per tipologia di intervento;
- un budget che evidenzia solo gli interventi oggetto di richiesta di co-finanziamento, con indicazione (in euro) del contributo richiesto a Regione Lombardia. Sono state considerate solo le spese ammissibili sulla base dei requisiti previsti dal Bando sui Distretti Diffusi del Commercio (D.d.g. 25 maggio 2009, n.5151, pag.9-10);
- la richiesta di finanziamento da parte del soggetto Capofila per costi di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto Diffuso di Voghera previsti dal Bando sui Distretti Urbani del Commercio (D.d.g. 25 maggio 2009, n.5151, pag.10).

MACRO-AREA DI INTERVENTO “COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO”

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in attività di Comunicazione e marketing di euro 68.880,00. A fronte di tale investimento non si richiede alcun contributo a Regione Lombardia.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

INTERVENTO	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
Intervento 1.1 – Analisi dei comportamenti d’acquisto/di consumo e delle aspettative dei residenti e di posizionamento del Distretto commerciale e analisi qualitativa dell’offerta del Distretto.	11.880,00	-	-	-	11.880,00
Intervento 1.2 – Indagine di customer satisfaction e analisi degli altri indicatori di monitoraggio delle performance di Distretto.	4.000,00	4.000,00	-	-	8.000,00
Intervento 1.3 – Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising	-	25.000,00	24.000,00	-	49.000,00
TOTALE COMUNICAZIONE E MARKETING	15.880,00	29.000,00	24.000,00	-	68.880,00

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
1.1 – Analisi dei comportamenti d’acquisto/di consumo e delle aspettative dei residenti e di posizionamento del Distretto commerciale e analisi qualitativa dell’offerta del Distretto.	-	-	-
1.2 – Indagine di customer satisfaction e analisi degli altri indicatori di monitoraggio delle performance di Distretto.	-	-	-
1.3 – Marketing di Distretto: Progetto pilota integrato POS – Card – Advertising	-	-	-
TOTALE COMUNICAZIONE E MARKETING	-	-	-

MACRO-AREA DI INTERVENTO “PROMOZIONE E ANIMAZIONE”

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in Interventi di promozione e animazione di euro 630.000,00. A fronte di tale investimento non si richiede alcun contributo a Regione Lombardia.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
2.1 – Piano promozionale del Distretto 2010 per la crisi dei consumi	-	12.000,00	-	-	12.000,00
2.2 – Campagne annuali di animazione del Distretto organizzate dal Comune	12.000,00	16.000,00	4.000,00	-	32.000,00
2.3 – Evento annuale Fiera dell’Ascensione organizzato dal Comune	256.000,00	220.000,00	-	-	476.000,00
2.4 – Serie coordinata di eventi “Voghera di sera”	24.000,00	27.000,00	29.000,00	30.000,00	110.000,00
TOTALE PROMOZIONE E ANIMAZIONE	292.000,00	275.000,00	33.000,00	30.000,00	630.000,00

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
2.1 – Piano promozionale del Distretto 2010 per la crisi dei consumi	-	-	-
2.2 – Campagne annuali di animazione del Distretto organizzate dal Comune	-	-	-
2.3 – Evento annuale Fiera dell’Ascensione organizzato dal Comune	-	-	-
2.4 – Serie coordinata di eventi “Voghera di sera”	-	-	-
TOTALE PROMOZIONE E ANIMAZIONE	-	-	-

MACRO-AREA DI INTERVENTO “INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA”

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012 è previsto un investimento in Interventi strutturali di qualificazione urbana di 1.111.098,00 euro. A fronte di tale investimento, si presentano a richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia interventi per un valore di euro 304.098,00. Il contributo richiesto è di 150.365,90 euro.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
3.1 – Nuova illuminazione della viabilità di accesso al Distretto: Vie Montebello e Matteotti	-	16.138,00	-	-	16.138,00
3.2 – Qualificazione della viabilità pedonale e veicolare con parco urbano: Piazza Liberazione	687.000,00	-	-	-	687.000,00
3.3 – Riquilificazione dell'intero sistema di illuminazione pubblica del centro storico	-	-	-	-	-
3.4 – Qualificazione attraverso luminarie e abbellimento floreale	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	120.000,00
3.5 – Qualificazione estetica degli immobili a uso commerciale	30.790,00	41.200,00	24.400,00	-	96.390,00
3.6 – Realizzazione di Dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno	105.820,00	13.962,00	71.788,00	-	191.570,00
TOTALE INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA	853.610,00	101.300,00	126.188,00	30.000,00	1.111.098,00

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
3.1 – Nuova illuminazione della viabilità di accesso al Distretto: Vie Montebello e Matteotti	16.138,00	9.752,10	6.385,90
3.2 – Qualificazione della viabilità pedonale e veicolare con parco urbano: Piazza Liberazione	-	-	-
3.3 – Riquilificazione dell'intero sistema di illuminazione pubblica del centro storico	-	-	-
3.4 – Qualificazione attraverso luminarie e abbellimento floreale	-	-	-
3.5 – Qualificazione estetica degli immobili a uso commerciale	96.390,00	48.195,00	48.195,00
3.6 – Realizzazione di Dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno	191.570,00	95.785,00	95.785,00
TOTALE INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA	304.098,00	153.732,10	150.365,90

MACRO-AREA DI INTERVENTO “ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ”

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012, è previsto un investimento in Accessibilità e Mobilità di 1.635.795,00 euro. A fronte di tale investimento, si presentano, a richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia, interventi per un valore di euro 321.295,00. Il contributo richiesto è di euro 127.138,27.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
4.1 – Qualificazione della viabilità di accesso al Distretto: Via Montebello, Via Matteotti	190.000,00	131.295,00	-	-	321.295,00
4.2 – Realizzazione di un parcheggio di servizio al Distretto in Via Cavour	20.000,00	-	-	-	20.000,00
4.3 – Riqualficazione della viabilità di un’area del Distretto: Via Mazzini, Via Galilei e Vicolo San Francesco	-	573.500,00	-	-	573.500,00
4.4 – Qualificazione della viabilità pedonale e ciclabile di accesso al Distretto: Via Don Minzoni	-	70.000,00	80.000,00	-	150.000,00
4.5 – Indagini coordinate con la valorizzazione del Distretto e mirate a valorizzare la politica dei tempi e degli orari	25.000,00	-	-	-	25.000,00
4.6 – La giornata del centro storico di Voghera	25.000,00	21.000,00	-	-	46.000,00
4.7 – Riqualficazione della viabilità di uno dei principali assi commerciali del Distretto: Via Cavour	-	420.000,00	80.000,00	-	500.000,00
TOTALE ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	260.000,00	1.215.795,00	160.000,00	-	1.635.795,00

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
4.1 – Qualificazione della viabilità di accesso al Distretto: Via Montebello, Via Matteotti	321.295,00	194.156,73	127.138,27
4.2 – Realizzazione di un parcheggio di servizio al Distretto in Via Cavour	-	-	-
4.3 – Riqualficazione della viabilità di un’area del Distretto: Via Mazzini, Via Galilei e Vicolo San Francesco	-	-	-
4.4 – Qualificazione della viabilità pedonale e ciclabile di accesso al Distretto: Via Don Minzoni	-	-	-
4.5 – Indagini coordinate con la valorizzazione del Distretto e mirate a valorizzare la politica dei tempi e degli orari	-	-	-
4.6 – La giornata del centro storico di Voghera	-	-	-
4.7 – Riqualficazione della viabilità di uno dei principali assi commerciali del Distretto: Via Cavour	-	-	-
TOTALE ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	321.295,00	194.156,73	127.138,27

MACRO-AREA DI INTERVENTO "SICUREZZA"

Complessivamente, tra il 2008 e il 2012 è previsto un investimento in Sicurezza di euro 44.991,67. A fronte di tale investimento, si presentano, a richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia, interventi per un valore di 44.991,67 euro. Il contributo richiesto è di 22.495,84 euro.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
5.1 – Installazione di sistemi di videosorveglianza privata	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
TOTALE SICUREZZA	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
5.1 – Installazione di sistemi di videosorveglianza privata	44.991,67	22.495,84	22.495,84
TOTALE SICUREZZA	44.991,67	22.495,84	22.495,84

MACRO-AREA DI INTERVENTO “GESTIONE DEI SERVIZI IN COMUNE”

Complessivamente, tra il 2008 e il 2012, è previsto un investimento in gestione dei servizi in comune di euro 11.000,00. A fronte di tale investimento non si presenta alcuna richiesta di contributo a Regione Lombardia.

BUDGET (IN EURO) PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO E PER ANNO

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
6.1 – Marketing di Distretto: Analisi mensile del mercato sulla base dei dati del sistema POS	-	-	6.000,00	-	6.000,00
6.2 - Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di marketing degli operatori del Distretto	-	5.000,00	-	-	-
TOTALE GESTIONE DEI SERVIZI IN COMUNE	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER SINGOLO INTERVENTO PREVISTO (IN EURO)

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
6.1 – Marketing di Distretto: Analisi mensile del mercato sulla base dei dati del sistema POS	-	-	-
Attività di formazione per lo sviluppo delle competenze di marketing degli operatori del Distretto	-	-	-
TOTALE GESTIONE DEI SERVIZI IN COMUNE	-	-	-

PIANO COMPLESSIVO DELLE ATTIVITÀ

Complessivamente, tra il 2009 e il 2012, è previsto un investimento complessivo di 3.501.764,67 euro. A fronte di tale investimento, si presentano, a richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia, interventi per un valore di 750.384,67 euro. Il contributo richiesto, come previsto dal Bando, è di 300.000,00 euro.

BUDGET (IN EURO) DEL PIANO DELLE ATTIVITÀ PER MACRO-AREA DI INTERVENTO E PER ANNO

MACRO-AREA	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
1. COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO	15.880,00	29.000,00	24.000,00	-	68.880,00
2. PROMOZIONE E ANIMAZIONE	292.000,00	275.000,00	33.000,00	30.000,00	630.000,00
3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA	853.610,00	101.300,00	126.188,00	30.000,00	1.111.098,00
4. ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	260.000,00	1.215.795,00	160.000,00	-	1.635.795,00
5. SICUREZZA	18.491,67	12.900,00	13.600,00	-	44.991,67
6. GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE	-	5.000,00	6.000,00	-	11.000,00
TOTALE	1.439.981,67	1.638.995,00	362.788,00	60.000,00	3.501.764,67

CONTRIBUTO RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER MACRO-AREA DI INTERVENTO (IN EURO)

MACRO-AREA	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)
1. COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO	-	-	-
2. PROMOZIONE E ANIMAZIONE	-	-	-
3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA	304.098,00	153.732,10	150.365,90
4. ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	401.295,00	194.156,73	127.138,27
5. SICUREZZA	44.991,67	22.495,84	22.495,84
6. GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE	-	-	-
TOTALE	750.384,67	370.384,67	300.000,00

Il progetto ha consentito di mettere a sistema sul territorio risorse di natura pubblica e privata per la valorizzazione del Distretto Diffuso del Commercio di Voghera per un ammontare superiore a quanto richiesto dal Bando. In particolare, **il valore complessivo delle risorse risulta pari a oltre undici volte e mezza l'ammontare di co-finanziamento** previsto da Regione Lombardia: ciò significa che, per ogni euro di co-finanziamento regionale, il partenariato pubblico-privato ha investito, per i diversi interventi nelle sei macro-aree di attività previste dal Bando, più di 11,5 euro.

Di seguito viene riportato il budget complessivo per il 2009-2012, suddiviso per le diverse tipologie di soggetti finanziatori, sia pubblici che privati.

Si evidenzia che i contributi richiesti alla Regione Lombardia sono così suddivisi:

Soggetto	Valore	Percentuale
Privato	166.475,84	55,5
Pubblico	133.524,17	44,5
Totale	300.000,00	100,00

BUDGET TOTALE DEL PROGRAMMA (IN EURO) PER SOGGETTO FINANZIATORE

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
PRIVATI	209.101,67	155.062,00	198.788,00	60.000,00	622.951,67
- Singoli operatori commerciali	155.101,67	68.062,00	109.788,00	-	332.951,67
- Associazioni dei commercianti (Ascom e Confesercenti)	54.000,00	82.000,00	89.000,00	60.000,00	285.000,00
- Camera di Commercio di Pavia	-	5.000,00	-	-	5.000,00
AMMINISTRAZIONE COMUNALE	1.230.880,00	1.483.933,00	164.000,00	-	2.878.813,00
TOTALE	1.439.981,67	1.638.995,00	362.788,00	60.000,00	3.501.764,67

Di seguito viene riportato il valore delle attività distinto per natura della spesa. **Si evidenzia come non sia richiesto alcun contributo in spese correnti a Regione Lombardia.**

BUDGET DEL PIANO DELLE ATTIVITÀ (IN EURO) PER NATURA DELLA SPESA

	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Totale
INVESTIMENTO TOTALE	1.439.981,67	1.638.995,00	362.788,00	60.000,00	3.501.764,67
- Spesa corrente	387.880,00	345.000,00	83.000,00	60.000,00	875.880,00
- Spesa in conto capitale	1.052.101,67	1.293.995,00	279.788,00	-	2.625.884,67

CONTRIBUTO (IN EURO) RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER NATURA DELLA SPESA

	Intervento in contribuzione (euro)	Contributo a carico del partenariato (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (euro)	Contributo richiesto a Regione Lombardia (%)
INVESTIMENTO TOTALE	670.384,67	370.384,67	300.000,00	100,0
- Spesa corrente	-	-	-	-
- Spesa in conto capitale	670.384,67	370.384,67	300.000,00	100,0

CONTRIBUTO (IN EURO) RICHIESTO A REGIONE LOMBARDIA PER COSTI DI COORDINAMENTO E GESTIONE FUNZIONALI ALLA REALIZZAZIONE DEL DISTRETTO

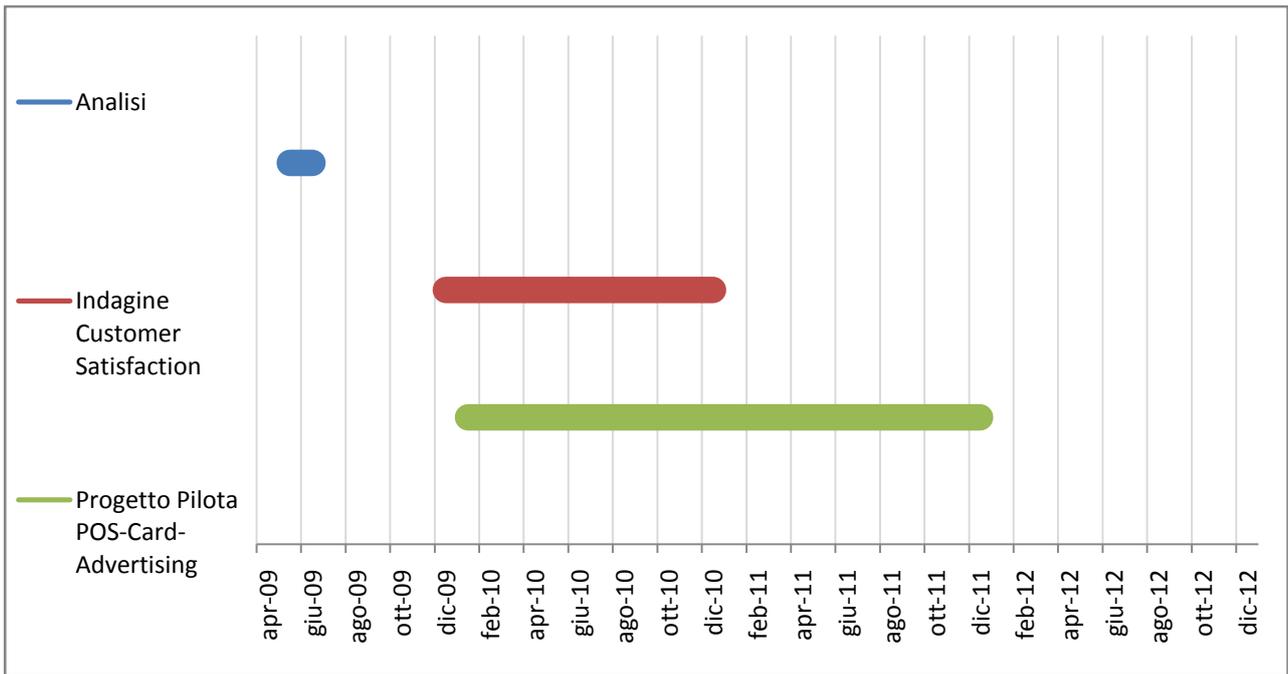
In aggiunta ai massimali previsti a favore del Distretto Diffuso del Commercio di Voghera, il soggetto Capofila (Amministrazione comunale di Voghera) richiede un contributo di finanziamento pari a 20.000,00 euro (ventimila euro) a copertura delle attività di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto previsti dal Bando sui Distretti del Commercio (D.d.g. 25 maggio 2009, n.5151, pag.10).

8 – CRONOPROGRAMMA

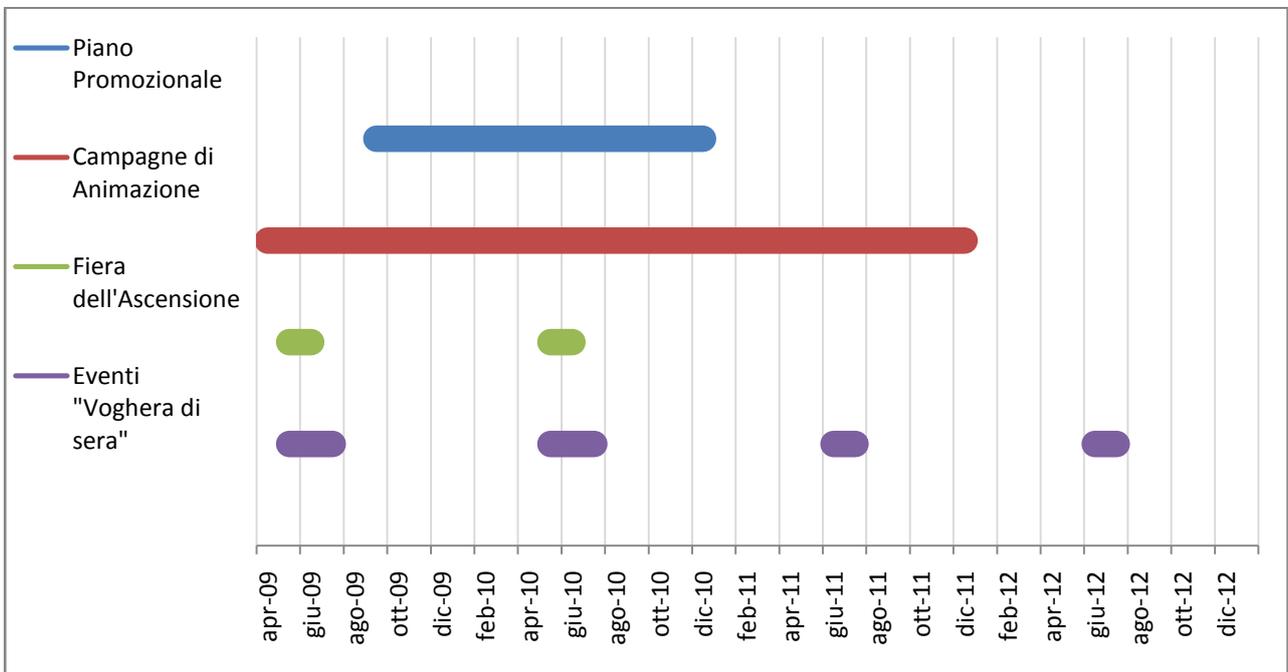
Di seguito viene fornita una rappresentazione (cronoprogramma) riassuntiva dei tempi in cui si prevede di realizzare gli interventi delle singole macro-aree, che consentono di raggiungere i diversi obiettivi strategici e, conseguentemente, il programma nel suo complesso. Il diagramma riporta sull'asse delle ordinate i singoli interventi e su quello delle ascisse i relativi tempi di esecuzione.

La finestra temporale considerata è quella prevista nel Piano delle Attività: dal 1° aprile 2009 (data a partire dalla quale gli interventi quietanzati - anche se già realizzati - sono ammessi al finanziamento) al 31 dicembre 2012.

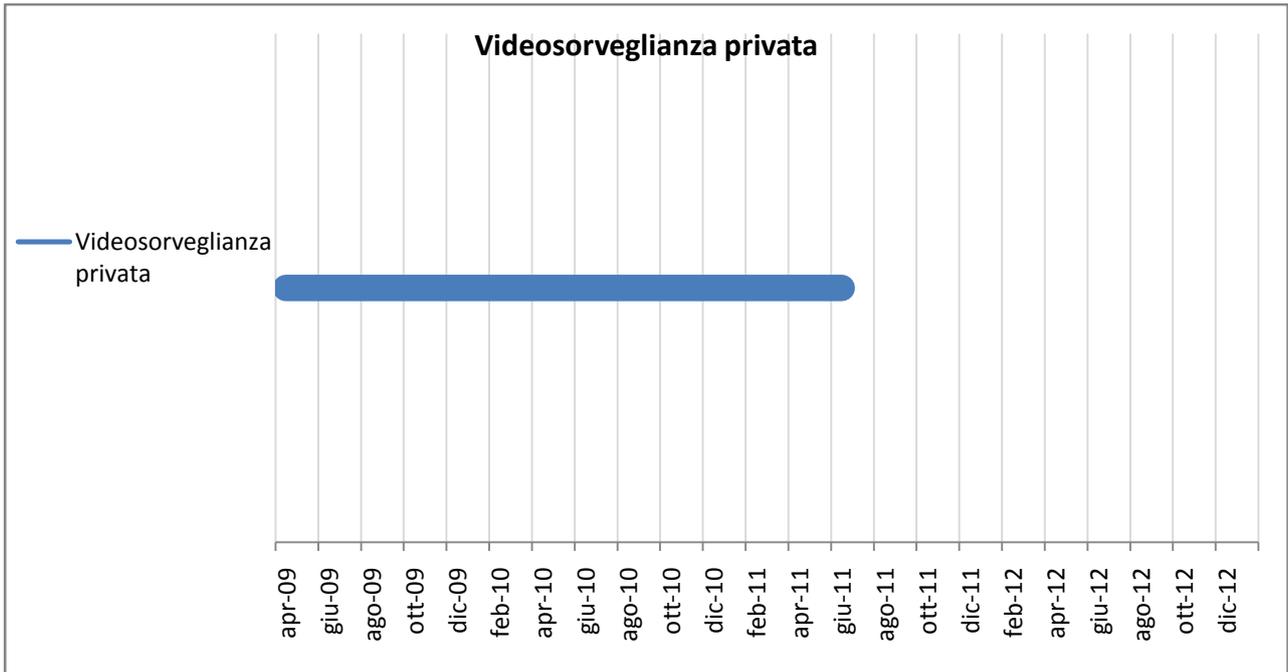
MACRO-AREA 1 – COMUNICAZIONE E MARKETING DI DISTRETTO



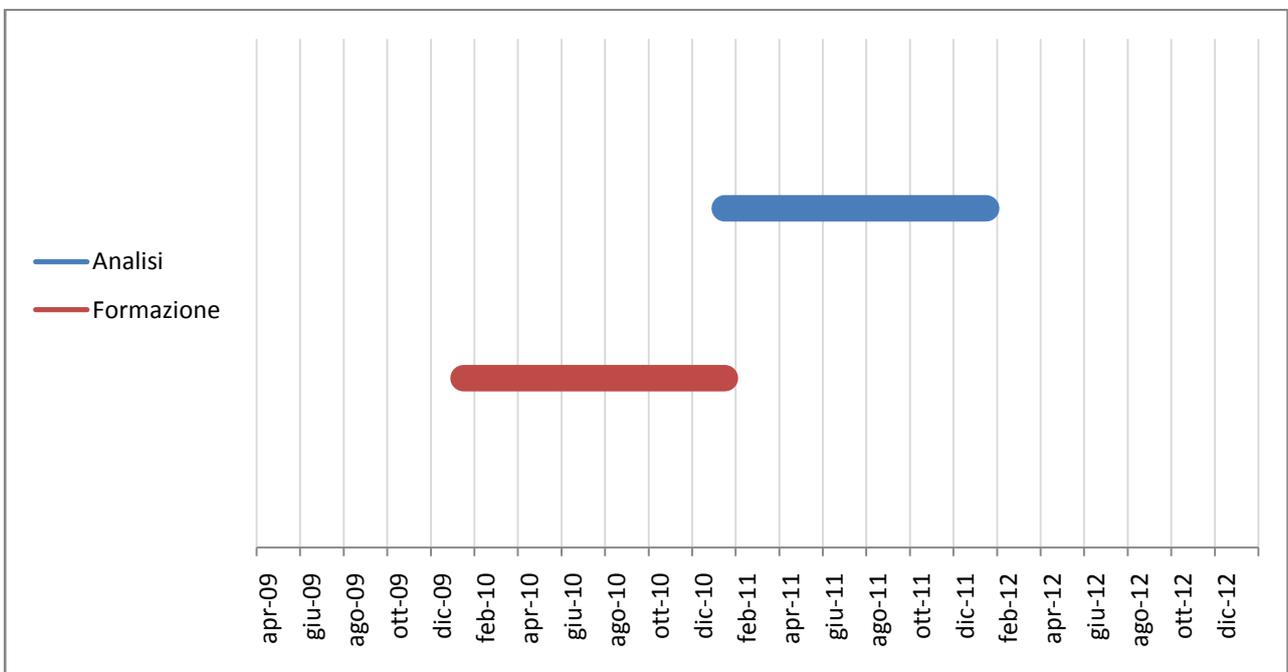
MACRO-AREA 2 – PROMOZIONE E ANIMAZIONE



MACRO-AREA 5 – SICUREZZA



MACRO-AREA 6 – GESTIONE DEI SERVIZI IN COMUNE



9 - MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La misurazione dei risultati raggiunti rappresenta un elemento conoscitivo fondamentale per valutare l'efficacia delle azioni realizzate e per guidare lo sviluppo del Distretto sulla base di riscontri oggettivi. A tal fine si è deciso di effettuare un'attività di monitoraggio e di valutazione così strutturata:

1. È stato individuato un insieme di indicatori di performance (KPI - *Key Performance Indicator*) che permettono di monitorare il raggiungimento degli obiettivi strategico-competitivi prefissati.
2. L'attività di monitoraggio sarà sviluppata nelle seguenti fasi:
 - Misurazione iniziale degli indicatori di performance. Tale misurazione, effettuata in coincidenza con la fase di avvio del Piano delle Attività, fornirà un quadro puntuale della situazione iniziale del Distretto relativamente ad alcuni aspetti chiave e rappresenterà il *benchmark* di riferimento per la valutazione delle performance delle iniziative realizzate;
 - Misurazione periodica degli indicatori di performance. Tali misurazioni consentiranno di misurare nel tempo le modificazioni delle performance del Distretto e il grado di successo delle iniziative intraprese. La cadenza delle rilevazioni sarà normalmente annuale, ma potrà anche riguardare periodi più brevi o più lunghi in funzione della natura del fenomeno che si intende misurare e delle risorse economiche destinate a tali misurazioni.
3. Le performance del Distretto saranno valutate, a seconda dei casi, in base ad uno dei seguenti livelli di analisi:
 - Piano delle Attività nel suo complesso;
 - singoli Obiettivi strategici individuati.

9.1 KPI relativi al Piano delle Attività nel suo complesso

- Andamento delle vendite effettuate dagli esercizi commerciali

INDICATORE	Indice delle vendite: variazione percentuale delle vendite trimestrali effettuate dagli esercizi commerciali del Distretto rispetto al trimestre precedente e allo stesso trimestre dell'anno precedente.
PERIODICITÀ	Trimestrale, con riepilogo annuale.
FINALITÀ	Valutare la capacità attrattiva dell'area sulla base dell'andamento delle vendite del settore commerciale (misurato su un panel di imprese).

- Flussi pedonali

INDICATORE	Indice di Flusso pedonale: variazione percentuale dei flussi pedonali nell'area del Distretto rispetto all'anno precedente.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare l'andamento del volume dei flussi pedonali e della capacità di attrazione del Distretto.

- Grado di soddisfazione dell'attività svolta dal Distretto

INDICATORE	Indice di Customer Satisfaction: giudizio espresso da commercianti, residenti e frequentatori su aspetti identificativi della vitalità e vivibilità del Distretto risultante da una specifica indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la soddisfazione di frequentatori, residenti e operatori economici relativamente all'area del Distretto.

- Costo di locazione dei locali a destinazione commerciale

INDICATORE	Indice di <i>Retail Rent</i> : variazione percentuale rispetto all'anno precedente del costo di locazione al mq dei locali con destinazione commerciale presenti nelle diverse sub-aree del Distretto.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare l'andamento dei valori immobiliari presenti nell'area.

- Tasso di occupazione delle unità edilizie con destinazione commerciale

INDICATORE	Indice di <i>Retail Vacancy</i> : variazione percentuale (rispetto all'anno precedente) del numero di locali posizionati sul fronte strada al piano terra con destinazione commerciale non affittati sul totale dei locali posizionati sul fronte strada al piano terra con destinazione commerciale presenti nell'area del Distretto.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la capacità dell'area di attrarre imprese del terziario commerciale.

9.2 KPI relativi ai singoli obiettivi strategici

Obiettivo 1 - *Comunicazione e Marketing integrati di Distretto*

- Notorietà del Distretto

INDICATORE	Indice di <i>Brand Awareness</i> del Distretto: numero di utenti che conoscono il Distretto e le sue iniziative, risultante da una sezione di analisi nell'ambito della prevista indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Misurare il livello di notorietà del Distretto e delle sue azioni.

Obiettivo 2 - *Promozione e animazione integrate di Distretto*

- Conoscenza e soddisfazione per le attività di promozione e animazione realizzate

INDICATORE	Indice di conoscenza e indice di soddisfazione dei cittadini relativi alle attività di promozione e di animazione/eventi realizzate, sezione di analisi nell'ambito della prevista indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Misurare la conoscenza e apprezzamento delle attività di promozione e animazione.

Obiettivo 3 - *Interventi strutturali di qualificazione urbana*

- Manutenzione percepita degli spazi pubblici

INDICATORE	Indice di manutenzione percepita: variazione percentuale della manutenzione percepita degli spazi pubblici dell'area del Distretto risultante da un'indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la percezione dei frequentatori circa la qualità della manutenzione degli spazi pubblici.

- Pulizia percepita degli spazi pubblici

INDICATORE	Indice di pulizia percepita: variazione percentuale della pulizia percepita degli spazi pubblici dell'area del Distretto risultante da un'indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la percezione dei frequentatori circa la qualità della pulizia degli spazi pubblici.

Obiettivo 4 - *Accessibilità e la mobilità*

- Posti auto disponibili

INDICATORE	Indice di disponibilità di parcheggi: variazione percentuale rispetto all'anno precedente del numero di posti auto presenti nei parcheggi per autovetture a servizio dell'area del Distretto.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Conoscere la disponibilità dei parcheggi per autovetture a servizio dell'area commerciale

Obiettivo 5 - *Sicurezza*

- Livello di sicurezza reale

INDICATORE	Indice di sicurezza reale: variazione percentuale rispetto all'anno precedente del numero di crimini comuni (ad es. furti, scippi, atti di vandalismo) compiuti nell'area del Distretto.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare il livello di criminalità dell'area commerciale del Distretto e la percezione di sicurezza/insicurezza dei frequentatori.

- Livello di sicurezza percepito

INDICATORE	Indice di sicurezza percepito: variazione percentuale della sicurezza percepita durante la frequentazione dell'area commerciale del Distretto rispetto all'anno precedente, risultante da un'indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare il livello di criminalità dell'area commerciale del Distretto e la percezione di sicurezza dei frequentatori.

10 - PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE DEI RISULTATI

In aggiunta alla realizzazione degli interventi descritti nel Piano delle Attività, il “**Distretto del Centro Storico di Voghera**” si impegna altresì a comunicare, ai diversi portatori di interesse (gli operatori economici *in primis*), lo stato di avanzamento del progetto e i risultati conseguiti. È infatti fondamentale, ai fini della trasparenza delle iniziative e delle modalità di gestione delle risorse investite a livello individuale e collettivo, che tutti i partecipanti abbiano piena conoscenza dei risultati intermedi (*in progress*) e finali delle attività realizzate. Ciò, oltre a garantire un controllo diffuso sulle azioni svolte, diventa un fattore di incentivazione per la raccolta di fondi da parte degli operatori in modo che il progetto e il Distretto si avviino rapidamente verso una situazione di autonomia, sia dal punto di vista finanziario, sia da quello della progettualità.

Di seguito sono riportate le azioni di comunicazione programmate a tal fine dal Distretto, declinate in funzione degli obiettivi che si intende perseguire e della periodicità.

AZIONE	DESCRIZIONE	OBIETTIVI	PERIODICITÀ
Evento	Organizzazione e realizzazione di una giornata di incontro sulle attività del Distretto	<ul style="list-style-type: none"> •Comunicare i risultati del Distretto e delle singole iniziative •Sensibilizzazione sugli obiettivi •<i>Fund raising</i> 	Annuale
Report sull'attività svolta	Predisposizione di un Report dell'attività svolta dal Distretto, contenente un resoconto delle attività effettuate e una serie di evidenze e di analisi sui risultati raggiunti comparando, laddove esistano informazioni al riguardo, le performance del Distretto con i trend rilevabili a livello regionale e nazionale. Il Report sarà sia pubblicato sul Portale del Distretto, sia redatto e distribuito in formato cartaceo	<ul style="list-style-type: none"> •Notorietà del progetto •Sensibilizzazione sugli obiettivi •Costruzione del consenso •Acquisizione di partecipazione ai progetti •Aumento della disponibilità a investire nella propria attività •<i>Fund raising</i> •Attrarre nuovi operatori •Comunicare i risultati del Distretto e delle singole iniziative 	Annuale

Inoltre, al fine di coinvolgere maggiormente i diversi soggetti, a vario titolo portatori di interesse nel Distretto, di sensibilizzarli e di far crescere nel tempo il numero di aderenti al progetto e l'intensità della loro partecipazione (*fund raising*), si prevede di organizzare e realizzare, nel corso del biennio 2010-2011, una serie di **interventi formativi e informativi** (seminari) sulle tematiche e sulle sue logiche di funzionamento del Distretto del Commercio, sul valore e sull'importanza dell'iniziativa di gestione coordinata. Si tratta di attività che vengono realizzate grazie anche all'intervento della **Camera di Commercio di Pavia**.

11 - IL PARTENARIATO

Uno degli elementi caratterizzanti lo sviluppo del processo di partnership è stato l'approccio di medio periodo e la determinazione dell'**Amministrazione Comunale di Voghera**, cui abbiamo già accennato in diverse parti del Programma.

Il processo di costituzione del Partenariato si è sviluppato nel **periodo di maggio-luglio 2009** con una partecipazione attiva delle due associazioni di categoria, **Ascom e Confesercenti**, che dispongono entrambe di una **sede distrettuale nella città**, e il coinvolgimento della **Camera di Commercio** di Pavia, anch'essa firmataria dell'Accordo.

Il percorso di partnership ha avuto quale momento di snodo centrale la riunione di presentazione dei risultati delle indagini conoscitive svoltesi presso la sede comunale il 18 giugno 2009.

Le attività di costruzione del Partenariato, svolte con il supporto tecnico di TradeLab, hanno consentito di:

- attivare interventi complessivi, sia privati che pubblici, pari a **3.501.764,67**;
- aver raggiunto un investimento per il triennio 2009-2011 pari a oltre **11,5 volte il contributo richiesto a Regione Lombardia**.

Questo risultato ha portato la componente pubblica a ridurre la sua quota di contribuzione richiesta alla Regione al **44,5%**.

Come già detto, per quanto concerne il *fund raising*, **l'Amministrazione comunale ha scelto di procedere a questa attività solo successivamente all'approvazione del Programma di Distretto da parte della Regione, contando di poter allora disporre di argomentazioni (il Programma approvato) maggiormente efficaci nei rapporti con i potenziali sponsor**. Tra questi, potrebbero esserci:

- le imprese della **Grande Distribuzione localizzate all'interno (Gulliver, con diverse strutture) e in stretta prossimità del Distretto (Esselunga, a 200 metri dall'apice nord-est del perimetro distrettuale), che sono fortemente interessate a limitare l'evasione di acquisti verso le grandi polarità extra-urbane**;
- la **Fondazione Cariplo** che sta ora co-finanziando un importante intervento di riqualificazione nella Piazza Liberazione e in Via Cavour per diverse centinaia di migliaia di euro.

Al fine di realizzare il programma pluriennale di interventi del "Distretto Diffuso del commercio del Centro Storico di Voghera", soggetti firmatari dell'Accordo di Distretto condividono fin da ora l'idea di dare vita a un Comitato di Indirizzo che sarà composto da:

- tre rappresentanti dell'Amministrazione comunale;
- due rappresentanti dell'Ascom di Pavia;
- un rappresentante della Confesercenti di Pavia;
- un rappresentante della Camera di Commercio di Pavia

Il Comitato di Indirizzo sarà costituito entro 30 giorni dell'approvazione del progetto per il cofinanziamento regionale.

Il Comitato di Indirizzo avrà il compito di:

- supervisionare l'attuazione degli interventi di iniziativa pubblica e privata previsti nel Piano delle Attività;

- nominare eventualmente una figura responsabile (**manager di Distretto**) a cui delegare i compiti operativi per la gestione e il coordinamento delle attività del Distretto;
- programmare le attività di valorizzazione del Distretto identificando nuovi progetti e ulteriori opportunità di sviluppo;
- garantire risorse economiche e strumenti capaci di sostenere e sviluppare il Distretto in modo stabile nel tempo, in particolare avviando immediatamente una azione di **Fund raising** rivolta a diversi soggetti e potenziali sponsor e partner.

Il Comitato di Indirizzo avrà anche il compito di definire - entro i primi dodici mesi dalla sua costituzione - uno strumento di **governance** e una struttura organizzativa per la gestione a regime del Distretto in modo da individuare la soluzione più idonea per fare evolvere l'Accordo di Distretto in un organismo di partenariato pubblico-privato stabile nel tempo.