

GIUNTA COMUNALE DI BRESCIA

Delib. n. 481 - 18.6.2010

N. 38231 P.G.

OGGETTO: Area Attività Economiche - Settore Marketing urbano, Commercio e Tutela consumatori. Area Sicurezza, Polizia Locale, Decentramento e Demografici - Settore Sicurezza urbana e Protezione civile. Approvazione del Piano di azione integrato relativamente alla rivitalizzazione commerciale e la promozione dell'area della Stazione ferroviaria.

La Giunta Comunale

Premesso:

- che la zona della Stazione ferroviaria cittadina rappresenta da tempo un punto di criticità che ha portato all'approvazione, con propria deliberazione n. 476/24553 P.G. in data 16.5.2008, di apposite linee guida tese ad orientare il lavoro di uno specifico gruppo intersettoriale, appositamente costituito per l'elaborazione di interventi di riqualificazione dell'area;
- che il gruppo di lavoro citato, sulla base degli indirizzi programmatici indicati, ha elaborato nel mese di luglio 2008 un primo progetto nel quale venivano esplicitate le linee di azione e gli interventi da realizzare per intervenire a soluzione della situazione di degrado dell'area;
- che il citato progetto veniva approvato con propria deliberazione n. 610/34296 P.G. in data 18.7.2008;

Atteso:

- che da un'attenta analisi dei risultati raggiunti a seguito dei primi interventi realizzati ed a seguito di verifica dei report realizzati a fronte di un'ampia attività di monitoraggio che ha interessato l'ambito di intervento della Stazione ferroviaria nel mese di dicembre 2009, è stato elaborato un progetto più ampio di intervento destinato in maniera specifica alla rivitalizzazione commerciale dell'area;
- che tale progetto contiene anche i piani e le azioni di intervento finalizzati al recupero commerciale dell'area citata, mediante la previsione di azioni di sostegno alle attività commerciali in esercizio destinati alla loro

riqualificazione ed ad incrementare la diversificazione merceologica del sito;

Dato atto che le risorse necessarie all'attuazione del piano di azione integrato sono previste in appositi stanziamenti di bilancio e le stesse verranno impegnate con successivi provvedimenti;

Visti i pareri favorevoli in ordine alla regolarità tecnica espressi in data 8.6.2010 dai Responsabili dei Settori Marketing urbano, Commercio e Tutela dei consumatori e Sicurezza urbana e Protezione civile e dato atto che il presente provvedimento non necessita del parere di regolarità contabile ai sensi dell'art. 49 del testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali approvato con D.Lgs. 267/2000;

Ritenuto di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4, del testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali approvato con D.Lgs. n. 267/2000;

Con i voti favorevoli di tutti i presenti;

d e l i b e r a

- a) di approvare l'allegato Piano di azione integrato relativamente alla rivitalizzazione commerciale dell'area della Stazione ferroviaria, individuandone, altresì, il perimetro allegato e composto dalle seguenti vie:
- a. Piazzale Repubblica
 - b. Via Togni
 - c. V.le della Stazione
 - d. P.le della Stazione
 - e. Vicolo Stazione
 - f. Via V. Foppa
 - g. Via G. Romanino
 - h. Via A. Saffi
 - i. Via Ferramola (fino all'intersezione con Via XX Settembre)
 - j. Via Solferino (fino all'intersezione con Via Lattanzio Gambarà)
 - k. Via L. Gambarà
 - l. Via XX Settembre (fino all'intersezione con Via Ferramola)
 - m. P.le Cremona
 - n. Via Sostegno

- b) di dichiarare, con voti unanimi, il presente provvedimento immediatamente eseguibile;
- c) di darne comunicazione mediante elenco ai Capigruppo consiliari e di metterlo a disposizione dei Consiglieri presso la Segreteria Generale.

COMUNE DI BRESCIA
ALLEGATO ALLA DELIBERAZIONE
DI G.C. IN DATA 18.6.2010
N. 481/38231 P.G.



COMUNE DI BRESCIA

RIQUALIFICAZIONE AREA STAZIONE

***Piano di azione integrato per la
Rivitalizzazione Commerciale
& l'Animazione Territoriale***

Brescia, marzo 2010

Indice

1. Premessa.....	6
2. Perimetro Area Intervento.....	7
3. Obiettivi e Risultati Attesi	9
4. Contesto di Riferimento.....	12
4.1. <i>Analisi aspetti demografici</i>	12
4.2. <i>Composizione Offerta Commerciale</i>	18
4.3.1 Indagine conoscitiva fruitori.....	23
4.3.2 Indagine conoscitiva Vs operatori settore commercio.....	26
5. Piano degli Interventi.....	30
6. Piano Finanziario	38

1. Premessa

La zona della stazione ferroviaria cittadina rappresenta da tempo un punto di criticità che ha spinto l'Amministrazione comunale, consapevole ed attenta alla problematica, a definire con propria deliberazione n. 476/24553 P.G. in data 16/05/2008 apposite linee guida tese ad orientare il lavoro di uno specifico gruppo intersettoriale, appositamente costituito per l'elaborazione di interventi concreti di riqualificazione dell'area.

Il gruppo di lavoro citato, sulla base degli indirizzi programmatici su indicati, ha elaborato un primo progetto nel quale venivano esplicitate le linee di azione e gli interventi da realizzare per intervenire a soluzione della situazione di degrado dell'area. Il progetto è stato approvato dalla Giunta Comunale con propria deliberazione n. 610/ 34296 in data 18.07.2008.

Dopo un' attenta analisi dei primi risultati raggiunti a seguito dei primi interventi realizzati, l'Amministrazione comunale ha deciso, nel mese di Settembre 2009, di rilanciare il Progetto integrato per la riqualificazione e la rivitalizzazione dell'area Stazione, predisposto nell'anno 2008, rinnovando gli impegni assunti e chiedendo al GDL precedentemente predisposto di elaborare un progetto più ampio che partisse dagli esiti dei primi risultati raggiunti.

Il nuovo progetto, di cui questo documento fa parte, interessa le seguenti macro – aree di intervento:

- potenziamento e intensificazione del controllo del territorio;
- predisposizione di interventi di supporto sociale a contrasto delle criticità sociali al suo interno rilevate;
- definizione di intese con Ferrovie dello Stato spa per il miglioramento dell'aspetto igienico-sanitario, all'interno della stazione e per l'adozione di modalità di permanenza dei passeggeri che consenta l'accesso e l'attesa solo a chi già dispone di titolo di viaggio;
- verifica dell'assetto viabilistico e delle zone semaforiche per fluidificare e rendere più agevole la circolazione nella zona;
- rivalutazione del valore storico della piazza antistante l'ingresso della stazione;
- attuazione di iniziative di valorizzazione dell'aspetto commerciale, in particolare delle tradizionali attività economiche;
- potenziamento degli aspetti di pulizia e decoro dell'area;
- interventi di riqualificazione dell'arredo urbano.

2. Area Intervento

L'area oggetto d'intervento comprende le principali arterie viarie e commerciali limitrofe al piazzale della Stazione ferroviaria e in cui trovano collocazione i principali punti di attrazione (Tribunale, Autostazione e, a breve, stazione del metrobus) di questa porzione di spazio urbano.

Elenchiamo di seguito le vie che ricadono all'interno del perimetro e che costituiscono oggetto d'intervento:

- Piazzale Repubblica;
- Viale Stazione;
- Vicolo Stazione;
- Piazzale Stazione
- Via Giulio Togni;
- Via Foppa;
- Via Gerolamo Romanino;
- Via XX Settembre;
- Via Solferino;
- Via Lattanzio Gambara;
- Via A.Saffi;
- Via Ferramola;
- Piazzale Cremona
- Via Sostegno.



3. Obiettivi e Risultati Attesi

Il contesto economico, sociale ed urbano dell'area della stazione ferroviaria di Brescia, soffre da tempo di perdita di competitività e situazione di degrado, il momento attuale di perdurante crisi e difficoltà economica-finanziaria acuisce tale situazione accrescendo il divario con gli altri contesti urbani della città, più attrattivi da un punto di vista commerciale, di fruibilità degli spazi e dei servizi collettivi, di sicurezza reale e percepita.

In tale contesto Il Sindaco e la Giunta Comunale, consapevoli ed attenti alla problematica, hanno voluto affrontare le criticità dell'area secondo un approccio pragmatico e concreto, consapevoli che per risolvere tale situazione di degrado occorreva approcciare i diversi ambiti di azione in modo integrato, sistemico e non sporadico.

L'emergere di situazioni critiche così ampie dipende da una serie di fattori concomitanti e interrelati che chiedono azioni concertate di ampio respiro ed in grado di coinvolgere con metodo rigoroso, più ambiti d'azione secondo un'unica strategia.

La costituzione del gruppo di lavoro intersettoriale per la riqualificazione della stazione ferroviaria, nasce da questa chiara volontà dell'Amministrazione Comunale, determinata a intervenire in modo significativo su tutti gli ambiti critici significativi che interessano l'area:

- con interventi tesi a ripristinare l'ordine e innalzare la sicurezza pubblica;
- valorizzando e riqualificando gli spazi di socialità, migliorando il decoro e l'arredo urbano;
- favorendo un miglioramento della viabilità con azioni di razionalizzazione dei servizi e dei percorsi del trasporto pubblico;
- attuando interventi mirati di rivitalizzazione del tessuto commerciale.

Il metodo di approccio seguito è pragmatico, parte cioè dall'analisi della realtà per cercare di dare risposte concrete ai reali bisogni dei residenti, fruitori e operatori economici della zona. Un piano di azione che cerca di attuare in modo graduale, ma con sistematicità, un vasto spettro di azioni tese a rendere l'area urbana della stazione ferroviaria sicura ed accogliente, bella e vivibile, comoda e funzionale per tutti.

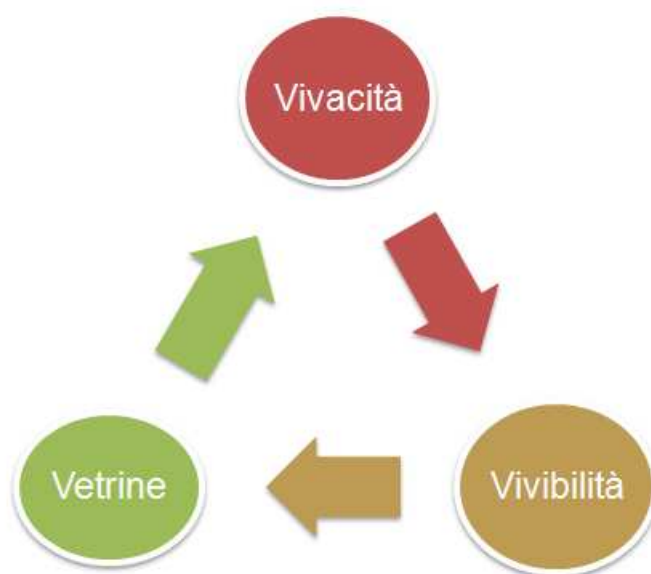
La scelta strategica dell'Amministrazione Comunale è quella di utilizzare tutte le leve strategiche capaci di rilanciare e riqualificare l'area: tra queste il commercio di vicinato può svolgere un importante ruolo di leva e fungere da motore di sviluppo.

Obiettivo generale del presente piano è quello di favorire la crescita della competitività complessiva dei negozi al dettaglio e degli esercizi pubblici presenti nell'area della stazione ferroviaria, avviando un insieme articolato d'iniziative concertate tra amministrazione comunale, soggetti privati e tutte le realtà associative e imprenditoriali presenti sull'area.

Sono state identificate 3 diverse leve su cui agire al fine di raggiungere l'obiettivo prefisso, 3 diversi fattori distintivi e ambiti di azione che ne qualificano

contenuti e metodologia attuativa. Il compito principale di chiunque voglia sviluppare in ottica di sistema un'area territoriale è quello di progettare, realizzare e promuovere un "Sistema di Azioni" specifico, valorizzatore delle peculiarità e potenzialità proprie di quel territorio. Tale "Sistema di Azioni" è composto da un'ampia gamma di elementi, ma 3 specifici fattori (Vivacità, Vivibilità, Vetrine e Commercio) fungono da fattori aggreganti verso cui convergono tutti gli interventi previsti dal presente piano di rivitalizzazione commerciale (vedi Figure 1 e 2).

Figura 1 – Le "3 V"



VIVACITA' - Occorre riportare vitalità e vivacità, interesse, calore, animazione e servizi in un'area rimasta per troppo tempo degradata, favorendo occasioni di incontro e momenti di aggregazione, cultura e spettacolo: valorizzando e animando l'area della stazione, sfruttando in modo nuovo gli spazi disponibili, rendendola nuovamente luogo di vita e interesse per accrescere le funzionalità d'uso, le occasioni di ritrovo e socialità, con possibili positive ricadute per il settore commercio.

VIVIBILITA' – Un contesto urbano contraddistinto da arterie viarie altamente trafficate (Via XX Settembre, Via Solferino, Piazzale Stazione e Repubblica) e condizionato dalla presenza della stazione ferroviaria e dei terminal degli autobus del trasporto pubblico, punti nevralgici di arrivo e partenza di migliaia di passeggeri, condiziona la funzionalità dei servizi e incide sulle condizioni generali di piacevolezza del contesto urbano, sia per i residenti sia per i possibili fruitori degli spazi urbani e degli esercizi commerciali ivi collocati.

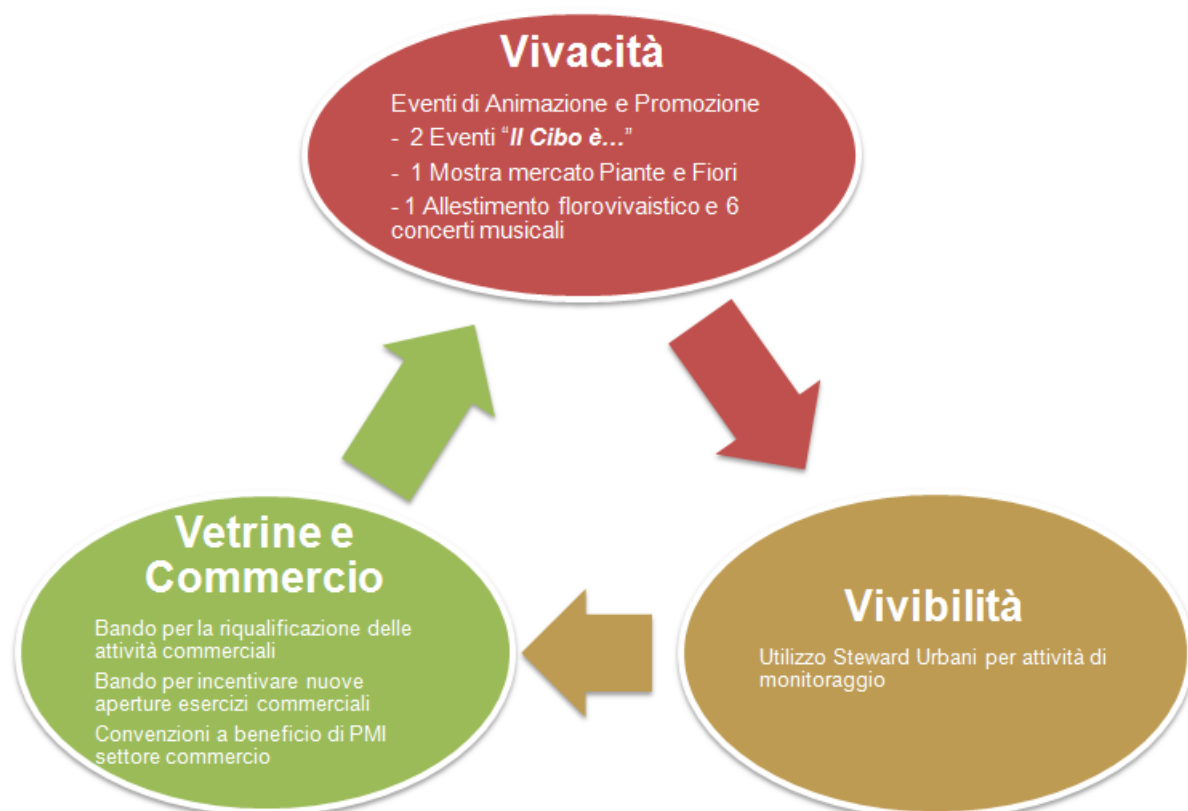
Oltre agli interventi di riqualificazione degli assi viari e di miglioramento dell'arredo urbano, si sosterranno interventi privati tesi ad aumentare il livello di sicurezza degli esercizi commerciali, incrementando anche i livelli di servizio at-

traverso l'utilizzo di Steward Urbani per monitorare l'efficacia degli interventi realizzati e recepire le specifiche esigenze dei commercianti locali e dei loro utenti.

Saranno inoltre recuperati immobili attualmente dismessi per l'insediamento di funzioni pubbliche in modo da favorire frequentazioni qualificate e aumentare il controllo sociale nell'area.

VETRINE E COMMERCIO - Innalzare la competitività delle imprese del settore commercio, migliorandone arredi, dotazione strumentale e qualità estetica esterna, questi obiettivi saranno perseguiti attuando interventi e politiche specifiche a sostegno degli operatori del settore commercio, finanziando gli investimenti delle imprese private esistenti e destinando risorse pubbliche per favorire la nascita di nuove imprese commerciali che promuovono prodotti italiani di qualità. Qualità estetica delle vetrine e qualificazione dell'offerta commerciale, un binomio vincente e necessario per il rilancio di tutta l'area interessata.

Figura 2 – “3 V” e progetti di marketing urbano



4. Contesto di Riferimento

4.1. Analisi aspetti demografici

Una politica di sviluppo e rivitalizzazione commerciale adeguata e coerente ad una determinata area urbana deve necessariamente partire da un'analisi rigorosa del contesto sociale di partenza, in modo da verificarne nel tempo l'efficacia ed estensione degli impatti.

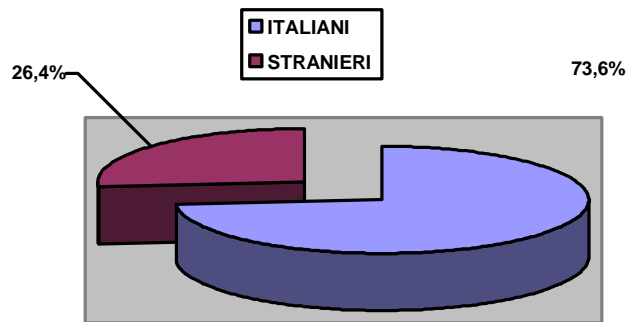
L'analisi demografica della popolazione dell'area, condotta dall'Unità di Staff Statistica del Comune di Brescia, ha utilizzato come fonte esclusiva l'archivio informatizzato dell'anagrafe della popolazione residente al 31.12.2008, dal quale sono state elaborate le informazioni sull'età, il sesso, la cittadinanza, la relazione di parentela con gli altri componenti della famiglia anagrafica analizzata.

La popolazione residente al 31.12.2008 nel perimetro dell'area stazione è molto esigua: **1.693** i cittadini censiti, pari a circa lo **0,87%** dell'intera popolazione bresciana (194.464), per lo più concentrati (64,5% del totale) nelle 3 principali arterie viarie della zona (Via Solferino, Viale Stazione, Via XX Settembre).

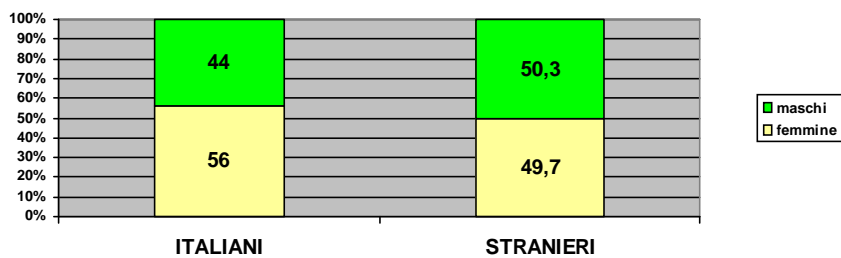
VIA	INDIRIZZO	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE	FAMIGLIE
PLE	CREMONA	17	7	24	13
VIA	VINCENZO FOPPA	68	58	126	68
VIA	LATTANZIO GAMBARA	131	32	163	87
PLE	DELLA REPUBBLICA	61	51	112	60
VIA	AURELIO SAFFI	82	2	84	52
VIA	SOLFERINO	444	47	491	268
VLE	DELLA STAZIONE	171	178	349	175
VLO	DELLA STAZIONE	26	60	86	36
VIA	XX SETTEMBRE	246	12	258	124
	TOTALE	1246	447	1693	883

Significativa la presenza di cittadini stranieri, appartenenti a ben 32 diverse nazionalità, raggiungono il **26,4 % del totale** dei bresciani, con prevalenza di cinesi (42,7% degli stranieri), ucraini, moldavi e pakistani; in generale gli stranieri risultano nettamente più giovani rispetto alla popolazione locale (età media straniera = 30,44, contro il 51,56 degli italiani) e prevalentemente di sesso maschile.

Popolazione residente area Stazione, distinta tra italiana e straniera al 31/12/2008



Popolazione residente, distinta tra italiana e straniera e per sesso al 31/12/2008



POPOLAZIONE RESIDENTE AL 31/12/2008 PER ETA' MEDIA, SESSO E CITTADINANZA

CITTADINANZA	ETA' MEDIA		
	FEMMINE	MASCHI	TOTALE
ITALIANA	55,78	46,17	51,56
STRANIERA	30,41	30,47	30,44
TOTALE	49,66	41,6	45,98

Fonte: elaborazioni a cura dell'Ufficio di Diffusione dell'Informazione Statistica su archivio informatizzato dell'anagrafe della popolazione residente

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 31/12/2008 PER SESSO E CITTADINANZA

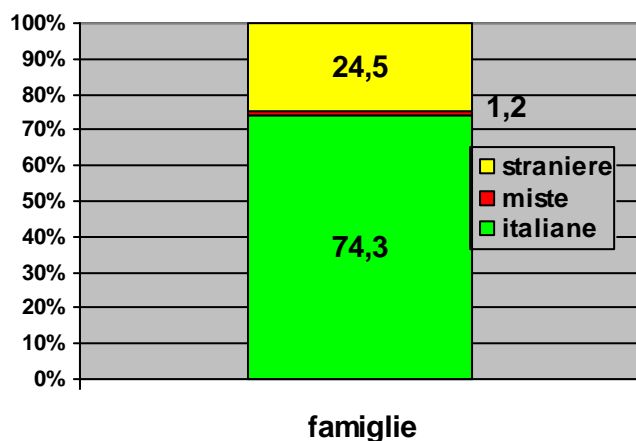
CITTADINANZA	FEMMINE	MASCHI	TOTALE
ALBANIA	7	5	12
ALGERIA		4	4
ARGENTINA	1		1
BANGLADESH	5	12	17
BOSNIA-ERZEGOVINA	1		1
BRASILE	3	2	5
CINA POPOLARE	97	94	191
COLOMBIA	2	1	3
CROAZIA	1	1	2

EGITTO	6	12	18
FILIPPINE	2	1	3
FRANCIA		1	1
GERMANIA	1		1
GHANA	4	4	8
INDIA	5	13	18
ITALIA	698	548	1246
JUGOSLAVIA(SERBIA-MONTENEGRO)		2	2
MAROCCO	1	4	5
MOLDAVIA	20	11	31
NIGERIA	9	6	15
PAKISTAN	4	20	24
PERU'	1		1
POLONIA	1		1
PORTOGALLO	1		1
ROMANIA	7	3	10
RUSSIA	1		1
SENEGAL	2	6	8
SRI LANKA	8	12	20
THAILANDIA	1		1
TUNISIA	0	5	5
TURCHIA	2	1	3
UCRAINA	28	5	33
UNGHERIA	1		1
TOTALE	920	773	1693

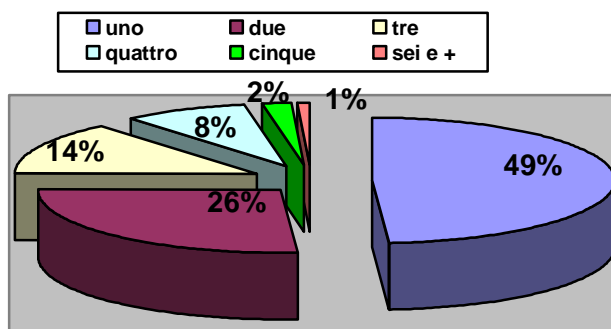
Fonte: elaborazioni a cura dell'Ufficio di Diffusione dell'Informazione Statistica su archivio informatizzato dell'anagrafe della popolazione residente

L'analisi della composizione delle famiglie evidenzia una elevata presenza di nuclei monofamiliari (1 componente), gli stranieri sono infatti per lo più giovani di sesso maschile o femmine senza figli, tra gli italiani invece si riscontra una componente significativa di persone anziane sole di ambo i sessi.

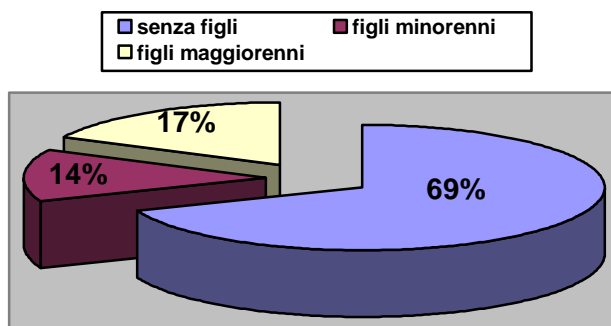
Famiglie residenti al 31/12/2008, distinte tra italiane, straniere e miste



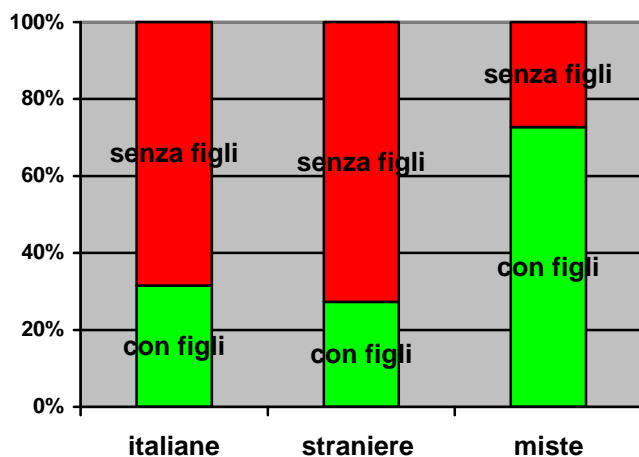
Famiglie residenti per numero di componenti al 31/12/2008



Famiglie residenti per presenza/assenza in famiglia di figli l 31/12/2008



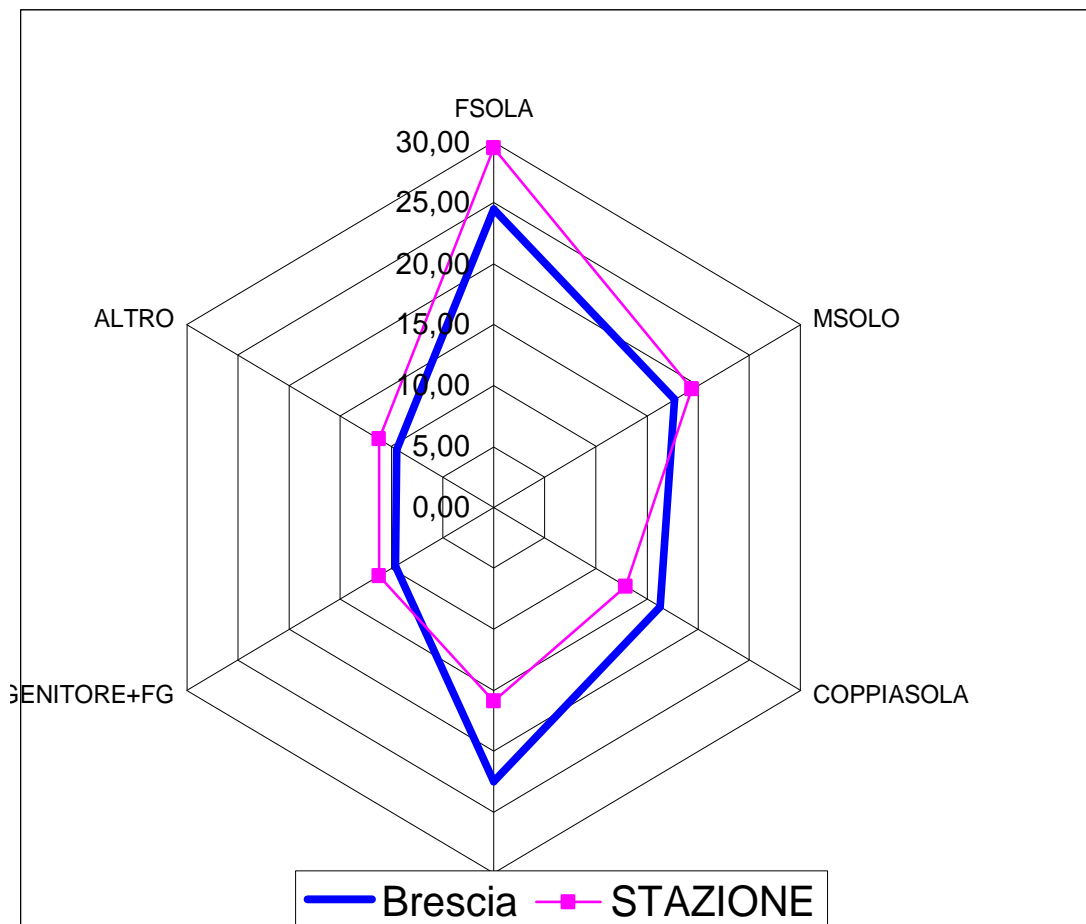
Famiglie residenti al 31/12/2008, distinte tra italiane, straniere e miste per presenza/assenza in famiglia di figli



Estremamente interessante, ai fini della nostra analisi, il confronto tra dati socio-demografici relativi all'area stazione e i corrispettivi relativi al comune di Brescia considerato nella sua totalità. Il grafico sottostante conferma le considerazioni precedenti, la maggioranza dei residenti dell'area stazione sono persone sole di ambo i sessi, giovani stranieri o anziani italiani, tale componente (maschio o femmina sola) risulta complessivamente di 6 punti percentuali superiore alla

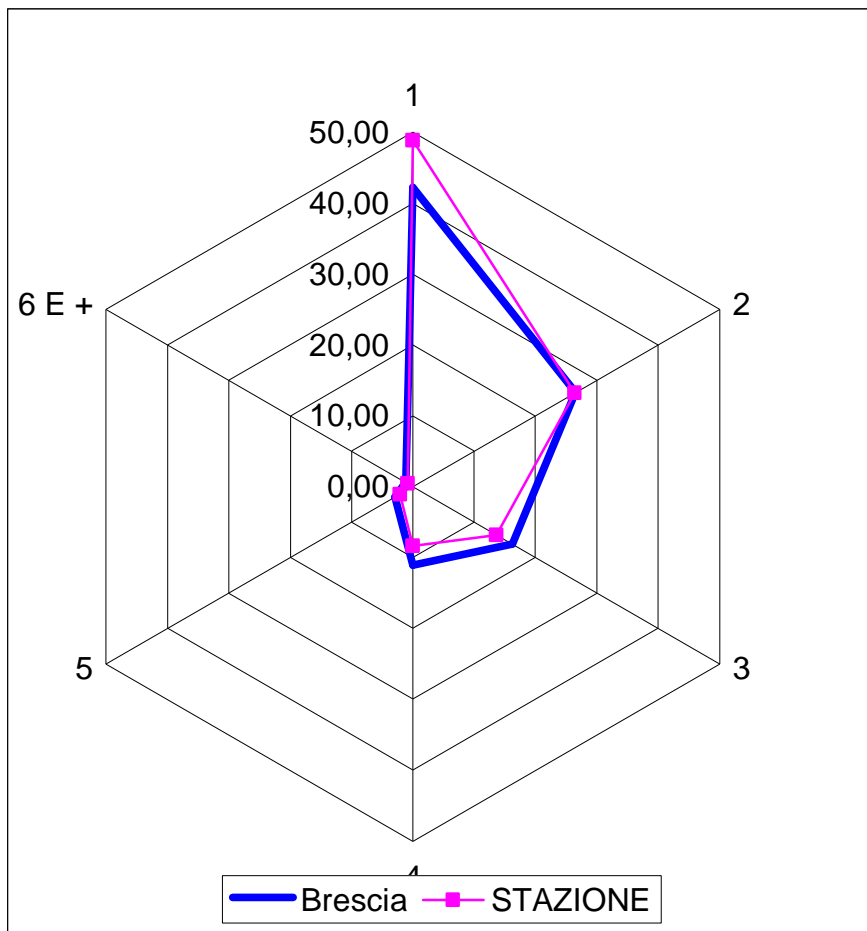
media bresciana, dato già particolarmente elevato se paragonato a contesti urbani analoghi.

Famiglie residenti nel Comune di Brescia per tipologia al 31/12/2008



Il grafico che segue documenta bene le caratteristiche demografiche dell'area stazione, circa il 50% dei nuclei residenti è single, appare per contro residuale la presenza di nuclei composti da un minimo di 3 o più persone.

Famiglie residenti nel Comune di Brescia per numero di componenti al 31/12/2008



I dati raccolti forniscono utili indicazioni per approntare conseguenti politiche di rivitalizzazione commerciale dell'area interessata.

L'alta presenza di popolazione straniera con età media relativamente bassa, la limitata presenza di famiglie con figli, sia italiane che straniere, l'elevata presenza tra gli italiani di anziani soli, incide sulle abitudini di acquisto dei residenti locali, che presentano una bassa capacità reddituale e di spesa, e si servono della rete distributiva locale per soddisfare le esigenze di consumo primarie (fare la spesa, mangiare, telefonare ai paesi di origine) o lavorative (materiali di consumo per uffici) più che per dedicarsi allo svago ed allo shopping (abbigliamento, accessori per la persona e la casa, cura e salute della persona).

4.2. Composizione Offerta Commerciale

Fattore strategico preponderante per l'attrattività, lo sviluppo e la vivibilità di un'area commerciale è senza dubbio la presenza di addensamenti di servizi commerciali, in grado di presentarsi con un' offerta merceologica ampia ed articolata e di venire in contro alle esigenze di diverse tipologie target di clientela (frequentatori occasionali, consumatori dalle ampie disponibilità di spesa, segmento famiglie, giovani, immigrati, anziani) possibilmente integrati con altri settori economici (artigianato di servizio ed artistico, servizi, ricettività).

E' stata condotta un' approfondita analisi della composizione del mix merceologico dell'area della Stazione, in modo da fornire una quadro dettagliato per :

- censire e mappare la diversa "vocazione" merceologica degli assi viari analizzati;
- localizzare e mappare in modo puntuale gli esercizi commerciali in esso presenti;
- verificare la capacità di rispondenza dell'attuale mix di offerta alle diverse esigenze della popolazione residente, dei frequentatori occasionali e non;
- evidenziare aspetti critici e conseguente capacità dei progetti presenti nel programma d'intervento di rispondere alle emergenze e minacce segnalate.

Per semplificare l'attività di rilevazione e consentire una migliore rappresentatività e localizzazione grafica, gli esercizi commerciali censiti sono stati aggregati per macro tipologie merceologiche secondo il seguente schema di riferimento:

TIPOLOGIA MERCEOLOGICA COMMERCIAITA:

ALIMENTARI

- **ALIMENTARI**
 - FRUTTA E VERDURA
 - MACELLERIA
 - PESCHERIA
 - DROGHERIA
 - SALUMERIA
 - ALIMENTARI VARI
 - PANETTERIA
 - PASTICCERIA

NON ALIMENTARI

- **ACCESSORI PER LA PERSONA**
 - ABBIGLIAMENTO
 - CALZATURE
 - ACCESSORI ABBIGLIAMENTO (BORSE, MONILI,ECC)
 - INTIMO (Mercerie, Calze, Intimo)
 - GIOIELLERIA E OROLOGI

- ARTICOLI FARMACEUTICI
- ERBORISTERIA
- COSMETICA E PRODOTTI DI BELLEZZA

- **ACCESSORI PER LA CASA**
 - ARREDAMENTO E MOBILI
 - ARTICOLI PER LA CASA
 - FIORI E PIANTE

- **MONOPOLI**
 - PRODOTTI DEL TABACCO

- **CULTURA E TEMPO LIBERO**
 - LIBRERIA
 - ARTICOLI PER IL TEMPO LIBERO (Dischi e Musica, Giocattoli, Fai da te, Sport, Computer, Telefonia e ICT, Fotografia e ottica)
 - EDICOLA, RIVISTE E GIORNALI

- **ARTIGIANATO DI SERVIZIO E ARTISTICO**
 - PARRUCCHIERA
 - TINTORIA
 - CALZOLAIO
 - FERRAMENTA
 - GALLERIA D'ARTE; ANTIQUARIO; RESTAURATORE; CORNICIAIO.
 - ...

- **LOCALI DI RISTORO**
 - BAR – GELATERIA
 - RISTORANTE – PIZZERIA

- **SERVIZI** (ad esempio BANCA, ASSICURAZIONE, AGENZIA VIAGGI, AGENZIA IMMOBILIARE, AGENZIA LAVORO INTERINALE)

Grazie alla rilevazione sul campo e alla successiva attività di elaborazione dei dati raccolti, si è potuto analizzare tutti gli elementi significativi relativi agli aspetti commerciali e di decoro delle attività commerciali presenti nell'area della Stazione ferroviaria.

Forniamo di seguito le principali evidenze raggiunte, che hanno consentito di meglio orientare le scelte, individuare i progetti e trovare soluzioni alle criticità emerse.

Il perimetro distrettuale dell'area della Stazione ferroviaria è servito da rete commerciale tradizionale nella quale si evidenzia una prevalenza di titolarità d'impresa corrispondenti alle cosiddette "ditte individuali", che rappresentano il 48% delle imprese censite.

Nella quasi totalità delle attività commerciali il destinatario è il consumatore finale, pur riscontrandosi una modesta presenza di attività a destinazione mista che rivolgono la loro professionalità a questi ultimi ed a imprese.

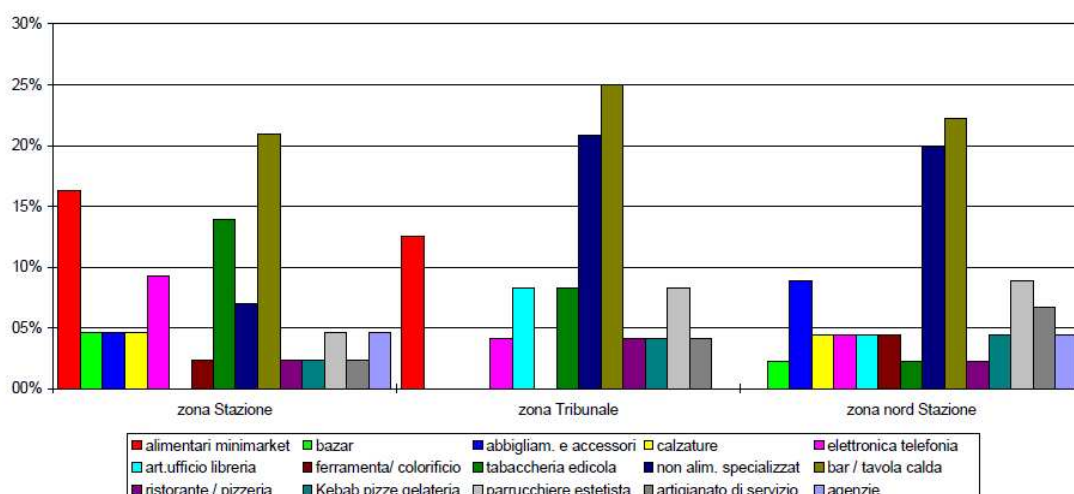
Nella maggioranza dei casi, l'attività commerciale è sempre svolta presso la sede dell'attività e, solo raramente, anche mediante forme diverse di servizio (esempio commercio a domicilio).

A livello disaggregato la gamma merceologica prevalente, oltre alle attività di somministrazione ed alimentari in genere (bar, ristoranti e negozi di generi alimentari), è quella destinata al commercio di prodotti dei monopoli e di prodotti elettronici e di telefonia.

Nel gruppo dei non alimentari, che risulta numericamente consistente, sono compresi vari esercizi quali ad es. profumeria, ottica, mobili, fiori e piante, articoli per la fotografia, modellismo ed altri.

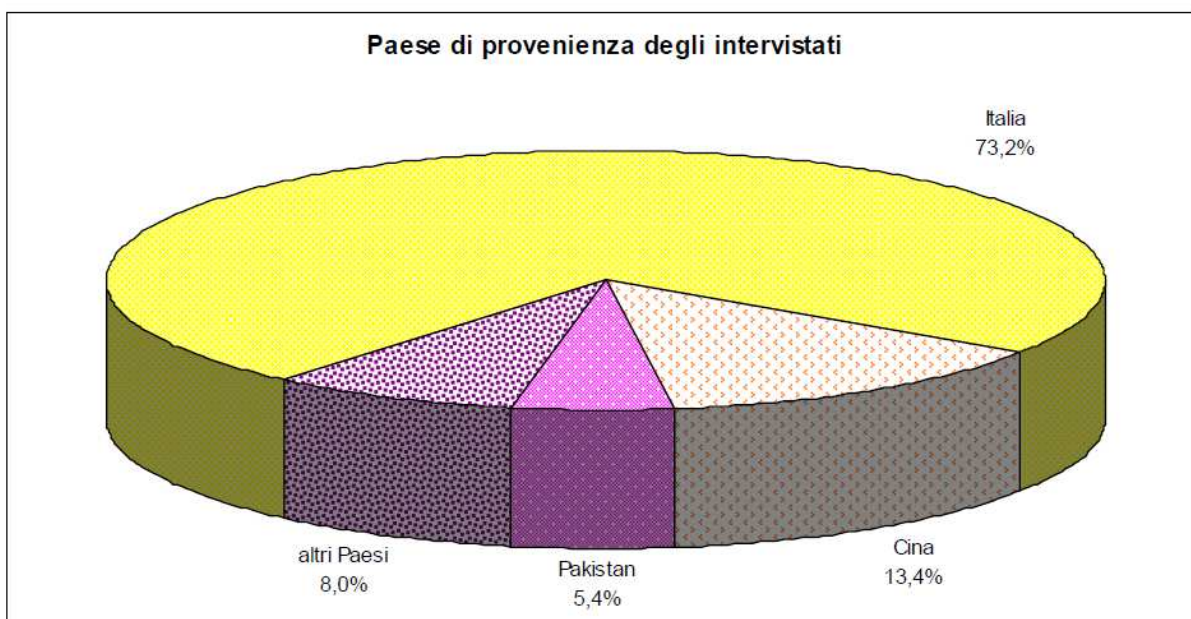
Importante è, altresì, la presenza di artigianato di servizio (parrucchiere, estetiste, riparazioni biciclette, ecc.).

La distribuzione dettagliata tra le diverse tipologie di attività è visualizzata nel grafico che segue.



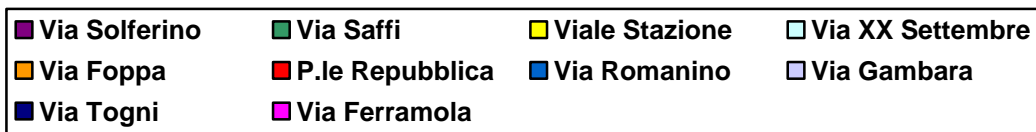
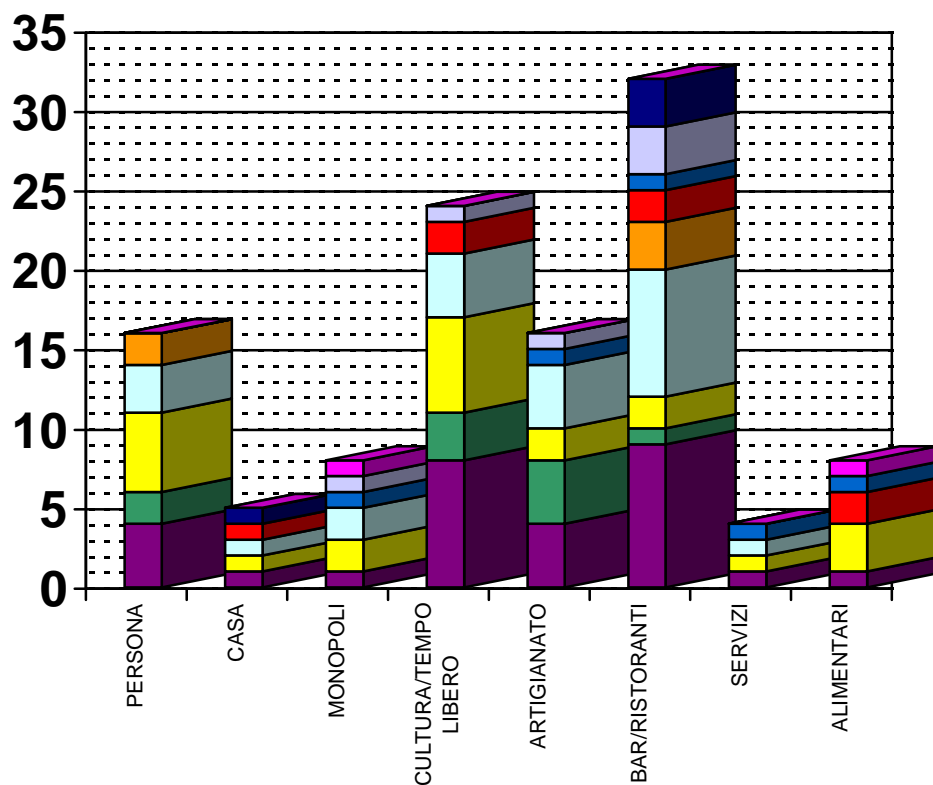
Dalle rilevazioni è emerso altresì che la maggioranza degli operatori commerciali è di nazionalità italiana, ma quote abbastanza significative sono costituite da cinesi e pakistani e, con percentuali residuali, da marocchini, egiziani ed ucraini.

Va segnalato però che le attività a conduzione straniera, soprattutto da parte di proprietari provenienti da Cina e Pakistan, sono più numerose, soprattutto nell'area più prossima alla Stazione, e che si sono rilevate nelle fasi di campionatura forti difficoltà linguistiche da parte di tale tipologia di operatori.



A seguito della rilevazione sul campo si è potuto, altresì, elaborare per ciascuna via analizzata una "scheda" contenente tutti gli elementi significativi relativi agli aspetti commerciali e di decoro delle attività commerciali (vedi Allegato 1.f Monitoraggio fotografico).

Di seguito il grafico esplicativo della distribuzione della rete commerciale secondo l'ubicazione viaria delle vie oggetto di mappatura.



distribuzione della rete commerciale secondo l'ubicazione viaria

Indagine conoscitiva fruitori e PMI commercio

4.3.1 Indagine conoscitiva fruitori

Nel corso dei mesi di novembre, dicembre 2009 e gennaio 2010, è stata condotta un'indagine sul territorio interessato per conoscere le abitudini e le opinioni dei frequentatori della zona relativamente ai seguenti aspetti:

- motivazioni di presenza nella zona stazione;
- propensione ad effettuare acquisti presso la rete distributiva dell'area;
- opinioni in merito a una serie di aspetti sul contesto urbano ed economico complessivo, che partendo dal contesto commerciale, si estendono agli elementi viabilistici, urbani e di sicurezza della zona.

L'indagine conoscitiva è stata realizzata dall'Istituto per le ricerche sociali e dei consumi "Policleto", appositamente incaricato dal Comune di Brescia – Settore Marketing Urbano, Commercio e Tutela del consumatore.

A livello metodologico, due intervistatori hanno provveduto a contattare i passanti dell'area e hanno rivolto loro un questionario conoscitivo, annotando le risposte fornite. Il questionario è stato rivolto a **250 passanti**, appartenenti ad ambo i sessi e a diverse fasce d'età.

Si sono scelti **quattro diversi punti di raccolta**: Piazzale Stazione, Via XX settembre nord (in corrispondenza dell'incrocio con Via Foppa), Via XX settembre sud (in corrispondenza dell'incrocio con Via Ferramola), e la zona del Tribunale (di fronte all'entrata principale e su via Lattanzio Gambara verso la Stazione). La scelta è stata motivata dalla consapevolezza che trattasi di contesti urbani e commerciali con peculiarità e caratteristiche diverse, come tali necessitano di approcci e soluzioni specifiche ancorché ricondotte ad un'unica strategia di azione.

Il campione di indagine è risultato ben rappresentativo della realtà, in quanto costituito da persone di ambo i sessi, appartenenti a tutte le fasce d'età, occupate in professioni diverse, metà dei quali residenti in zona o nel comune di Brescia, i restanti (48,4% del totale) provenienti anche da fuori comune.

Presenza in zona stazione

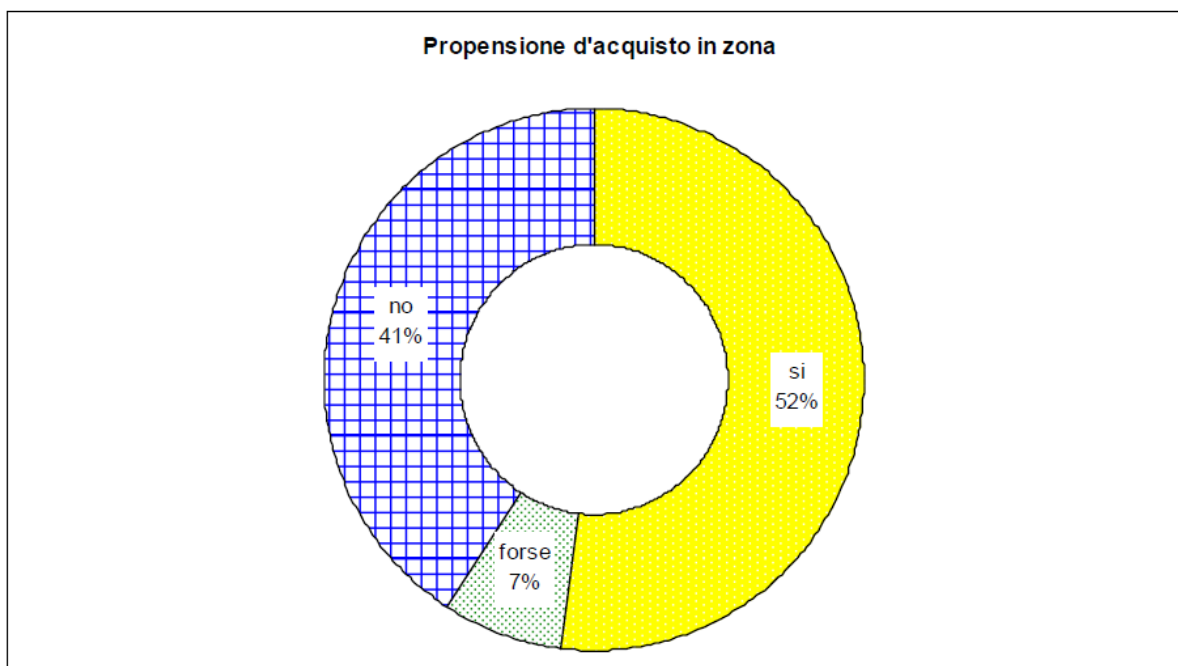
Il primo elemento significativo ai fini della nostra analisi deriva dall'analisi dei dati raccolti circa i motivi di presenza degli intervistati nell'area stazione: il **72,4%** del campione dichiara di trovarsi in zona per **motivi meramente funzionali**, per prendere cioè il treno o i mezzi pubblici di trasporto (37,2%) o per motivi di studio/lavoro (35,2%), solo il 6,8% degli intervistati (per lo più donne e orientate verso i negozi di via XX Settembre nord) dichiara di essere in zona esplicitamente per fare acquisti.

Propensione agli acquisti

In realtà tra gli intervistati si rileva una buona propensione ad effettuare acquisti in zona stazione, oltre la metà del campione (52%) dichiara infatti che ha già comprato o comunque è intenzionato a farlo. Da questo dato emerge un aspetto importante, chi si trova a transitare nelle zone considerate, pur avendo altre

mete e motivazioni di passaggio, non esclude la possibilità di rivolgersi alla rete commerciale locale.

Analizzando la tipologia di acquisti effettuati, si desume come **chi si ferma nei negozi della zona, lo fa per fare la spesa** (alimentari) o per approvvigionarsi di libri, giornali, riviste, prodotti del tabacco, bar, materiale di consumo per uffici, piuttosto che per acquistare capi di abbigliamento o accessori per la persona e la casa. Il 39% degli intervistati effettua i propri acquisti con regolarità (tutti i giorni o almeno 1 volta a settimana), si dimostra dunque fedele agli esercizi di vicinato della zona, per contro il polo commerciale più attrattivo citato dagli intervistati del campione (13,2%) rimane il Centro Commerciale Freccia Rossa.



Offerta commerciale

Alle persone intervistate è stato chiesto di esprimere la propria opinione in merito a una serie di aspetti valutativi riguardanti la rete commerciale e di servizio locale.

Da un'analisi comparata dei dati relativi alla rete dei negozi di vicinato emergono:

- livelli di soddisfazione estremamente elevati (86% dei giudizi positivi) per quanto concerne il livello di **cortesìa e accoglienza** del personale, così come per la **convenienza** dei prezzi praticati (giudicati dal 59% da discreti a ottimi);
- **limitatamente soddisfacente il giudizio circa l'estensione dell'offerta commerciale** (52% di giudizi positivi) e la qualità complessiva (estetica e merce) percepita dei negozi (54% di giudizi positivi).

In realtà gli intervistati della Via XX Settembre nord valutano l'offerta merceologica dei negozi in modo più positivo rispetto agli altri contesti, sono però più critici rispetto ai prezzi praticati.

Ampia e adeguata la presenza di bar e ristoranti, è quanto afferma il 72% del campione, il 67% ritiene invece scarsa o appena sufficiente alle necessità la presenza di esercizi che svolgono attività di artigianato di servizio.

Tali giudizi rispecchiano pienamente la conformazione dell'offerta attuale della rete commerciale locale, emerge la necessità da parte dei fruitori di qualificare meglio il sistema di offerta, che presenta molti elementi positivi e attrattivi (convenienza, tradizione, cortesia e disponibilità), ma **soffre di una certa mancanza di innovazione e di qualità** complessiva, se non per certe zone (Via XX Settembre nord).

Viabilità e qualità dell'ambiente urbano

Complessivamente positivi i giudizi espressi dagli intervistati su pulizia e arredo urbano, i recenti interventi dell'amministrazione comunale in tal senso sono stati apprezzati, visto che solo una percentuale limitata (15%-20%) giudica tali fattori in modo negativo. Il 34% del campione considera insufficiente l'attuale dotazione di parcheggi, dato certamente non elevato anche se non da trascurare.

Sicurezza

Ulteriore aspetto oggetto di approfondimento è stato quello relativo alla sicurezza della zona Stazione, i recenti interventi avviati in tal senso dall'Amministrazione Comunale hanno portato circa la metà degli intervistati (46%) a formulare giudizi positivi (15% la percepisce discreta, 15% buona e un 3% ottima) a cui si aggiunge un 23% che la considera sufficiente.

Il grave degrado e tasso di criminalità che per lungo tempo ha contraddistinto quest'area, sembra incidere ancora sulla percezione complessiva degli intervistati circa il livello di sicurezza raggiunto, gli elementi legati all'ordine pubblico ed alla sicurezza rimangono tra i fattori critici verso cui mantenere un alto livello di attenzione (31% del campione attribuisce alla voce "sicurezza" il giudizio più negativo).

L'elevata presenza in zona di stranieri è un altro elemento considerato dagli intervistati come critico, elemento destabilizzante e in ogni caso problematico.

Proposte

Gli intervistati hanno espresso alcune proposte finalizzate alla rivitalizzazione dell'area, le azioni maggiormente auspicate sono risultate quelle atte a:

- garantire maggior sicurezza e controlli;
- accrescere il numero delle attività del settore commercio, preferibilmente gestite da imprenditori italiani e rivolte alla vendita di prodotti di qualità;
- aumentare la dotazione di parcheggi.

4.3.2 Indagine conoscitiva Vs operatori settore commercio

Analogamente a quanto realizzato per i fruitori, l'Istituto "Policleto" ha indagato con l'ausilio della stessa metodologia, le opinioni degli operatori economici che operano nella zona della stazione ferroviaria, per approfondire le problematiche incontrate dagli imprenditori nell'esercizio della propria attività, conoscere le loro aspettative circa gli interventi di riqualificazione e rilancio competitivo della zona previsti.

Le domande, in particolare, sono state finalizzate a:

- raccogliere informazioni gestionali sull'attività svolta;
- rilevare la propensione agli investimenti;
- individuare eventuali criticità e fattori-cause originanti;
- raccogliere proposte ed opinioni per possibili azioni di sviluppo e marketing urbano.

A livello metodologico, due intervistatori muniti di tesserino di riconoscimento, hanno visitato tutte le attività economiche presenti nell'area, somministrando ai titolari o gestori che si sono resi disponibili, un questionario conoscitivo.

Il questionario è stato compilato da **112 attività economiche** localizzate nelle diverse vie della zona, i rifiuti più significativi sono giunti da extra comunitari ubicati per lo più in Viale Stazione e Via Foppa.

Per una maggiore leggibilità dei risultati a livello territoriale, le vie di ubicazione delle attività sono state raggruppate secondo criteri di vicinanza e omogeneità in tre zone: Stazione, Tribunale e Nord Stazione.

Le interviste sono state effettuate tutti i giorni della settimana, entrando in contatto diretto con il titolare o il gestore dell'attività economica; il campione d'indagine, nonostante i rifiuti, è risultato ben rappresentativo della realtà commerciale esistente, anche se un po' sbilanciato verso la componente italiana (73% del totale) con quote comunque significative di Cinesi (13,4%) e Pakistani (5,4%).

Le attività economiche a conduzione straniera sono in realtà più numerose rispetto al campione indagato, soprattutto nell'area più prossima alla stazione, ma non rientrano in tale indagine a causa del rifiuto esplicito o alle difficoltà incontrate nel reperire e dialogare con i referenti.

L'attività commerciale e la sua conduzione

La rete commerciale della zona appare tradizionale e vanta una presenza nell'area consolidata nel tempo, **più di un terzo del campione (33,9%) opera da più di 20 anni**, e una quindicina degli esercenti intervistati (13%) da oltre quarant'anni.

Questo dato parrebbe testimoniare il fatto che il settore, pur condizionato da difficoltà, ha tutt'ora una seria valenza nell'area e, per chi ha posto base solide nella propria impronta gestionale, continua ad essere una buona fonte di guadagno.

Dall'analisi diversificata per localizzazione si rileva che le attività più longeve sono quelle collocate nell'area nord Stazione, mentre **l'80% degli operatori dell'area Tribunale ha aperto l'esercizio negli ultimi 10-15 anni.**

La conferma di essere al cospetto di una rete commerciale tradizionale giunge anche dal dato relativo alla tipologia di appartenenza delle società commerciali censite: **netta la prevalenza di ditte individuali**, pari al 48% delle imprese censite, con rilevanza diversa per la zona Stazione (maggioranza assoluta di ditte individuali pari al 58%) e la zona del Tribunale, dove rappresentano il 46%. Le attività adiacenti alla nuova sede del Tribunale sono di più recente istituzione, risultano pertanto gestite in modo più strutturato e la fascia di età dei titolari è inferiore alla media del distretto analizzato.

Il 66,9% delle attività occupa 1 o 2 persone, un 10% circa ha 3 incaricati e altrettanti 4.

La gamma merceologica prevalente nel campione è quella dei “bar-tavola calda” (25 esercizi, pari al 22,3%) seguita dagli “alimentari-minimarket” (10, pari al 8,9%), seguita dal raggruppamento “tabaccherie – edicole” con 9 unità locali e del commercio di prodotti elettronici e di telefonia (7). Numericamente consistente (17) gli esercizi collocati nella generica voce “non alimentari specializzati” in cui sono ricompresi vari esercizi (profumeria, ottica, mobili, fiori e piante, ricambi, modellismo, etc.).

La **clientela** delle imprese oggetto d'indagine è per lo più **locale e effettua acquisti in zona in modo abituale** (nel 58% dei casi) mentre il dato medio per gli acquirenti di passaggio è pari al 21%, percentuale che sale al 37% per gli esercenti della zona Stazione.

I locali utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono di **dimensioni medio piccole** (46,4% meno di 50 mq, 59% meno di 100 mq) e una quota non trascurabile del 18% con superfici davvero ridotte (meno di 30 mq). Differenziando il dato per localizzazione, i negozi dell'area Stazione sono spesso molto piccoli, il 65% non supera i 50mq, mentre punti di vendita più ampi sono ubicati in Via Solferino e Via XX Settembre; più ampia l'estensione media dei locali situati vicino al Tribunale, il 50% dei quali dichiara infatti una superficie compresa tra i 50 e i 100 mq.

Ciò nonostante la stragrande maggioranza, pari all'82% degli intervistati, ritiene che gli spazi di cui fruisce sono idonei e adeguati alle necessità.

Per quanto riguarda la titolarità dei locali, la **stragrande maggioranza (85,7%) è in affitto**, dato che sale al 92% nell'area più prossima del Tribunale.

Circa la metà (55%) del campione ha accettato di fornire indicazioni circa i costi di affitto sostenuti, dalle risposte si evince che gli affitti più alti in valore assoluto sono quelli dei locali situati nelle vie a nord dell'area, quali via Solferino e Via XX Settembre. Il buon grado di accessibilità e di passaggio è la motivazione che nel 33% dei casi è stata indicata come prevalente per la scelta d'insediamento dell'attività commerciale, da non trascurare il 28% delle risposte che ha deciso la localizzazione in modo indiretto, in quanto frutto di un subentro di un attività già in esercizio.

Comunque positiva la valutazione sull'attuale localizzazione, il 64% si ritiene soddisfatto, contro un 36% di poco (7%) o per niente soddisfatti. I commercianti

della zona del Tribunale sono i più soddisfatti (71% di risposte positive), mentre i più scontenti sono gli operatori di Via Solferino e Via XX Settembre.

Investimenti

Analizzando la propensione ad investire la situazione complessiva appare poco dinamica, **solo il 29,5% degli intervistati ha effettuato investimenti nell'ultimo anno**, percentuale che si abbassa al 28,6% (32 casi) se si rileva il numero di coloro che intendono investire nell'unità locale nel prossimo anno. E' interessante notare come la propensione ad investire riguarda spesso chi lo ha già fatto, segno in costoro di una certa vivacità imprenditoriale e documentazione che gli interventi realizzati sono stati giudicati utili per migliorare l'andamento complessivo dell'attività: il 50% di coloro che hanno effettuato lavori nel proprio locale negli ultimi 12 mesi, intende comunque farne di nuovi il prossimo anno. Per quanto riguarda gli importi futuri di spesa, 20 dichiarano investimenti al di sotto di 10.000 euro, 9 hanno previsto spese comprese tra 10.000 e 50.000 euro, 3 oltre i 50.000 euro.

Criticità Aziendali

A livello economico, il 41% degli interpellati considera l'attuale situazione peggiorata rispetto a 5 anni fa, e il 22% molto peggiorata. Solo un esiguo 11% si dichiara soddisfatto dell'andamento generale dei propri affari.

Tale opinione è abbastanza generalizzata con un piccolo scostamento dal dato medio per le imprese dell'area del Tribunale che denunciano difficoltà nel 46% dei casi (rispetto al 63%) mentre il 42% non ha rilevato particolari variazioni.

Le motivazioni di insoddisfazione sono imputate per lo più alla congiuntura economica negativa attuale (57%), mentre per il 22% vi sono motivi strutturali legati alla perdita di capacità competitiva e (21%) all'attuale ubicazione.

Altri problemi del contesto

Mancanza di parcheggi per la clientela (81% delle risposte) ed alta intensità del traffico (21%) sono gli aspetti segnalati più frequentemente come critici e incidenti negativamente sulla gestione della propria attività.

Minori le lamentele circa l'adeguatezza del manto stradale o le problematiche legate alla segnaletica.

Positivi invece i giudizi ed il livello di soddisfazione circa i collegamenti garantiti dai mezzi pubblici della zona, così come i commenti sulla pulizia delle strade e degli spazi pubblici.

La problematica più evidente sembra rimanere quella legata ai temi della sicurezza, il 59% del campione si dichiara insoddisfatto del livello attuale di criminalità (23% molto insoddisfatto), non mancano tuttavia segnali rassicuranti visto che il 33% delle risposte è di tutt'altro genere, dichiarandosi "molto soddisfatto".

Nella zona del Tribunale è particolarmente avvertito il problema dei parcheggi, mentre i negozianti si dichiarano soddisfatti per livello di pulizia e sicurezza, i negozianti dell'area limitrofa alla Stazione valutano il contesto poco sicuro e penalizzato da traffico e mobilità, positivi invece i giudizi sulla rete di trasporti locali.

Gli operatori chiedono una maggior presenza delle forze dell'ordine soprattutto dopo le ore 19.00 e nei giorni di sabato e festivi.

Proposte per la rivitalizzazione commerciale

L'ultima sezione dell'analisi conoscitiva rivolta ai commercianti ha inteso raccogliere le proposte degli intervistati circa possibili interventi di riqualificazione e rilancio competitivo dell'area.

Come prima azione il 69% degli operatori auspica l'erogazione di contributi economici a supporto delle imprese commerciali già operanti sul territorio, segue l'invito a indire bandi per favorire l'insediamento di nuovi esercizi (13,65 li indica al primo posto, 37,2% al secondo, 10,7% al terzo). Rispetto a quest'ultima proposta gli intervistati hanno espresso la propria preferenza verso politiche d'intervento tese ad innalzare l'offerta di prodotti di qualità e legati alla tradizione locale.

Giudicati utili anche gli interventi di animazione che aumentano il flusso di passaggio e l'attrattività complessiva, si suggerisce tuttavia di approntare una calendarizzazione almeno annuale degli eventi e di orientarli più verso fiere e mercatini piuttosto che su aspetti culturali.

Attese positive in termini di rilancio della zona, sono state infine espresse relativamente ai previsti interventi strutturali di qualificazione urbana e di miglioramento dell'arredo urbano.

Relativamente alle modalità di co-partecipazione prescelta dai commercianti per rivitalizzare l'area, solo il 36% si è dichiarata disposta a contribuire per realizzare gli interventi previsti dal Comune di Brescia, e tra questi solo 7 (9,7%) sarebbero disposti a investire proprie risorse, mentre la maggioranza (67,5%) lo farebbe attuando aperture straordinarie della propria attività e il 55% partecipando a forme promozionali di contenimento dei prezzi.

5. Piano degli Interventi

Partendo dagli obiettivi generali del presente piano che mira a rivitalizzare i negozi di vicinato ed i pubblici esercizi della zona stazione, in accordo con le 3 diverse direttrici strategiche di sviluppo denominate 3 V (Vitalità, Vivibilità, Vetrine e Commercio), si sono elaborati specifici interventi e messe a disposizione risorse finanziarie a beneficio degli operatori privati del settore commercio della zona, per accrescere il loro grado di competitività, favorire una maggiore attrattività della zona, stimolare nuova imprenditorialità e tipologie merceologiche non usuali per il contesto urbano in oggetto.

Gli interventi descritti risultano coerenti con gli obiettivi e le direttrici strategiche individuate, rispondono a gran parte delle richieste e recepiscono le proposte formulate da fruitori e operatori economici locali, tentano di arginare le criticità riscontrate, facendo leva sul commercio quale motore dello sviluppo locale.

Le schede progetto di seguito riportate, descrivono puntualmente caratteristiche e contenuti di ciascun intervento proposto.

Le risorse finanziarie previste sono riportate in modo organico nel piano finanziario del capitolo successivo.

BANDO PER RIQUALIFICAZIONE PMI SETTORE COMMERCIO E ARTIGIANATO

Denominazione intervento	BANDO DEL COMUNE DI BRESCIA A BENEFICIO DI PMI SETTORE COMMERCIO E ARTIGIANATO DI SERVIZIO
Tipologia intervento	AZIONI DI RIQUALIFICAZIONE STRUTTURALE ED ACQUISTO ATTREZZATURE PER LO SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE O ARTIGIANALE
Spese ammesse	1. Qualificazione estetica immobili e spazi destinati al commercio in sede fissa e all'attività di artigianato di servizio; 2. Interventi a favore della sicurezza degli spazi destinati al commercio in sede fissa e all'attività di artigianato di servizio; 3. Acquisto attrezzature per rinnovo o potenziamento attività di commercio al dettaglio in sede fissa e di artigianato di servizio
Direttrici Strategiche 3V	Vetrine e Commercio
Ente di riferimento	COMUNE DI BRESCIA
Iniziativa	Pubblico – Privata

FINALITA'

Qualificare ed innovare la rete distributiva di vicinato dell'area della Stazione ferroviaria di Brescia (così come individuato nell'allegata planimetria), accogliendo e facendo propri i principi guida che fondano l'azione assessorile di sostegno al comparto commerciale.

Ciò che si propone è un intervento integrato per il territorio interessato, che pur sostenendo i singoli esercizi commerciali, pubblici ed artigianali, valorizza, incrementa ed ottimizza la qualità e le sinergie tra i servizi, qualifica il contesto urbano, incrementa la sicurezza reale e percepita, realizzando un "SISTEMA" capace di mettere in rete le risorse, ottimizzandone i benefici per tutte le realtà economiche e sociali presenti nell'area della Stazione ferroviaria.

CONTENUTI

Il Comune di Brescia intende realizzare un **Bando rivolto a imprese del settore del commercio e dell'artigianato che realizzeranno spese in conto capitale** per la realizzazione dei seguenti interventi:

- interventi di qualificazione estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa e all'attività di artigianato di servizi (es: sistemazione di facciate, vetrine, insegne, tende parasole e dehors);
- interventi per l'installazione di impiantistica multimediale per l'utilizzo di tecnologie innovative per lo svolgimento dell'attività commerciale o artigianale;
- interventi per l'installazione di sistemi impiantistici tesi al potenziamento della sicurezza degli immobili e delle merci (installazione di sistemi di videosorveglianza e di allarme elettronico, installazione di mezzi di dissuasione ed anti intrusione, sistemi antitaccheggio, ecc.).

AZIONI PREVISTE

- ▶ Accordo sui contenuti e vincoli del bando; con componenti GDL, per individuazione potenzialità sinergiche;
- ▶ Redazione definitiva dei contenuti e pubblicazione;
- ▶ Raccolta ed Istruttoria pratiche;
- ▶ Definizione graduatoria ed assegnazione risorse economiche;
- ▶ Raccolta rendicontazione ed erogazione contributi;
- ▶ Verifica a campione della coerenza e corrispondenza tra rendicontazione e opere realizzate

SPESE PREVISTE

La dotazione finanziaria complessiva del Bando è pari a € **150.000,00** euro.

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

L'iniziativa è attuata dal Comune di Brescia, la dotazione finanziaria complessiva è coperta da risorse comunali.

INDICATORI DI RISULTATO

- ▶ **Obiettivi di Risultato**
 - Pubblicazione Bando entro estate 2010
 - Coinvolgimento di almeno il 20% dei esercizi commerciali presenti nel Distretto Stazione;
- ▶ **Monitoraggio risultati**
 - Verifica rispetto obiettivi di risultato definiti in termini di tempistica pubblicazione ed esercizi commerciali partecipanti;
 - Valutazione degli effetti complessivi dell'iniziativa sulle attività commerciali, tramite verifiche tecniche – amministrative a campione, coinvolgimento delle associazioni imprenditoriali partner.

BANDO PER INCENTIVAZIONE ALL'APERTURA DI NUOVE PMI SETTORE COMMERCIO

Denominazione intervento	inter-	BANDO DEL COMUNE DI BRESCIA A SOSTEGNO DELL'APERTURA DI NUOVE PMI SETTORE COMMERCIO
Tipologia intervento		CONTRIBUITO A FONDO PERDUTO DESTINATO AD INCENTIVARE L'APERTURA DI NUOVE ATTIVITA' COMMERCIALI NELL'AREA DELLA STAZIONE FERROVIARIA
Spese previste		Spese in conto gestione per lo start – up delle nuove iniziative imprenditoriali del settore commercio con sede operativa nelle vie del Distretto Stazione.
Direttrici	Strategiche	Vetrine e Commercio
3V		
Ente di riferimento		COMUNE DI BRESCIA
Iniziativa		Pubblico – Privata

FINALITA'

Qualificare ed innovare la rete distributiva di vicinato dell'area della Stazione ferroviaria di Brescia accogliendo e facendo propri i principi guida che fondano l'azione assessorile di sostegno al comparto commerciale.

L'intervento è finalizzato a stimolare, mediante il riconoscimento di contributi economici a fondo perduto, il sistema commerciale del sito dando spazio all'apertura di nuove attività destinate a sostenere il commercio tradizionale italiano ed a diversificare-arricchire l'offerta commerciale dell'area.

CONTENUTI

Il Comune di Brescia intende realizzare un Bando rivolto a imprese del settore commercio per incentivare l'apertura di nuove attività commerciali **a tipologia merceologica prestabilita e specializzata (prodotti tipici alimentari e non della tradizione italiana ovvero tipologie merceologiche non presenti)** presso l'area della Stazione ferroviaria (così come individuato nell'allegata planimetria).

AZIONI PREVISTE

- ▶ Accordo sui contenuti e vincoli del bando; con componenti GDL, per individuazione potenzialità sinergiche;
- ▶ Redazione definitiva dei contenuti e pubblicazione;
- ▶ Raccolta ed Istruttoria pratiche;
- ▶ Definizione graduatoria ed assegnazione risorse economiche;
- ▶ Raccolta rendicontazione ed erogazione contributi;
- ▶ Verifica a campione della coerenza e corrispondenza tra rendicontazione e opere realizzate

SPESE PREVISTE

La dotazione finanziaria complessiva del Bando è pari a € 100.000,00 euro.

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

L'iniziativa è attuata dal Comune di Brescia, la dotazione finanziaria complessiva è coperta da risorse comunali.

INDICATORI DI RISULTATO

- ▶ **Obiettivi di Risultato**
 - Pubblicazione Bando entro estate 2010
- ▶ **Monitoraggio risultati**
 - Verifica rispetto obiettivi di risultato definiti in termini di tempistica pubblicazione;
 - Valutazione degli effetti complessivi dell'iniziativa sul sistema commerciale, tramite verifiche tecniche – amministrative mediante la realizzazione di un'apposita indagine conoscitiva da realizzare a fine progetto.

STIPULA CONVENZIONI PER LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITA' DI SUPPORTO ALL'ATTIVITA' COMMERCIALE

Denominazione intervento	inter-	DEFINIZIONE DI CONVENZIONI CON PARTNERS PRIVATI PER LA GESTIONE DI ATTIVITA' DI SUPPORTO ALLE ATTIVITA' COMMERCIALI
Tipologia intervento		GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE
Spese previste		Spese per la stipula di convenzioni per offrire agli operatori commerciali ed ai loro clienti finali, servizi a tariffe agevolate in modo da accrescere la fidelizzazione e l'attrattivit� dell'offerta commerciale complessiva
Direttrici	Strategiche	Vetrine e Commercio
3V		
Ente di riferimento		COMUNE DI BRESCIA
Iniziativa		Pubblica

FINALITA' E CONTENUTI

Incrementare l'efficacia del sistema distributivo commerciale dell'area della Stazione ferroviaria, offrendo agli operatori commerciali condizioni convenzionate per l'espletamento di servizi comuni quali, a titolo di esempio:

- attivit  di comunicazione con tariffe calmierate concordate con le testate giornalistiche locali;
- fornitura di pacchetti di biglietti per la sosta gratuita per favorire lo shopping dei clienti;
- biglietti a prezzo agevolato per assistere a spettacoli o eventi di animazione;

In tale progetto il Comune si porrebbe come soggetto terzo, con ruolo di mediatore e agevolatore tra partner commerciali per ottenere un valido pacchetto di convenzioni.

AZIONI PREVISTE

- ▶ Definizione puntuale contenuti delle convenzioni
- ▶ Diffusione dei contenuti delle convenzioni a scopo promozionale

SPESE PREVISTE

20.000,00 euro/anno

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

2010 100% Comune di Brescia;

2011 50% Comune di Brescia e 50% Commercianti singoli o associati

INDICATORI DI RISULTATO

- ▶ Obiettivi di Risultato: definizione max n. 2 e min n. 1 convenzioni per la gestione di attivit  di supporto all'attivit  commerciale;
- ▶ Monitoraggio risultati
 - verifica apprezzamento tramite questionari di customer satisfaction distribuiti a commercianti del distretto;
 - Valutazione degli effetti complessivi dell'iniziativa sul sistema commerciale, tramite verifiche tecniche – amministrative mediante la realizzazione di un'apposita indagine conoscitiva da realizzare a fine progetto.

MONITORAGGIO ATTIVITA' MEDIANTE LA PRESENZA DI STEWARD URBANI

Denominazione intervento	MONITORAGGIO INTERVENTI DI RIVITALIZZAZIONE ATTUATI IN ZONA STAZIONE
Tipologia intervento	COMUNICAZIONE E MARKETING
Spese previste	1.1. Azioni di marketing funzionale alla valorizzazione del distretto
Direttrici Strategiche 3V	<i>Vetrine e Commercio</i>
Ente di riferimento	COMUNE DI BRESCIA
Iniziativa	Pubblica

FINALITA'

Potenziare e rendere sistematica l'attività di analisi, ricerca e progettazione grazie all'introduzione di indicatori, strumenti e metodologie specifiche per la verifica della customer satisfaction, in modo da accrescere il livello di conoscenza della situazione commerciale, monitorare in base a parametri oggettivi, quantitativi e qualitativi, la reale efficacia dei servizi offerti all'interno dell'area della Stazione ferroviaria. L'attività di monitoraggio consentirà inoltre di applicare i necessari correttivi sulle azioni realizzate e di meglio orientare la pianificazione delle azioni future.

CONTENUTI

E' prevista la definizione e diffusione di specifici questionari in occasione degli eventi programmati e nei periodi di maggior afflusso commerciale (primo week end saldi, natale, ecc) somministrati da steward urbani opportunamente incaricati.

AZIONI PREVISTE

- ▶ Raccolta sistematica dei dati e delle informazioni rilevanti e loro disamina;
- ▶ Definizione delle linee correttive o di potenziamento sulle base delle azioni attivate.

SPESE PREVISTE

2010 : 20.000 euro – per la realizzazione delle attività di monitoraggio mediante la presenza di hostess e stewards urbani e la somministrazione di specifici questionari;

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

2010 100 % delle spese coperte da contributi pubblici (75% Comune di Brescia – 25% Regione)

INDICATORI DI RISULTATO

- ▶ **Obiettivi di risultato**
 - numero manifestazioni interessate al progetto variabile da un min. di 10 a un max di 20
- ▶ **Monitoraggio risultati**
 - Rilevazione e rielaborazione sistematica dei dati raccolti.

PIANO DI ANIMAZIONE ANNUALE

Denominazione intervento	PIANO DI ANIMAZIONE ANNUALE
Tipologia intervento	PROMOZIONE E ANIMAZIONE
Spese previste	Spese per eventi di animazione, pubblicità e promozione
Direttrici Strategiche	Vivacità
3V	
Ente di riferimento	COMUNE DI BRESCIA
Iniziativa	Pubblica

FINALITA'

Garantire maggior efficacia alle azioni di promozione ed agli eventi che animeranno l'area della Stazione ferroviaria, attraverso la definizione di un programma annuale di animazione in grado di presentarsi all'esterno in modo unico, coordinato, continuativo, aumentando la notorietà delle iniziative realizzate, riducendo possibili diseconomie di scala e scopo, incrementare l'afflusso dei potenziali utenti.

CONTENUTI

Definizione di un piano annuale d'iniziativa ed eventi di animazione, redatto secondo le indicazioni affiorate dalla recente indagine conoscitiva realizzata nell'area della stazione, in modo tale da poter poi disporre di un cartellone di eventi in grado di fornire agli operatori, preventivamente informati, le programmazioni comunali e verificare l'eventuale necessità di programmare progetti di iniziativa privata da mettere in relazione e non in sovrapposizione con le iniziative pubbliche.

La programmazione consisterà nella realizzazione prevalentemente di eventi di natura commerciale (mostre – mercato) e sussidiariamente di natura culturale.

Per il 2010 sono già state calendarizzate i seguenti eventi:

- mese di aprile: mostra mercato del prodotto eno-gastronomico tipico italiano denominata **"Il cibo èIL FORMAGGIO"** e **mostra mercato florovivaistica**;
- mese di maggio: realizzazione quindicinale di un **allestimento florovivaistico** di valorizzazione dell'area della Stazione al cui interno verranno realizzati **n. 6 eventi musicali**;
- mese di ottobre: mostra mercato del prodotto eno-gastronomico tipico italiano denominata **"Il cibo èI SALUMI"** e **mostra mercato florovivaistica**.

Per le indicate iniziative sono già state individuate le collaborazioni con sponsor privati.

Il cartellone nel suo complesso, ed ogni singola iniziativa in esso presente, verrà adeguatamente promosso attraverso:

- Sito internet del DUC;
- Striscioni, manifesti formato cm.100 x 140 ed altri strumenti di comunicazione;
- leaflet e volantini;
- brochure e materiale editoriale.

SPESE PREVISTE

€ 100.000,00 annuali - per la realizzazione degli eventi nel suo complesso

SOSTENIBILITA' FINANZIARIA

2010 100% delle spese coperte da contributi del Comune di Brescia

2011 80% Comune di Brescia, 20% Commercianti singoli o associati

INDICATORI DI RISULTATO

► Obiettivi di Risultato

- realizzazione delle iniziative in calendario

► Monitoraggio risultati

- Valutazione degli effetti complessivi dell'iniziativa sul sistema commerciale, tramite verifiche tecniche – amministrative mediante la realizzazione di un'apposita indagine conoscitiva da realizzare a fine progetto

6. Piano Finanziario

Recependo le indicazioni formulate nel piano degli interventi del precedente punto 5, è possibile elaborare il piano finanziario per l'anno 2010.

Le cifre riferibili al Comune di Brescia sono già state allocate per tali finalità, mentre il contributo dei privati dipenderà dal grado di coinvolgimento e partecipazione alle iniziative ed ai bandi agevolativi previsti.

Città di Brescia

Progetto Rivitalizzazione Commerciale Area Stazione Ferroviaria - Budget Complessivo di Spesa anno 2010

	TITOLO	ATTUATORE	COSTO TOTALE	QUOTA CARICO PUBBLICO	QUOTA CARICO PRIVATO	Tipo Spesa
1. Promozione e animazione Manifestazioni, eventi e iniziative di marketing urbano	Il Cibo è..il Formaggio Il Cibo è..i Salumi	Comune di Brescia	100.000,00	100.000,00		Spesa Corrente
	2 Mostre mercato florovivaistiche 1 Allestimento florovivaistico e 6 concerti musicali					
2. Interventi strutturali di riqualificazione dell'offerta commerciale 2.1. Qualificazione estetica immobili sede fissa	Bando per Soggetti Privati settore commercio e artigianato	Comune di Brescia	300.000,00	150.000,00	150.000,00	Conto Capitale
2.2. Sostegno alla nascita di nuove imprese del settore commercio	Bando a sostegno di start-up di nuovi Soggetti Privati del settore commercio	Comune di Brescia	143.000,00	100.000,00	43.000,00	Conto Gestione
3. Interventi di fidelizzazione di operatori economici e clienti finali Stipula di convenzioni ad hoc per erogazione di servizi a prezzi agevolati per operatori economici del distretto e loro clienti finali	Stipula convenzioni con partner commerciali	PMI settore commercio	20.000,00	20.000,00	50% nel 2011	Spesa Corrente
4. Monitoraggio risultati azioni realizzate Realizzazione di azioni di monitoraggio per verificare l'efficacia delle azioni intraprese attraverso l'ausilio di Steward Urbani	Piano di monitoraggio azioni realizzate in area Stazione Ferroviaria	Comune di Brescia	utilizzo risorse progetto DUC	-	-	Spesa Corrente
TOTALE			563.000,00	370.000,00	193.000,00	