



ISTITUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI SESTO SAN GIOVANNI – PARTECIPAZIONE AL TERZO BANDO – DECRETO 25 NOVEMBRE 2009, N. 12555 “DISTRETTI DIFFUSI DI RILEVANZA INTERCOMUNALE”.

VERBALE

Il 20 gennaio 2010 alle ore 10:00 nel palazzo comunale di Sesto San Giovanni, convocata la Giunta comunale, sono intervenuti i Signori:

N. progressivo	Cognome e Nome	Qualifica	Presenze
1	Oldrini Giorgio	Sindaco	SI
2	Morabito Demetrio	Vicesindaco	SI
3	Amato Vincenzo	Assessore	SI
4	Brambilla Ersilia	Assessore	SI
5	Chittò Monica	Assessore	SI
6	Di Leva Pasqualino	Assessore	SI
7	Pozzi Alessandro	Assessore	SI
8	Teormino Lucia	Assessore	SI
9	Urro Giovanni	Assessore	SI
10	Zucchi Claudio	Assessore	SI

Partecipa il Vice Segretario generale Massimo Piamonte.

Assume la presidenza il Sindaco Giorgio Oldrini che riconosciuta legale l'adunanza dichiara aperta la seduta.

Sono assenti per questa deliberazione gli Ass. Brambilla e Chittò.

Il Sindaco sottopone alla Giunta comunale l'allegata proposta di delibera avente per oggetto:

ISTITUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI SESTO SAN GIOVANNI – PARTECIPAZIONE AL TERZO BANDO – DECRETO 25 NOVEMBRE 2009, N. 12555 "DISTRETTI DIFFUSI DI RILEVANZA INTERCOMUNALE".

LA GIUNTA COMUNALE

- Vista l'allegata proposta di delibera;
- Ritenuto di apporla, riconoscendone il contenuto;
- Visti i pareri espressi ai sensi dell'art. 49 - 1° comma del D. Lgs. n. 267/00, come da foglio allegato;
- Richiamato l'articolo 134 - 4° comma del D. Lgs. n. 267/00;
- Con voti unanimi, espressi nelle forme di legge, anche per quanto riguarda l'immediata eseguibilità della presente deliberazione;

DELIBERA

- di approvare la proposta avente per oggetto:

ISTITUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI SESTO SAN GIOVANNI – PARTECIPAZIONE AL TERZO BANDO – DECRETO 25 NOVEMBRE 2009, N. 12555 "DISTRETTI DIFFUSI DI RILEVANZA INTERCOMUNALE".

- di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 - 4° comma del D. Lgs.n. 267/00

La cartella contiene:

Proposta di deliberazione (2 pagine)
Relazione a firma Carella (3 pagine)
Accordo di distretto (5 pagine)
Programma d'intervento (39 pagine)
Foglio pareri (1 pagina)

OGGETTO: ISTITUZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI SESTO SAN GIOVANNI - PARTECIPAZIONE AL TERZO BANDO - DECRETO 25 NOVEMBRE 2009, N. 12555 "DISTRETTI DIFFUSI DI RILEVANZA INTERCOMUNALE"

PREMESSO che:

- IL Comune di Sesto San Giovanni intende favorire, in virtù del principio di sussidiarietà, la interrelazione tra le componenti pubbliche e private presenti sul suo territorio al fine di sostenere e rilanciare la competitività di sistema dell'area commerciale;
- La Regione Lombardia con Decreto 25 novembre 2009, n. 12555, ha approvato il 3° bando "Distretti Diffusi di Rilevanza Intercomunale" per l'accesso ai contributi regionali per l'innovazione dei sistemi territoriali urbani di imprese commerciali attraverso lo sviluppo dei Distretti del Commercio, in attuazione della D.G.R. 9 novembre 2009 n. 10478 "Piano triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio. Modalità per l'attuazione dell'iniziativa – Promozione dei distretti del Commercio – D.C.R. 527/2008".
- Il Piano di Governo del Territorio individua gli assi commerciali sui quali garantire "il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato".
- Già in occasione del 1° bando di finanziamento regionale, la giunta aveva approvato una lettera di impegno programmatico all'istituzione del distretto urbano del commercio del Comune di Sesto San Giovanni.
- sono stati avviati i contatti con le rappresentanze economiche e sociali locali nel settore del commercio e sono stati condotti gli approfondimenti necessari ad identificare il distretto commerciale della città di Sesto San Giovanni.

DATO ATTO che la regione impone ai Comuni il ruolo di Capofila in quanto istituzione preposta all'amministrazione integrata ed al governo del territorio;

RILEVATO che in base al bando sopra citato i partner di distretto devono sottoscrivere un "accordo di distretto", con il quale i soggetti interessati coordinano i rispettivi interventi previsti per la realizzazione del Distretto secondo il cronoprogramma contenuto nel Programma di Intervento del Distretto;

Vista l'allegata proposta di deliberazione;

Ritenuto di approvarla, riconoscendone il contenuto;

VISTO l'allegato accordo di distretto e il relativo programma, finalizzato alla partecipazione al bando

RITENUTO di approvarlo in ogni sua parte;

VISTO l'art. 48, comma 2, del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267;

VISTI i pareri espressi ai sensi dell'art. 49 – 1° comma del d.lgs. n. 267/00 come da foglio allegato

RICHIAMATO l'art. 134 comma 4 del D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267;

Con voti unanimi legalmente espressi anche per quanto attiene l'immediata eseguibilità della presente deliberazione.

D E L I B E R A

1. l'istituzione del distretto urbano del commercio, primo fra le aree potenzialmente interessate da un più ampio progetto di sostegno e sviluppo dei N° sistemi commerciali urbani individuati dal Piano Urbano del Commercio (PUC)/PGT, così come da cartografia allegata al programma di intervento del distretto;
 2. di approvare, per quanto riportato in premessa, l'allegato accordo di distretto tra il Comune di Sesto San Giovanni, l'Associazione imprenditoriale Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano, la Camera di Commercio di Milano finalizzato alla partecipazione al bando relativo al progetto strategico "distretti del commercio" assumendo il ruolo di capofila;
 3. di autorizzare il Sindaco alla sottoscrizione dell'accordo di distretto di cui al punto precedente;
 4. di dare atto che la spesa a carico dell'Amministrazione Comunale è già stata impegnata ai competenti capitoli. Subordinatamente alla concessione del contributo si provvederà ad adeguare le previsioni di bilancio per poter adempiere alle clausole di erogazione dello stesso.
 5. di demandare al Responsabile del Settore interessato l'assunzione degli atti conseguenti.
- di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art.134 comma 4° del T.U.E.L. 267/00.

RELAZIONE

Regione Lombardia con Decreto 25 novembre 2009, n. 12555, ha approvato il 3° bando "Distretti Diffusi di Rilevanza Intercomunale" per l'accesso ai contributi regionali per l'innovazione dei sistemi territoriali urbani di imprese commerciali attraverso lo sviluppo dei Distretti del Commercio, in attuazione della D.G.R. 9 novembre 2009 n. 10478 "Piano triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio. Modalità per l'attuazione dell'iniziativa – Promozione dei distretti del Commercio – D.C.R. 527/2008".

La presenza sul territorio di due centri commerciali offre ai sestesi una gamma commerciale completa. I due centri commerciali sono collocati ai poli della città: il primo al confine con Milano e Bresso, il secondo con Cinisello Balsamo e San Maurizio, pertanto non comodamente raggiungibili a piedi da tutti cittadini. Non a caso i maggiori frequentatori dei centri commerciali sono persone giovani o di media età, che vivono il centro commerciale anche quale luogo di incontro e di divertimento, come se si trattasse di una grande piazza intorno alla quale si affacciano diverse attività commerciali, di servizio e per il tempo libero.

Gli esercizi di vicinato, devono o dovrebbero continuare ad assolvere quel compito importantissimo di servizio e soprattutto "di relazione" per tutta quella popolazione che vive la città in diversi "tempi e orari".

Il Comune di Sesto San Giovanni intende favorire, sostenere e rilanciare la competitività di sistema dell'area commerciale attraverso l'adeguamento degli esercizi di vicinato alle esigenze del mercato e dei consumatori promuovendo una diversa cultura di impresa, attraverso la specializzazione e l'offerta di un insieme di vantaggi, di servizi e d'intrattenimenti, utilizzando anche forme di collaborazione fra imprese commerciali, fra istituzioni locali, fra associazioni di categoria atte a promuovere quel minimo di

organizzazione che consenta al commercio tradizionale di assumere un ruolo propositivo di valorizzazione dei centri storici e delle altre zone urbane a vocazione commerciale, che li identifichi quali ambienti più accattivanti per lo shopping e per vivere il tempo libero e rispondere così allo svantaggio competitivo con le grandi polarità commerciali urbane e extraurbane (mall, centri commerciali, factory outlet centre) dovuto alla mancanza di una “regia unitaria”.

Con il Piano di Governo del Territorio sono stati individuati gli assi commerciali sui quali garantire “il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato”.

Per questi motivi si ritiene necessario utilizzare lo strumento dei distretti Commerciali, come modalità innovativa di valorizzazione del territorio, delle polarità commerciali urbane, secondo uno schema strategico di intervento il più possibile integrato e condiviso tra le istituzioni di governo del territorio, le autonomie funzionali e le rappresentanze economiche, politiche e sociali che vi operano.

Già in occasione del 1° bando di finanziamento regionale, la giunta aveva approvato, con deliberazione n. 3 del 13.01.2009, una lettera di impegno programmatico all’istituzione del distretto urbano del commercio del Comune di Sesto San Giovanni.

A questo scopo sono stati avviati i contatti con le rappresentanze economiche e sociali locali nel settore del commercio, sono stati condotti gli approfondimenti necessari ad identificare :

- il distretto;
- i partner di distretto;
- la presenza di una struttura professionale con una forte motivazione delle persone coinvolte per portare avanti l’iniziativa;
- le risorse necessarie per svilupparlo, definendo la modalità di partecipazione ai costi da parte dei beneficiari dell’azione collettiva;
- la presenza di strumenti capaci di misurare i risultati raggiunti, sia per valutare le azioni intraprese, sia per valorizzare l’attività all’esterno e creare ulteriore consenso all’azione del distretto;
- le aree di intervento (promozione, marketing, i capacità di attrazione, servizi complementari);
- gli interventi messi in atto o programmati dal Comune, come meglio esplicitati nel quadro economico di seguito riportato.

Tipologia	Interventi	Comune	quota percentuale del costo dell'intervento o richiesta come contributo a RL	Quota contributo richiesta RL al Comune	Totale investimento
3.2 Qualificazione e sistemazione spazi destinati al commercio su area pubblica	Lavori e opere edili per le facciate e i fronti strada; attrezzature per spazi esterni ai locali commerciali	114.534,09	25%	28.631,00	143.165,09
	pavimentazione area mercatale XXV Aprile	64.397,98		16.099,00	80.496,98
	B pavimentazione area mercatale	50.136,11		12.532,00	62.668,11

Puricelli Guerra					
3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto del Commercio	Acquisizione di nuove attrezzature per arredo urbano e illuminazione pubblica		585.818,53	11%	66.548,80 652.367,33
		C	riqualificazione giardino Piave-Modena	78.261,81	9.391,00 87.652,81
		D	riqualificazione giardino XX Settembre	112.345,06	12.669,00 125.014,06
		E	riqualificazione giardino Cairoli	79.265,07	9.511,80 88.776,87
		F	fontana Rondò e sistemazione piazza IV Novembre	217.185,17	26.062,50 243.247,67
		G	fontana del Drago - giardino Bandiera	25.200,00	0,00 25.200,00
		H	asfaltatura sottopassi Campari e Garibaldi	74.288,06	8.914,50 83.202,56
4.1 Interventi di governo dei flussi di accesso ai Distretti del Commercio	Servizi ed infrastrutture a servizio della mobilità funzionali al Distretto Commerciale		20.000,00	50%	10.000,00 30.000,00
		I	portabiciclette piazza IV Novembre - Rondò	20.000,00	10.000,00
5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Realizzazione di impiantistica multimediale per l'utilizzo di tecnologie innovative in funzione dello svolgimento dell'attività commerciale		29.974,08	50%	14.987,04 44.961,12
		L	Telecamere video sorveglianza - giardini XX Settembre e Cairoli	29.974,08	14.987,04
7.1 Sostenibilità energetica e ambientale			59.666,31	50%	29.833,16 89.499,47
		M	Illuminazione a basso consumo fontana Rondò	24.200,00	12.100,00 36.300,00
		N	Illuminazione a basso consumo monumento alpini	4.402,39	2.201,20 6.603,59

O	Illuminazione a basso consumo giardino Cairoli	21.638,46	10.819,23	32.457,69
P	Illuminazione a basso consumo giardino XX Settembre	9.425,46	4.712,73	14.138,19

Il Responsabile dl Servizio Commercio
Maria Carella

Sesto San Giovanni, 19.01.2010

ACCORDO DI DISTRETTO TRA

Il Dr. _____, legale rappresentante del Comune di SESTO SAN GIOVANNI, in qualità di Capofila del Distretto Diffuso del Commercio;

E

Il Dr. Gianroberto Costa, legale rappresentante dell'Associazione imprenditoriale Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano, maggiormente rappresentativa ai sensi della Legge n. 580/1993 per il settore del commercio nella Provincia di Milano in forza di delega ricevuta dal legale rappresentante Dott. Carlo Sangalli;

OLTRE A

Il Dr. Pier Andrea Chevallard, legale rappresentante di Camera di Commercio di Milano in forza di delega ricevuta dal legale rappresentante Dott. Carlo Sangalli;

PREMESSO CHE

- la Regione Lombardia ha reso pubblico in attuazione della D.g.r. del 9 novembre 2009, n. 10478 il terzo bando per la realizzazione di *Distretti diffusi di rilevanza intercomunale*;
 - in base a quanto previsto dal citato bando, hanno titolo a presentare proposte gli Enti con mandato di Capofila del Programma di Intervento del Distretto e che tale mandato viene formalizzato con la sottoscrizione del presente accordo;
 - il Comune di SESTO SAN GIOVANNI, con propria deliberazione di Giunta n. 11 del 20.01.2010 ha:
 - a) approvato l'individuazione di n° 1 Distretto Diffuso del Commercio la cui Denominazione verrà in seguito definita;
 - b) disposto in ordine al co-finanziamento al Programma per la parte di propria competenza;
 - c) dato mandato al Dr. _____ di sottoscrizione del presente accordo;
- Tutto ciò premesso e considerato, le suddette parti

CONVENGONO DI SOTTOSCRIVERE IL SEGUENTE ACCORDO DI DISTRETTO

Articolo 1 – Impegni dei soggetti sottoscrittori

1. Ferme restando le competenze di ciascun soggetto sottoscrittore, le parti che sottoscrivono il presente Accordo di Distretto si impegnano a:
 - leggere, validare e approvare il Programma di intervento del distretto del commercio, predisposto dal Capofila in nome e per conto del partenariato;
 - realizzare gli interventi di propria competenza e previsti all'interno dei Programmi di Intervento del Distretto del Commercio nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dal presente accordo e dal bando promosso dalla Regione Lombardia;
 - nel caso di interventi di iniziativa pubblica, proporre a cofinanziamento progetti ad uno stato di progettazione almeno definitivo con l'impegno, in caso di approvazione, a predisporre il progetto esecutivo entro 60 giorni dall'avvenuta comunicazione del contributo;
 - assicurare un utilizzo dei fondi coerente con le normative vigenti in tema di erogazione alle PMI;
 - assicurare che non verranno richiesti contributi di origine statale, regionale e comunitaria per le spese oggetto di contributo ai sensi del bando sopra citato;
 - assicurare la copertura finanziaria della parte di investimento eccedente il contributo regionale di propria competenza e indicata nel Programma di Intervento nella colonna "Quota a carico del partenariato";
 - sottoscrivere gli impegni economici previsti dal presente accordo.

Articolo 2 – Individuazione del Capofila

1. I soggetti sottoscrittori conferiscono al Comune di Sesto San Giovanni mandato di Capofila del partenariato, come meglio definito al successivo articolo 3, al fine di inviare e presentare richiesta di contributo a valere sul bando pubblicato da Regione Lombardia “*Promozione dei Distretti del Commercio*” (d.c.r. n. 527/2008) 3° bando”, e di stipulare in caso di ammissione a contributo, apposito atto con l’ente erogatore del contributo.
2. Il Comune di Sesto San Giovanni in qualità di Capofila ha i seguenti compiti:
 - rappresentare il partenariato nei confronti di Regione Lombardia;
 - recepire gli interventi di competenza dei diversi partner pubblici e privati in un programma d’intervento integrato, coerente e condiviso con il partenariato;
 - compiere tutti gli atti necessari per la partecipazione alla procedura di selezione e conseguenti la stessa fino alla completa realizzazione degli interventi previsti nel programma;
 - costruire e consolidare un partenariato pubblico-privato aperto ma stabile nel tempo con i soggetti locali;
 - coordinare il processo di attuazione del programma d’intervento e assicurarne il monitoraggio;
 - rendicontare a Regione Lombardia le attività finanziate conformemente a quanto previsto dall’atto di approvazione della graduatoria e del relativo contributo;
 - coordinare i rapporti finanziari con Regione Lombardia, provvedendo ad incassare le somme dovute sia in acconto che a saldo;
 - provvedere tempestivamente all’autorizzazione ai pagamenti erogati in favore dei partner del Distretto, previa valutazione di conformità rilasciata da Unione CTSP ai sensi del successivo art. 4 ove trattisi di beneficiari privati;
 - stipulare idonea garanzia fideiussoria od assicurativa a garanzia dell’erogazione della quota in acconto del contributo regionale
 - stipulare, in caso di ammissione a contributo, apposito atto con l’Ente erogatore del contributo.
3. Il capofila non risponde in alcun modo, nei confronti degli altri partner, dei ritardi nei pagamenti o dei minori pagamenti da parte dell’Ente erogatore, dipendenti da qualunque causa o ragione non direttamente imputabili al Capofila.
4. Fermo restando l’applicazione delle disposizioni di Legge vigenti, comprese quelle relative alla consultazione e/o partecipazione obbligatoria delle parti sociali, il capofila si impegna, qualora venga riconosciuto e ammesso al finanziamento dalla Regione Lombardia il Distretto del commercio oggetto del presente accordo, ad osservare ed attuare nei successivi atti amministrativi di propria competenza le deliberazioni assunte dalla Cabina di Regia in attuazione del successivo articolo 3 in ordine alle politiche di individuazione e gestione degli orari per gli esercizi del commercio al dettaglio in sede fissa ubicati nell’ambito territoriale del Distretto.
5. Il capofila si impegna, inoltre, a concedere, ai sensi dell’articolo 5 bis, comma 8 bis, L.r. n. 22/2000, eventuali ulteriori deroghe all’obbligo di chiusura domenicale e festiva degli esercizi commerciali di vendita al dettaglio in sede fissa ubicati nel Distretto esclusivamente nel caso in cui la Cabina di Regia di Distretto, attraverso apposita deliberazione assunta all’unanimità, consenta tale rilascio e che tali ulteriori deroghe siano concordate con le organizzazioni delle imprese e dei lavoratori dipendenti del comparto commerciale più rappresentative a livello provinciale interessate dal Distretto.

Articolo 3 – Articolazione e organi del partenariato

1. In relazione all'articolazione del Programma d'intervento di cui al punto terzo lettera a della premessa, il partenariato è articolato come segue: sono partner trasversali il Capofila, l'Unione CTSP, la CCIAA;
2. Sono organi del partenariato:
 - la *Cabina di Regia*, composta da rappresentanti del Comune Capofila, dell'Unione CTSP e della CCIAA;
 - la *Consulta di distretto* composta dai rappresentanti di tutti i partner del distretto, sia sottoscrittori del presente accordo, sia successivamente ammessi al partenariato.
3. Il funzionamento, i compiti e i rapporti degli organi del partenariato, sono definiti nel Protocollo di regolazione e funzionamento allegato al presente accordo quale parte integrante.

Articolo 4 - Rapporti con i partner e i beneficiari

1. Il Capofila gestisce il complesso dei rapporti con gli altri partner e beneficiari coinvolti nella realizzazione del Programma di Intervento di Distretto, approvato da Regione Lombardia, secondo tempi e modalità stabiliti nel suddetto programma, nel Protocollo di regolazione del partenariato, nonché in eventuali, appositi atti integrativi adottati in conformità al patto.
2. Sin d'ora si conviene di riconoscere ad Unione C.T.S.P., o a società/enti da essa segnalati:
 - l'attività di accettazione delle richieste di contributi, da parte dei soggetti privati, compresi nel piano d'intervento;
 - il 50% del compenso di euro 20mila per l'attività di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto del Commercio, previsto all'articolo 12 (spese ammissibili) del bando di cui al D.d.u.o. del 25 novembre 2009 n. 12555.

Articolo 5 – Azioni e interventi

1. Le azioni e gli interventi previsti per la realizzazione del Distretto di cui al presente accordo sono quelli individuati dal Programma di Intervento, nonché quelli eventualmente definiti dal partenariato in conformità al Protocollo di regolazione.

Articolo 6 – Durata del Programma

1. Le azioni e gli interventi previsti per la realizzazione del Distretto saranno attuati nel rispetto del crono programma contenuto nel Programma di Intervento di Distretto.
2. Entro 6 mesi dalla scadenza prevista per la realizzazione di tutte le suddette azioni ed interventi, la Cabina di Regia si impegna ad individuare un gruppo di lavoro, composto da rappresentanti dei partner senza oneri finanziari a carico del Comune, finalizzato alla preparazione di ulteriori programmi di interventi, avente un uguale durata, al fine di valorizzare, in un'ottica di continuità e implementazione, il Distretto commerciale; in mancanza di accoglimento della domanda di contributo regionale, le parti si ritengono libere da ogni impegno del presente accordo.

Articolo 7 – Piano finanziario

1. La copertura finanziaria e le quote per la realizzazione del Distretto sono quelle previste nel piano finanziario contenuto nel Programma di Intervento di Distretto.

In fede ed in piena conferma di quanto sopra, parti sottoscrivono come segue:

ENTE/ASSOCIAZIONE	LEGALE RAPPRESENTANTE (Nome e Cognome)	FIRMA
Comune di Sesto San Giovanni		
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano		
Camera di Commercio di Milano		

Milano gennaio 2010

Si allega:

1. Programma di Intervento del Distretto
2. Deliberazioni citate nell'accordo
3. Patto di regolamentazione del partenariato.

PROTOCOLLO DI FUNZIONAMENTO DEL PARTENARIATO DEI DISTRETTI URBANI DEL COMMERCIO

Articolo 1 – Organi del Partenariato

1. Ai sensi dell'articolo 3 dell'accordo di distretto sono organi del partenariato:
 - a. la Cabina di Regia;
 - b. la Consulta di distretto.

Articolo 2 - Cabina di Regia

1. La Cabina di Regia (CdR) dei Distretti Urbani del Commercio, indicata nell'articolo 3 dell'Accordo di Distretto, è composta da rappresentanti del Comune Capofila, dell'Unione CTSP e della Camera di Commercio di Milano.
2. La CdR è organo di governo strategico del partenariato, cui compete ogni conseguente potere decisionale, di indirizzo e coordinamento e di controllo ai quali gli altri organi devono attenersi. La CdR in particolare:
 - a) svolge un ruolo di soggetto attivo e promotore del lavoro di miglioramento, implementazione ed eventualmente aggiornamento del Programma di intervento, nel rispetto, comunque, dei limiti previsti nello stesso Regolamento e nel relativo Bando di finanziamento;
 - b) cura che le iniziative ed azioni svolte nel Distretto, nel rispetto del Programma di intervento, siano costantemente mirate al pieno coinvolgimento di tutta l'area territoriale del Distretto;
 - c) si adopera affinché il Distretto sia o divenga luogo strategico della promozione del tessuto economico di Sesto San Giovanni;

- d) approva, nei casi previsti dal Programma di intervento, la definizione in dettaglio dei progetti.
 - e) monitora la realizzazione del Programma di intervento e la sua corretta attuazione.
 - f) approva l'ammissione di eventuali nuovi partner che abbiano richiesto, dopo la costituzione, di aderire al Distretto.
 - g) approva la destinazione e l'utilizzazione di eventuali finanziamenti del Distretto, ricevuti da qualsiasi soggetto ammesso quale partner dopo la costituzione del Distretto, con esclusione di quelli provenienti da specifici bandi.
3. La CdR inoltre determina attraverso apposita deliberazione, assunta all'unanimità, le politiche di individuazione e gestione degli orari per gli esercizi del commercio al dettaglio in sede fissa ubicati nell'ambito territoriale del Distretto.
4. La CdR con apposita deliberazione assunta all'unanimità decide se il Capofila possa concedere, ai sensi dell'articolo 5 bis, comma 8 bis, L.r. n. 22/2000, eventuali ulteriori deroghe all'obbligo di chiusura domenicale e festiva degli esercizi commerciali di vendita al dettaglio in sede fissa ubicati nel Distretto, fermo restando che l'eventuale concessione di tali ulteriori deroghe dovrà essere, comunque, concordata anche con le organizzazioni delle imprese e dei lavoratori dipendenti del comparto commerciale più rappresentative a livello provinciale interessate dal Distretto.
5. Le deliberazioni della CdR di cui ai commi 3 e 4 sono vincolanti per il Capofila ed in nessun caso potranno essere derogate e/o disattese nemmeno nel caso in cui dovessero sussistere esigenze connesse alla salvaguardia e/o crescita occupazionale.

Articolo 3– Consulta di distretto

- 1. E' istituita La Consulta di distretto (CdD), indicata nell'articolo 3 dell'Accordo di Distretto.
- 2. La CdD è composta dai rappresentanti di tutti i partner di distretto, sia sottoscrittori dell'Accordo di Distretto, sia successivamente ammessi al partenariato.
- 3. Possono parteciparvi, senza diritto di voto, esperti identificati dai partner sottoscrittori al fine di apportare il proprio contributo tecnico consultivo.
- 4. La CdD svolge funzioni propositive e di controllo sociale sull'operato del manager di distretto, se nominato.
- 5. La CdD opera mediante assemblee che possono approvare mozioni alla CdR, sia propositive, sia di segnalazione.
- 6. Le assemblee della CdD sono valide in presenza della maggioranza dei componenti e deliberano a maggioranza dei votanti, senza computare gli astenuti.



CITTÀ DI SESTO SAN GIOVANNI
MEDAGLIA D'ORO AL VALOR MILITARE

CON LA COLLABORAZIONE DI



Unione
del Commercio
del Turismo
dei Servizi
e delle Professioni
della Provincia
di Milano
Associazione Territoriale di Sesto San Giovanni



Scuola
Superiore
del Commercio
del Turismo
dei Servizi
e delle Professioni

DISTRETTO DEL COMMERCIO DI SESTO SAN GIOVANNI

PROGRAMMA D'INTERVENTO

3° BANDO REGIONALE SUI DISTRETTI DIFFUSI DEL COMMERCIO

a cura di

CITTÀ DI SESTO SAN GIOVANNI

SETTORE URBANISTICA

SETTORE SERVIZI AI CITTADINI

SETTORE QUALITÀ URBANA

UNIONE DEL COMMERCIO

ASSOCIAZIONE TERRITORIALE DI SESTO SAN GIOVANNI

UNITA' URBANISTICA

SCUOLA SUPERIORE DEL COMMERCIO E DEL TURISMO

Indice

PREMESSA.....	3
INDIVIDUAZIONE DELL’AREA OGGETTO DI INTERVENTO	4
INQUADRAMENTO DI AREA VASTA	4
MODELLI DI SVILUPPO DELLA GDO E CONTESTO COMPETITIVO DEL DISTRETTO.....	4
POLITICHE LOCALI PER IL COMMERCIO E IDENTIFICAZIONE DEL DISTRETTODI SESTO SAN GIOVANNI	5
DESCRIZIONE DELL’AREA OGGETTO DI INTERVENTO	7
CARATTERI DISTINTIVI	7
AREA DI GRAVITAZIONE COMMERCIALE.....	9
CARATTERI SOCIO DEMOGRAFICI.....	10
OFFERTA SCOLASTICA	11
ANALISI STRATEGICA DEL POSIZIONAMENTO DEL DISTRETTO.....	19
PUNTI DI FORZA.....	19
PUNTI DI DEBOLEZZA	19
VIABILITÀ E SOSTA	19
OBIETTIVI DEL PROGRAMMA DI INTERVENTO	22
PROGRAMMA DI INTERVENTO	23
DESCRIZIONE DELLE AZIONI DEL PROGRAMMA D’INTERVENTO	23
INTERVENTI A FINALITÀ PRIVATA.....	23
INTERVENTI A FINALITÀ PUBBLICA	26
PIANO ECONOMICO FINANZIARIO.....	29
GLI ORGANI DEL DISTRETTO	31
CARTOGRAFIA.....	35

Premessa

Un Distretto del Commercio è percepito come unità quando l'offerta di beni e servizi, i negozi, gli uffici pubblici, le strutture per la cultura e il tempo libero si susseguono nelle strade e nelle piazze senza soluzione di continuità.

In questa trama di luoghi e servizi, gli elementi dell'arredo urbano e le strutture per la mobilità svolgono un ruolo decisivo nell'indurre il visitatore a percepire con nitidezza l'identità del Distretto.

La relazione è così stretta che le qualità dell'ambiente urbano e la sua accessibilità diventano parte integrante dello capitale economico del Distretto, quanto le strutture commerciali, i prodotti, il know-how del personale preposto alla vendita.

Nel percorso di approfondimento dello studio sull'identità economica del Distretto di Sesto San Giovanni questo profondo legame con le altre funzioni urbane non è mai stato mai trascurato.

Il Distretto di Sesto San Giovanni rappresenta una occasione unica per rinnovare profondamente il sistema distributivo e l'assetto urbanistico-territoriale della nostra città.

Il Distretto diventa realtà dato che gli attori dello sviluppo, imprese ed istituzioni, si sono organizzate per progettare e realizzare insieme tutte le azioni necessarie a tutelare la capacità di attrarre clienti e visitatori, operando nella prospettiva di migliorare continuamente l'offerta complessiva di beni e servizi, compresi quelli dedicati al tempo libero e alla cultura.

La nascita del Distretto di Sesto San Giovanni si innesta entro un contesto di collaborazione tra Unione del Commercio e Amministrazione comunale di lunga data, che da sempre è tesa al sostegno degli operatori commerciali e allo sviluppo di azioni di qualificazione urbana, attraverso eventi e manifestazioni culturali, sociali e commerciali. Ad esempio, la collaborazione tra Unione e Amministrazione ha consentito lo sviluppo dell'asse 4 del Contratto di Quartiere alla Parpagliona.

La condivisione che ha caratterizzato, fin dalle prime battute, la governance e la progettazione del Distretto Urbano di Sesto San Giovanni vuole essere uno strumento di coordinamento e di attuazione delle attività di pianificazione e programmazione del settore commercio elaborate a livello comunale allo scopo di:

- aggiornare, approfondire e integrare le strategie di sostegno e rilancio economico e territoriale;
- condividere e coordinare le previsioni di sviluppo economico e le scelte di riqualificazione operate alla scala locale dalla Amministrazione comunale e dagli operatori;
- avviare l'attuazione delle politiche di riqualificazione urbana e di sostegno del commercio promosse nell'ambito del Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) comunale.

La città Sesto San Giovanni, in relazione alla dimensione socioeconomica e demografica, all'accessibilità legata al trasporto pubblico su ferro, al numero e alla qualità dei servizi sovra locali

presenti nell'area, ai flussi di pendolari e di *city-users* e ai bacini di utenza, si configura a tutti gli effetti come polarità metropolitana e addirittura come "Porta Nord" di Milano.

Sesto San Giovanni caratterizza, tra i Comuni del Nord Milano, per il più elevato indice di densità insediativa della Provincia, dopo Milano e Monza. Lo sviluppo storico del territorio del Nord Milano ha fatto sì che la area urbana si sia appoggiata su una fitta rete di infrastrutture di vari generi e livelli gerarchici: autostrade, viabilità primaria (statali, regionali e provinciali), ferrovie (FS e FNM), linee metropolitane e metrotramviarie. La densità di popolazione ed attività determina sempre di più una crescita dei livelli di congestione e saturazione delle reti.

Individuazione dell'area oggetto di intervento

Inquadramento di area vasta

Alla scala regionale, la città di Sesto San Giovanni appartiene al sistema metropolitano lombardo, un sistema territoriale di assoluta rilevanza demografica ed economica a livello europeo: se Milano è il secondo comune italiano per numero di abitanti (1.300.000 abitanti), e l'area urbana milanese (3.900.000 abitanti) è la prima area urbana in Italia, l'area metropolitana lombarda (7.400.000 abitanti) è la terza area metropolitana dell'intera Unione Europea.

Ad una scala territoriale intermedia fra la scala regionale e quella urbana, la città di Sesto San Giovanni è da collocare nell'ambito territoriale del Nord Milano, lungo uno degli assi storici dello sviluppo metropolitano milanese, l'asta ferroviaria Milano – Monza.

Il Territorio di Sesto San Giovanni si colloca nell'area provinciale a maggiore criticità sia dal punto di vista della mobilità, che dal punto di vista della concentrazione commerciale; ma anche in un'area oggetto di elevate progettualità.

Nella città di Sesto, a partire dagli anni '90, sono stati promossi grandi interventi di trasformazione dei comparti produttivi dismessi presenti nel territorio comunale (oltre 2 milioni di mq di aree industriali dismesse), e, in merito alle funzioni commerciali, sono stati realizzati 2 centri commerciali, in prossimità dell'area ex Breda a confine con il Comune di Milano a sud, e sull'area ex Falck Vulcano in prossimità delle città di Minza e Cinisello a nord.

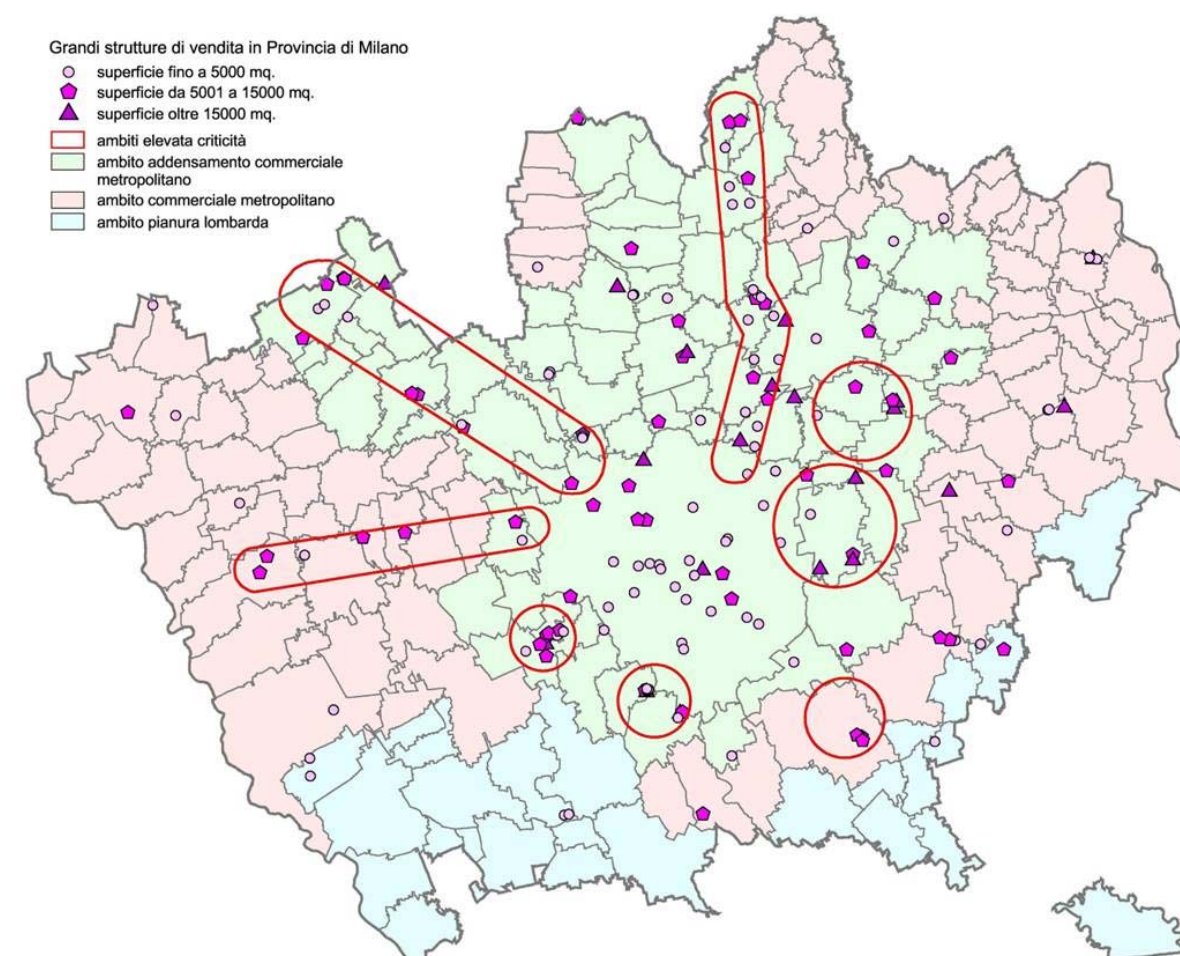
Anche alcuni Comuni limitrofi a Sesto S.G. sono stati interessati negli ultimi anni da grandi interventi sia di carattere infrastrutturale che immobiliare, che interessano prevalentemente grandi comparti produttivi dismessi.

Tali progetti potranno avere effetti positivi anche sulla città di Sesto San Giovanni per quanto riguarda la riqualificazione di aree degradate ed il miglioramento del contesto economico metropolitano, ma potrebbero altresì generare effetti competitivi rispetto alle funzioni di eccellenza interessate a collocarsi nel Nord Milano, o addirittura avere effetti negativi in termini di congestione dell'area urbana.

In particolare, in tema di offerta di servizi commerciali e, quindi, di realtà potenzialmente concorrenti con il Distretto Commerciale di Sesto San Giovanni due progetti meritano di essere menzionati.

Il Comune di Cinisello Balsamo ha promosso un Programma Integrato di Intervento (PII), che prevede la ristrutturazione e l'ampliamento dell'attuale centro commerciale Auchan (56.000 mq di superficie a destinazione commerciale), e la realizzazione di un centro multifunzionale per il tempo libero con cinema multisala (oltre 31.000 mq di slp), di un complesso per uffici (22.000 mq di superficie a destinazione direzionale) e di un albergo (22.000 mq).

Anche il Piano di Governo del Territorio (PGT), recentemente approvato dal Comune di Monza, prevede la possibilità di trasformare una grande area (116.000 mq), la cosiddetta "Cascinazza", in prossimità del confine di Sesto San Giovanni, contemplando residenza per 15.000 mq di slp e terziario commerciale per 13.000 mq di slp.



Grandi strutture di vendita in Provincia di Milano (Provincia di Milano, 2007).

Modelli di sviluppo della GDO e contesto competitivo del Distretto

La strategia di localizzazione della Grande Distribuzione (GDO) ha privilegiato, prevedibilmente, lo spazio contraddistinto da elevati tassi di concentrazione demografica e, nello stesso tempo, i nodi principali della mobilità stradale.

La disposizione della GDO segue il percorso dell'anello tangenziale di Milano: le grandi strutture si infittiscono nei punti in cui questo incrocia le principali arterie di traffico in uscita dalla città e si susseguono lungo il loro tracciato fino ai comuni di maggiore dimensione e alle aree più urbanizzate.

Nel più recente passato essere attestati sulla Nuova Valassina è stato così importante da indurre le imprese della Grande Distribuzione ad investire nell'ampliamento delle superfici esistenti piuttosto che a cercare nuove location, soprattutto, se queste nuove posizioni non erano affacciate sui principali assi di traffico. Questo orientamento è destinato a perpetuarsi solo in parte, nella misura in cui sia

possibile recuperare superficie lorda di pavimento addizionale nelle posizioni già oggi occupate dagli esercizi della Grande Distribuzione.

La strategia di sviluppo dell'impresе commerciali di grande dimensione è, infatti, destinata a cambiare a causa degli investimenti programmati a medio e lungo termine per le infrastrutture della mobilità su gomma e su rotaia.

Probabilmente le grandi superfici a libero servizio ed i centri commerciali pianificati saranno costruiti ex novo:

- all'interno della città di Milano, usando formule architettoniche e distributive adatte al contesto metropolitano e, quindi, privilegiando il servizio di trasporto pubblico, piuttosto che l'automobile. Tale orientamento farà diminuire l'evasione territoriale dei consumi in uscita da Milano e diretta ai Centri Commerciali Pianificati dell'hinterland, che si troveranno a dover affrontare questo fenomeno unitamente alla concorrenza delle nuove grandi strutture.
- Nei nuovi nodi privilegiati della mobilità, che si renderanno disponibili con il graduale sviluppo dei nuovi tracciati stradali e ferroviari.
- Nelle posizioni più periferiche e decentrate attraverso l'utilizzo di format distributivi coerenti alla minore livello di concentrazione demografica e di portata dei flussi di traffico.

I caratteri urbanistico – commerciali del Nord Milano si possono riassumere nella ampia diffusione dei Centri Commerciali Pianificati, particolarmente concentrati nel nodo di Sesto San Giovanni, nella presenza di Centri Commerciali Naturali di maggiore grandezza nella zona settentrionale, nelle nuove opportunità di localizzazione delle superfici a libero servizio lungo il tracciato della Tangenziale Esterna, destinata a trasformare in superstrada l'attuale collegamento Monza – Melzo.

La rete distributiva del comune di Sesto è quindi inserita in un contesto territoriale più ampio dove il sistema di vicinato deve sostenere la concorrenza di due diversi modelli distributivi.

Il modello Grande Distribuzione trova diverse modalità di espressione sia nel comparto alimentare, che in quello non alimentare; i centri commerciali pianificati sono diversi per dimensioni e composizione delle forme distributive e delle tipologie di prodotto, ma condividono gli stessi essenziali connotati d'identità che si possono così sintetizzare:

- assortimento completo, ma standardizzato;
- prevalente tecnica di vendita a libero servizio;
- qualificato, ma limitato presidio di assistenza del personale addetto alla vendita;
- necessità di usare l'automobile per gli acquisti presso questo canale;
- comodità dello shopping (parcheggio, galleria coperta, ampi spazi);
- integrazione con attività del tempo libero quali ristorazione e cinema.

Il modello della PMI Indipendente trova i suoi essenziali punti di forza nei caratteri di:

- personalizzazione dell'assortimento e del servizio;
- prevalente tecnica di vendita assistita;
- qualificato e adeguato presidio di assistenza del personale addetto alla vendita;
- vicinanza casa-negoziо e possibilità di non utilizzare l'automobile per gli acquisti.

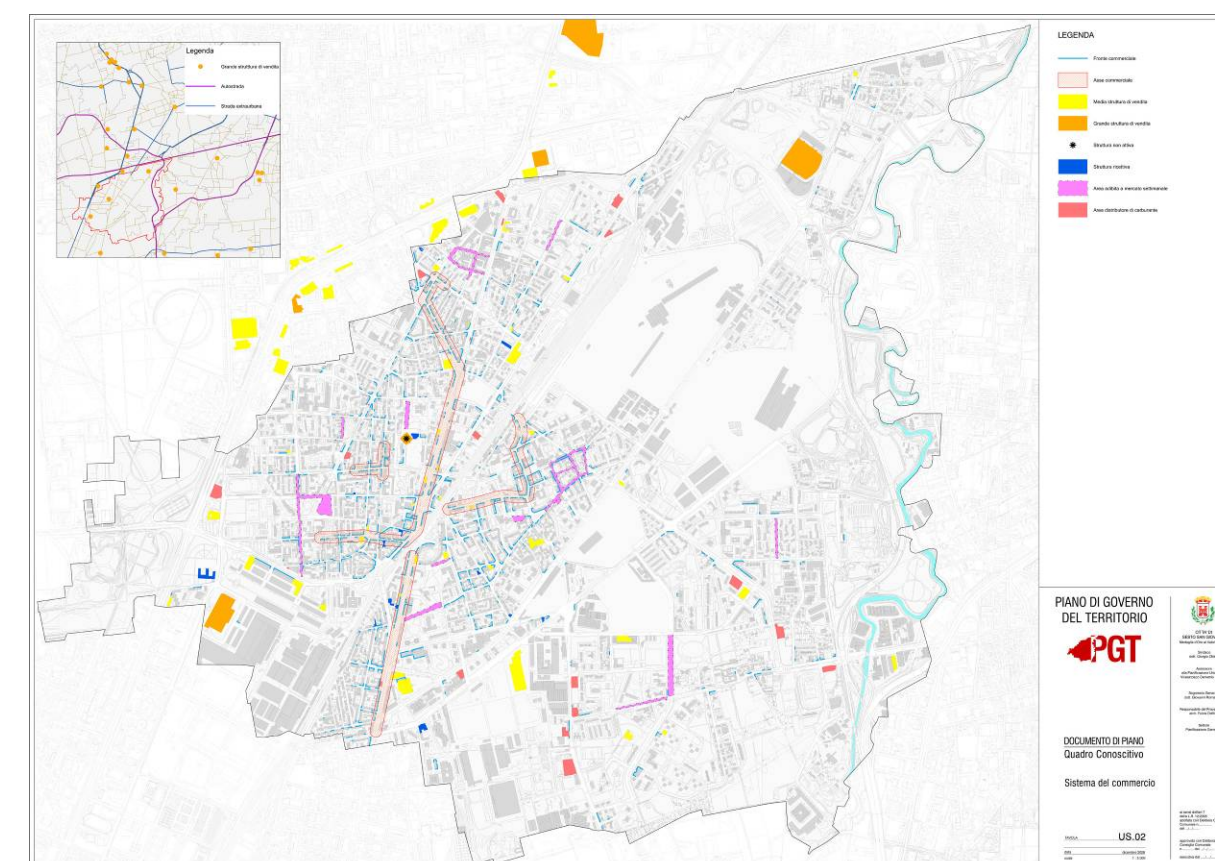
In relazione al primo la rete di vicinato di Sesto San Giovanni si confronta non solo con i due grandi centri commerciali interno alla città, ma con diverse altre strutture della grande distribuzione dislocate nella prima corona metropolitana.

In relazione al secondo deve fronteggiare la superiorità del centro storico di Milano e di alcuni assi primari della metropoli come corso Buenos Aires e via Paolo Sarpi, raggiungibili in 20-25 minuti grazie al collegamento della linea metropolitana 1 e 2.

Nel corso degli ultimi 20 anni questa elevata pressione concorrenziale ha indebolito seriamente il tessuto distributivo locale della piccola impresa indipendente, determinando la riduzione del numero di negozi alimentari e un elevato turn over in diversi segmenti dell'offerta non alimentare.

Politiche locali per il commercio e identificazione del Distretto di Sesto San Giovanni

Il Piano di Governo del Territorio della città di Sesto San Giovanni, il nuovo strumento urbanistico generale introdotto dalla Legge regionale 12/2005, approvato nel luglio 2009 ed efficace dal novembre 2009, contiene un'articolata analisi dello stato di fatto e del trend evolutivo del sistema commerciale della città (Documento di Piano, "Il quadro economico: il sistema produttivo e commerciale") che sintetizza, tra l'altro, gli esiti di uno studio specialistico condotto in particolare sul commercio al dettaglio nell'area sestese ("Relazione riferita alle problematiche del settore commerciale al dettaglio", allegato C al Documento di Piano) ed una specifica rappresentazione cartografica (tavola US.02 "Sistema commerciale").



tav. US.02 "Sistema commerciale" (PGT di Sesto S.G., 2009).

L'elaborato di Piano, tra l'altro, individua gli assi commerciali urbani, sui quali l'Amministrazione si propone di garantire il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato.

Assumendo come punto di riferimento la stazione metropolitana MM1 Sesto Nuova, da questa i quattro assi commerciali urbani si diramano:

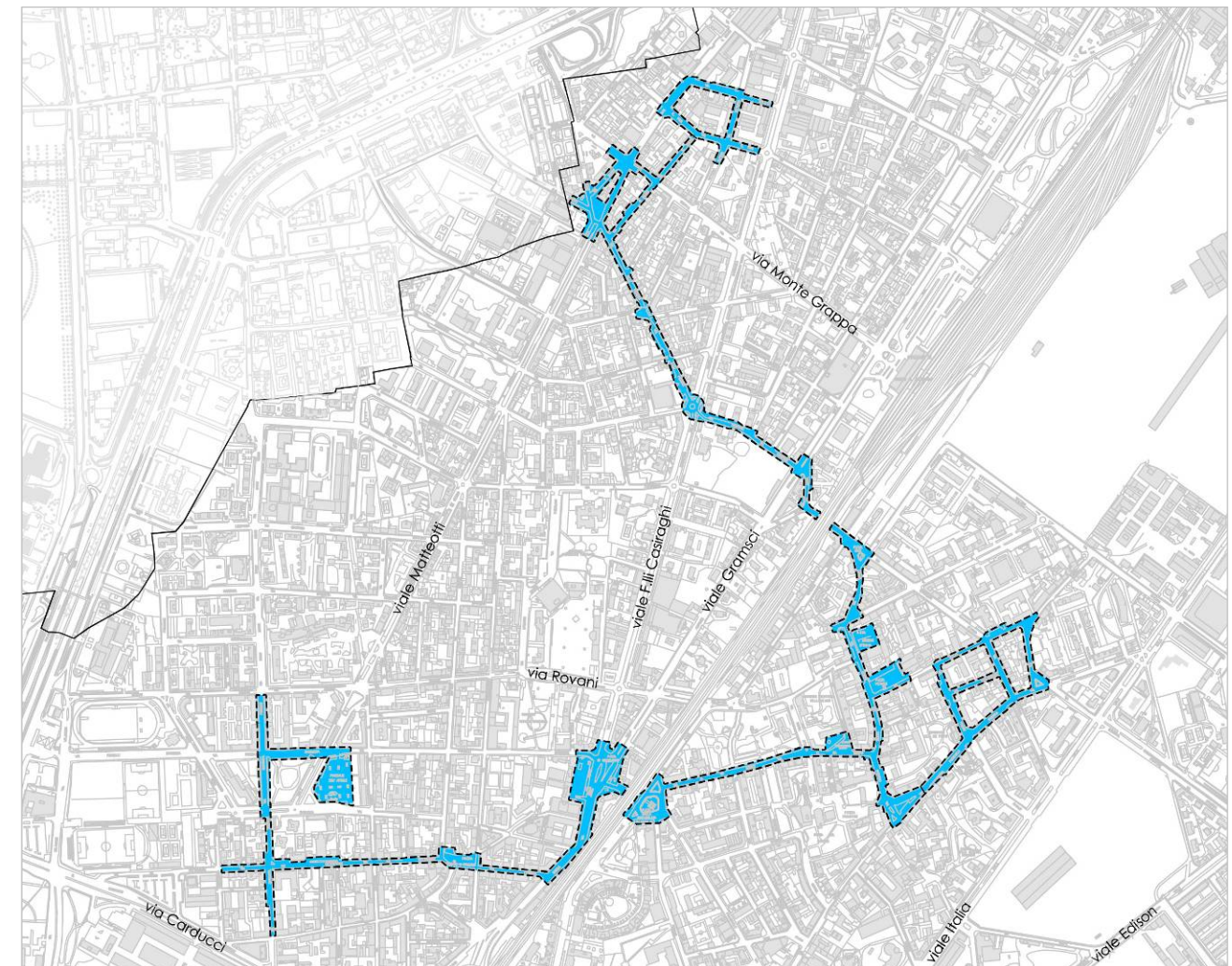
- a sud via Marelli;
- a ovest via XX Settembre;
- a est via Cesare da Sesto e il suo prolungamento verso la parte più antica del Comune;
- a nord via Casiraghi e via Picardi.

Le due aree di colore arancione corrispondono ai due grandi centri commerciali di Vulcano a nord-est e Sarca a sud-ovest, mentre le parti di territorio colorate in rosa individuano i mercati su area pubblica.

La ricognizione sistematica della struttura dell'offerta, in particolare della piccola distribuzione, e della sua concentrazione nello spazio ha portato ad individuare una parte specifica del sistema commerciale sestese identificato dal PGT come ambito idoneo a costituire il Distretto diffuso del Commercio della città.

Rispetto al PGT, il Distretto proposto ha una configurazione che privilegia il sistema di vicinato consolidato, quindi esclude la via Marelli, a sud di piazza IV Novembre, e la via Fratelli Casiraghi a nord, entrambe caratterizzate da frequenti interruzioni del fronte commerciale dovute alla presenza di medie strutture.

Il Distretto Urbano commerciale si definisce entro il centro urbano e si sviluppa lungo i fronti commerciali consolidati, andando a comprendere le aree mercatali di servizio al centro città.



tav. 01 "Individuazione delle aree oggetto di intervento" (Comune di Sesto S.G. e Unione Commercio, 2010).

Descrizione dell'area oggetto di intervento

Caratteri distintivi

Il Distretto Urbano del Commercio di Sesto San Giovanni riconosce i luoghi di commercio urbani allo scopo di attivare politiche ed azioni volte alla riqualificazione e al rilancio delle attività presenti.

Il reticolo del Distretto si caratterizza nel suo complesso per:

- Fronti commerciali unitari e compatti
- Forte densità commerciale (elevata presenza di attività di commercio e pubblici esercizi)
- Forte integrazione di attività di servizio (artigianato di servizio, banche, show room, ecc..)
- Caratteri urbani di forte riconoscibilità e centralità rispetto al quartiere e alla parte di città

I caratteri del commercio di Sesto San Giovanni si articolano entro il sistema urbano sulla base della relazione città e commercio, delineando un sistema commerciale (DUC) complesso e composito, come di seguito verrà illustrato.

L'ascolto degli operatori del Commercio ha fatto emergere una comunanza di criticità legate alla qualità urbana, alla mobilità e alla visibilità sovracomunale.

Le dinamiche di uso della città sono condizionate dalla presenza dell'asse ferroviario che attraversa in senso sud-ovest / nord-est tutto il territorio comunale, ciò nonostante, Sesto San Giovanni è percepita dai suoi abitanti nella sua interezza, con una forte identificazione nell'Amministrazione, legata ad una storia di partecipazione politica e lavorativa.

Frutto del legame al territorio comunale è che i cittadini sono molto legati alle identità di quartiere, che identificano le diverse dinamiche di uso della città.

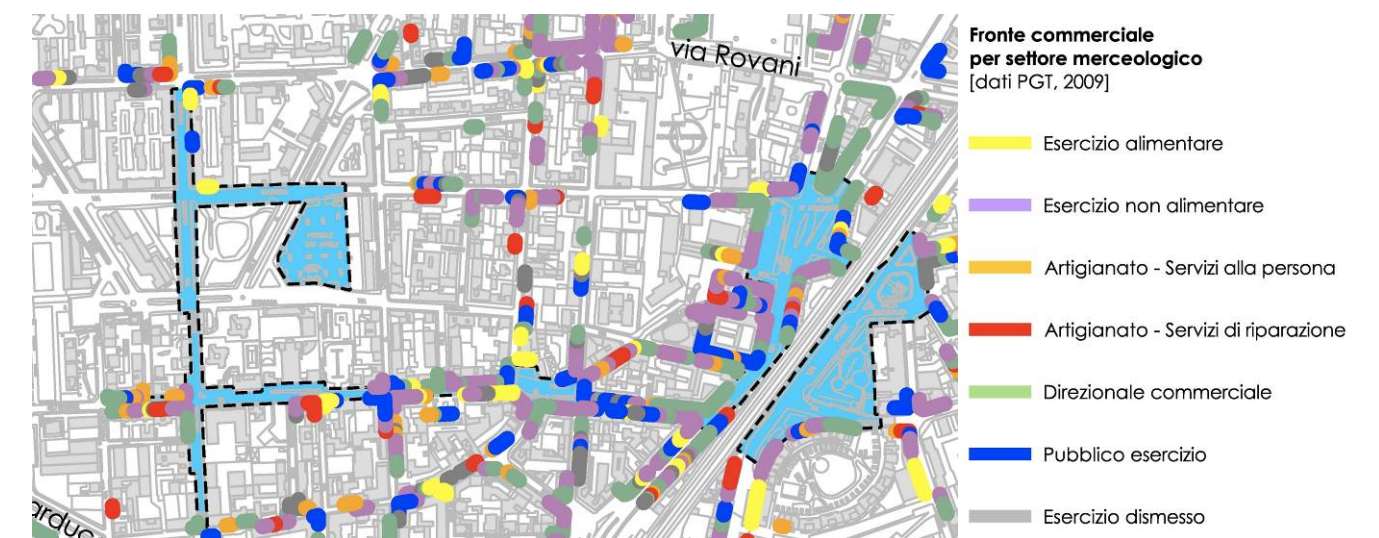
Il Distretto ha teso a riconoscere tali identità, che sviluppano, senza soluzione di continuità, negli ambiti:

- o SESTO NUOVA
- o SESTO VECCHIA
- o RONDINELLA

SESTO NUOVA

Il sub-sistema Commerciale di Sesto Nuova si sviluppa nelle vie :

- via Cardinal Ferrari
 - via F.lli Bandiera
 - p.zza XXV Aprile
 - via XX Settembre
 - p.zza Trento e Trieste
 - via Firenze
 - via Roma
 - p.zza IV Novembre
- mercato XXV Aprile



SESTO VECCHIA

Il sub-sistema Commerciale di Sesto Vecchia si sviluppa nelle vie

- p.zza Repubblica
- via Modena
- via Cesare da Sesto
- l.go La Marmora
- via Dante
- p.zza Petazzi
- p.zza Marinai d'Italia
- p.zza Diaz
- via Cavour
- via Puricelli Guerra
- via San Clemente
- via Padre Ravasi
- via Volta
- via giovanna d'Arco
- via Cairoli
- mercato Sesto vecchia



RONDINELLA

Il sub-sistema Commerciale di Rondinella si sviluppa nelle vie :

- viali Picardi
- via Campari
- via Zara
- via Giusti
- via Monti
- via Alfieri
- via Balilla
- via Toti
- mercato Rondinella



Area di gravitazione commerciale

L'individuazione dell'area di gravitazione commerciale del Distretto è stata condotta sulla base delle informazioni disponibili e, in particolare, di un indicatore quantitativo capace di restituire l'ordine di grandezza delle unità di vendita.

Nel caso del commercio al dettaglio, la superficie di vendita assolve abbastanza bene a questo compito, nel caso dei servizi il parametro più ricorrente rimane il numero di addetti.

È quindi necessario analizzare quelle attività economiche per le quali la base dati contenga questa informazione, preveda un livello di disaggregazione territoriale fino alla scala comunale, sia aggiornata a cadenza annuale.

Queste condizioni ricorrono solo per la rete distributiva e ,quindi, le fonti utilizzate sono l'Anagrafe del Commercio del comune di Sesto San Giovanni e la rilevazione al 30 giugno di ogni anno della rete distributiva nei comuni lombardi a cura della Regione.

L'incrocio di queste due fonti, entrambe riferite al 2008, ha permesso di articolare il bacino per fasce isocrone, associando ad ogni comune la relativa distanza in tempi auto, misurata tramite il programma "Google Map dal cuore del centro storico - piazza San Vittore - al nodo centrale delle zone e dei comuni considerati.

I settori merceologici considerati sono alimentare e non alimentare.

Non è stato possibile articolare meglio la struttura per prodotto del comparto non alimentare in quanto il censimento della Regione Lombardia distingue i segmenti di abbigliamento, articoli per la casa, beni per la persona solo per una piccola porzione dell'universo delle grandi strutture di vendita.

La rete distributiva di Sesto San Giovanni esplica un potenziale di attrazione che travalica i confini del territorio comunale in virtù della presenza di suoi due centri commerciali, Vulcano e Sarca.

Fasce isocrone	
5 minuti	SESTO SAN GIOVANNI
6-15 MINUTI	CINISELLO BALSAMO, BRESSO, MILANO NIGUARDA ZONA 9, MILANO LORETO ZONA 2, COLOGNO MONZESE, CUSANO MILANINO, MUGGIO', PADERNO DUGNANO
16-30 MINUTI	LISSONE, MILANO LAMBRATE ZONA 3, CORMANO, VIMODRONE, AGRATE BRIANZA, CONCOREZZO, NOVA MILANESE, NOVATE MILANESE, MILANO CORVETTO ZONA 4, CAPONAGO, VEDANO AL LAMBRO, BRUGHERIO, CARUGATE, MONZA, SEGRATE, MILANO ZONA 8, PIOLTELLO, DESIO, VILLASANTA, MEDA, BELLINZAGO LOMBARDO, RODANO, MILANO ZONA 7, PERO

Nello stesso tempo subisce fenomeni di evasione della spesa per la concorrenza delle Grande distribuzione esterna e dei poli commerciali naturali di Milano.

La soglia di tempo auto, considerata come limite per rappresentare i principali effetti di attrazione ed evasione della spesa, è stabilita nel limite dei 30 minuti, una vasta area delimitata:

- a nord da Meda e Bellinzago Lombardo;
- a est da Rodano;
- a sud da Milano Lorenteggio;
- a ovest da Pero.

Il modello distributivo della Grande Distribuzione trova nel bacino numerose alternative di offerta ed è sufficiente richiamare l'elenco dei suoi principali punti vendita di grande scala per percepire la portata di questa presenza:

- Vulcano 23.850 mq. a 5 minuti
- Sarca 17.500 mq a 5 minuti
- La Fontana di Cinisello Balsamo 12.648 mq a 10 minuti
- Auchan di Cinisello Balsamo 29.330 mq a 10 minuti
- Carrefour di Paderno Dugnano 19.223 mq a 15 minuti
- Auchan di Vimodrone 15.115 mq a 17 minuti
- Metropolis a Novate Milanese 19.350 mq a 18 minuti
- Carrefour di Carugate 25.759 mq a 21 minuti
- Auchan di Monza 17.860 mq a 21 minuti

Il modello distributivo del Polo Commerciale Naturale è altrettanto diffuso nel bacino se si riflette su queste location:

- Buenos Aires a 15 minuti
- Sarpi a 25 minuti
- Duomo, San Babila, a 25 minuti
- Centro storico di Monza a 20 minuti

La rete distributiva di Sesto San Giovanni è in grado di attrarre flussi di consumo sicuramente entro la sogli dei 15 minuti, ma subisce effetti evasione della spesa dei suoi residenti in direzione delle concentrazioni di offerta di servizi commerciali presenti nella fascia isocrone da 16 a 30 minuti, che comprende il centro storico di Milano.

Il Distretto di Sesto San Giovanni nel suo bacino di gravitazione alimentare

FASCE ISOCRONE	A CONSUMI ALIMENTARI	B RICAVI ALIMENTARI	A - B SALDO
Fino a 5	162,7	186,8	-24,1
6- 15	1.092,3	1.050,0	42,3
TOTALE	1.255,0	1.236,8	18,2

Nell'ambito dei prodotti alimentari la città di Sesto San Giovanni esprime un potenziale di consumo di 162,7 milioni di euro al quale corrispondono 186,8 milioni di euro di ricavi della sua rete distributiva con un saldo negativo, Consumi – Ricavi, di 24,1 milioni, che rappresentano le vendite alimentate dai consumatori che risiedono al di fuori del territorio comunale.

Il surplus di ricavi rispetto al domanda interna è generato dalla famiglie che abitano nella seconda fascia isocrona, dove si riscontra un sostanziale equilibrio tra le due parti del mercato.

L'offerta del Distretto costituisce solo una piccola parte dei ricavi alimentari tutto il comune, 13,7 milioni di euro, nemmeno il 10 per cento del totale.

I superstore di Vulcano e Sarca esplicano un potenziale di attrazione dei consumi esterni e sono, nello stesso, i principali responsabili del declino che la rete alimentare dei negozi di prossimità ha subito negli ultimi anni.

Il Distretto di Sesto San Giovanni nel suo bacino di gravitazione non alimentare

FASCE ISOCRONE	A CONSUMI ALIMENTARI	B RICAVI ALIMENTARI	A - B SALDO
Fino a 5	267,3	218,9	48,4
6- 15	1.793,8	1.634,2	159,6
TOTALE	2.061,1	1.853,1	208,0

Sul fronte dei prodotti non alimentari, dove il modello distributivo della GD non rappresenta il principale punto di riferimento del consumatore il rapporto tra domanda e offerta evidenzia un surplus dei consumi rispetto ai ricavi.

Nella prima fascia isocrona, quella della città, i primi ammontano a 267,3 milioni di euro i secondi a 218,9 milioni di euro con un saldo positivo di 48,4 milioni di euro.

Le vendite dei negozi non alimentari del Distretto sono stimate in 27,1 milioni, il 10 per cento del totale dei ricavi del comune.

Caratteri socio demografici

Come ampiamente si può evincere dalle analisi del “Quadro ricognitivo” del PGT (di seguito sunteggiate nel testo), i principali caratteri socio-demografici della città si riassumono nella stabilizzazione del numero di abitanti, nell'invecchiamento della popolazione e nella rapida ascesa dell'immigrazione straniera.

La popolazione residente nel territorio comunale di Sesto San Giovanni è pari a tutto il 2007 a 80.886 unità, il numero complessivo dei residenti si è stabilizzato dopo un periodo, dal 1991 al 2000, che ha visto la diminuzione del numero di residenti di 5.024 unità (- 5,79%).

I nuclei familiari diventano sempre più numerosi e la riduzione del numero medio di componenti per famiglia è un fenomeno che accompagna le trasformazioni della struttura socio- economica dei paesi industrializzati in generale e dell'Italia in particolare, dove la repentina riduzione della natalità, il progressivo invecchiamento strutturale della popolazione e il conseguente incremento delle famiglie monocomponente di anziani hanno portato questo indice a valori assai ridotti.

La presenza di cittadini stranieri è notevolmente aumentata, passando da 1.390 del 1995 a 9.240 censiti nel 2007, con un incremento pari al 664,75%. L'incremento non presenta soluzioni di continuità, gli stranieri sono 3.296 nel 2000, 3.878 nel 2001, 4.541stranieri nel 2002, 5.543 nel 2003, 7.012 nel 2004, 7.956 nel 2005, 8.590 stranieri nel 2006 , 9.240 stranieri nel 2007 .

L'evoluzione demografica testimonia un aumento della popolazione anziana, sia in termini relativi, sia in termini assoluti, nell'arco del periodo 1995- 2005 tale componente è passata da 13.215 a 17.432 unità con un notevole incremento del suo peso percentuale sul totale dal 15,7% al 21,4%.

È notevolmente cresciuto il numero di anziani appartenente alla fascia d'età dagli 80 anni in su, fascia d'età comunemente inclusa nella categoria “grandi anziani”, solitamente associati ad un limitato grado di autonomia nella vita quotidiana e alla progressiva perdita di funzionalità. L'incremento numerico degli ultra ottantenni rappresenta una sfida particolarmente impegnativa per il complesso sistema di interventi che è necessario predisporre per rispondere alle loro domande e bisogni.

Il rapporto tra popolazione anziana e quella composta dai giovanissimi (0-14 anni) è peggiorato sia rispetto al passato, ma anche in relazione al dato provinciale e regionale.

Struttura della Popolazione	Età	Anno		
		2004	2005	2006

maschi	0 -14	5.205	5.261	5.086
	15 - 64	28.148	28.064	26.758
	65 - 80	6.463	6.585	6.335
	> 80	992	1.036	1.066
femmine	0 -14	4.718	4.791	4.796
	15 - 64	27.451	27.204	26.251
	65 - 80	7.976	8.108	8.148
	> 80	2.462	2.507	2.592

In relazione alla domanda potenziale la realtà di Sesto San Giovanni si presenta contraddistinta dalla stabilizzazione nel numero di abitanti, da età media elevata, da una continua crescita della popolazione straniera. L'analisi effettuata sul territorio del distretto, al di là dei caratteri generali, che caratterizzano la maggior parte delle aree delle aree metropolitane europee, riassumibile nella stabilizzazione del numero di abitanti, e nella rapida salita dell'immigrazione. Lascia emergere una caratteristica intrinseca di rilevante importanza; relativa all'aumento dei nuclei familiari, i quali determinano conseguentemente un aumento delle necessità di fruizione della città sia in termini per quanto riguarda i servizi, sia in termini di commercio.

Classi di Età	Distretto 2009	%
Da 0 a 14 anni	10.053	12.4%
Da 15 a 34 anni	18.106	22%
Da 35 a 64 anni	34.904	43%
Da 65 a 100 anni	18.141	22%
TOTALE	81.032	100%

I dati evidenziano l'invecchiamento della popolazione residente che contraddistingue l'andamento nazionale di questi ultimi anni, e si tratta di un indicatore importante, per considerare la fruizione e l'ideazione dei servizi ed il loro grado di accessibilità, in particolare per tenere adeguatamente in considerazione il target per le esigenze di mobilità che ne determinano.

Aggregando la popolazione anziana con la fascia dell'infanzia, si ottiene un indicatore della popolazione in relazione alla potenzialità di spostamento autonomo, in provincia di Milano è pari al 32 % nelle aree del distretto è 34 % relativamente alle fasce con bassa mobilità e pari al 66% per le fasce caratterizzate dalla mobilità indipendente.

Fasce di Mobilità	Totale	Valore in %
Fasce di età a bassa mobilità	28.194	34 %
Fasce di età a mobilità indipendente	53.010	66 %
Totale popolazione	81.032	100 %

Ciò significa che a fronte di una quota di popolazione adulta, autonoma e disposta ad utilizzare l'auto per raggiungere i centri distributivi, quasi il 35 % della popolazione, ovvero 28.196 abitanti necessitano di un sistema commerciale capillare e diffuso, raggiungibile pedonalmente, in bicicletta o in motorino (ragazzi da 15 a 18 anni); valore contraddistinto senza tener conto poi dell'alta affluenza nel territorio del distretto da parte di studenti e lavoratori pendolari che si servono dei mezzi pubblici di collegamento territoriale come il treno e la metropolitana, e che inevitabilmente si spostano sul territorio a piedi o in bici.

Si tratta di un elevato numero di individui per le quali risultano più appetibili, per logiche di accessibilità, gli esercizi commerciali di vicinato presenti all'interno dei singoli nuclei urbani cui fanno riferimento. **Si consideri a questo proposito che gli esercizi di vicinato rappresentano il 90% dei punti di vendita presenti nel distretto, un dato che, congiuntamente alle esigenze di servizio della popolazione, determina l'importanza di politiche di sostegno e consolidamento della rete distributiva del distretto.**

Offerta scolastica

Allo scopo di delineare più precisamente il bacino di utenza a cui il Distretto si rivolge, occorre segnalare che sulle aree della ex Ercole Marelli trasformate con un recente Programma Integrato di Intervento, è aperta dal settembre del 2005 una sede distaccata dell'Università Statale di Milano, in prossimità della fermata Sesto Marelli della Linea 1 della Metropolitana Milanese.

Nel 2003 è stato costituito il Dipartimento di Lingue e culture contemporanee della Facoltà di Scienze Politiche, attivato dal gennaio 2004. La sede sestese ospita il Corso di Laurea in Mediazione Linguistica e Culturale ed il Master in Giornalismo.

Con l'Anno Accademico 2007/2008 gli iscritti alla facoltà sono 3.107 studenti, di cui 1.724 residenti in provincia di Milano, 621 provengono da Milano e 54 sono studenti residenti a Sesto San Giovanni. (Dati forniti dal Servizio Dati Statistici – Divisione Sistemi Informativi – Università degli Studi di Milano).

La sede sestese del polo universitario è ancora carente di spazi collettivi per attività complementari a supporto degli studenti, pertanto gli studenti si avvalgono delle strutture di servizio e dei pubblici esercizi della zona e la creazione di meccanismi di integrazione tra Distretto e Università rappresenta un punto focale di intervento, sia rispetto al settore della somministrazione, che rispetto al mix merceologico riferito allo specifico target degli studenti.

Popolazione gravitante per motivi di lavoro e studio(estratto dal Piano dei Servizi, PGT)

La città di Sesto San Giovanni, quotidianamente nei giorni feriali, assiste ad un flusso notevole di popolazione: da una parte circa 25.000 cittadini residenti che escono per motivi di studio e di lavoro, dall'altra circa 17.000 cittadini provenienti da altri comuni che entrano per gli stessi motivi.

[Da: Provincia In Cifre Edizione 2007 - Sistema Statistico Nazionale, Provincia di Milano Servizio Statistica]

[Da: Il caso di studio di Sesto San Giovanni]

Al fine di esaminare la mobilità del comune di Sesto San Giovanni si è potuto utilizzare i dati individuali del Censimento 2001 relativi sia ai residenti della città di Sesto San Giovanni che degli altri comuni della provincia per ricavare un incrocio di informazioni unico nel suo genere, con una ricchezza di dettaglio che consente di riflettere sui vari aspetti del pendolarismo. Il caso del resto è di per sé molto rilevante, il Comune conta **78.850 residenti**, di questi oltre 40.000 si spostano giornalmente dall'alloggio di dimora per raggiungere il luogo abituale di studio o di lavoro, gli occupati sono **34.383**, pari al 43,61% dei residenti. L'importanza è data anche dalla particolare configurazione geografica della Città rispetto a Milano.

Persone che si recano giornalmente al luogo abituale di studio o di lavoro

			%
Dalla dimora abituale	40.161		99,13
Dalla dimora diversa da quella abituale	349		0,87
	Flussi interni a Sesto	Flussi in uscita verso altri Comuni	
Si reca al luogo di lavoro	7.591	20.515	69,38
Si reca al luogo di studio	7.483	3.922	28,15
Non risponde, altro	496	503	2,47
Totale	15.570	24.940	100

Flussi pendolari in entrata a Sesto

Si rileva l'elevata percentuale d'ingresso nel comune per lavoro (oltre il 78%), rispetto a quella per ragioni di studio che è appena sopra il 20%.

Distribuzione dei pendolari: motivi di studio o di lavoro

Motivo dello spostamento	Frequenza	Percentuale
Si reca al luogo di lavoro	13.122	78,66
Si reca al luogo di studio	3.363	20,16
Non risponde, altro	197	1,18
Totale	16.682	100

I pendolari in entrata, provengono per la maggior parte da Milano, seguita da alcuni grossi centri confinanti con Sesto quali, in particolare, Cinisello Balsamo e Monza, seguono Cologno Monzese e Bresso.

Flussi pendolari in entrata a Sesto San Giovanni da Nord (8.085)

In questo paragrafo si apre uno zoom sul particolare flusso di pendolari proveniente da Nord, quelli che entrano, in pratica, per la vasta quantità e qualità dell'offerta formativa, nel decimo quartiere di Milano. La tavola seguente analizza i flussi pendolari in ingresso, provenienti dai Comuni a nord di Sesto, mostra come - su 8.085 pendolari, circa il 48,5% del totale di 16.682 pendolari in entrata - la percentuale degli studenti in ingresso da nord sia superiore (circa + 7,5%) rispetto a quella complessiva di coloro che entrano in Sesto per tale motivo, al contrario, coloro che giungono da nord per lavoro sono in percentuale minore rispetto al totale dei lavoratori in ingresso (-7,76%).

Flussi pendolari in uscita

Il complesso dei movimenti pendolari in uscita (per motivi di studio e per motivi di lavoro) dei residenti a Sesto San Giovanni, quindi che si sposta al di fuori dei confini comunali è di 24.940 unità, flusso superiore sia a quello in entrata, pari a 16.682, che a quello interno che ammonta a 15.570 persone.

Distribuzione dei residenti: motivi di studio o di lavoro

Motivo dello spostamento	Frequenza	Percentuale
Si reca al luogo di lavoro	20.515	82,26
Si reca al luogo di studio	3.922	15,73
Non risponde, altro	503	2,02
Totale	24.940	100

Si può osservare l'elevata percentuale di spostamenti per lavoro (82,26%) rispetto agli spostamenti degli studenti (meno del 16%).

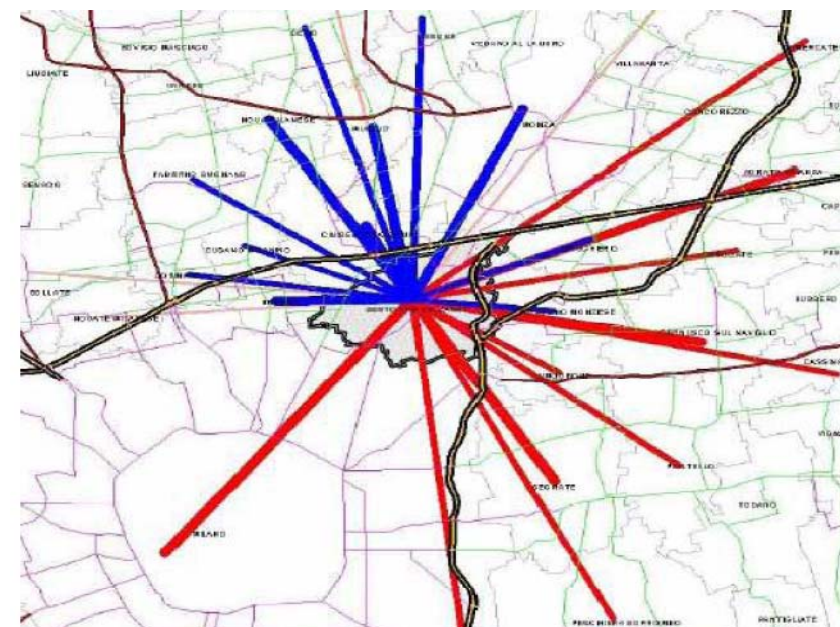
I pendolari per lavoro e studio si recano prevalentemente verso Milano, 61,5%. Gli altri pendolari si ripartiscono verso i principali centri limitrofi a Sesto: Cinisello Balsamo, Monza e Cologno Monzese. La tabella sintetizza il flusso ed il saldo dei pendolari in entrata e in uscita, da e verso gli altri comuni.

Flussi. Pendolari in entrata a Sesto dai Comuni	Flussi in uscita da Sesto. Comuni di destinazione	Saldo (entrata-uscita). Pendolari in entrata e in uscita
---	--	--

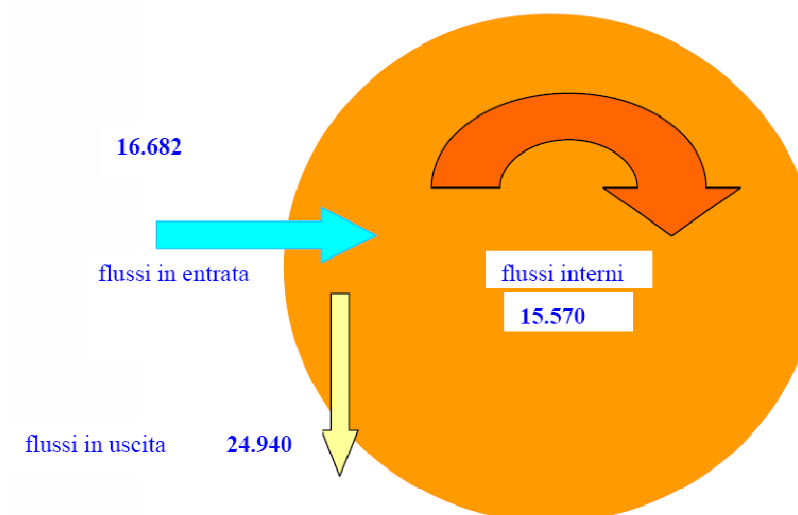
Milano	4.327	Milano	15.338	Milano	-11.011
Cinisello Balsamo	2.583	Cinisello Balsamo	2.247	Segrate	-340
Monza	1.462	Monza	1.131	Agrate Brianza	-201
Cologno Monzese	890	Cologno Monzese	730	Cernusco sul Naviglio	-119
Bresso	470	Segrate	487	Peschiera Borromeo	-83
Muggiò	397	Agrate Brianza	285	Cologno Monzese	160
Brugherio	380	Cernusco sul Naviglio	237	Lissone	168
Nova Milanese	324	Bresso	205	Brugherio	194
Paderno Dugnano	256	Vimercate	192	Nova Milanese	215
Cusano Milanino	235	Brugherio	186	Bresso	265
Lissone	224	Vimodrone	173	Muggiò	301
Cormano	194	Paderno Dugnano	152	Monza	331
Desio	168	Peschiera Borromeo	143	Cinisello Balsamo	336
Bollate	154	Arcore	128		
Segrate	147	San Donato Milanese	127		
Arcore	139	Carugate	126		
Cernusco sul Naviglio	118	Pioltello	126		
Vimercate	115	Nova Milanese	109		
Vimodrone	113	Cassina dè Pecchi	100		
Seregno	109	Verso altri Comuni	2.718		
Novate Milanese	100				
Da altri Comuni	3.777				
Da altre province	2.371				

In sintesi, la tavola qui sotto riportata, denota come vi sia un saldo, tra entrata e uscita, di pendolari per ragioni di lavoro o studio, nettamente negativo da parte di Sesto San Giovanni nei confronti di Milano (-11.011) e di alcuni comuni non confinanti, quali Segrate (-340), Agrate Brianza (-201) e Cernusco sul Naviglio (-119). Al contrario, Sesto risulta polo attrattivo nei confronti di altri comuni limitrofi posti a nordovest.

Rappresentazione spaziale dei saldi dei flussi pendolari:Sesto-Milano e Sesto-Comuni hinterland



Rappresentazione dei flussi pendolari di Sesto San Giovanni



Popolazione gravitante per turismo

[Da: IL TURISMO IN LOMBARDIA – ANNO 2004. Notizie Statistiche, Numero 7, Settembre 2005. Statistica e Osservatori, Regione Lombardia .A cura di: Antonietta Scala]

Dalle prime stime effettuate dall'Istat nel 2004 la **Lombardia** si posiziona al quarto posto per quanto riguarda gli arrivi (11,05%) mentre per le presenze, a causa di una permanenza più contenuta nel tempo (la tipologia di turismo prevalente è quella per affari), la nostra regione apporta una quota relativamente più bassa nel contesto nazionale pari al 7,67%. La permanenza media è scesa gradualmente negli ultimi anni, ed è pari a quasi 3 giorni (inferiore alla media nazionale che supera i 4 gg.), confermando la tendenza del turista di visitare molti luoghi in minor tempo.

Graduatoria del movimento turistico in Italia. Le prime cinque regioni. Anno 2004.					
Regioni	Arrivi	Presenze	Permanenza	% sul totale	
	Valori Assoluti X 1.000		meda	Arrivi	Presenze
Veneto	12.062	54.559	4,52	14,04	15,82
Lazio	9.944	27.996	2,82	11,58	8,12
Toscana	9.711	35.250	3,63	11,31	10,22
Lombardia	9.493	26.470	2,79	11,05	7,67
Emili Romagna	7.752	36.288	4,68	9,03	10,52
ITALIA	85.890	344.932	4,02	100,00	100,00

In merito ai movimenti turistici lombardi nel 2004 il flusso totale di clienti nell'insieme degli esercizi ricettivi ha fatto registrare più di 26 milioni di giornate di presenza per un complesso di quasi 9,5 milioni di arrivi. Il confronto con il 2003 rileva una sostanziale stabilità nella media delle permanenze giornaliere ed una crescita negli arrivi pari al 7% circa. Per i turisti stranieri, si segnala un maggior incremento percentuale sia per gli arrivi (+7,49%), sia per le presenze (+3,61%). Approfondendo l'analisi degli arrivi dei turisti italiani in Lombardia si desume che il 50% dei movimenti sono interni alla regione stessa; si hanno quindi le affluenze più significative dalle regioni dell'Italia centrale e nord orientale. Più ci si allontana dalla Lombardia più si alza la permanenza media: 4 giorni circa per l'Italia insulare e meridionale.

I dati delle presenze secondo le stagioni rilevano, nei cinque anni in esame, una continua crescita (...). Le province lombarde che presentano una maggiore vocazione turistica sono Milano e Brescia. Milano si caratterizza soprattutto per il turismo d'affari mentre la seconda per il turismo lacuale e di montagna. Le altre province partecipano in tono minore alla presenza turistica, pur offrendo un notevole quadro naturalistico-ambientale ed artistico, in ordine sono quelle di Sondrio, Como e Bergamo.

Analizzando i dati statistici ISTAT elaborati dal Servizio Statistica della Regione Lombardia - Sistema Informativo Statistico Enti Locali -, è possibile evidenziare sinteticamente la dinamica della popolazione gravitante per turismo sul territorio comunale.

Le tabelle che seguono (1 e 2) evidenziano, in un arco temporale 2002/2005, gli andamenti dei flussi turistici (arrivi e presenze dei clienti italiani e stranieri negli esercizi ricettivi) e una sintesi delle caratteristiche delle strutture ricettive presenti sul territorio comunale, confrontate con i dati riferiti ai comuni limitrofi: Monza, Cologno Monzese, Cinisello Balsamo e Milano.

Secondo i dati statistici ISTAT la rilevazione sulle caratteristiche delle strutture ricettive registra la quantità delle strutture che includono tutti gli esercizi alberghieri, le residenze turistico-alberghiere e tutti gli esercizi complementari esistenti sul territorio. Rientrano nel gruppo degli esercizi complementari gli ostelli della gioventù, i campeggi, i villaggi turistici, le case per ferie, gli alloggi privati dati in affitto da imprese iscritte al Registro degli Esercenti il Commercio (R.E.C.), gli alloggi agro-turistici, i rifugi alpini e altri esercizi simili. I dati degli esercizi complementari si riferiscono pertanto alle sole attività esercitate a livello di impresa da cui restano esclusi gli alloggi privati dati in affitto, gli esercenti non iscritti al R.E.C. e gli istituti religiosi che danno ospitalità ai turisti.

Tabella 1. Flussi turistici. Servizio Statistica della Regione Lombardia Sistema Informativo Statistico Enti Locali (SIS.EL)

		SESTO SAN GIOVANNI		MONZA		COLOGNO MONZESE		CINISELLO BALSAMO		MILANO	
Anno	Tipo esercizio	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2002	Esercizi alberghieri	36.277	94.477	29.361	82.280	6.239	23.095	17.315	37.646	2.891.387	6.604.870
	Esercizi complementari	0	0	1.440	43.938	0	0	0	0	13.027	413.027
	Totale	36.277	94.477	30.801	126.218	6.239	23.095	17.315	37.646	2.904.414	7.017.897
2003	Esercizi alberghieri	45.629	109.074	26.605	75.345	8.815	15.170	26.951	58.424	3.049.885	6.876.547
	Esercizi complementari	0	0	5.524	66.073	0	0	0	0	15.718	466.664
	Totale	45.629	109.074	32.129	141.418	8.815	15.170	26.951	58.424	3.065.603	7.343.211
2004	Esercizi alberghieri	50.070	116.834	32.190	87.830	16.241	27.684	46.392	91.560	3.241.662	6.977.255
	Esercizi complementari	0	0	6.045	67.232	0	0	0	0	18.251	541.551
	Totale	50.070	116.834	38.235	155.062	16.241	27.684	46.392	91.560	3.259.913	7.518.806
2005	Esercizi alberghieri	50.675	111.198	66.917	120.282	17.884	27.204	54.452	100.479	3.207.949	6.848.363
	Esercizi complementari	0	0	5.493	59.197	0	0	0	0	16.633	523.233
	Totale	50.675	111.198	72.410	179.479	17.884	27.204	54.452	100.479	3.224.582	7.371.596

In merito alla città di Sesto San Giovanni, si registra dal 2002 al 2005, una progressiva crescita di arrivi e giornate di presenza di turisti italiani e stranieri nel complesso delle strutture ricettive.

Si può notare come il valore delle presenze non discosta di molto dal valore degli arrivi, confermando così la tendenza regionale dove Milano ed i comuni limitrofi si caratterizzano soprattutto per un turismo d'affari.

In merito alla città di Sesto San Giovanni, si registra dal 2002 al 2005, una costante presenza di strutture ricettive. La medesima tendenza è riscontrabile nei comuni di Monza e Cologno Monzese, mentre per Milano si registra una progressiva crescita di strutture.

Il quadro economico: il sistema produttivo e commerciale (estratto dal Documento di Piano del PGT)

Lo sviluppo e le trasformazioni territoriali che hanno visto protagonista la città di Sesto San Giovanni hanno accompagnato una modificazione profonda dell'economia cittadina: l'entrata in crisi del modello del lavoro in fabbrica ha avuto come conseguenza la necessità di ripensare non solo i luoghi del lavoro, intesi come il luogo fisico dove si esercita l'attività, ma anche di reinventare il lavoro medesimo esplorando nuove iniziative economiche e nuove opportunità.

E' questo il tema della terziarizzazione delle città ma è anche il tema della costituzione di piccole e medie attività economiche all'interno delle quali l'attività di produzione viene intesa nel senso più ampio dell'accezione: si producono beni, ma si producono anche servizi, per lo più servizi immateriali, in una sinergia e complementarità tale da rendere difficilmente delineabili i limiti tra prodotti materiali e prodotti immateriali.

A questi temi la città ha fatto fronte aprendosi alla trasformazione e perseguendo il passaggio dalla città del lavoro alla città dei lavori ma questo processo è avvenuto sempre nell'ambito della profonda convinzione che il tema del lavoro è la leva dello sviluppo economico e sociale della città.

Il quadro occupazionale

L'elaborazione su dati della Camera di Commercio consente di disaggregare il dato degli addetti per settori di attività fornendone la relativa ripartizione percentuale: da tali dati emerge con evidenza il peso che ormai è stato assunto dal sistema delle attività di servizio nell'economia cittadina.

Gli addetti impiegati nelle attività manifatturiere costituiscono tutt'ora una quota cospicua nel panorama occupazionale ma, a ulteriore riprova della trasformazione della città, ne costituiscono uno degli elementi portanti e non più il principale, come si evince dalla seguente tabella.

Addetti delle attività	
<i>ettore economico</i>	<i>% occupati</i>
agricoltura, caccia e silvicoltura	0,40%
pesca, piscicoltura e servizi connessi	0,03%
attività manifatturiere	22,24%
costruzioni	18,60%
commercio ingrosso e dettaglio	24,84%
alberghi, bar, ristoranti	2,31%
trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	5,00%
intermediazione monetaria e finanziaria	1,80%
attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca	15,20%
istruzione	0,20%
sanità e altri servizi sociali	0,86%
altri servizi pubblici, sociali e personali	4,35%
imprese non classificate	4,17%
	100%

A fronte dell'assetto complessivo del quadro occupazionale emerge l'importanza del commercio e della ristorazione che rappresentano il 27,15 degli occupati sul Comune.

Evoluzione del sistema commerciale locale

“La fisionomia del commercio sestese ha subito mutamenti “storici” a seguito della realizzazione dei centro commerciali Sarca (area Breda) e Vulcano (area Falck Vulcano).

Si è trattato di un’iniezione di nuova offerta pari a 44.000 mq di area di vendita, quasi il 50% della superficie esistente all’inizio degli anni Duemila.

Al di là del significativo dato quantitativo sono gli aspetti qualitativi di questa nuova dimensione del comparto distributivo sestese a porre interrogativi sulle prospettive dell’offerta di servizi commerciali...”

La creazione di nuovi luoghi del commercio ha finito per mettere in discussione la tradizionale organizzazione del sistema distributivo locale, in particolare di quello ubicato nei tradizionali assi commerciali della città ed è quindi importante cogliere l’impatto di questa nuova superficie di vendita sul sistema degli di esercizi di vicinato.

Nel periodo 1990 - 2007 la rete dei negozi, attestata al di fuori delle gallerie dei due centri commerciali pianificati, si è sensibilmente contratta nel numero di punti vendita.

I negozi alimentari sono diminuiti da 294 a 230, mentre quelli non alimentari hanno subito una flessione di 84 unità, passando da 668 a 584 esercizi.

“ La forte contrazione del numero di esercizi del settore alimentare ha determinato il venir meno di un diffuso presidio territoriale per i beni di prima necessità, alimentari in primo luogo, configurando zone residenziali con carenza di servizio, con conseguente incentivazione ad una mobilità per gli acquisti non voluta dal consumatore.

La situazione presenta problematiche di rilievo in modo particolare per la popolazione anziana e disagiata.

Lo sviluppo delle iniziative commerciali aggreganti, centri commerciali con gallerie di negozi, direttamente concorrenziali con la parte più specializzata del commercio cittadino, ha causato una riduzione della “forza” portante degli assi commerciali tradizionali, limitati nella loro funzione dalle problematiche connesse al traffico, all’accessibilità veicolare, alla dotazione di parcheggi, all'assenza di veri e propri percorsi pedonali di shopping e ad una frammentarietà degli stessi.

In sostanza ad una sostanziale stabilità demografica (accentuata da un indice di invecchiamento piuttosto elevato) e ad una stagnazione ormai quinquennale dei consumi, ha fatto fronte un forte incremento della dotazione di servizio commerciale nel territorio comunale, con negative conseguenze sul turnover delle imprese ed un incremento del tasso di mortalità.

I percorsi urbani del commercio hanno perso in parte la loro continuità di offerta nello spazio urbano per l’insediamento di attività del terziario, banche, agenzie immobiliari, servizi di vario genere che hanno determinato interruzioni del fronte espositivo e hanno concorso a indebolire la capacità di attrazione dei flussi di spesa delle famiglie”

Consapevoli del rischio che l'assenza di politiche di sostegno alla rete commerciale di prossimità apporta alla qualità della vita dei residenti i due principali Partner di questo Programma d'Intervento hanno studiato la struttura dell'offerta di prodotti e servizi con l'obiettivo di individuare il posizionamento competitivo del Distretto e, quindi, delineare la sua strategia di sviluppo nel medio e lungo periodo.

Mix merceologico ottimale e offerta del Distretto di Sesto

Questo prospetto rappresenta le diverse tipologie di Distretto Commerciale Urbano attraverso la relazione, che intercorre tra la struttura dell'assortimento per macro categorie di prodotto/servizio e la due variabili essenziali della dimensione e della ubicazione rispetto alla principali location concorrenti dell'area di riferimento.

TIPOLOGIE	NUMERO PUNTI VENDITA	ALIMENTARE	MODA	ALTRI PRODOTTI NON ALIMENTARI	PUBBLICI ESERCIZI
<i>Grande città metropolitana</i>					
Quartiere	100				
Asse zona	200				
Asse primario	400				
Centro Storico					
<i>Città' di media dimensione</i>					
Centro storico					
<i>Città' di piccola dimensione</i>					
Comune polo					

Nei **piccoli centri di quartiere** della grande città metropolitana o nei comuni della prima cintura periferica il numero dei punti vendita ruota è compreso nella soglia delle 100 unità e l'offerta è focalizzata sul comparto alimentare e sui prodotti di largo consumo ad acquisto frequente nel tempo. Nei **poli commerciali di zona o nel centro storico dei piccoli comuni** polo aumenta il numero degli operatori e cambia il mix di beni e servizi offerti in direzione dell'equilibrio tra le macro famiglie di prodotti e servizi. Alimentare, moda, prodotti non alimentari e servizi di ristorazione acquisiscono un peso percentuale coerente alla struttura dei consumi.

Solo nel **centro storico delle città** che esercitano la loro influenza sulle periferie o sui comuni più piccoli la concentrazione dell'offerta raggiunge i livelli più elevati e l'assortimento si specializza su una parte delle 4 macro famiglie considerate.

Il numero di operatori tende a superare la soglia delle 400 unità, il settore della moda esprime la sua vocazione non solo con un peso percentuale molto più elevato di quello che riveste nei consumi, ma anche con una varietà di alternative di prodotto e fascia di prezzo, che non trova confronto con le due tipologie precedenti.

In questo genere di Distretto Commerciale Urbano il potenziale di attrazione e la capacità di competere con il modello distributivo della Grande Distribuzione è assicurata da questi elementi:

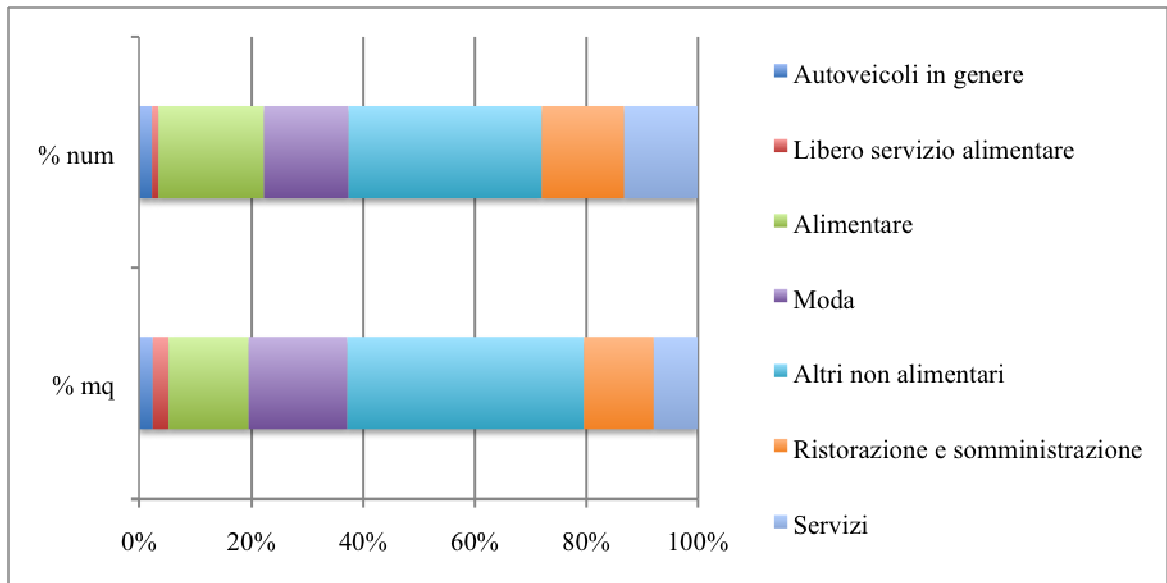
- Personalizzazione dell'offerta
- Assistenza del personale addetto alla vendita
- Qualità dell'ambiente urbano
- Focus sulla moda
- Ampia gamma di alternative di prodotto e fascia qualità/prezzo nell'offerta non alimentare
- Articolata e variegata offerta di servizi per il tempo libero e la cultura, tra cui, l'essenziale apporto delle attività di somministrazione

Considerate le tipologie di sistema commerciale urbano derivante dalle variabili della dimensione e della localizzazione, il Distretto di Sesto può essere ascritto al modello del Centro storico delle città di media grandezza, come emerge dalle analisi in seguito illustrate.

Rete Distretto di Sesto San Giovanni

CATEGORIE	mq	num	% mq	% num
Autoveicoli in genere	367	6	2,5	2,3
Libero servizio alimentare	424	3	2,9	1,2
Alimentare	2.096	48	14,1	18,7
Moda	2.623	39	17,7	15,2
Altri non alimentari	6.298	89	42,4	34,6
Ristorazione e somministrazione	1.860	38	12,5	14,8
Servizi	1.175	34	7,9	13,2
Totale	14.843	257	100,0	100,0

Rete Distretto



In base ai dati dell'Anagrafe degli esercizi del Comune la rete del Distretto è composta da 257 unità di vendita per una dotazione di spazio di circa 15mila metri quadrati.

Un'attenta disamina della composizione percentuale della superficie espositiva evidenzia valori in linea con la struttura della spesa.

Secondo l'indagine sulle vendite dell'ISTAT il settore alimentare detiene una quota del 29,7% che è coerente la valore del 14,1 della dotazione complessiva di spazio, perché la produttività a metro quadro dei negozi alimentari solitamente è quasi doppia rispetto a quelle dei generi non alimentari.

La moda pesa nei consumi il 13, 2%, valore non troppo distante da quello che caratterizza il segmento abbigliamento e calzature del Distretto.

Analoghe considerazioni valgono per il peso della ristorazione e dei beni non alimentari e, quindi, il Distretto di Sesto nel suo insieme presenta la configurazione dell'equilibrio nel mix di prodotti e servizi tipica dei comuni polo e degli assi di zona.

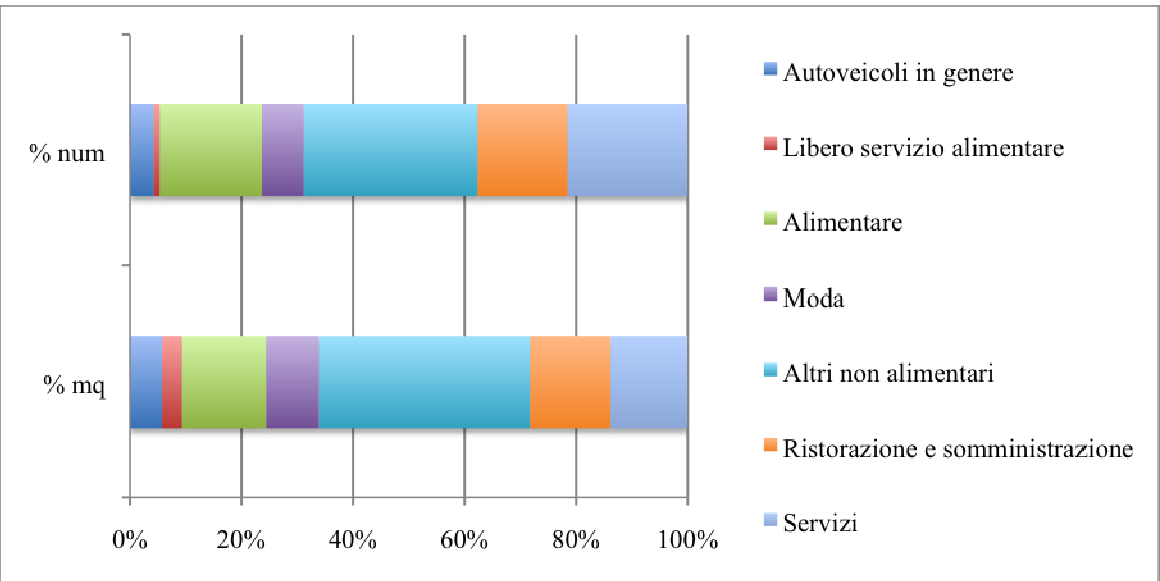
La sua vocazione non è quella di attrarre flussi di spesa dall'esterno, ma di offrire un servizio qualificato a clienti potenziali interni, che trova nella prossimità uno dei suoi principali punti di forza.

Scomponendo il sistema nelle sue principali articolazioni territoriali emerge una vocazione commerciale diversa dei 3 ambiti presi in esame, Zona 1 (XX Settembre), Zona 2 (Picardi) , Zona 3 (Cesare da Sesto).

SESTO NUOVA, Distretto di Sesto San Giovanni

CATEGORIE	mq	num	% mq	% num
Autoveicoli in genere	285	4	5,7	4,3
Libero servizio alimentare	180	1	3,6	1,1
Alimentare	748	17	15,1	18,3
Moda	470	7	9,5	7,5
Altri non alimentari	1.880	29	37,9	31,2
Ristorazione e somministrazione	718	15	14,5	16,1
Servizi	685	20	13,8	21,5
Totale	4.966	93	100,0	100,0

SESTO NUOVA, Distretto di Sesto San Giovanni



Questo ambito individua la zona commerciale a sud ovest di piazza IV Novembre, che annovera 93 punti vendita per circa 5mila metri quadri di superficie.

Il mix merceologico è caratterizzato da una quota di offerta alimentare in linea con la struttura dei consumi tanto per la componente dei prodotti da asporto, quanto per la componente della somministrazione, mentre è limitato il presidio di negozi della moda.

Nel comparto non alimentare si contano diverse tipologie, profumerie, farmacie, manutenzione casa, cartolerie ed edicole, articoli da regalo e preziosi, animali domestici, ma si riconoscono anche dei “vuoti” di offerta come nel caso dell'ottica, degli articoli sportivi, fiori e piante, etc.

Nella realtà di via PICARDI, a nord ovest di piazza IV Novembre, la rete di prossimità è composta da 58 esercizi per 2.886 mq, si conferma l'apporto relativamente modesto del settore moda e si rafforza il peso del segmento alimentare.

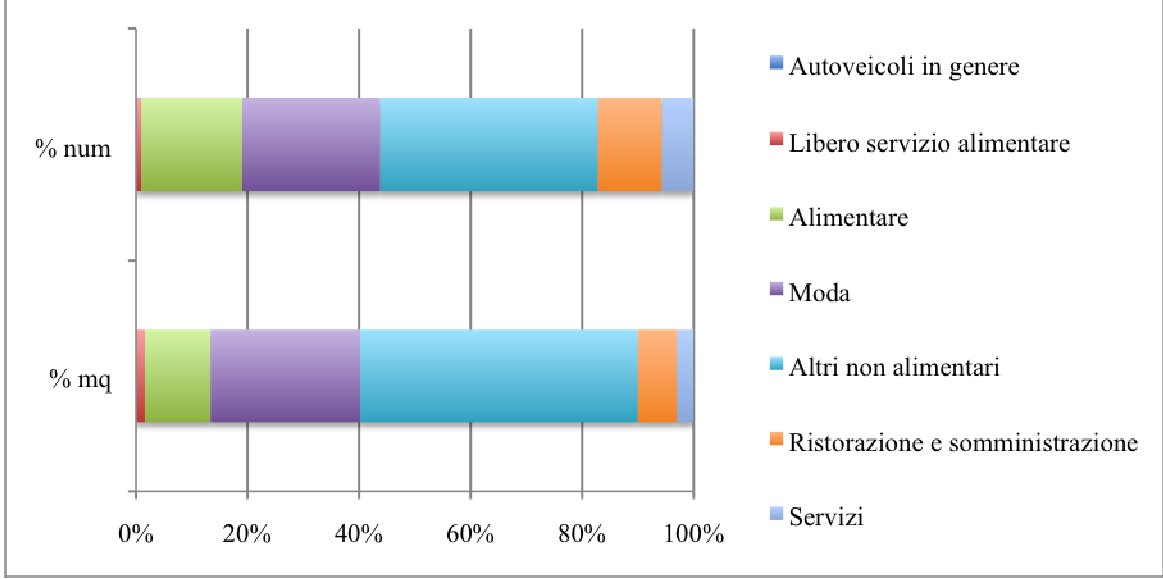
La possibilità di scelta nell'ambito degli articoli non alimentari appare inferiore a quella della Zona 1, fenomeno coerente al minor numero di punti vendita.

La “ centralità”, intesa come attitudine ad esercitare un minimo di potenziale di attrazione nei confronti della clientela residente in altre zone della città, è un attributo riconoscibile nella Zona 3, quella di via Cesare da Sesto e del nucleo più antico del comune.

SESTO VECCHIA, Distretto di Sesto San Giovanni

CATEGORIE	mq	num	% mq	% num
Autoveicoli in genere	0	0	0,0	0,0
Libero servizio alimentare	110	1	1,6	1,0
Alimentare	812	19	11,8	18,1
Moda	1.849	26	26,8	24,8
Altri non alimentari	3.431	41	49,8	39,0
Ristorazione e somministrazione	479	12	7,0	11,4
Servizi	210	6	3,0	5,7
Totale	6.891	105	100,0	100,0

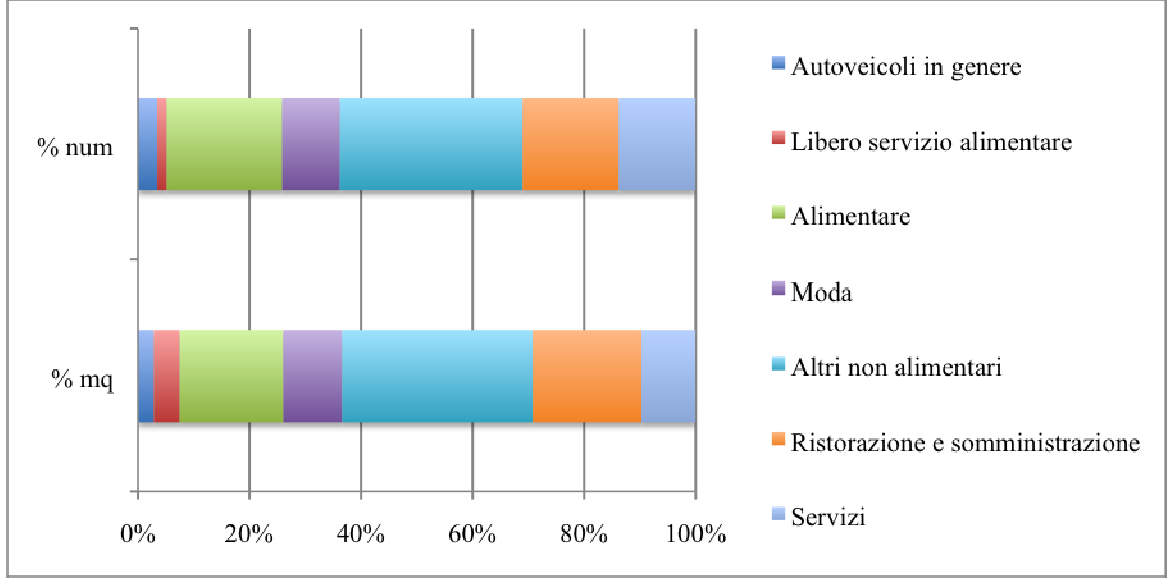
SESTO VECCHIA, Distretto di Sesto San Giovanni



RONDINELLA, Distretto di Sesto San Giovanni

CATEGORIE	mq	num	% mq	% num
Autoveicoli in genere	82	2	2,8	3,4
Libero servizio alimentare	134	1	4,6	1,7
Alimentare	536	12	18,6	20,7
Moda	304	6	10,5	10,3
Altri non alimentari	987	19	34,2	32,8
Ristorazione e somministrazione	563	10	19,5	17,2
Servizi	280	8	9,7	13,8
Totale	2.886	58	100,0	100,0

RONDINELLA, Distretto di Sesto San Giovanni



In questa zona sono attivi 105 punti vendita per una dotazione di spazio espositivo di quasi 7mila metri quadrati.

La composizione percentuale della superficie di vendita indica che il settore moda, pur non raggiungendo i livelli di concentrazione tipici del centro città, detiene un peso largamente superiore a quello dei consumi delle famiglie.

Si contano 26 esercizi, numero sufficiente a garantire una certa varietà di alternative di prodotto e fascia qualità prezzo.

Nella zona sono inoltre presenti alcune importanti edifici della Pubblica Amministrazione, come la sede municipale e la Biblioteca comunale, che amplificano la capacità di attrazione dei visitatori di questa parte del Distretto.

Analisi strategica del Posizionamento del Distretto

L'identità del Distretto Commerciale Urbano di Sesto San Giovanni risiede nell'equilibrio dell'offerta di prodotti e servizi, nel vantaggio della prossimità e nella relazione tra zone commerciali complementari all'interno del sistema.

Sino ad oggi gli operatori economici non hanno potuto avvalersi di una strategia di marketing unitaria per promuovere le vendite di beni e servizi, contribuendo a radicare nei clienti l'immagine di una realtà disomogenea sotto il profilo della sua configurazione territoriale.

La linea ferroviaria, che separa la zona “ centrale “ del Distretto dai due poli di quartiere di via XX Settembre e via PICARDI, ha svolto un ruolo di vera e propria barriera psicologica, che non trova ragione d'essere rispetto ai vantaggi dell'integrazione commerciale e culturale.

Il Distretto di Sesto aspira a diventare il luogo dove il modello della Piccola Distribuzione Indipendente si consolida e si arricchisce di nuove funzioni per esaltare il vantaggio della prossimità e fidelizzare la clientela interna.

Punti di forza

- Modello alternativo alla Grande Distribuzione che amplia le possibilità di scelta delle famiglie
- Servizio di prossimità
- Equilibrio dell'assortimento
- Presenza di culture e abitudini di vita diverse
- Realizzazione del Distretto Commerciale Urbano.

Punti di debolezza

- Assenza di una strategia di marketing unitaria
- Criticità nel sistema di accesso al nucleo storico
- Micro criminalità
- Difficoltà di dialogo tra i diversi modelli culturali presenti
- Vuoti di offerta

In una prospettiva di lungo periodo il declino della piccola impresa indipendente del commercio e dei servizi a Sesto San Giovanni non è irreversibile, anche se la diffusione delle Grandi Superfici in città e nel bacino di riferimento ha raggiunto proporzioni tali da indurre una contrazione significativa del numero di operatori.

Il Distretto apre la prospettiva di un recupero della funzione commerciale del vicinato, se tutte le componenti del sistema saranno progettate ed organizzate per sostenerne lo sviluppo, dal marketing alla mobilità, dall'ambiente urbano all'offerta di servizi per il tempo libero e la cultura, dall'organizzazione del Partenariato al monitoraggio.

Se l'enorme vantaggio della crescita demografica e dei servizi del terziario avanzato nella vecchia zona industriale sarà vanificato da un ulteriore consistente sviluppo del modello della Grande Distribuzione il Distretto di Sesto perderà l'occasione di aprirsi un sentiero di crescita, riorganizzando la sua rete di prossimità e assumendo nuove funzioni e nuovi utenti.

In questa prospettiva non sarà più possibile colmare le attuali carenze, intensificare gli sforzi per il dialogo multietnico e multiculturale, saldare la città nuova a quella vecchia.

Viabilità e sosta

Il Distretto urbano del Commercio di Sesto si pone come alternativa di servizio all'offerta della Grande Distribuzione concentrata nel territorio del Nord Milano, ed è fondamentale cogliere la complessità connessa ai temi dell'accessibilità e della sosta.

Sesto San Giovanni è caratterizzata dalla presenza dell'asse ferroviario che la divide in due lungo tutto il territorio comunale. Lungo il tracciato della Ferrovia si snoda la metropolitana milanese 1 (linea Rossa) che con tre fermate struttura l'intero territorio comunale (SESTO MARELLI, SESTO NUOVA e SESTO FS).

Dal punto di vista del trasporto pubblico su gomma, è presente una fitta rete di autolinee che si integra con la stazione Ferroviaria di Sesto San Giovanni. Sul territorio comunale sono presenti tre gestori di TPL, ATM Ctp e Brianza Trasporti, che rispettivamente presidiano il servizio tra Sesto e Milano, nell'ambito di Sesto e verso Cinisello Balsamo, ed infine tra Sesto e Monza e circondario.

Circa il sistema della mobilità, si richiama lo studio effettuato da ASNM nel 2007, che in merito alla mobilità di tipo sistematico, riporta i risultati dell'analisi delle matrici origine destinazione degli spostamenti sistematici casa-lavoro e casa-scuola (ISTAT, 1991) effettuata nei quattro comuni principali del Nord Milano e disaggregati per modo di trasporto impiegato, determinano complessivamente un numero di spostamenti sistematici/giorno medio feriale invernale generati ed attratti dai comuni del Nord Milano sono pari a 123.816.

La loro distribuzione territoriale mette in evidenza:

- il peso della mobilità di scambio con il Comune di Milano, pari a circa il 43% degli spostamenti sistematici generati ed attratti dai comuni del Nord Milano, il ruolo del capoluogo emerge con tutta evidenza considerando il valore assoluto e relativo degli spostamenti dei comuni del Nord Milano;
- la significativa componente degli spostamenti sistematici di scambio tra il Nord Milano e le aree esterne (circa 34%) con una ripartizione tra spostamenti generati ed attratti dai comuni del Nord Milano che rimarca la funzione produttiva e di servizio dei comuni nel contesto provinciale milanese;
- infine la modesta dimensione degli spostamenti sistematici con origine e destinazione nei comuni del Nord Milano (5% sul totale della mobilità sistematica, 1991).

Rispetto alle quote modali del modo privato e di quello pubblico (treno, bus e metro) disaggregate per le tre macro tipologie di origini e destinazioni (interna all'area Nord Milano, di relazione con Milano e di scambio con le zone esterne), il modo di trasporto pubblico (treno, bus e metro) svolge un ruolo di primaria rilevanza nel soddisfare la mobilità sistemati di relazione con il capoluogo.

In particolare la quota modale soddisfatta dai servizi collettivi rappresenta valori assai significativi (62%) per quanto attiene agli spostamenti generati dai comuni dell'area con destinazione Milano.

Viceversa, quanto più le origini e destinazioni sono esterne al capoluogo tanto più anche la mobilità sistematica (lavoro-studio) è soddisfatta dal modo individuale di trasporto.

Il dato sarebbe ulteriormente accentuato qualora si considerassero oltre agli spostamenti sistematici quelli di natura più erratica, che mal si coniugano con i vincoli (temporali/spaziali) dei servizi di trasporto collettivo.

Riguardo agli spostamenti sistematici di scambio intercomunale, ai fini dello studio effettuato da ASNM, è interessante individuare il peso dei poli di attrazione e generazione degli spostamenti sistematici con riferimento ai comuni interessati.

Tanto più si scende del dettaglio tanto più è necessario tenere in considerazione che le informazioni riferite hanno una validità relativa, sia perché rappresentano una quota della domanda di mobilità (solo gli spostamenti sistematici), sia perché fanno riferimento al decennio scorso (ISTAT, 1991).

La lettura della matrice origine e destinazione degli spostamenti di scambio tra i comuni (circa 6.500 spostamenti/giorno solo nei comuni di Sesto, Cinisello, Cologno e Bresso) evidenzia il ruolo di attrazione/generazione dei comuni di Sesto e Cinisello e solo secondariamente di quello di Cologno Monzese.

Una connotazione del tutto anomala è fornita da Bresso, che genera verso gli altri comuni meno dell'1% degli spostamenti di scambio e ne attrae sul proprio territorio il 10%.

Secondo le stime fornite da ATM, sulla base dell'indagine effettuata ad un campione di famiglie dei comuni metropolitani (Milano + 38 comuni dell'hinterland) il Nord Milano genera poco meno di 414 mila spostamenti/giorno per tutti i motivi, pari al 20% degli spostamenti dell'hinterland milanese.

La destinazione degli spostamenti presenta le polarizzazioni già segnalate con riferimento alla mobilità sistematica (ISTAT, 1991) ed in particolare:

- il 55% della mobilità è rappresentato da spostamenti con origine/destinazione interne ai singoli comuni, tale quota è significativamente inferiore per il Comune di Bresso (41%). Il dato va letto in relazione alla maggiore quota di spostamenti generati verso Milano, a conferma della dipendenza del centro urbano dal capoluogo;
- il 22% degli spostamenti generati dai comuni del Nord Milano ha destinazione il capoluogo;
- il 17% degli spostamenti sono generati verso i comuni dell'hinterland, con valori di maggiore entità stimati sia per Bresso che per Cinisello a conferma della presenza di strutture territoriali ed economiche maggiormente autonome sia a Sesto che a Cologno;

- infine, gli spostamenti con destinazione esterna al territorio metropolitano raggiungono quote inferiori al 6%.

L'indagine ATM richiamata dallo studio di ASM fornisce gli indici di motorizzazione disaggregati per i comuni del Nord Milano e per tipologia di veicolo. Per quanto riguarda i livelli di motorizzazione delle famiglie residente si è osservato che:

- poco meno di un quarto (23%) delle famiglie del Nord Milano non dispone di un'auto propria;
- i comuni di Cologno, Cinisello e Bresso presentano valori del tutto analoghi a quelli dei comuni dell'hinterland (20%), mentre una percentuale maggiore di famiglie senz'auto (28%) è presente nel Comune di Sesto a conferma anche della minore dipendenza dall'auto dell'area urbana maggiormente infrastrutturata del territorio del nord Milano.

Il Distretto si colloca in un'area a elevata attrattività, e accessibilità, che opportunamente valorizzata può contare su un flusso di utenza molto elevata. Si sottolinea infatti come i dati di UTENZA dei Parcheggi di interscambio posti nei due punti di accesso a nord e a sud del Distretto, sono:

Parcheggio Sesto I Maggio (FS): 120 posti auto **utenze:** 230 auto al giorno

Parcheggio Marelli: 400 posti auto **utenze:** 550/600 auto al giorno

Di particolare pregio risulta poi essere l'accesso in città in prossimità della stazione ferroviaria (Sesto FS) che conta giornalmente 70.000 utenti, (FONTE: Consorzio Trasporti Pubblici) provenienti dall'area Nord di Provincia e Regione; e che fruiscono dei servizi offerti dalla città. Oltre naturalmente a poter disporre di servizi per la mobilità sul territorio come la **Metropolitana** che effettua ben 3 fermate sul territorio di Sesto San Giovanni, in prossimità del distretto del commercio, tutto il sistema di **autobus**, la **Bicistazione** che offre servizio di noleggio e riparazione delle biciclette, ed il **Carsharing**. Tutto il sistema dell'accessibilità, costituisce un servizio di forte carattere innovativo, che prelude ad una riflessione ben più ampia rispetto alla mobilità in Sesto San Giovanni, legata all'accessibilità del Distretto Urbano del Commercio.

I caratteri fortemente di quartiere della valenza commerciale del Distretto, infatti, consentono di attivare un'azione di integrazione della mobilità sostenibile, attraverso l'installazione di Reggibiciclette e punti di sosta sicuri per il mezzo ciclabile.

Infine, si ricorda che il Comune di Sesto San Giovanni, in qualità di Comune capofila del progetto, con i Comuni di Monza e Cinisello Balsamo, ha sottoscritto un accordo con la Provincia di Milano per il cofinanziamento di uno "Studio di fattibilità per la progettazione urbanistica e ambientale per la riqualificazione complessiva dell'ambito territoriale sovracomunale del nodo A4 / SS36 / A52 in attuazione degli obiettivi del PTCP". Il progetto si inserisce a sua volta nell'ambito dell'"Accordo per lo sviluppo di un sistema integrato di trasporto pubblico sulla direttrice Milano-Monza", sottoscritto dagli Enti sopra citati con la Regione Lombardia e il Comune di Milano.

L'ambito territoriale sovracomunale del nodo A4/SS36/A52 oggetto dello studio di fattibilità, noto anche come “nodo di Bettola”, è interessato da investimenti in infrastrutture pari a circa 800 milioni di euro, dei quali circa 570 milioni di euro per il prolungamento delle linee metropolitane MM1 e MM5, e circa 200 milioni di euro per la riqualificazione della statale SS36, investimenti destinati ad avere effetti rilevanti sul livello di accessibilità e di attrattività dell'ambito.

Nelle adiacenze del nodo inoltre, l'Amministrazione di Cinisello Balsamo ha promosso un programma integrato di intervento (PII), che prevede tra l'altro l'ampliamento del centro commerciale Auchan.

Le caratteristiche dell'ambito richiedono di non limitare l'attenzione ai soli servizi connessi alle nuove infrastrutture (stazioni delle linee metropolitane, parcheggio di interscambio, autostazione autobus), ma anche ad altre funzioni e servizi integrati. Lo stesso ambito presenta, infatti, importanti potenzialità di trasformazione, con circa 150.000 mq di aree libere nei Comuni di Cinisello Balsamo e Monza.

La trasformazione dell'ambito in esame rappresenta una opportunità importante per ripensare un territorio oggi di frangia a cavallo tra due province, e farne un nuovo nodo non solo infrastrutturale ma anche di servizi e di spazi per la collettività.

In particolare è strategico per il Distretto il superamento dei vincoli e delle carenze che affliggono il sistema della mobilità di questo comune.

I poli urbani di scala superiore di Monza e Milano scaricano sulla rete stradale ingenti volumi di traffico di attraversamento interurbano che congestionano la mobilità interna.

Obiettivi del Programma di Intervento

In una prospettiva di lungo periodo, l'unica percorribile per il successo del Distretto, le opportunità di sviluppo ruotano attorno al principio che il sistema d'offerta deve rafforzare i suoi attributi di originalità rispetto alla logica della distribuzione standardizzata.

Prossimità, personalizzazione del prodotto e del servizio, possibilità di scelta per tipo di prodotti e fascia qualità prezzo, alternanza delle attività del giorno con quella della sera, interazione con gli spazi per la cultura e il tempo libero sono tutti elementi dello stesso puzzle e in questo sistema l'accessibilità gioca un ruolo chiave per il successo del progetto.

L'automobile non può assolutamente essere esclusa dal novero dei mezzi utilizzati per accedere al Distretto, ma non costituisce la sua modalità di trasporto preferita, perché il sistema nasce e si sviluppa per essere visitato e “goduto” a piedi, per essere raggiunto in metropolitana o sulle due ruote.

Non a caso la stazione M1 del Rondò costituisce il baricentro del Distretto nella sua configurazione urbanistica, il punto di saldatura tra le tre zone commerciali che lo compongono.

Questo terminale è già collegato al capolinea M1 di Sesto FS, al servizio della Stazione Ferroviaria, un nodo vitale per il futuro della città, perché lì confluiranno i flussi di traffico generati dall'insediamento di residenze ed uffici nella vecchia zona industriale.

Nella visione strategica del Distretto Commerciale Urbano la sfida più importante è quella di superare la barriera psicologica della linea ferroviaria tra piazza IV Novembre e largo XXV Aprile, sviluppando un comunicazione di marketing, che aiuti a percepire le tre zone commerciali come parte di un sistema unitario, capace di dialogare al suo interno con tutte le sue componenti.

Le differenze nel mix dei prodotti, nel posizionamento di fascia qualità/prezzo, nelle abitudini e nella cultura della popolazione residente al di qua e al di là della ferrovia non devono diventare un ostacolo all'integrazione e al dialogo, così come la sede ferroviaria non può separare i due ambiti della città.

Ciascuna zona è troppo piccola oggi per competere con i giganti della Grande Distribuzione e dei Poli commerciali naturali di Milano, serve collaborazione e gioco di squadra per colmare le specifiche carenze di ciascuno.

La vita del Distretto dipende dalla possibilità di ampliare la domanda interna e la disponibilità di spazio per il modello distributivo della Piccola Impresa attraverso il processo di riqualificazione urbana della vecchia zona industriale della città.

Nell'ambito delle linee guida per lo sviluppo del Distretto il modulo più importante è sicuramente quello della **Mobilità**, che richiede questi obiettivi di lungo periodo:

- Favorire la realizzazione degli interventi strutturali per ridurre significativamente la pressione del traffico di attraversamento della città da parte degli automobilisti e per realizzare nuovi collegamenti tra le due parti della città separate dalla linea ferroviaria. In particolare prevedere

e realizzare un ampliamento del passaggio sotterraneo tra piazza IV Novembre e piazza XXV Aprile.

- Progettare e realizzare un piano di regolamentazione della sosta delle automobili, che scoraggi la sosta di lunga durata, favorendo la rotazione del parcheggio a beneficio dei clienti dei punti vendita.
- Incoraggiare l'uso del mezzo pubblico e delle due ruote con idonee campagne di comunicazione

In relazione agli altri moduli in cui si articola la strategia del progetto Distretti Commerciali gli obiettivi sono:

- Aiutare la clientela potenziale a percepire il Distretto come sistema unitario attraverso una strategia di marketing che valorizzi la collaborazione imprenditoriale tra gli attori economici del Distretto.
- Individuare i principali “vuoti di offerta”, ricercare gli operatori economici disposti ad investire per attivare nuovi esercizi nei segmenti e nei formati richiesti dalla domanda potenziale.
- Ampliare e riorganizzare l'offerta di servizi per il tempo libero e la cultura attraverso il sostegno finanziario della spesa pubblica e il marketing di “prodotto”.
- Migliorare la qualità dell'ambiente (manutenzione degli edifici, pavimentazione, verde pubblico, arredo) con soluzioni che rendano sempre meno anonimo lo spazio urbano nel quale sono immerse le attività commerciali.
- Garantire maggiore sicurezza in tutto il Distretto, utilizzando tutte le leve a disposizione, illuminazione pubblica, presidio delle forze dell'ordine, impianti di allarme e videosorveglianza.
- Migliorare gli standard di pulizia nelle vie commerciali.

Gli obiettivi discendono dall'analisi precedente e dalla disponibilità di risorse finanziarie e umane messe in campo dai Soggetti del Partenariato, Comune e Associazione Imprenditoriale.

Una volta concordata la visione d'insieme su l'identità economica e culturale del Distretto, le sue esigenze in termini di ambiente urbano e mobilità bisogna individuare le priorità d'intervento sulla base delle necessità e delle risorse a disposizione.

Programma di intervento

Descrizione delle azioni del programma d'intervento

In questo paragrafo sono presentate in dettaglio le azioni che compongono il programma d'intervento del Distretto Commerciale Urbano di Sesto San Giovanni.

Nella prima parte sono definiti i contenuti e le finalità delle misure previste, nella seconda parte è specificato l'iter progettuale dell'intervento, articolato per fase in successione numerica.

Interventi a finalità privata

1.1 Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto (monitoraggio)

Questa azione rientra nelle spese per l'erogazione di servizi di interesse collettivo funzionali alle attività commerciali e si sostanzierà nel sistema di monitoraggio delle vendite con l'obiettivo di abituare gli operatori a prendere dimestichezza con questo strumento e a considerarlo quale mezzo per ottenere informazioni utili anche per la propria azienda.

Questa altra componente del monitoraggio è costituita dal conteggio del numero di visitatori in occasione degli eventi previsti nella campagna di promozione e nei periodi in cui non viene svolta alcuna attività di animazione.

L'iter progettuale del monitoraggio si sviluppa in queste fasi:

1. Monitoraggio della dinamica dei ricavi: progettazione, comunicazione agli operatori, test preliminari, avvio e test di verifica a 3 mesi.
2. Rilevazione visitatori degli eventi e dei periodi in assenza di eventi.
3. Implementazione del sistema di rilevazione della dinamica delle vendite con presentazione dei risultati dei primi nove mesi di attività.
4. Rilevazione dei visitatori del periodo delle vendite natalizie e bilancio dell'attività di monitoraggio svolta
5. Prosecuzione dell'attività di rilevazione della dinamica dei ricavi a cadenza mensile e del conteggio del numero di visitatori in occasione delle campagne di promozione in calendario.
6. Presentazione dei risultati dell'attività svolta nei 18 mesi e bilancio delle operazioni di monitoraggio sotto il profilo tecnico ed organizzativo.

1.2 Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto

I Soggetti del Partenariato considerano tale azione una misura di intervento di primaria importanza per il successo del Distretto Sestese nel medio e lungo periodo, pertanto **si è sviluppata una campagna di comunicazione articolata su più canali.**

a_Progetto Marchio/Logotipo

Per dare un'identità visiva al Distretto la prima operazione da eseguire è la progettazione di un marchio/logotipo che sia in grado di sintetizzare graficamente i servizi, i plus e i valori che costituiscono il Distretto.

Finalità dell'Azione:

1. Dare una immagine grafica al Distretto.
2. Creare un marchio dotato di una forte identità visiva in grado di distinguersi nel territorio.

b_Progetto e sviluppo Sito internet

Al fine di promuovere il Distretto prevediamo il progetto e lo sviluppo di un sito internet, in quanto canale di comunicazione molto efficace, immediato, "easy".

Web Marketing

Per promuovere il Distretto all'interno del web oltre al sito si possono utilizzare altri canali come i social network (es. facebook), e altri strumenti come i video (es. you tube).

Tutti gli account e le pagine che andremo a realizzare saranno di proprietà del cliente al quale forniremo tutti i dati di registrazione. Tutti gli interventi di web-marketing verranno programmati prima con il cliente.

Finalità dell'Azione:

1. ottenere dei feedback reali.
2. implementare ulteriormente il database.
3. promuovere il distretto utilizzando tutti i mezzi presenti nel web 2.0
4. raccogliere un target più ampio.

c_Progetto d'Immagine Coordinata

Per dare un'identità visiva al Distretto e per costruire una brand awareness (conoscenza della marca) molto forte nel consumatore, (fruitore dei servizi offerti dal distretto) oltre alla progettazione

del logo, sarebbe interessante dare vita ad una serie di strumenti di comunicazione

integrata capaci di far memorizzare il Distretto, conoscere le proprie finalità e promuovere i servizi che offre al consumatore finale.

Finalità dell'Azione:

1. Costruire una brand Identity forte e il più omogenea possibile.
2. Promuovere il Distretto e la sua offerta.

d_Progetto Magazine

Per informare e promuovere gli associati e le loro attività al consumatore finale si è pensato di realizzare un magazine in grado di "far parlare i commercianti dei propri servizi/prodotti" attraverso pubbli-redazionali. Il magazine diventa inoltre la voce del Distretto e delle Associazioni

ad esso correlate che possono attraverso il magazine mantenere informati sia i loro associati che i realtvi clienti su le iniziative, eventi, che animano la città.

Finalità dell’Azione:

1. Promuovere il Distretto e i loro associati.
2. Informare sugli eventi e le iniziative del Distretto e delle Associazioni.
3. Dare maggiore visibilità alla micro impresa (commercianti).

2.1 Campagna di promozione

Nella strategia di lungo periodo è prevista una sistematica azione di sostegno alle vendite del Distretto, potenziando gli eventi e le dotazioni delle due più importanti campagne promozionali dell'anno, quella realizzata in occasione del periodo natalizio e quella da realizzare come contraltare per le aperture della Grande Distribuzione.

La disponibilità limitata di risorse finanziarie non consente di investire in questo programma d'intervento una cifra superiore a 10mila euro, ma negli obiettivi di lungo periodo del Partenariato è previsto un progressivo incremento delle iniziative per animare gli spazi del Distretto.

L'iter progettuale si articola in:

1. Definizione delle soluzioni progettuali per le altre campagne.
2. Presentazione del progetto agli operatori economici per la necessaria approvazione.
3. Selezione dei fornitori.
4. Realizzazione della campagna promozionale.
5. Resoconto e rendicontazione.

La **progettualità degli operatori privati** si è concentrata nei due assi di intervento 3.1 e 5.1. e l'azione dell'Associazione Territoriale è stata fondamentale per diffondere le informazioni e raccogliere le adesioni dei Privati.

Azione di recruitment aziende – mandamento di Sesto San Giovanni

Nel mese di settembre è partito il progetto Distretto del Commercio sul Territorio di Sesto San Giovanni, momento di importante sinergia tra l'Amministrazione Comunale e l'Unione del Commercio TSP sestese.

Per verificare il grado di interesse e sensibilità nei confronti dell'operazione in corso, la capacità/possibilità di investimento in un periodo di sei/dodici/diciotto mesi, la volontà di essere parte di un sistema elitario in grado di offrire un rinnovato valore aggiunto alla città di Sesto San Giovanni si è deciso di raggiungere i commercianti presenti all'interno del cosiddetto Distretto del Commercio attraverso il tradizionale invio cartaceo di due comunicazioni, seguite circa dieci giorni dopo da una serie di incontri mirati presso le singole attività, con l'obiettivo di trasmettere energicamente ed efficacemente la *mission* di questa iniziativa.

Il Distretto del Commercio è stato suddiviso in tre aree popolarmente individuate come:

SESTO VECCHIA - la zona di Via Cesare da Sesto e relative Vie attorno P.zza Petazzi

SESTO NUOVA - P.zza IV Novembre, P.zza Martiri di Via Fani, Via Firenze, P.zza Trento Trieste, Via XX Settembre fino alla zona dello Stadio Breda.

RONDINELLA - principalmente Via Picardi

Partendo da un elenco circa di duecento aziende presenti sul tratto identificato “Distretto del Commercio” si è proceduto con una prima scrematura delle molte realtà non rientranti nelle categorie Ateco – commercio.

La conseguente e iniziale attività sul territorio è stata la necessaria suddivisione delle aziende considerate “valide” per la partecipazione al Bando Regionale.

La considerazione emersa sin dopo i primissimi incontri è stata molto semplice e diretta: nonostante i due invii cartacei di settembre, l'incontro di presentazione del Distretto (1 ottobre c/o struttura comunale in V. Puricelli Guerra) e le successive telefonate effettuate da parte dei due Enti promotori dell'iniziativa (il Comune ma soprattutto l' Associazione Commercianti) nel periodo successivo, ci si è resi conto che il riscontro da parte dei negozianti sestesi e il loro grado di interesse ad avvicinarsi a questa opportunità era difficoltosa. Molti dei commercianti infatti non avevano ancora focalizzato (e talvolta letto/appreso) quale fosse lo spirito e i conseguenti vantaggi proposti dall'iniziativa.

Ne è convenuto riproporre immediatamente al Territorio sestese l'argomento Distretto del Commercio, procedendo con incontri formativi vis-à-vis presso le aziende associate e non.

Il coinvolgimento delle Aziende

Al momento dell'informazione porta a porta per le vie del Distretto è seguito un più dettagliato studio delle esigenze delle aziende che, sentendo parlare di possibilità di contributo massimo del 50% sulle spese sostenute, hanno cominciato a presentare le loro prime idee di investimento.

L'occasione è servita per registrare comunque particolare interesse per eventuali iniziative che coinvolgessero collettivamente gli operatori.

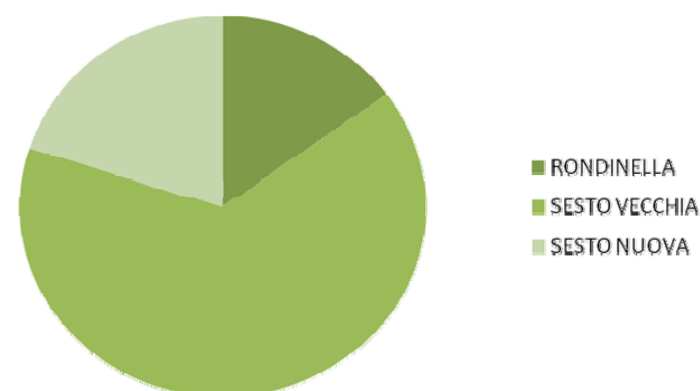
I commercianti direttamente interessati sono stati invitati a contattare in tempi celeri i loro fornitori per un preventivo in merito al rifacimento di: vetrine – dehor - tende - impianti di sicurezza vari - fioriere - portabiciclette e tutto quel che avrebbe potuto stimolare l'interesse del passante a soffermarsi davanti al proprio esercizio.

Molto importante è stato il suggerimento di confrontarsi con i negozi vicini per meglio pianificare eventuali interventi comuni esterni.

Quaranta le aziende che si sono attivate in breve tempo, verificando la compatibilità del loro investimento con caratteristiche territoriali, budget, autorizzazioni condominiali/comunali ecc...

La territorialità degli investimenti

Dopo due mesi di colloqui delle quaranta aziende potenzialmente interessate il relativo 50% (venti Imprese) ha deciso di procedere ed aderire all'iniziativa.

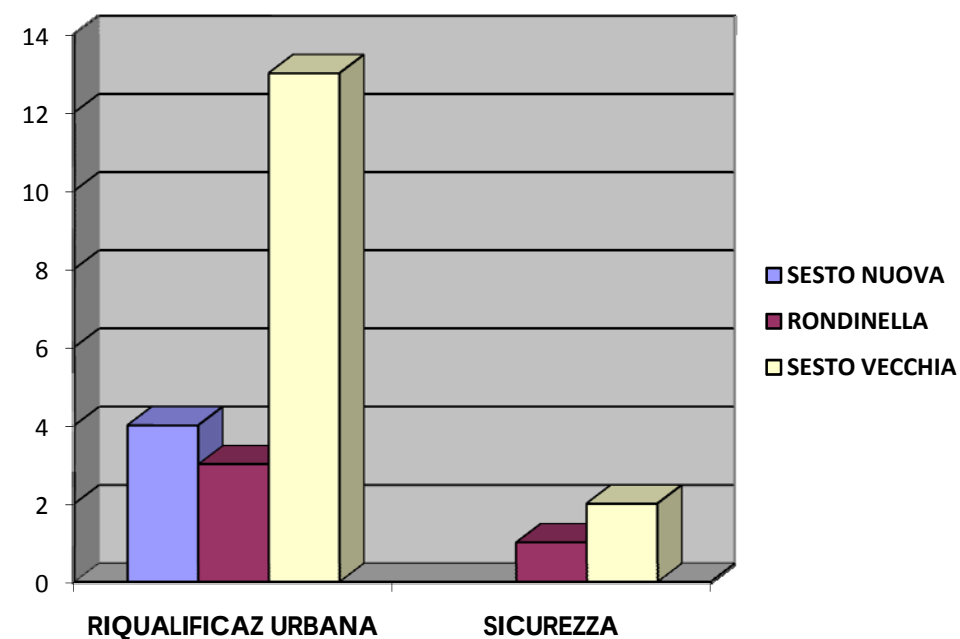


Sesto Vecchia può definirsi la zona più sensibile e attiva, con tredici negozi, pari al 65% del totale interessati: i negozianti delle vie rientranti in questa area hanno subito presentato i loro progetti, a seguire Sesto Nuova con quattro negozi (20% sul totale) e a chiudere Rondinella con tre negozi (15%).

Articolazione delle azioni entro le tipologie di intervento

Le principali ipotesi di investimento presentate dai commercianti sestesi si sono sviluppate secondo le seguenti tematiche:

- **STRUTTURA DEHOR** (inteso sia come nuova struttura, sia rifacimento dell'attuale, includendo anche coloro interessati a investire in nuovi TAVOLI/ SEDIE e PAVIMENTAZIONE RIALZATA)
- **FIORIERE**
- **INSEGNE**
- **TENDE**
- **VETRINE E ILLUMINAZIONE**
- **RIFACIMENTO EDICOLA**
- **SISTEMI ANTI-INTRUSIONE**
- **SISTEMI DI VIDEOSORVEGLIANZA**



Osservando nel dettaglio le due macro tipologie di intervento, tutti gli eventuali interventi strutturali di **Riqualificazione urbana** (rifacimento dehor – tende – insegne – illuminazione – fioriere – vetrine ecc...) e gli investimenti relativi all'area **Sicurezza** (vetri e sistemi antri-intrusione, sistemi di videosorveglianza) e, considerando il numero delle imprese partecipanti in Sesto Vecchia, Sesto Nuova, Rondinella, ecco una ripartizione per area degli investimenti da effettuare in un range di 18mesi dall'emanazione del Bando:

3.1 Qualificazione estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa

La qualità dell'ambiente urbano del Distretto è stata una costante preoccupazione dei soggetti del Partenariato e dell'azione dell'Amministrazione Municipale negli anni passati e gli interventi di qualificazione promossi sul territorio comunale lo evidenziano in maniera oggettiva.

L'opportunità offerta dal contributo regionale di migliorare l'ambiente urbano negli spazi esterni ai punti vendita, manutenzione delle facciate, tende, insegne, saracinesche, costituisce quindi uno strumento per continuare nell'azione di tutela e qualificazione dello spazio urbano del Distretto.

Il soggetto attuatore di questa iniziativa è la singola impresa sollecitata ed assistita dall'Associazione Territoriale dell'Unione CTSP

L'iter progettuale si è avviato e procederà secondo queste fasi:

1. Comunicazione agli operatori economici delle opportunità rappresentate dal contributo regionale ed acquisizione delle relative adesioni. (luglio – dicembre 2009)
2. Elaborazione e definizione del piano di investimenti, ricerca e selezione dei fornitori.
3. Presentazione dei preventivi agli Operatori Economici e scelta dei fornitori,.
4. Acquisto e installazione.
5. Contabilità e rendicontazione.

5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree del Distretto

L'evoluzione del contesto economico e sociale di Sesto San Giovanni ha evidenziato negli ultimi anni elementi di criticità sul fronte della sicurezza e, soprattutto, nelle ore serali e notturne non sono mancati episodi di microcriminalità a danni delle persone e delle cose.

La dotazione di telecamere di videosorveglianza e di sistemi di allarme rappresenta quindi una misura di intervento obbligata per cercare di correggere una situazione, che rischia di compromettere la fruibilità dei servizi nelle zone commerciali della città.

Il soggetto attuatore di questa iniziativa è la singola impresa sollecitata ed assistita dall'Associazione Territoriale dell'Unione CTSP

L'iter progettuale si articola in queste fasi:

1. Comunicazione agli operatori economici delle opportunità rappresentate dal contributo regionale ed acquisizione delle relative manifestazioni di interesse ad investire nella qualificazione estetica degli immobili e degli spazi esterni.

2. Elaborazione e definizione del piano di investimenti, ricerca e selezione dei fornitori.
3. Presentazione dei preventivi agli Operatori Economici e scelta dei fornitori, affidamento dell'incarico.
4. Acquisto e installazione
5. Contabilità e rendicontazione.

Interventi a finalità pubblica

Il commercio è andato assumendo un valore sempre crescente nell'economia della città, anche per effetto della trasformazione della sua tradizionale struttura, prima organizzata solo su un servizio di prossimità e di vicinato, in una rete più articolata e complessa, che attrae acquirenti anche da comuni vicini. Questo mutamento ha portato con sé elementi positivi, come una maggiore occupazione nel settore e un miglioramento complessivo dei servizi resi ai cittadini, ma ha posto anche problemi con la diminuzione del numero degli esercizi di vicinato e del livello qualitativo del servizio in altre parti.

Nuove importanti opportunità sorgeranno poi con il completamento dei nuovi interventi urbanistici, compreso quello sulle aree Falck, con lo sviluppo dell'Università e con l'arrivo aziende nazionali ed internazionali che si sono insediate o si insedieranno nel futuro prossimo in città.

Proprio considerando questo scenario il ruolo rilevante del commercio nello sviluppo e nella riqualificazione della città è stato riconosciuto anche all'interno del Piano di governo del territorio (PGT), recentemente approvato dopo un ampio confronto con le categorie interessate e con i cittadini.

Come ricordato nei precedenti paragrafi, il Piano di Governo del Territorio individua, tra l'altro, individua gli assi commerciali urbani, sui quali l'Amministrazione si propone di garantire il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato.

Il Documento di piano, inoltre, identifica un perimetro di riqualificazione denominato "Centralità urbana" che riguarda le aree centrali del Comune che hanno come fulcro l'area del Rondò, importante nodo infrastrutturale che rappresenta la separatezza ed il punto di incontro di due parti di città, Sesto Vecchia e Sesto Nuova, "di qua e di là della ferrovia". Si intende promuovere in questo comparto interventi di riqualificazione dello spazio pubblico e dell'edificazione privata con l'obiettivo di migliorarne la qualità attraverso il coordinamento degli interventi e la valorizzazione dei luoghi simbolici e significativi del tessuto urbano consolidato che hanno costituito la base dello sviluppo della città, anche mediante compensazioni edificatorie con interventi coordinati per cui si ravvisa utile il ricorso a Programmi Integrati di Intervento di iniziativa privata e pubblica.

Accanto agli orientamenti settoriali a cui comunque il PGT, ai sensi della L.R. 12/05, deve rifarsi, e alle indicazioni di carattere socio-economico prima descritte, va tenuto altresì in considerazione il progetto generale di programmazione territoriale della città per il futuro, la visione della trasformazione per il prossimo decennio.

Le coordinate di progetto del PGT sono così schematizzabili:

- crescita della popolazione di 20.000 unità;
- prosecuzione degli interventi di recupero delle aree dismesse;

- forte miglioramento del sistema di trasporto pubblico;
- valorizzazione della qualità residenziale della città costruita.

In questo contesto buona parte è rappresentata dal progetto di recupero delle aree Falck, che oltre alla generazione di nuovi flussi demografici (13.000 abitanti), propone una dimensione nuova della città, che si qualifichi come punto di riferimento della qualità urbana, soprattutto sul versante dei servizi, commerciali e culturali (con la conseguenziale nascita di punti di eccellenza e attività economiche ad alta specializzazione e con attrazione sovracomunale).

E' la prospettiva di una nuova dimensione della città, non periferia del capoluogo, ma polo di riferimento per l'area metropolitana, che basa questa sua funzione non sui valori quantitativi dell'espansione urbana, ma considera l'espansione urbana come arricchimento della città esistente, finalizzata all'utilizzo di spazi oggi degradati in funzione della collocazione di iniziative innovative e di respiro europeo.

E' in questo contesto generale che la distribuzione al dettaglio può avere ulteriori sviluppi di crescita che non guardino al bacino naturale dei residenti, per i quali la dotazione di servizio è oggi sufficiente sotto il profilo delle quantità, ma all'area territoriale omogenea, con iniziative qualitativamente competitive e di forte innovazione rispetto alle esperienze esistenti, che sappiano aggregare all'esistente nuove espressioni del servizio commerciale e della vita urbana.

Le linee programmatiche per il commercio di vicinato del prossimo decennio possono essere dunque individuate in precise direzioni:

- gli assi commerciali urbani, nei quali garantire il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato;
- il commercio su aree pubbliche, la cui entità è del tutto ragguardevole e costituisce un'integrazione essenziali della struttura commerciale in sede fissa. Vanno perseguiti il miglioramento e la qualificazione della rete dei mercati e dei posteggi esistente, anche con opportune rilocalizzazioni funzionali.

E in particolare per quanto attiene la città consolidata:

- più in generale un'azione sull'arredo urbano (negli assi commerciali), sull'accessibilità e sulla mixità degli interventi edilizi nelle zone periferiche (obbligatorietà di una quota di commerciale, es. ai piani terra).

In dettaglio, le azioni messe in campo dall'Amministrazione ai fini dell'avvio del Distretto del Commercio di Sesto sono di seguito descritte secondo l'ordine delle tipologie di intervento elencate dal bando regionale.

(3.2) Qualificazione e sistemazione degli spazi destinati al commercio su aree pubbliche

È stato recentemente completato un intervento di pavimentazione, di rifacimento dei marciapiedi e di realizzazione della segnaletica orizzontale per la riqualificazione dell'area attrezzata di piazza XXV

Aprile nella circoscrizione 1 Rondò Torretta destinata al mercato settimanale del sabato. Il costo dell'intervento ammonta a 64.400,00 euro al lordo di IVA.

Sono stati rifatti il manto stradale e la segnaletica orizzontale della via Puricelli-Guerra che ospita il mercato settimanale della circoscrizione 3 Isola del Bosco - delle Corti, con una spesa complessiva di € 50.100,00.

(3.3) Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto del Commercio

Il principale contributo, in termini economici, messo in campo dall'Amministrazione è finalizzato a dare continuità all'azione di valorizzazione degli spazi urbani del Distretto intervenendo sulla sistemazione degli arredi della piazza del Rondò (piazza IV Novembre), snodo storico fra "Sesto vecchia" e "Sesto Nuova", sulla riqualificazione del verde pubblico in tre aree lungo il percorso commerciale individuato, il giardino di via Piave-Modena, il giardino di via XX Settembre e il giardino di via Cairoli, e sulla realizzazione di una fontana nel giardino di via Rovani-Bandiera.

In dettaglio:

- lo scorso dicembre è stata inaugurata la fontana del Rondò, realizzata dallo scultore maestro Paolo Schiavocampo, collocata in un'aiuola centrale rialzata che ne enfatizza il ruolo centrale nella piazza IV Novembre. L'intervento comprende 2 vasche ellittiche intrecciate, 2 lastre di vetro dalle quali tracima l'acqua creando l'effetto di una parete d'acqua in movimento, con giochi d'acqua e di luce. L'importo per i lavori, al netto dei costi di progettazione, direzione lavori e coordinamento sicurezza di € 42.000,00, è di quasi € 217.200,00. Altri interventi accessori alla fontana sono descritti e contabilizzati nelle tipologie di interventi 4.1 (parcheggi) e 7.1 (illuminazione).
- è in corso di riqualificazione la "fontana del Drago" nei giardini di via F.lli Bandiera per un costo complessivo di € 25.200,00.
- sono in corso di realizzazione interventi di riqualificazione del verde pubblico nei giardini di via Piave-Modena, di via XX Settembre e di via Cairoli, localizzati lungo il percorso del Distretto del commercio promosso. L'importo per i lavori, al netto dei costi di progettazione, direzione lavori e coordinamento sicurezza pari a € 55.000,00, è di quasi € 269.200,00. Altri interventi accessori alla fruibilità dei 3 giardini comunali sono descritti e contabilizzati nelle tipologie di intervento 5.1 (sicurezza) e 7.1 (illuminazione).

Oltre agli interventi sopra descritti interventi, possono essere ascritti a questa tipologia di intervento anche le opere di rifacimento del manto stradale nei sottopassi di via Garibaldi e di via Campari, fondamentali per connettere dal punto di vista della viabilità pedonale e su gomma, i nuclei di "Sesto vecchia" e di "Sesto Nuova" lungo il distretto individuato. Tali interventi ammontano a € 74.000.

(4.1) Interventi di governo dei flussi di accesso ai Distretti del Commercio

Uno degli aspetti basilari del Distretto riguarda certamente la mobilità e, ad esempio, la possibilità di attrarre nuove fasce di clientela potenziale attraverso le politiche di regolazione della sosta, che

scoraggino l'occupazione degli stalli per periodi troppo prolungati e quindi aumentino la dotazione di parcheggi a disposizione dei visitatori e dei clienti.

In materia di promozione della mobilità dolce è prevista la messa in opera nella piazza IV Novembre, nell'ambito del più ampio progetto di riqualificazione della piazza, nuovi stalli per biciclette per un importo complessivo di 20.000,00 €.

(5.1) Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio

Al fine di assicurare il miglioramento dei livelli di sicurezza nelle aree del Distretto, per le persone e gli immobili, sono stati installati sistemi di video-sorveglianza nell'ambito degli interventi succitati sui giardini di via XX Settembre e di via Cairoli. L'importo complessivo dei lavori è di € 30.000,00.

(7.1) Sostenibilità energetica e ambientale

Per favorire la minore emissione di sostanze inquinanti, la riduzione dei consumi e il risparmio energetico, sono stati realizzati interventi di illuminazione a basso consumo nell'ambito degli interventi succitati sui giardini di via XX Settembre e di via Cairoli e per l'illuminazione al monumento agli alpini del giardino di via Piave-Modena. I primi interventi ammontano a € 31.100,00; il secondo intervento a € 4.400,00.

Anche per l'illuminazione della fontana del Rondò è stata utilizzata una tipologia a basso consumo con una spesa di € 24.200,00.

L'insieme degli interventi sopra descritti giunge a definire un investimento dell'Amministrazione locale sul Distretto prossimo 1 milione di euro (€ 810.000,00). Il finanziamento richiesto alla Regione Lombardia ai sensi del 3° bando sui distretti, riguarda solo alcune quote parti degli interventi sopra descritti, e complessivamente sarebbe pari, per la parte a favore del Comune, a 150.000,00 euro (18,50 % dell'investimento dell'Amministrazione comunale).

L'Amministrazione esprime l'intenzione di trasferire una quota del finanziamento regionale a favore dei partner del distretto con funzioni di moltiplicatore economico dell'investimento effettuato, in particolare investendo sulle tipologie di intervento non direttamente toccate e afferenti alle tipologie 1 "Comunicazione e marketing del Distretto" e 2 "Promozione e animazione", e su altre tipologie in seguito concordate con gli organi di gestione del Distretto.

Le quote di contributo richieste sugli interventi sopradescritti sono meglio identificati nella tabella del Piano finanziario.

Piano economico finanziario

Il progetto di sviluppo del Distretto Diffuso del Commercio (DiD) di San Giovanni prevede un investimento complessivo pari a 1.300.719,65 € così suddivisi:

- 960.719,65 € di investimenti pubblici, il 76,5% sul totale degli investimenti
- 320.000,00 € di investimenti a partecipazione privata, il 23,5% sul totale degli investimenti

Con una popolazione comunale **di 81.069 abitanti**, il suddetto DiD, come stabilito dal bando, **può richiedere un finanziamento regionale massimo pari a 300.000,00 euro**.

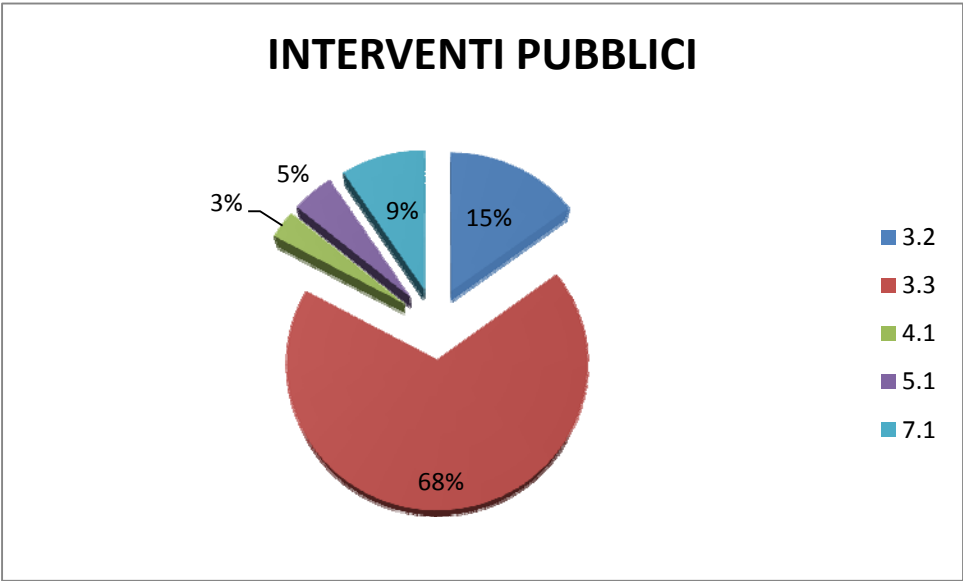
Tale richiesta di contributo è ripartita nella proporzione del 50% per il settore privato e del 50% per quello pubblico.

Il soggetto capofila, ossia il comune Sesto San Giovanni, richiede inoltre un contributo aggiuntivo pari a 20.000 (ventimila) euro a copertura delle attività di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto Diffuso, secondo quanto previsto nel Bando.

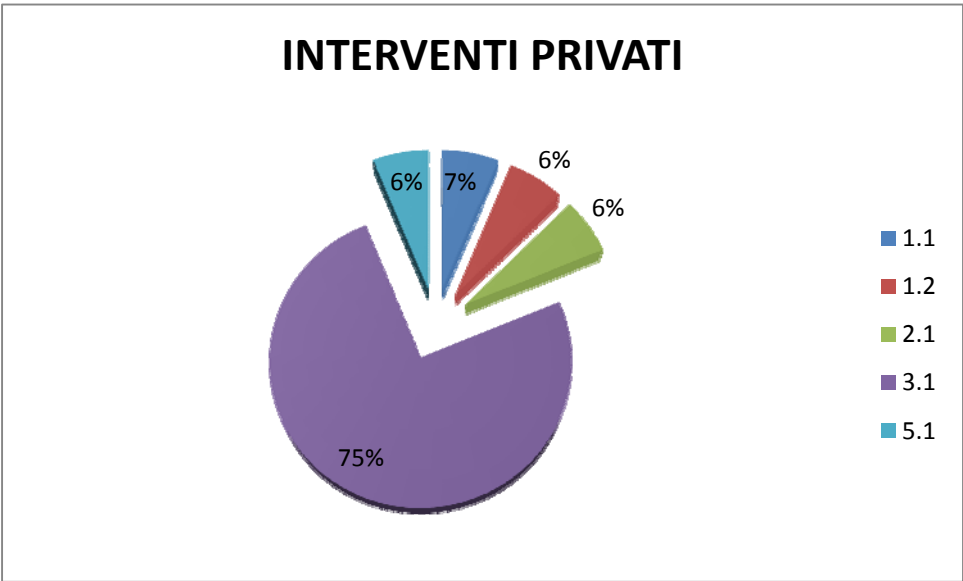
	QUOTA PARTENARIATO		QUOTA CONTRIBUTO RL		
	quota Sogg. PVT	quota Sogg. PUBB	CONTRIBUTO RL privato	CONTRIBUTO RL pubblico	totale investimento
finalità pubblica		810.719,65		150.000,00	960.719,65
finalità privata	170.000		150.000,00		320.000,00
spese distretto				20.000,00	20.000,00
Totali	170.000	810.719,65	150.000,00	170.000,00	1.300.719,65

Nonostante gli interventi pubblici del Distretto rispondano a tutti gli assi, più della metà degli investimenti, il 68%, finanziano interventi di qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto del Commercio mediante acquisizione di nuove attrezzature e illuminazione pubblica. Seguono, con il 15%, gli interventi di lavori e opere edili per le facciate e i fronti strada; attrezzature per spazi esterni ai locali commerciali. Con una percentuale più bassa, il 9%, gli interventi legati alla sostenibilità energetica ambientale – illuminazione a basso consumo, e con il 5% interventi di realizzazione di telecamere – videosorveglianza e altri sistemi antifurto.

Per quanto riguarda gli altri interventi (servizi per la mobilità funzionale al Distretto: porta biciclette/segnaletica) le percentuali si attestano sul 3%.



Gli investimenti privati rispondono, invece, a cinque assi: 1.1 – 1.2 – 2.1 – 3.1 – 5.1



Anche in questo caso si nota una forte prevalenza di un asse in particolare: l'asse 3.1 relativo ad interventi di qualificazione estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa, con l'75%, seguono gli interventi per l'erogazione di servizi di interesse collettivo funzionale alle attività commerciali (monitoraggio della dinamica di vendita e creazione Brand identity), i costi per l'organizzazione di eventi e manifestazioni (campagne pubblicitarie e potenziamento iniziative di aggregazione) e infine interventi per la sicurezza con il 6%.

Assi	Interventi pubblici	Interventi Privati	Totali	%
1.1		20.000,00	20.000,00	1,56
1.2		20.000,00	20.000,00	1,56
2.1		20.000,00	20.000,00	1,56
3.1		240.305,00	240.305,00	18,77
3.2	143.165,09		143.165,09	11,18
3.3	653.093,97		653.093,97	50,96
4.1	30.000,00		30.000,00	2,35
5.1	44.961,12	19.695,00	64.656,12	5,06
7.1	89.499,47		89.499,47	7,00
TOTALE	960.719,65	320.000,00	1.280.719,65	100,00

Per quanto riguarda gli interventi sul totale il peso maggiore (50,96%) è quello relativo agli interventi pubblici di qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto del Commercio mediante acquisizione di nuove attrezzature per arredo urbano e illuminazione pubblica, seguiti dagli interventi dei privati di qualificazione estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa (18,77%).

Il totale degli interventi legati al rifacimento pavimentazione delle aree mercatali (asse 3.2) invece è dell'11,18% mentre gli altri interventi hanno un peso ridotto.

Tipologie di spesa

La scelta degli investitori è stata fortemente orientata verso le spese in conto capitale (97%). Tale scelta esprime l’obiettivo di raggiungere, attraverso il co-finanziamento regionale, un potenziamento complessivo delle infrastrutture, un fattore fondamentale per sostenere nel tempo il Distretto e i suoi sviluppi futuri

	QUOTA PARTENARIATO	CONTRIBUTO RL	totale investimento	% sul totale dell'investimento
Spese in conto corrente	30.000	10.000,00	40.000,00	3%
Spese in conto capitale	950.719,65	290.000,00	1.240.719,65	97%
Totali	980.719,65	300.000,00	1.280.719,65	100%



Gli investimenti dei soggetti privati del partenariato

La richiesta di contributo per i Privati è pari a € 150.00,00 dell’investimento, secondo quanto illustrato nell’elenco sottostante:

	OPERATORE PRIVATO	ASSE	COSTO TOTALE	CONTRIBUTO RL
1	TORTI SRL	3.1	€ 14.847	€ 7.424
2	G.B. GESTIONE BAR	3.1	€ 39.863	€ 19.932
3	EDICOLA DEL RONDO' S.N.C. di Salvatore Citarda	3.1 - 5.1	€ 55.000	€ 27.500
4	MARZINI LAZZARO	3.1	€ 12.565	€ 6.283
5	PURA FOLLIA S.A.S.	3.1	€ 8.800	€ 4.400
6	PANIFICIO DAZZI S.N.C. di Dazzi Aldo	3.1	€ 1.500	€ 750
7	FERA S.N.C. di Lusitani Rafael Enrique	3.1	€ 4.500	€ 2.250
8	IL MIO FUMETTO S.N.C di Alessandro Grandi	3.1	€ 850	€ 425
9	SALUMERIA LORENZA	3.1	€ 2.475	€ 1.238
10	PROFUMI E BALOCCHI	5.1	€ 7.000	€ 3.500
11	V.R.N. S.a.s di Antonino e Francesco Nucera	3.1	€ 25.000	€ 12.500
12	PIZZERIA BELLA NAPOLI S.A.S di Quattrocchi Mario	3.1	€ 5.000	€ 2.500
13	DALUISO DOMENICO	3.1	€ 11.000	€ 5.500
14	COOPERATIVA PRESENZA SERVIZI CULTURALI A.R.L.	3.1	€ 15.000	€ 7.500
15	MADONNINI E CANALI S.N.C. di Maria L.Madonnini e C.	3.1	€ 8.700	€ 4.350
16	COLORIFICIO GARIBALDI S.N.C.	3.1	€ 4.000	€ 2.000
17	NOSARI SNC DI NOSARI-CASTELLI	3.1	€ 2.000	€ 1.000
18	PANIFICIO ARSUFFI S.A.S. di Arsuffi Emanuele & C.	3.1	€ 2.900	€ 1.450
19	E.DI SRL	3.1	€ 20.000	€ 10.000
20	CIVICO 44	3.1	€ 7.000	€ 3.500
21	LIMARDO LUIGI	5.01	€ 6.000	€ 3.000
22	SIGHINOLFI SILVANA	3.1	€ 6.000	€ 3.000
23	PROMO.TER UNIONE	1.2 - 2.1	€ 40.000	€ 10.000
24	SCUOLA SUPERIORE DEL COMMERCIO	1.1	€ 20.000	€ 10.000
			€ 320.000	€ 150.000

					SOGGETTO PRIVATO	COMUNE	quota percentuale del costo dell'intervento richiesta come contributo a RL	moltiplicatore economico: quota di trasferimento del contributo RL del Comune ai partner	Quota contributo richiesta RL al Comune	Totale investimento	Tipologie spesa
					(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	
Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto	1.1	Scuola Superiore CTSP	Spese per l'erogazione di servizi di interesse collettivo funzionali alle attività commerciali	Monitoraggio delle dinamica delle vendite e del numero di visitatori per eventi	5.000,00			5.000,00	10.000,00	20.000,00	corrente
Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto	1.2	Promoter	Spese per l'erogazione di servizi di interesse collettivo funzionali alle attività commerciali	Creazione Brand Identity (logo, sito ..)				10.000,00	10.000,00	20.000,00	conto capitale
Campagna di promozione	2.1	Promoter	Costi per l'organizzazione di eventi e manifestazioni	Campagna pubblicitaria periodica				15.000,00		15.000,00	corrente
Campagna di promozione	2.1	Promoter	Costi per l'organizzazione di eventi e manifestazioni	Potenziamento e valorizzazione Iniziative di aggregazione				5.000,00		5.000,00	corrente
Qualificazione estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa	3.1	Imprese	Lavori e opere edili per le facciate e i fronti strada; attrezzature per spazi esterni ai locali commerciali	Manutenzione facciate e fronti strada, acquisto tende, insegne, saracinesche antigraffiti	120.152,50				120.152,50	240.305,00	conto capitale
Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	5.1	Imprese	Realizzazione di impiantistica multimediale per l'utilizzo di tecnologie innovative in funzione dello svolgimento dell'attività commerciale	Telecamere video sorveglianza ed altri sistemi antifurto	9.847,50				9.847,50	19.695,00	conto capitale
Qualificazione e sistemazione spazi destinati al commercio su area pubblica	3.2	Comune	Lavori e opere edili per le facciate e i fronti strada; attrezzature per spazi esterni ai locali commerciali	Rifacimento pavimentazione aree mercatali		114.534,09	25%		28.631,00	143.165,09	conto capitale
				A pavimentazione area mercatale XXV Aprile		64.397,98			16.099,00	80.496,98	
				B pavimentazione area mercatale Puricelli Guerra		50.136,11			12.532,00	62.668,11	
Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto del Commercio	3.3	Comune	Acquisizione di nuove attrezzature per arredo urbano e illuminazione pubblica	Sistemazione verde pubblico nelle aree del Distretto		586.545,17	11%		66.548,80	653.093,97	conto capitale
				C riqualificazione giardino Piave-Modena		78.261,81			9.391,00	87.652,81	
				D riqualificazione giardino XX Settembre		112.345,06			12.669,00	125.014,06	
				E riqualificazione giardino Cairoli		79.265,07			9.511,80	88.776,87	
				F fontana Rondò e sistemazione piazza IV Novembre		217.185,17			26.062,50	243.247,67	
				G fontana del Drago - giardino Bandiera		25.200,00			0,00	25.200,00	
				H asfaltatura sottopassi Campari e Garibaldi		74.288,06			8.914,50	83.202,56	
Interventi di governo dei flussi di accesso ai Distretti del Commercio	4.1	Comune	Servizi ed infrastrutture a servizio della mobilità funzionali al Distretto Commerciale	Servizi per la mobilità funzionali al Distretto Commerciale (portabicyclette e segnaletica)		20.000,00	50%		10.000,00	30.000,00	conto capitale
				I portabicyclette piazza IV Novembre - Rondò		20.000,00			10.000,00		
Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	5.1	Comune	Realizzazione di impiantistica multimediale per l'utilizzo di tecnologie innovative in funzione dello svolgimento dell'attività commerciale	Telecamere video sorveglianza ed altri sistemi antifurto		29.974,08	50%		14.987,04	44.961,12	conto capitale
				L Telecamere video sorveglianza - giardini XX Settembre e Cairoli		29.974,08			14.987,04		
Sostenibilità energetica e ambientale	7.1	Comune		Illuminazione a basso consumo		59.666,31	50,0%		29.833,16	89.499,47	
				M Illuminazione a basso consumo fontana Rondò		24.200,00			12.100,00	36.300,00	
				N Illuminazione a basso consumo monumento alpini		4.402,39			2.201,20	6.603,59	
				O Illuminazione a basso consumo giardino Cairoli		21.638,46			10.819,23	32.457,69	
				P Illuminazione a basso consumo giardino XX Settembre		9.425,46			4.712,73	14.138,19	
Impegni finanziari per azioni a favore diretto del Distretto del Commercio		Comune	interventi di qualificazione e caratterizzazione degli ambiti del distretto					115.000,00			è un accordo tra Unione e Comune
Attività di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto del Commercio		Comune	Spese per l'erogazione di servizi di interesse collettivo funzionali alle attività commerciali	Costi di coordinamento e gestione funzionali alla realizzazione del Distretto del Commercio					20.000,00		
					135.000,00	810.719,65		150.000,00	320.000,00	1.280.719,65	

Gli Organi del Distretto

Al fine di potenziare l'efficacia del Programma e raccogliere le opportunità conseguenti al suo svolgersi, l'Amministrazione riconosce la necessità di definire, per il Distretto del Commercio, un organigramma articolato su alcuni Organi permanenti.

La **Cabina di Regia** è costituita da rappresentanti dell'Amministrazione Comunale, da quelli dell'Unione del Commercio TSP e della Camera di Commercio di Milano ed ha la funzione di governo del Distretto con conseguente potere decisionale, di indirizzo e coordinamento nonché di monitoraggio delle azioni attuate nell'ambito dello stesso. In particolare, la CdR

- a) svolge un ruolo di soggetto attivo e promotore del lavoro di miglioramento, implementazione ed eventualmente aggiornamento del Programma di intervento, nel rispetto, comunque, dei limiti previsti nello stesso Regolamento e nel relativo Bando di finanziamento;
- b) cura che le iniziative ed azioni svolte nel Distretto, nel rispetto del Programma di intervento, siano costantemente mirate al pieno coinvolgimento di tutta l'area territoriale del Distretto;
- c) si adopera affinché il Distretto divenga luogo strategico della promozione del tessuto economico di Sesto San Giovanni;
- d) approva, nei casi previsti dal Programma di intervento, la definizione in dettaglio dei progetti.
- e) monitora la realizzazione del Programma di intervento e la sua corretta attuazione.
- f) approva l'ammissione di eventuali nuovi partner che abbiano richiesto, dopo la costituzione, di aderire al Distretto.
- g) approva la destinazione e l'utilizzazione di eventuali finanziamenti del Distretto, ricevuti da qualsiasi soggetto ammesso quale partner dopo la costituzione del Distretto, con esclusione di quelli provenienti da specifici bandi.

In considerazione dei poteri riservati dall'accordo di Distretto e dal relativo protocollo di funzionamento alla Cabina di Regia, la nomina del **Manager di Distretto** costituisce una mera facoltà che il Distretto si riserva nel caso in cui sia necessario attribuire funzionalmente alcuni dei poteri previsti dalla legislazione regionale a queste figure professionalmente qualificate; nell'ipotesi di nomina del Manager, tra tali funzioni è possibile fin d'ora prevedere alcune attività quali:

- sviluppare attività ed azioni di sensibilizzazione ed incentivazione dell'ottica di Distretto tra commercianti e cittadinanza
- sviluppare le attività di coinvolgimento del territorio per creare le condizioni migliori per la realizzazione delle azioni di progetto contenute nel Programma di intervento entro l'ambito territoriale del Distretto, individuando e affrontando, in collaborazione con i Comuni, le criticità che sorgeranno durante l'attuazione del Programma stesso
- sviluppare le attività necessarie per determinare le condizioni di sensibilità e disponibilità nelle aziende esistenti nel territorio, al fine di progettare e realizzare condivisi progetti pilota di riorganizza-

zione di eventi e progetti sperimentali in merito alla mobilità, alla qualificazione urbana, ai servizi alla clientela e alle politiche dei tempi e degli orari.

- supportare il Comune e l'Associazione nell'attività di ricerca di risorse, finanziamenti e sponsorizzazioni di fonte territoriale, provinciale, regionale e nazionale da destinare all'attuazione delle azioni in programma e di nuove azioni da avviare nel territorio.
- il Manager di Distretto parteciperà alle attività di pianificazione e progettazione che l'Amministrazione Comunale promuove sui temi del Commercio e della Città.
- Il Manager svolgerà infine azione di verifica e monitoraggio sull'avanzamento delle attività previste e delle eventuali esigenze di supporto che saranno richieste ai Comuni per attuare i piani di lavoro previsti dall'Accordo di Distretto.

A seguito della forte manifestazione di interesse da parte di Enti ed Associazioni del Territorio al programma di distretto e alla filosofia che sottende la progettazione, i partner ritengono necessaria l'istituzione della **Consulta del Distretto**, composta da tutti i partner di distretto, sia sottoscrittori dell'accordo di Distretto, sia successivamente ammessi al partenariato.

La Consulta di distretto, ha la funzione di avanzare proposte e articolare le istanze del territorio e dei soggetti pubblici e privati interessati alla realizzazione del Distretto Diffuso che, se coerenti con le indicazioni del bando verranno inserirle nel programma d'intervento; di coordinare gli eventi e le iniziative sul territorio e di collaborare al reperimento delle risorse necessarie a sostenere l'attuazione delle misure d'intervento, in addizionalità al finanziamento pubblico.

Gli attori locali Partner del Distretto do Sesto San Giovanni sono:

-
-
-

La necessità di identificare figure operative per la realizzazione delle azioni in programma su ciascun territorio porta a far partecipare al comitato (senza diritto di voto) esperti tecnici, designati dai sottoscrittori dell'accordo, che hanno funzioni tecnico operative e consultive nell'attuazione delle azioni del Distretto.

CRONOPROGRAMMA

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Cartografia

- Piano di Governo del Territorio, Tavola US.02 “Sistema del Commercio”
 - Tavola 01, Individuazione delle aree oggetto di intervento
 - Tavola 02, Individuazione dei fronti commerciali