

DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO

PROGRAMMA DISTRETTO COLLI DELL'OLTREPO'

COMUNI DI
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA
CODEVILLA
RETORBIDO
TORRAZZA COSTE



l.r. 6/2010
dgr 28 ottobre 2009, n. 10397

anno 2010

1. MOTIVAZIONI

Motivazione del distretto: Perché il Distretto Colli dell'Oltrepò

Il Distretto Colli dell'Oltrepò è stato sede dei primi grandi complessi della grande distribuzione, così come oggi li intendiamo: l'Iper Montebello è nato qui, lungo la Via Emilia, negli anni '70. A seguire si sono gradatamente insediate altre realtà, con una notevole accelerazione in questi ultimi anni, disegnando un sistema di strutture commerciali dagli effetti socioeconomici e territoriali complessi.

Il bacino di utenza potenziale di queste strutture commerciali, in cui sono compresenti attività riconducibili al consumo-tempo libero (shoppertainment), si è enormemente dilatato, raggiungendo una scala interprovinciale e interregionale; i formati presenti nelle strutture complesse si rivolgono a diversi tipi di utenti, con diverse offerte di beni, materiali e immateriali, con diverse possibilità di frequenza nel tempo.

La valutazione degli effetti, socio economici e territoriali, è diventata nel tempo sempre più complessa, sia per l'estensione dei bacini gravitazionali, sia per le tipologie degli effetti stessi. Questo ha una forte ricaduta anche in termini di governo della localizzazione di tali strutture, poiché il riferimento territoriale – e quindi l'insieme dei soggetti coinvolti nella decisione o nelle sue ricadute – è largamente più esteso rispetto al luogo fisico della localizzazione stessa.

I requisiti della GdO determinano la grande capacità di attrazione, che fa sì che i bacini di utenza prescindano dalle ripartizioni amministrative del territorio, a cui pure è d'obbligo fare riferimento per tutti gli aspetti autorizzativi che ne permettono la localizzazione, e li configurano come *polarità commerciali interregionali*.

Inoltre, attraverso la localizzazione delle attività commerciali integrate si sono configurate nuove, consistenti *polarità territoriali*, che modificano la gerarchia tradizionale della distribuzione dei luoghi centrali. In questa riorganizzazione delle funzioni, che vede in parallelo lo sviluppo della diffusione urbana e il condensarsi di attività in vecchie e nuove polarità, il polo di attività commerciali è senza dubbio un elemento economicamente e socialmente rilevante. In queste nuove dimensioni in cui il territorio viene configurandosi, è indispensabile non perdere mai di vista il ruolo delle piccole imprese del commercio e il rischio di desertificazione soprattutto per gli esercizi collocati nel cuore dei paesi e di un territorio quasi "sigillato" dal semicerchio dei grandi poli commerciali.

La tesi che sottende la scelta e la volontà di costruire il Distretto Colli dell'Oltrepò è che il governo della localizzazione delle grandi polarità e delle relative esternalità non può dipendere solo dalla messa a punto di strumenti normativi, più o meno complessi o rigidi, ma che un accettabile livello di efficacia sia piuttosto raggiungibile attraverso politiche per il commercio che agiscono su diversi piani e diversi settori, attraverso l'integrazione con le politiche territoriali (vincoli al consumo di suolo, incentivi al riutilizzo dell'esistente dismesso, sottoutilizzato o degradato ecc.), infrastrutturali (valorizzazione della rete di accessibilità, in termini realistici e non futuribili), con politiche di premialità per incentivare una competizione verso il miglioramento qualitativo dei programmi insediativi e dei progetti.

Un secondo aspetto riguarda il *livello di integrazione funzionale* che emerge quale carattere comune di questa polarità interregionale, a conferma dell'evoluzione in atto nella dinamica insediativi dei nuovi formati di offerta commerciale dell'area, che non si collocano più soltanto nell'ambito del settore della grande distribuzione commerciale o del commercio di prossimità, ma investono anche i settori del terziario, del turismo, della residenza, dei servizi per il tempo libero.

Terza componente, ma non certo ultima per importanza, è quella occupazionale, per cui il sistema della GdO si configura come la maggior fonte di occupazione dell'area, con una netta prevalenza di donne.

L'area è stata gradatamente coinvolta nella chiusura dei principali poli occupazionali di Voghera e di Pavia, rimangono ancora attive un insieme di piccole aziende artigianali e agricole, che garantiscono occupazione soprattutto per la parte maschile. La presenza di alcune strutture della RSA coprono una parte di occupazione femminile, completata dalle attività nei servizi. Nel 2009¹, ancora in discesa si presenta il mercato del lavoro provinciale: imprenditori segnalano un evolversi dell'occupazione con saldo del -17%, in peggioramento rispetto al -13% dell'indagine condotta a fine anno. Per il 2009 si conferma nettamente al primo posto, e con tendenza all'incremento, la ricerca di personale da inserire nel settore commerciale e dei servizi, seguita dalla ricerca di operai specializzati.

Il polo della GdO è in grado di garantire ancora qualifiche occupazioni diversificate, soprattutto in considerazione della diversificazione dei prodotti e dei servizi offerti (Iper, Leroy Merlin, Sorelle Ramonda) e quindi si colloca come la principale risorsa occupazionale del bacino del Distretto, fattore insieme di sviluppo e di condizionamento, che non può essere affrontato e gestito singolarmente da una Amministrazione, soprattutto all'interno di una programmazione di lunga durata.

Insedimenti di questa natura e dimensione pongono ai decisori pubblici problemi e opportunità: entrambi debbono essere valutati con la consapevolezza che dalla soluzione ottimale delle criticità dipenderanno gli effetti di ricaduta sulle attività economiche preesistenti e l'evoluzione futura, in termini di occupazione, viabilità, tutela delle risorse naturali, qualità della vita.

Occorre quindi uno strumento di governance che vada oltre l'ordinarietà: il Distretto, così come Regione Lombardia lo ha legiferato, è stato individuato come strumento in grado di inserire la "polarità commerciale" in modo armonico nel più complesso programma di governo e sviluppo dell'area, un'area che deve essere abbastanza vasta da ricomprendere i confini degli effetti allargati generati dal sistema commerciale, al cui interno opera e deve continuare a svilupparsi un insieme diversificato di esercizi commerciali anche piccolissimi.

Il Distretto diventa la dimensione della conciliazione delle esigenze e dello sviluppo sinergico delle specificità dei Colli dell'Oltrepò.

¹ Rapporto sull'Economia Provinciale 2008

Fonte: Unioncamere Lombardia - Camera di Commercio di Pavia

2. ANALISI TERRITORIALE

2.1 Inquadramento territoriale

L'area occupata dai quattro comuni del distretto compone un ideale triangolo, racchiuso tra il torrente Staffora, la prima fascia collinare e il tratto di via Emilia (SS 10) compreso tra Voghera e Casteggio.

Osservando il territorio dall'alto si nota subito la netta divisione dell'area in due parti molto diverse da loro, anche se legate da uno stretto rapporto di interazione.

Verso nord, infatti, si trova la pianura intensamente sfruttata dall'agricoltura estensiva tipica di queste zone e le cui strade principali sono costeggiate da importanti centri della grande distribuzione, che rappresentano la principale realtà commerciale di quest'area.

Al di là della via Emilia e della strada provinciale n°1 (Bressana Bottarone-Salice Terme), il terreno inizia invece a farsi ondulato e comincia la fascia collinare, dedicata in prevalenza al settore viti-vinicolo, ricca di importanti cantine e dal grande potenziale turistico ancora solo parzialmente espresso.

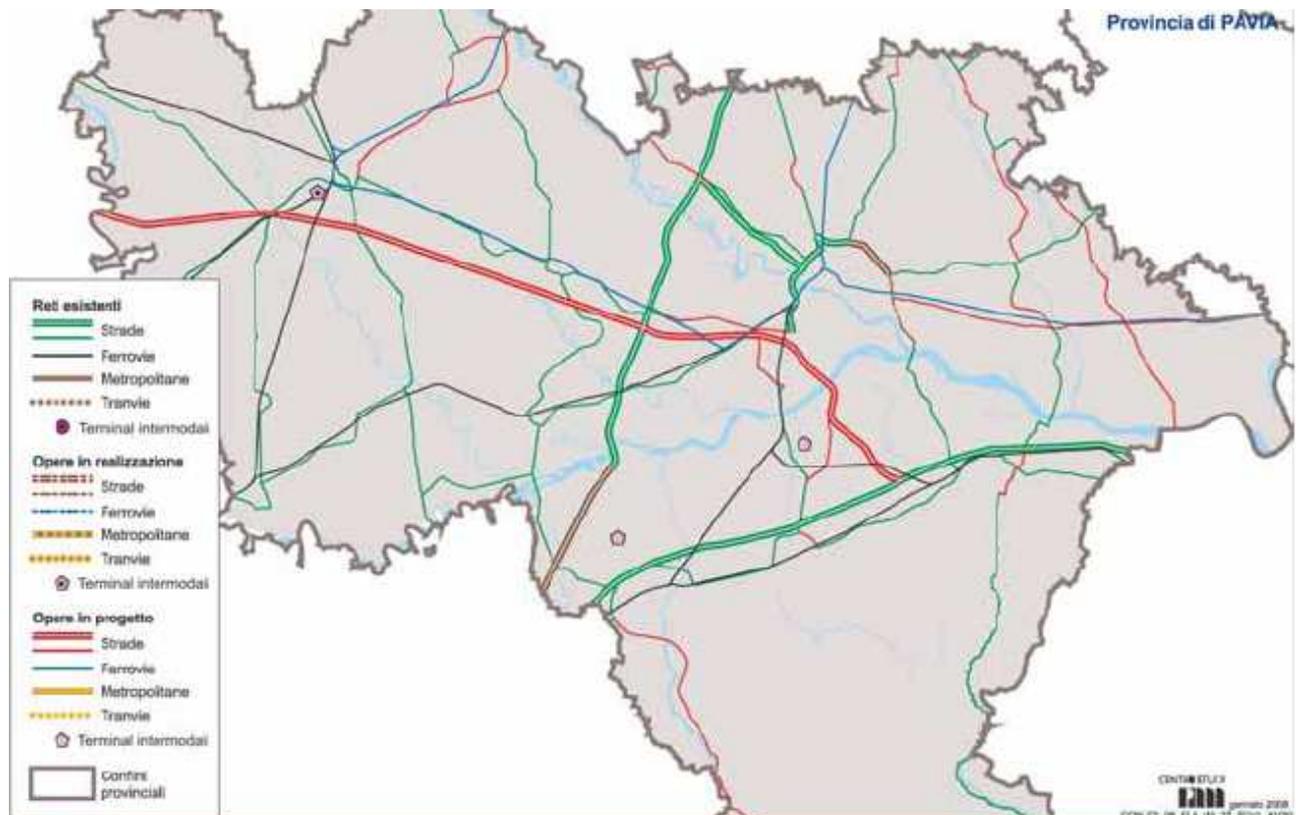
Nonostante la diversità paesaggistica e vocazionale, queste due aree sono strettamente connesse, rappresentando l'una il completamento dell'altra, in un'economia diversificata e bisognosa di politiche integrate dei vari settori, uniti dal sistema commerciale.

A fare da cerniera tra la fascia pianeggiante e quella collinare sono i quattro capoluoghi comunali, che sorgono ai piedi delle colline, estendendo il proprio territorio fino in pianura. I quattro centri storici rappresentano l'anima storica di questo territorio, che nelle intenzioni di questo progetto verrà valorizzata proprio dalla relazione con la grande distribuzione.

Come si è già detto, all'estremità occidentale del distretto si trova la città di Voghera, capoluogo della pianura dell'Oltrepò, che da un lato rappresenta il principale polo di attrazione dei movimenti locali della popolazione del distretto, dall'altro un indispensabile serbatoio di utenza per le attività commerciali dei quattro comuni, soprattutto quelle della grande e media distribuzione, distanti solo pochi chilometri dai confini della città.



La Posizione del Distretto all'interno del territorio lombardo e della provincia di Pavia.



Il sistema stradale e ferroviario della Provincia di Pavia

A21 TO-PC-BS

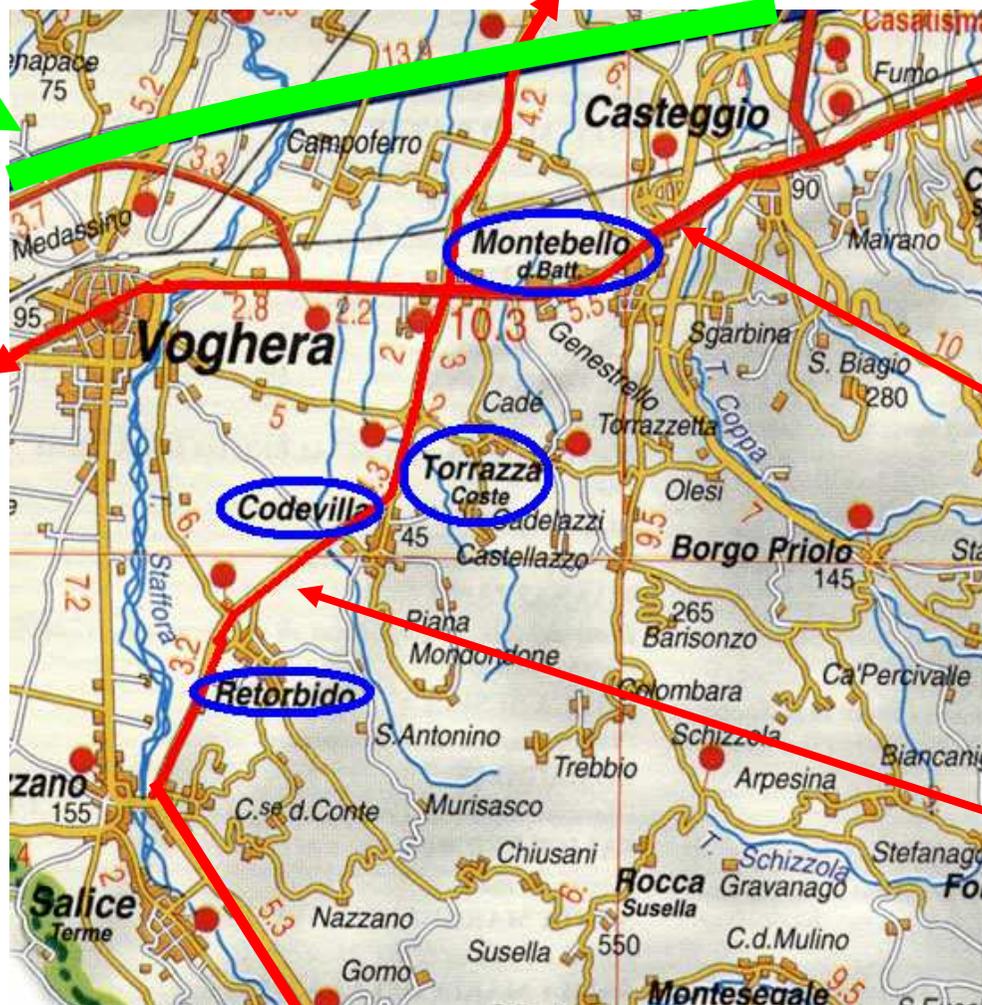
PAVIA

PIACENZA

TORTONA

SS 10 Via Emilia

Questa carta mette in evidenza la posizione strategica del futuro distretto. L'area infatti funge da cerniera tra l'Oltrepò pianeggiante e quello collinare e si trova all'incrocio tra la direttrice precollinare della SS 10 (che collega Torino con Asti, Alessandria, Tortona, Voghera e Piacenza) e la direttrice che penetra nei rilievi oltrepadani, verso Varzi e il Passo del Penice



**SP 1
Bressana – Salice**

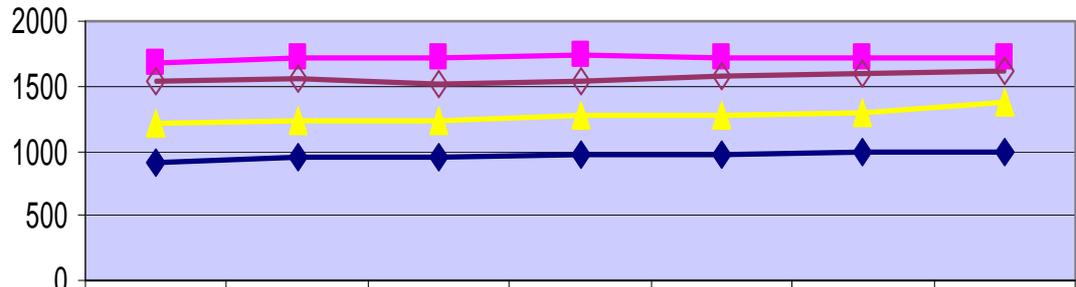
VARZI

La posizione del Distretto risulta ottimale sotto un'ottica commerciale, lungo la SS10, infatti si sviluppa un'estesa area commerciale lineare che può fungere da volano per tutto il sistema commerciale. Va infine rilevata la vicinanza delle autostrade A21 e A7, con i caselli di Voghera, Casteggio-Casatisma, Broni-Stradella e Casei Gerola.

I quattro comuni: dati geografici e demografici

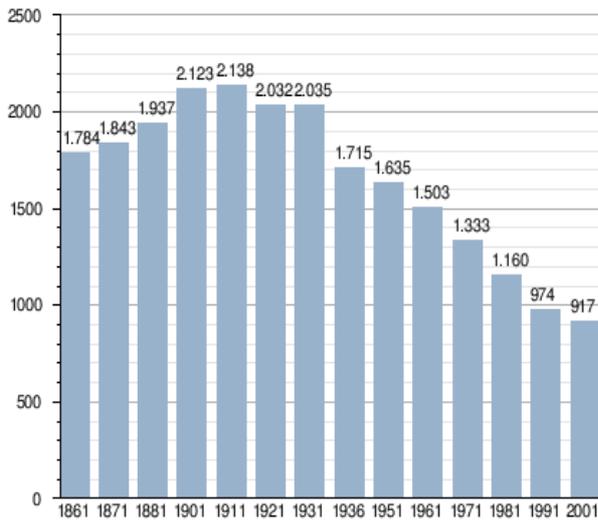
Comune	Altitudine e s.l.m.	Abitanti (31.12.2008)	Superficie (kmq)	Densità (ab/kmq)	Frazioni	Sindaco
Codevilla	146 m.	979	13.00	75	Casareggio, Garlassolo di Sotto, Mondondone, Piana, Pontazzo, Rasei	Paolo Marchesotti
Montebello della Battaglia	110	1732	15.83	109	Canova Ghiringhelli, Castel Felice, Genestrello, Sgarbina	Fabrizio Marchetti
Torrazza Coste	159	1597	16.11	99	Barisonzo, Buffalora, Cadelazzi, Casa Nuova, Castellaro, Colombara, Mogliazza, Nebbiolo, Pragate, Sant'Antonino, Trebio	Ermanno Pruzzi
Retorbido	169	1370	11.67	117	Garlassolo di Sopra, Malpensata, Muriasco, Spinosa	Isabella Cebrelli

Evoluzione demografica 2003-2009



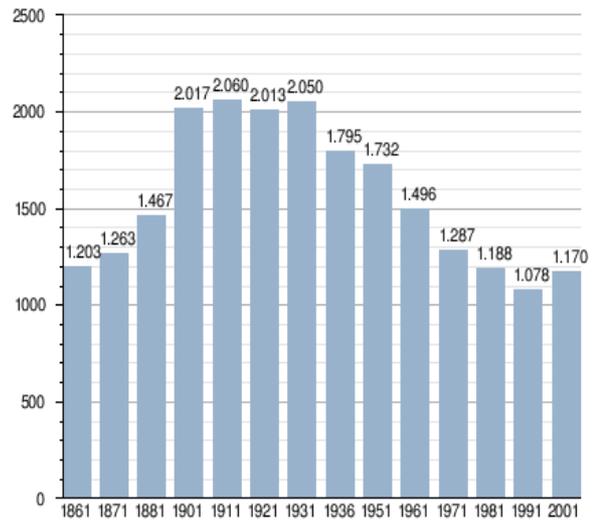
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
◆ Codevilla	917	950	955	964	979	993	985
■ Montebello D.B.	1680	1709	1723	1729	1714	1718	1725
▲ Retorbido	1214	1230	1242	1280	1268	1299	1370
◇ Torrazza Coste	1540	1553	1516	1539	1573	1597	1624

Evoluzione demografica storica dei comuni del distretto (1861-2001)



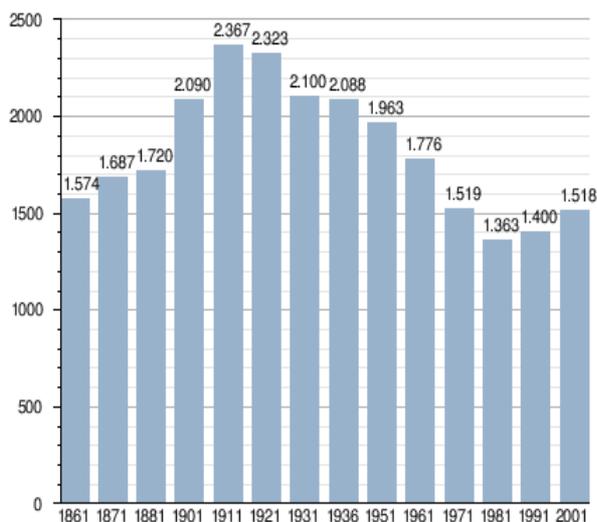
fonte ISTAT - elaborazione grafica a cura di Wikipedia

Codevilla

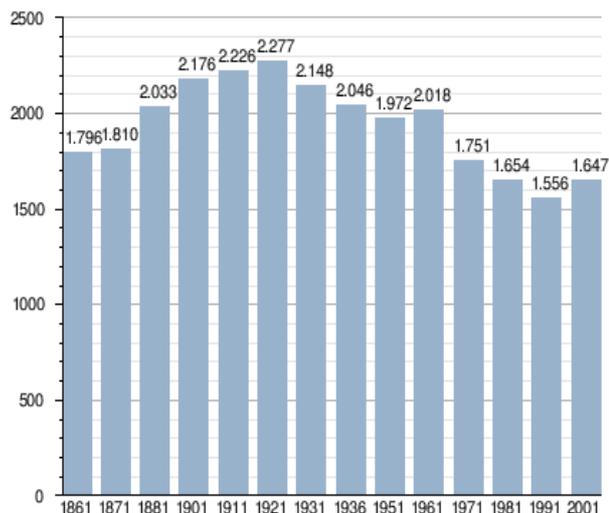


fonte ISTAT - elaborazione grafica a cura di Wikipedia

Retorbido



fonte ISTAT - elaborazione grafica a cura di Wikipedia



fonte ISTAT - elaborazione grafica a cura di Wikipedia

Torrazza Coste

Montebello della Battaglia

2.2. Analisi socio-economica

I dati sul pendolarismo dimostrano come Voghera rappresenti davvero il polo d'attrazione economica per molti cittadini dei quattro comuni del distretto. Nonostante il massiccio pendolarismo graviti anche verso Pavia e Milano, tutti i comuni appartengono infatti al Sistema Locale del Lavoro² di Voghera. Ciò significa che gran parte di chi si reca a lavorare ogni giorno in un comune diverso da quello nel quale risiede, si sposta nella vicina cittadina oltrepadana, nonostante i numerosi posti di lavoro offerti dal settore vitivinicolo e dalla grande distribuzione.

Comune	Lavoratori pendolari	Totale lavoratori
Codevilla	277	382
Montebello della Battaglia	544	793
Retorbido	407	543
Torrazza Coste	471	703

² I Sistemi Locali del Lavoro (SSL) rappresentano aggregazioni di Comuni contigui fra loro, geograficamente e statisticamente comparabili, caratterizzate dal maggiore addensamento dei movimenti effettuati per motivi di lavoro dalla popolazione di riferimento.

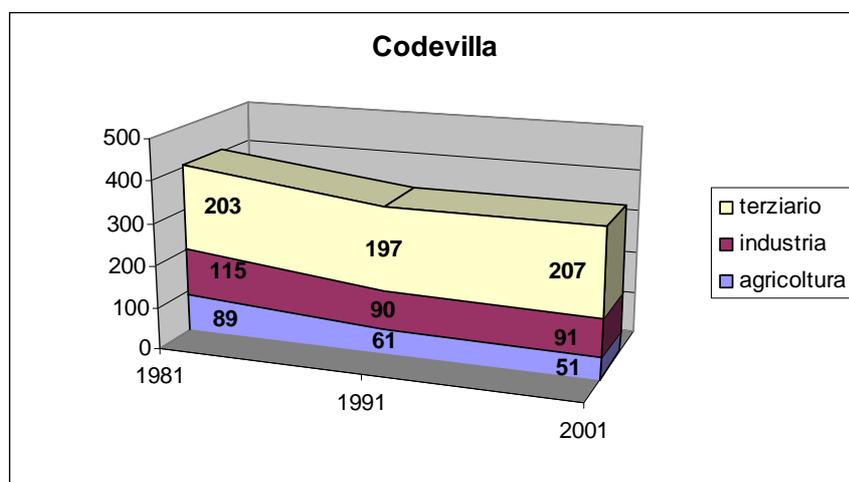
Essi costituiscono uno strumento di analisi appropriato per indagare la struttura socioeconomica dell'Italia secondo una prospettiva territoriale, con l'obiettivo di rappresentare i luoghi della vita quotidiana della popolazione che vi risiede e lavora.

La definizione dei Sistemi Locali del Lavoro avviene attraverso i criteri di autocontenimento, ovvero la capacità del territorio di offrire attività produttive e servizi tali da creare opportunità di lavoro e residenziali alla maggior parte della popolazione, di contiguità e di "distanzamento di percorrenza" tra i luoghi di residenza e quelli di lavoro, strettamente connessa alla presenza di servizi efficienti. (www.cnapmi.org)



I Sistemi Locali del Lavoro del Nord Italia. In rosso, il SLL di Voghera³

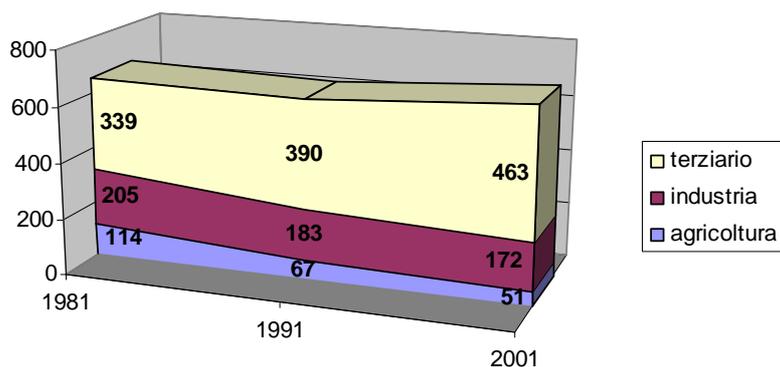
Le tabelle e i grafici sottostanti mostrano l'evoluzione dei settori di occupazione dei cittadini dei quattro comuni del distretto.



	1981	1991	2001
agricoltura	89	61	51
industria	115	90	91
terziario	203	197	207
totale	407	348	349

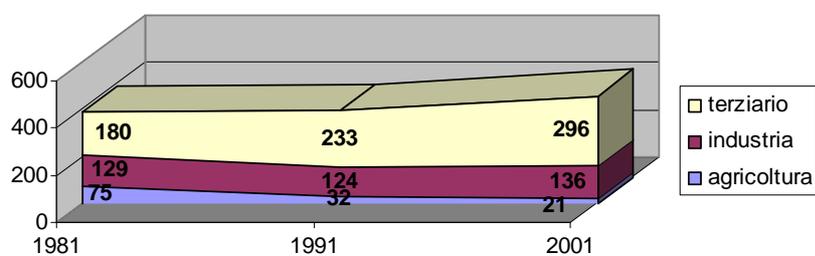
³ Il SLL di Voghera è composto dai seguenti comuni: Bastida de' Dossi, Bastida, Borgo Priolo, Borgoratto Mormorolo, Calvignano, Casatisma, Casei Gerola, Casteggio, Castelletto di Branduzzo, Cervesina, Codevilla, Corana, Cornale, Corvino San Quirico, Fortunago, Godiasco, Lungavilla, Montalto Pavese, Montebello della Battaglia, Montesegale, Mornico Losana, Oliva Gessi, Pancarana, Pizzale, Retorbido, Rivanazzano, Robecco, Rocca Susella, Silvano Pietra, Torrazza Coste, Torricella Verzate, Verretto, Voghera.

Montebello della Battaglia



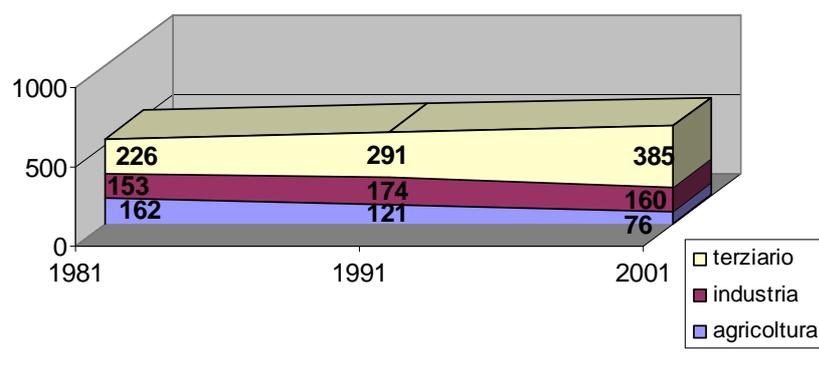
	1981	1991	2001
agricoltura	114	67	51
industria	205	183	172
terziario	339	390	463
totale	658	640	686

Retorbido



	1981	1991	2001
agricoltura	75	32	21
industria	129	124	136
terziario	180	233	296
totale	384	389	453

Torrazza Coste

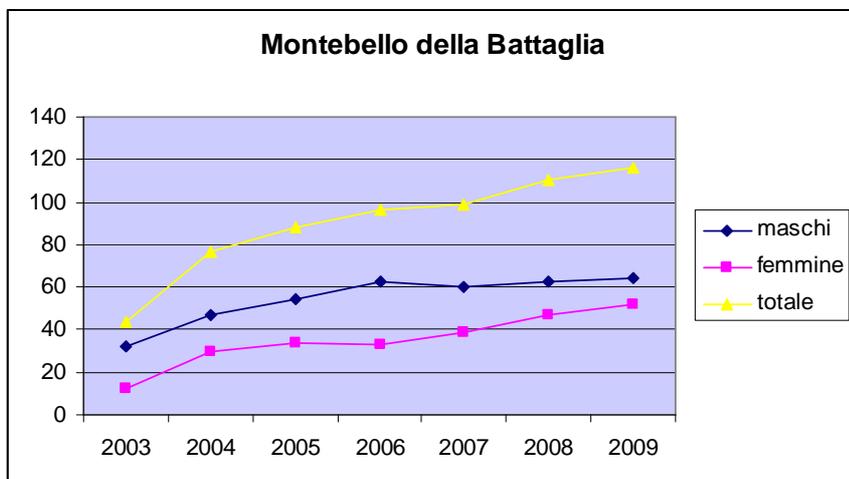
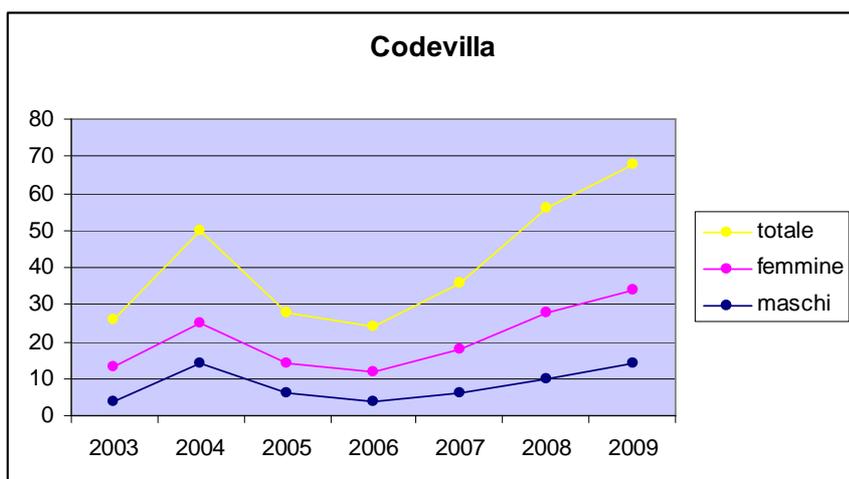


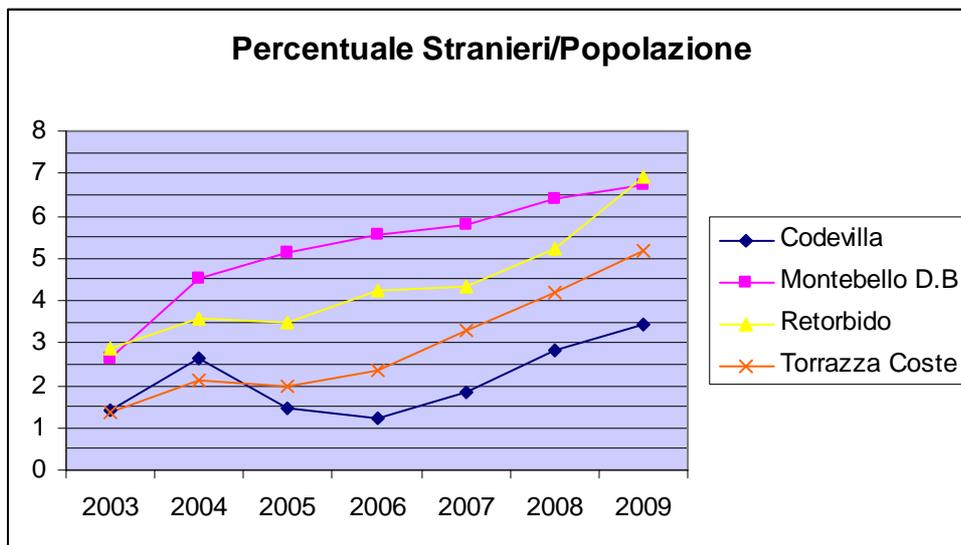
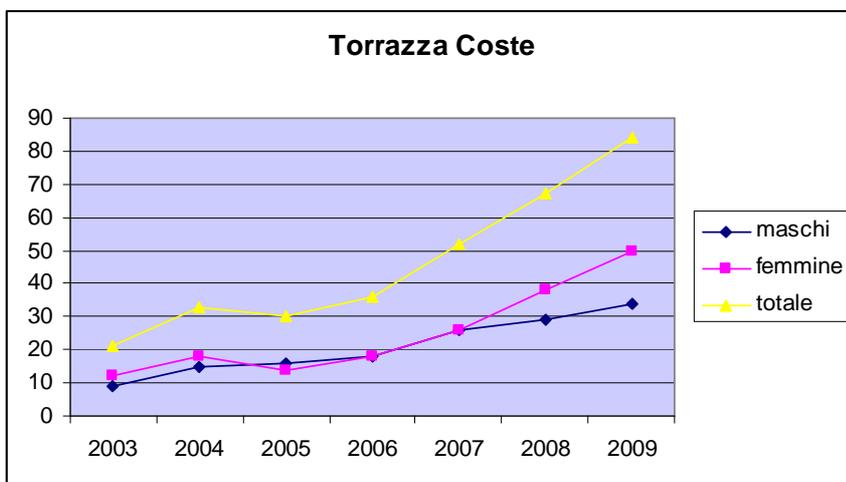
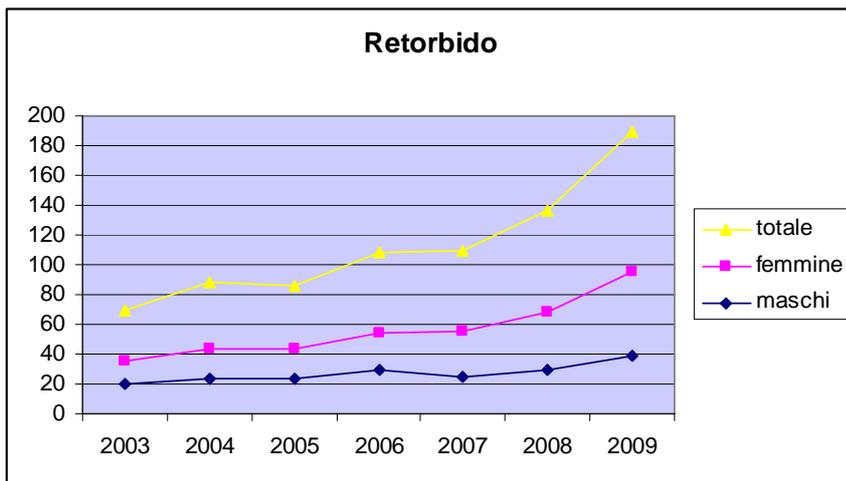
	1981	1991	2001
agricoltura	162	121	76
industria	153	174	160
terziario	226	291	385
totale	541	586	621

2.3. La popolazione straniera

I grafici sottostanti mostrano l'evoluzione della presenza di cittadini stranieri nei quattro comuni del distretto.

Accanto a un quasi costante aumento delle presenze, comune a quasi tutti i comuni del Nord Italia, va rilevata la predominanza della componente femminile, con l'eccezione di Montebello della Battaglia, probabilmente dovuta alle differenze nelle opportunità occupazionali del territorio.





2.4 I QUATTRO COMUNI

2.4.1 MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA



Il nome di Montebello trae origine, con ogni probabilità, dalla particolare ubicazione geografica del paese, sorto sulla sommità di una collina che, degradando lievemente da sud a nord, lambisce con pendii dolci e poco accentuati la pianura circostante. Esistono altre ipotesi etimologiche ad esempio quella che fa risalire l'origine del nome Montebello al latino "Mons Belli" ovvero il monte della guerra riferendosi alla battaglia di Casteggio avvenuta nel 222 a.C. come narrato nel poema di Ennio andato perduto. Il primo documento storico in cui è citato Montebello è la bolla papale di Urbano II nel 1094, è tuttavia assai probabile che il paese esistesse già prima di quella data. A Montebello si trovava infatti un insediamento romano, probabilmente una villa dipendente dalla vicina città di Clastidium (Casteggio). Nell'alto medioevo vi fu fondato un monastero benedettino dedicato ai santi Gervaso e Protaso, attorno al quale si andò formando il paese, che assunse presto notevole importanza. Il monastero ricevette ampie donazioni nei secoli seguenti, divenendo il maggior possidente locale.

Nel 1164 fu assegnato da Federico I (Barbarossa) alla città di Pavia. Nel 1175 gli eserciti della Lega Lombarda e di Federico si stavano per scontrare nei pressi di Montebello, ma si addivenne ad un momentaneo armistizio (pace di Montebello) che rinviava il confronto all'anno dopo (Battaglia di Legnano). Nel XIV secolo cominciò a prevalere la signoria dei Beccaria di Pavia, che nel 1469 ottennero il titolo di Conti di Montebello. La contea di Montebello comprendeva anche Verretto, Castelletto Po, Cantalupo e Regalia presso Bressana Bottarone, Torre del Monte (fraz. di Borgo Priolo) e Barisonzo (fraz. di Torrazza Coste). Nel XVI secolo, nel Monastero di Montebello ai Benedettini si sostituirono i padri Gerolamini; il monastero fu soppresso nel 1782. Nel 1631, estinti i Beccaria di Montebello, il feudo fu acquistato dallo spagnolo Rodrigo Orozco de Rivera, marchese di Mortara, da cui per eredità a Felice Machado de Silva, che nel 1638 divenne Marchese di Montebello. Nel 1682 il figlio Antonio vendette il marchesato a Paulo Spinola Doria de los Balbassos, che fu governatore di Milano, genovese naturalizzato spagnolo come i suoi discendenti, che tennero il feudo di Montebello fino all'abolizione del feudalesimo (1797). Nella battaglia, avvenuta a Montebello il 9 giugno 1800, i Francesi al comando del generale Jean Lannes vi sconfissero gli Austriaci guidati dal generale Ott. Nel 1859 vi fu combattuta un'altra celebre battaglia, preludio dell'unificazione d'Italia. In ricordo di ciò, nel 1958 il comune di Montebello ricevette il nome attuale. Nel 1818 a Montebello era stato aggregato il piccolo comune di Canova Ghiringhelli, all'estremità settentrionale del territorio, che non aveva mai fatto parte in precedenza del feudo di Montebello. Dopo l'inattesa notorietà del periodo risorgimentale, Montebello tornò ad essere un piccolo

comune della campagna vogherese e seguì le sorti del territorio circostante. Nel 1974 accadde un evento destinato a modificare il tessuto sociale e l'aspetto di Montebello: fece la sua comparsa sul territorio il supermercato Carrefour oggi Iper Centro Commerciale Montebello. Molti montebellesi, che fino ad allora erano dediti ad attività agricole o operaie cominciarono a trovare impiego come dipendenti di tale supermercato. L'avvento della grande distribuzione segnò anche la fine di molte attività commerciali e piccole botteghe che un tempo caratterizzavano il nostro paese. Attualmente l'Iper rappresenta la principale risorsa economico commerciale del nostro territorio ubicata non soltanto nella pianura ma presente anche in "alto paese" con la Finiper già proprietaria della Villa Serpi Gloria e oggi degli uffici di recente costruzione davanti a Palazzo Bellisomi.

Le due battaglie di Montebello.

La prima si svolse il **9 giugno 1800** tra gli eserciti napoleonico e austriaco presso Montebello (Pavia). Durante la primavera del 1800 Napoleone era sceso in Italia attraversando le Alpi tra la Svizzera e la Valle d'Aosta. Respinte le esigue forze austriache, arrivò nella pianura padana. Melas, il comandante austriaco, si aspettava l'attacco in direzione di Genova o Torino, pertanto il grosso dell'esercito nemico, sorpreso dall'azione, era schierato tra Genova, di cui era in corso l'assedio, e l'area di Alessandria. Napoleone contava sulla resistenza di Genova per sconfiggere separatamente i due gruppi e aveva quindi fretta di forzare il passaggio del fiume Po. Il generale Jean Lannes al comando dell'avanguardia francese, attaccò inizialmente con 6000-7000 uomini presso Stradella le forze austriache ivi dislocate, ma dopo un primo successo l'arrivo dei rinforzi permise agli austriaci di rioccupare la località. Lannes, grazie all'arrivo delle sue rimanenti forze e poi delle truppe di Victor con molta artiglieria, tornò all'attacco costringendo il nemico alla definitiva ritirata. Lo scontro passò alla storia con il nome della vicina Montebello e Lannes verrà poi insignito del titolo di "duca di Montebello". Gli austriaci persero circa 4000 uomini, mentre le perdite francesi variano, a seconda delle fonti, da poche centinaia a 1500 uomini tra morti e feriti.

La seconda ebbe invece luogo il **20 maggio 1859**, durante la 2° Guerra di Indipendenza, quando l'unità di cavalleria piemontese e l'unità di fanteria francese in attesa del supporto del grosso dell'armata francese si scontrarono con il 5° Corpo d'Armata austriaco nei pressi della località di Montebello.

Tutti gli attacchi austriaci vennero respinti grazie all'apporto anche dei reggimenti di cavalleria "Aosta", "Monferrato" e "Novara". che erano riuniti in un'unica brigata di formazione. Ripartì da qui l'offensiva franco-piemontese che portò alla liberazione della Lombardia e alla vittoria finale.

L'importanza dell'evento fece sì che, fatto unico in Italia, un reggimento di cavalleggeri costituito alcuni mesi dopo (il 16 settembre 1859) venne dato il nome della località. Nacquero così i Lancieri di Montebello.



2.4.2 TORRAZZA COSTE



Racchiuso tra due torrentelli, lo Schizzola e il Brignolo, adagiato su ridenti e ubertose colline che costituiscono parte dell'Oltrepo Pavese occidentale, si trova a sette chilometri da Voghera il territorio di Torrazza Coste.

Dopo la distruzione dell'antico villaggio romano di Dianium (V° secolo d.C.), situato sull'altipiano di Maresco, degli abitanti superstiti che trovarono rifugio sulle alture circostanti, non si ebbero più notizie.

Una torre con fortilizio eretta in località Torrazza di Fondo o Torrazza Vecchia, e precisamente presso l'attuale villa Racagni, costruita attorno all'XI secolo da un feudatario del luogo o forse dai signori di Nebbiolo quale vedetta avanzata dei castelli di Nebbiolo e S. Antonino, diede infatti nome e vita al capoluogo attuale. A ridosso del fortilizio, si stabilirono infatti i primi abitanti della sorgente Torrazza che costruirono le loro casupole. Solo verso il XII secolo in un diploma imperiale di Federico I, si comincia a parlare di Torrazza Coste come località abitata, con il nome di *Turris vetustae Turratae* appellate *Costarum*, (Torre antica di Torrazza Coste), o semplicemente *Turris centum Costarum* (Torre delle cento costi). Con questo primo documento storico, che menziona il paese, l'imperatore Federico I tolse al vescovo di Tortona il feudo di Torrazza per annetterlo insieme ad altri luoghi al principato di Pavia. Verso la fine di quel secolo il signore del luogo era Tedisio Cristiani. All'inizio del XIV secolo, mentre si estende nell'Oltrepo Pavese il dominio dei Visconti per opera di Matteo Visconti (1295-1328), il nostro feudo passò alla potente famiglia dei Beccaria. Nel 1362, essendo i Visconti in guerra con il marchese di Monferrato, parte dell'Oltrepo con la ghibellina Voghera, si ribellò al dominio dei Visconti per darsi al marchese di Monferrato, alleato di Papa Innocenzo VI, nel contesto delle lotte tra la Chiesa ed i Visconti che avevano usurpato i territori pontifici. Questi assoldò una delle tante compagnie di ventura formata da mercenari inglesi al comando del capitano Alberto Sterz, e la inviò nel vogherese. Galeazzo Visconti, informato dell'avvicinarsi del nemico, ordinò a Guidone Gaitano condottiero delle sue milizie in Voghera, di munire e fortificare i castelli e le torri del vogherese rimastegli fedeli come: Casteggio, Casei, Torrazza Coste ecc. Il capitano Sterz con la sua Compagnia Bianca (uomini armati di lunghe alabarde) e composta da un migliaio di uomini, mise a ferro e fuoco il territorio vogherese, inveendo maggiormente contro i luoghi rimasti fedeli ai Visconti. Così mentre i luoghi maggiormente fortificati resistettero al marchese di Monferrato, il fortilizio di Torrazza meno munito anche per la sua naturale posizione, fu espugnato e distrutto. Alla fine del XIV secolo, il feudo di Torrazza passò sia pure per breve tempo ai Cristiani che riedificarono la torre, unitamente alle fortificazioni esterne. Successivamente il feudo passò nuovamente ai Beccaria che con alterne vicende lo terranno fino agli inizi del XVII secolo. La popolazione di Torrazza Coste era nella sua quasi totalità fino alla fine della seconda guerra mondiale dedita all'agricoltura. Oggi è composta in parte da piccoli e medi proprietari terrieri, e in maggior numero da operai, impiegati, imprenditori, commercianti e liberi professionisti

2.4.3 CODEVILLA



Il territorio comunale di **Codevilla** è situato nell'agro al confine fra la Pianura Padana e le prime colline dell'Oltrepò Pavese. Tale posizione favorisce una rinomata produzione vitivinicola che è certamente attività preminente del luogo, senza disdegnare tuttavia i larghi appezzamenti di pianura coltivati a seminativo che offrono un incantevole esempio della tradizionale campagna lombarda. Il capoluogo è situato nell'area compresa fra due esili corsi d'acqua, la Luria e il Corbetto (il primo è affluente del Po); si trova a 146 mt. s.l.m. e l'intero territorio comunale ha un'estensione di 13 kmq.

Frazioni dipendenti da Codevilla sono: Mondondone, Garlazzolo, Pontazzo, Piana, Rasei e Casareggio. Quest'ultimo centro secondo alcuni (fra cui lo storico Vidari) ospitò una residenza di caccia del re longobardo Alboino; sede presso la quale il sovrano ebbe modo di conoscere e interrogare più volte l'arguto contadino Bertoldo, le cui peripezie furono raccontate da Giulio Cesare Della Croce in una celebre opera del 600. Le colline prospicienti Mondondone e Piana ospitano boschi di latifoglie (in prevalenza roveri, roverelle; robinie; castagni; pioppi); da segnalare i sedimenti gessosi anch'essi siti nei pressi di Mondondone (esisteva nello scorso secolo una cava di gesso) e il fatto che numerosi fossili ritrovati nei secoli fra le rocce collinari testimoniano l'antica presenza del mare in questi luoghi. L'esposizione dei terreni e un microclima particolarmente benigno favoriscono inoltre sui pendii la coltivazione dell'ulivo, specie tipicamente avveza al clima mediterraneo ma già da secoli presente anche su questo territorio. Degne di nota inoltre le sorgenti sulfuree situate in prossimità della località Garlazzolo, recentemente riportate all'originario splendore dopo anni di degrado.

L'antico villaggio da cui in tempi remoti ebbe origine Codevilla fu costruito in epoca romana lungo una delle due strade che collegavano Dertona (l'odierna Tortona) a Clastidium (Casteggio) e che, passando per Casalnoceto e Retorbido, potremmo ipotizzare calcasse all'incirca il percorso oggi in uso. Chiamato anticamente Lutae (la radice è la stessa che ha portato al nome del torrente Luria, dal Latino lutum, fango), se ne trova citazione già nel 482, anno in cui, secondo lo storico Giuseppe Salice, "fu eretta una chiesa in loco Lutae seu Caput Villae dedicata al Salvatore, la quale venne poscia creata in arcipresbiterale sotto il titolo di San Martino". Lutae si trovava presso l'attuale cascina San Martino, e quindi in posizione distaccata rispetto alla Codevilla dei giorni nostri; fu costruito a ridosso di una roccetta fortificata e dotata di mura, la quale fungeva probabilmente da avamposto del castello di Mondondone. Il più antico documento che parla della fortezza è un diploma dell'imperatore Federico Barbarossa dell'8 agosto 1164. Questi, dopo aver distrutto nel 1155 la città di Tortona, ne usurpò diversi possedimenti fra cui appunto la roccetta, strappata all'Episcopio e concessa al Monastero del Senatore di Pavia (forse come compenso per l'appoggio ottenuto da questo alla causa imperiale) assieme a Mondondone, Casei, Voghera e Retorbido. Lutae e la sua fortezza furono distrutte dallo Svevo durante la sua quarta discesa in Italia, unitamente a tutti gli altri luoghi fortificati posti nelle vicinanze della traditrice

Voghera. I superstiti dell'antico borgo furono probabilmente i fondatori dell'odierna Codevilla. Il nome stesso richiamerebbe appunto lo spostamento del centro abitato in una zona geograficamente superiore a quella dove sorgeva in precedenza ("in cò", nel dialetto locale, è usato appunto per indicare un qualcosa situato più in alto rispetto a qualcos'altro); si può desumere come l'espressione "in cò dla vila" o Caput Villae nella forma ufficiale latinizzata possa aver dato luogo al nome di Codevilla. A sostegno di questa tesi troviamo un documento della fine del XII secolo (una trentina di anni dopo la distruzione di Lutae) che cita come visibile da poco fuori le mura di Voghera "la già sorta borgata di Codevilla". È questa la prima volta che compare tale nome. Passato sotto il dominio visconteo nel 1358 nel feudo di Mondondone, fu dato dalla nobile famiglia milanese in potestà ai Beccaria con decreto ducale firmato in Pavia il 27 gennaio 1406. Nel 1590 Aureliano Beccaria morì senza eredi, e nel 1610 la Camera Ducale provvide ad affidare il feudo a Giovanni Battista Rovida, con il titolo di conte. Con il passaggio ai Savoia avvenuto nel 1743 in seguito al trattato di Worms, il feudo di Mondondone fu trasformato in comune sotto la provincia di Voghera; nel 1814 la sede comunale venne spostata presso Codevilla, nel frattempo divenuto centro più sviluppato ed importante. Fra le curiosità riguardanti Codevilla si ricorda il primato del sig. Lodi, che fu sindaco per ben 42 anni a partire dal Dopoguerra e risulta pertanto essere il primo cittadino più longevo dell'Italia repubblicana.

2.4.4 RETORBIDO



Situato nel versante occidentale dell'Oltrepò Pavese, a 37 km da Pavia, Retorbido accoglie i visitatori con il suo suggestivo paesaggio, un movimentato ed elegante spiegarsi di valli e colline disseminate di vigneti dove l'aria sa di uva e mosto. Ci troviamo nell'Oltrepò, terra di vini per antonomasia, dove il sodalizio tra uomo e vigna ha antiche origini: rilevamenti compiuti confermano infatti che la vinificazione era praticata prima dell'epoca romana. Un'importante realtà, economica e culturale, nella quale Retorbido, con le sue aziende vinicole, riveste un ruolo di primo piano grazie a un territorio decisamente vocato alla viticoltura per via del clima asciutto e dei terreni argillo-limosi, perfetti ad accentuare finezza e profumazione dei vini. Retorbido è anche un luogo denso di storia che ha visto le sue vie, i suoi sentieri, attraversati da popolazioni di diversa origine e cultura. I primi abitanti della zona furono di stirpe ligure, ai quali si aggiunsero poi i Galli, celti originari dell'area danubiana, la cui fusione andò a formare un unico ceppo denominato, appunto, gallo-ligure che si oppose strenuamente alla dominazione romana. Infatti, la prima attestazione in cui appare Retorbido è dello storico romano Tito Livio, che, col nome di Litubium, la identifica

come la località dove le legioni del console Quinto Minucio, nel 129 a.C, sconfissero e posero sotto il giogo di Roma le locali tribù gallo-liguri. Nei primi secoli dell'Alto Medioevo, non si ha alcuna traccia di documenti, probabilmente perduti, riguardanti Litubium. Solo nel 972, con la denominazione di Riturbio, comparve nell'elenco delle donazioni elargite dall'imperatore germanico Ottone al monastero pavese di San Pietro in Ciel d'Oro. Da quel momento il borgo, diverrà feudo nel XII secolo, diviene il centro di una disputa tra Pavia e la diocesi di Tortona che se ne contesero a lungo la

giurisdizione. Nei secoli successivi un susseguirsi di guerre e dominazioni, prima spagnola poi austriaca e dal 1753 piemontese sotto i Savoia, ha caratterizzato la storia di Retorbido al cui soglio feudale si sono succedute nobili casate quali i Sanazzaro, i Dal Verme, i Riario, i Beccaria, i Corti di San Michele e infine i Durazzo Pallavicini, il cui ultimo erede, il marchese Marcello, appartiene alla discendenza dei Cattaneo Adorno. Per quanto riguarda i monumenti presenti sul territorio è doveroso partire dalla chiesa di San Andrea che, fino alla metà del XVI secolo, svolse le funzioni di sede parrocchiale e dalle origini, per quanto non identificabili con precisione, sicuramente antiche. La chiesa è inoltre sede della confraternita di San Andrea del Gonfalone, tuttora attiva, la cui esistenza è accertata per la prima volta in un documento dei Sinodi diocesani del 1598. Suggestiva è anche la storia della chiesa-oratorio, recentemente restaurata, di San Rocco, edificata nel 1630, l'anno in cui anche Retorbido venne travolto dalla piaga della peste, resa tristemente famosa dal talento letterario del Manzoni. Oltre duecento persone, su una popolazione totale di circa seicento, persero la vita e gli abitanti in questa situazione drammatica, in paese non vi erano medici e non esisteva un Lazzaretto, decisero di edificare una chiesa-oratorio dedicandola ai santi Rocco e Sebastiano, invocati dalla tradizione come protettori delle pestilenze. Il potere temporale si svolgeva nel palazzo Durazzo Pallavicini che, con la sua mole a monoblocco e torri angolari, occupa la parte anteriore del colle che ospita la chiesa parrocchiale, quest'ultima dedicata alla Vergine e dalla facciata neoclassica. Sorto verso la fine del XIX secolo, in stile neoclassico, con prospettiva a due piani, il palazzo è abbellito da un timpano soprastante, mentre la parte retrostante, rialzata rispetto alla strada che la costeggia, presenta una bella scalinata che accede al parco. Parlando di Retorbido non si può non ricordare le sue fonti di acque termali, conosciute fin dall'epoca romana. Molti medici, in periodi diversi, scrissero su queste acque elogiandone le virtù terapeutiche e tra questi pure l'illustre medico milanese Fazio Cardano. Il comune e la sua biblioteca durante l'anno organizzano diversi appuntamenti ricreativi e culturali quali concerti, mostre e spettacoli teatrali. Ma l'evento più atteso è quello della seconda domenica di marzo quando nel paese si svolge il tradizionale polentone. Protagonista della giornata è il leggendario Bertoldo, personaggio al cui mito la comunità retorbidese è da sempre legata, che, accompagnato da un variopinto corteo di maschere e carri, ripropone per le vie del paese la sua dissacrante e irresistibile pantomima. In tal senso, in piazza Roma, è stata posizionata nella piazza Risorgimento, la statua in bronzo di Bertoldo sull'asino, dono di un cittadino di Retorbido, Avv. Agostino Guardamagna.

2.5 La strada come elemento organizzatore del territorio: dinamiche della SP3 ex SS 10 Padana Superiore o Via Emilia Pavese

L'ambito della pianura lombarda, ovvero la fascia meridionale del territorio regionale, è caratterizzata da un tessuto commerciale tradizionale e localizzazioni recenti, con aree di criticità nella disponibilità locale di esercizi di vicinato.

Gli indirizzi del piano regionale prevedono la valorizzazione dell'articolazione strutturale della rete di vendita con lo sviluppo della media e grande distribuzione nei centri di storica aggregazione commerciale, la qualificazione della rete di vicinato, l'integrazione con il commercio ambulante, un disincentivo alla localizzazione delle attività commerciali in aree extraurbane, l'integrazione della rete commerciale con i sistemi produttivi locali, la valorizzazione delle attività commerciali di prossimità nei piccoli comuni.

La Strada Provinciale n° 3, ex SS 10 Padana Inferiore è uno dei grandi sistemi continui che attraversano longitudinalmente la megalopoli. A differenza di altri sistemi (come ad esempio nella fascia pedemontana la Padana Superiore, l'Autostrada Torino-Venezia, e la parallela linea ferroviaria; o in quella pedeappenninica l'asse Emilia) raramente viene presa in considerazione in modo unitario, e anche nei documenti ufficiali della programmazione territoriale è considerata per tratte brevi e con ruoli variamente di connessione "locale" (provinciale-regionale).

Comincia in località Sassi, sulla riva orientale del Po ai piedi della collina di Torino, e dopo averla superata attraverso un tunnel percorre buona parte della pianura padana toccando tra l'altro centri e territori di notevole importanza, come Asti e il Monferrato, Alessandria, Tortona (dove inizia a seguire il tracciato dell'antica Postumia romana), il pedecollina dell'Oltrepò pavese da Voghera, a Broni e Stradella, sino a Piacenza dove incrocia la via Emilia (e in molti tratti precedenti il toponimo della Padana Inferiore è: "Via Emilia Pavese").

In tutto questo tratto la Padana Inferiore presenta vari aspetti di rapporto col paesaggio e gli insediamenti, storici e recenti. La tendenza principale è la vistosa crescita dell'insediamento a nastro, di carattere prevalentemente produttivo-commerciale, che sempre più segna lunghi tratti del percorso, a volte interrotti semplicemente da un confine comunale, per poi riprendere nella circoscrizione successiva. Certo, soprattutto nelle zone più caratterizzate dal punto di vista paesistico e/o agricolo questa tendenza è molto meno visibile di quanto non accada ad esempio nelle fasce esterne dei centri principali, ma da un lato queste grandi propaggini tendono a prolungarsi, dall'altro anche altri insediamenti puntiformi del medesimo tipo crescono e si moltiplicano: a volte in corrispondenza di centri abitati collocati ad una certa distanza dal tracciato (che viene ad assumere anche un ruolo improprio di strada di distribuzione locale "interna", oltre che di comunicazione regionale); altre volte in modo relativamente autonomo dal punto di vista spaziale, ma col medesimo rapporto rispetto all'asse viario.

La Padana Inferiore entra a Voghera nel territorio della provincia di Pavia, che insieme a quello successivo di Piacenza costituisce uno dei tratti di maggior tensione insediativa dal punto di vista commercial-produttivo. La striscia di territorio delle due province attraversata dall'asse della Statale 10 presenta infatti, oltre alle articolazioni interne di carattere storico-geografico, anche forti elementi di omogeneità dal punto di vista delle pressioni indotte dai numerosi centri di una certa importanza, nodi infrastrutturali ravvicinati con le direttrici nord-sud (di cui l'incrocio con l'asse Emilia a Piacenza è solo il più noto), e infine vincoli geografico-ambientali come il sistema

collinare pavese e la stessa fascia fluviale a ridosso del tracciato nel piacentino, che tendono a concentrare aspettative e trasformazioni proprio lungo la grande arteria o nelle immediate vicinanze.

Ed è significativo da questo punto di vista che proprio qui per la prima volta emerga chiaramente ed esplicitamente dallo strumento di pianificazione territoriale il concetto di sistema insediativo continuo a conurbazione senza soluzione di continuità, dove "la direttrice della Padana inferiore ... mostra un *continuum* urbanizzato da Voghera fino a Stradella che si sviluppa ulteriormente nella direzione rispettivamente di Alessandria e Piacenza"⁴.

La dimensione sovracomunale si configura ottimale per avviare strategie che contrastino per quanto possibile ulteriori compromissioni della risorsa territorio, con la saldatura definitiva e irreversibile di un sistema edificato e infrastrutturato privo di discontinuità, dannoso per l'ambiente, le attività agricole, e la stessa efficienza complessiva dello spazio.

Se l'intervento in questo caso spetta sicuramente al livello provinciale, la pianificazione locale, attraverso lo strumento del Distretto, potrà intervenire utilmente a definire:

- ✓ forme insediative che contengano la dispersione, i relativi consumi di suoli e costi di infrastrutturazione;
- ✓ modi di riuso e ristrutturazione delle aree di frangia, e *infill* di quelle interstiziali;
- ✓ disincentivo a nuovi insediamenti lineari;
- ✓ verifica degli impatti ambientali, paesaggistici, rispetto alle funzioni agricole;
- ✓ coordinamento negli insediamenti produttivi e commerciali, intercomunale e coi livelli superiori.
- ✓ contenimento del consumo di suolo e dei processi di dispersione territoriale;
- ✓ tutela, salvaguardia e valorizzazione degli elementi residui del paesaggio agrario e degli spazi aperti;
- ✓ riqualificazione urbanistica e morfologica degli insediamenti;
- ✓ Integrazione dell'offerta dei servizi di livello locale e sovracomunale"⁵.

⁴ Provincia di Pavia, *Piano Territoriale di Coordinamento*, 2003, *Relazione, Organizzazione e controllo delle principali conurbazioni*, p. 51

⁵ Provincia di Pavia, *Piano Territoriale di Coordinamento*, 2003, *Norme Tecniche di Attuazione*, Art. 26, *Indirizzi per Ambiti Territoriali Tematici*, 26.13, *Sistema Urbano insediativo SP ex SS 10* [comuni di: Arena Po, Bosnasco, Broni, Casteggio, Cigognola, Corvino San Quirico, Montebello della Battaglia, Redavalle, Santa Giulietta, Stradella, Torricella Verzate, Voghera, Zenevedro]

2.6 Le risorse del territorio

Si indica con Oltrepò Pavese la parte meridionale della provincia di Pavia.

La sua particolare morfologia lo rende simile ad un grappolo d'uva, la cui punta si addossa alla Liguria, delimitato a nord dal fiume Po, a ovest dal Piemonte, a est dall'Emilia. Con una superficie di oltre 1000 km quadrati, Incuneato tra tre regioni, l'Oltrepo è collina e vigna, dolci dossi che si arrampicano fino all'Appennino dove cime più elevate, Il Monte Penice e il Monte Lesima, si fronteggiano su profonde valli, create dai torrenti affluenti del Po, che scorrendo, da sud a nord battezzano questi luoghi: la Valle Versa, la Valle Scuropasso, la Valle Coppa, la Valle Schizzola, la Valle Ardivestra e la Valle Staffora.

Attraversare l'Oltrepo vuol dire seguire le intricate vie che costeggiano piccoli borghi, dove si respira aria che profuma di vino. Arrivando dalla pianura l'Oltrepo invita a consegnarsi alla sua bellezza, originale in ogni stagione, per colori e immagini: spoglia e regolare in inverno, verde e rigogliosa in primavera, esorta a tornare nella più matura estate, quando già il viola dei grappoli colora i vigneti e si sentono le prime fragranze d'autunno... Il clima di questi luoghi, pur risentendo della vicinanza della pianura, regala serate terse e sole, anche in inverno.

Entrare in Oltrepo significa lasciarsi alle spalle la nebbia, tipica della Pianura Padana; ci allontaniamo dalla zona bassa, in un saliscendi naturale che costeggia borghi e castelli, e procede seguendo il profilo dei vigneti.

L'Oltrepo dà l'idea di essere sempre stato coltivato a vite. E vero: infatti dai celti prima, e poi dai romani, la zona ha mostrato sempre un talento, innato, per il buon vino.



2.6.1 Storia

Abitato anticamente dai Liguri e dai Galli, il territorio dell'Oltrepo Pavese fu occupato intorno dal III secolo a.c dai Romani a cui si deve la creazione della Strada Postumia, l'attuale Via Emilia, odierna direttrice di traffici e commerci. Nel corso dei secoli si alternarono successivamente diversi potentati: molti i signori che dominarono questi luoghi come ben testimoniano i numerosi castelli e le roccaforti che ancora oggi troneggiano sulle cime delle colline. Tra le famiglie più famose che comandarono questo territorio, conteso per la fortunata posizione strategica rispetto al mare e ai maggiori centri di scambi, ricordiamo i Malaspina, i Beccaria, i Dal Verme e dopo il 1300 i Visconti, allora signori di Milano. Fu questo il periodo dove l'Oltrepo visse vicende di complesse successioni nobiliari e di lotte feudali: episodi che ancora oggi ritornano nelle singole storie dei centri abitati anche i meno popolosi e più sperduti. Seguì l'occupazione francese e in seguito alla famosa battaglia del 1525, che segnò a Pavia la vittoria di Carlo V su Francesco I, il dominio spagnolo. L'Oltrepo entrò a far parte dei territori della Savoia nel 1743: annesso al Regno Sabauda fu coinvolto in eventi conosciuti a livello nazionale. Montebello della Battaglia fu teatro di ben due grandi scontri (questo il motivo dell'appellativo): nel 1800 durante la Campagna d'Italia di Napoleone e nel 1859 in quella che vide coinvolti Austriaci e Piemontesi (oggi ricordata dal tempio ossario alle pendici della collina). Fu proprio la lunga annessione al Regno dei Savoia che valse il nome di Vecchio Piemonte all'Oltrepo Pavese. Oggi il territorio dell'Oltrepo Pavese si trova in Lombardia e fa parte della provincia di Pavia, Insieme a Lomellina e Pavese. Un mare che lambiva una vegetazione rigogliosa di tipo tropicale: questo doveva essere l'Oltrepo Pavese milioni di anni fa. O almeno così testimonia oggi il terreno delle colline, costituito da sabbie e argille, combinate in proporzioni diverse, così come da calcari, arenacei, gessi e marne. In realtà il suolo dell'Oltrepo mostra formazioni così differenti da essere riconducibili a ere geologiche anche molto distanti tra loro. La parte più pianeggiante, per esempio, appartiene ad epoche più "recenti" (circa un milione di anni fa) e sembra essersi formata dalle alluvioni del fiume Po e dai conoidi glaciali, lo sminuzzamento dei ghiacci del periodo successivo a quello tropicale.

Ma la formazione geologica più importante per la viticoltura oltrepadana risale all'epoca Terziaria; si tratta di una zona pedocollinare di oltre 25.000 ettari: una fascia che dal Monte Acuto, passa per Stradella, Broni, Redavalle, Santa Giuletta, Casteggio, Torrazza Coste, Codevilla fino a Rivanazzano. Da sempre considerato come zona ad alta vocazione viticola, grazie alle caratteristiche pedologiche, territoriali e climatiche, l'Oltrepo presenta territori più adatti a certi vitigni piuttosto che ad altri proprio a causa dell'estrema varietà di queste condizioni.

Ecco perché nella zona orientale, oggi al confine con il Piacentino (da Rovescala a San Damiano al Colle) sono coltivate le due principali uve a bacca rossa, Barbera e Croatina. In Valle Versa (da Canneto Pavese, passando per Montescano fino Montecalvo Versiggia) il terreno è invece più adatto alla coltivazione di vitigni per le basi spumante (Pinot Nero, Chardonnay, Riesling Italico). Proseguendo, l'area che comprende Broni e Cigognola fino Corvino san Quirico ha un'elevata vocazionalità per il vitigno Barbera e il Riesling; mentre la parte più occidentale che include i territori di Torrazza Coste e Codevilla si presta alla coltivazione di Pinot Nero e di Chardonnay, quanto di Cortese, Barbera e Croatina. Un quadro sintetico che dimostra comunque l'estrema adattabilità delle diverse varietà su tutto il territorio dell'Oltrepo Pavese. Il clima dell'Oltrepo Pavese, influenzato dalla dorsale appenninica che ostacola l'azione mitigatrice del mare, è quello tipico delle zone continentali: inverni rigidi e estati calde. La distribuzione delle piogge è simile nelle tre fasce altimetriche in cui si usa dividere l'Oltrepo Pavese (l'alta collina, la media collina, la bassa collina) e si evidenziano due massimi di piovosità in primavera e in autunno. Se la temperatura

media annua dell'Oltrepò Pavese si aggira intorno ai 12° è anche vero che le forti escursioni termiche che si registrano nei mesi centrali di luglio e agosto favoriscono il ciclo vegetale e produttivo della vite definendo la vocazione vitivinicola del territorio dell'Oltrepò Pavese. Il clima, il suolo e il sottosuolo sono i tre elementi che definiscono il territorio: elementi che una volta individuati ne permettono la classificazione a seconda della loro vocazione alla qualità, per adattare i vitigni, nonché le tecniche dell'uomo, alle differenti condizioni.

2.6.2 La Flora

Le caratteristiche floristiche, litologiche e climatiche della Lombardia ne determinano una notevole ricchezza di vegetazioni. Nella nostra area di studio, si intersecano due tipologie di paesaggi fondamentali: il Paesaggio Padano, tipico dell'area Planiziale e il Paesaggio dell'Appennino settentrionale, che si sviluppa nell'area appenninica e che per noi si manifesta nelle pendici delle prime coline.

a) Area Planiziale – Paesaggio Padano

La Pianura Padana si estende dalla Pianura piemontese tra Cuneo e Torino, alla Lombardia e fino alla Costa Adriatica, anche lontano dal corso del Po vero e proprio, cioè su tutto l'arco che si sviluppa da Rimini a Ravenna, Mestre e Monfalcone, rimanendo escluse solo le lagune costiere. Il carattere è costituito ovunque da alluvioni recenti e il clima ha carattere medio-europeo.

Il paesaggio Padano nel suo aspetto più tipico è una pianura irrigua, intensamente coltivata, nella quale i cereali vernini (soprattutto frumento), si alternano al mais ed ai prati erbati.

La vegetazione naturale sarebbe una foresta mista caducifoglia (*Quercus-Carpinetum*) che tuttavia è ormai ridotta a pochi lembi. La Padania è intensamente popolata e ha avuto uno sviluppo agricolo ed urbano ininterrotto per circa 2000 anni.

Sistema paesistico padano:

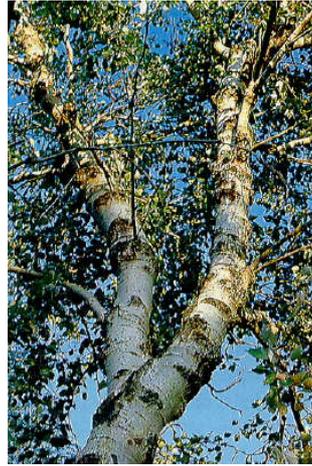
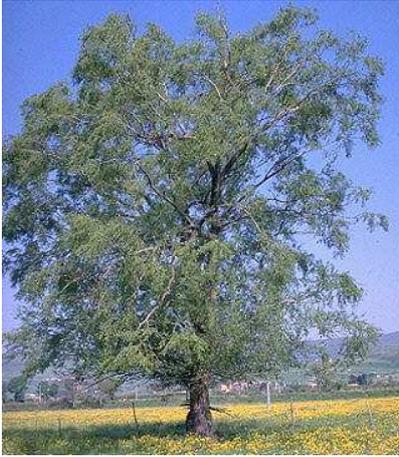
Il climax ipotetico è il bosco di Farnia e Carpino bianco (*Quercus-Carpinetum*). I resti di vegetazione forestale naturale sono molto ridotti.

La pianura è divisa dal percorso di fiumi affluenti del Po attorno ai quali si trovano lembi di vegetazione naturale tendenzialmente meso-igrofila: si tratta di paesaggi fluviali ancora da definire.

La pianura percorsa dal Po e dai suoi affluenti e verso est anche dal tratto inferiore dell'Adige raggruppa numerose variazioni del paesaggio agrario distinguibili per i caratteri colturali locali e per l'andamento diverso di parametri climatici.

Tra i paesaggi agrari della pianura padana sono particolarmente rilevanti le coltivazioni del riso, del mais, del pioppo ibrido e quello del grano verso il delta (bonifiche).

- Quercus-carpineti
- Boschi mesofili con farnia
- Boschi umidi: conformazioni boschive che vegetano lungo i torrenti e i corsi d'acqua o intorno a specchi d'acqua.



b) Area Appenninica - Paesaggio dell'Appennino Settentrionale.

La catena montuosa che si sviluppa dal Monte Lesima e che culmina nel Monte Cimone, costituisce l'Appennino settentrionale o Tosco-emiliano. Benchè formata da rilievi non molto elevati, questa catena costituisce un importante limite biogeografico, in quanto separa la zona mediterranea da quella centro-europea nel nostro Paese. Il clima di questa porzione dell'Appennino ha carattere centro-europeo, con precipitazioni abbondanti, soprattutto sul versante meridionale.

L'Appennino settentrionale ha pertanto uno spiccato carattere di transizione, potendo riunire in pochi chilometri la vegetazione mediterranea della lecceta, i boschi misti centro-europei e la faggeta. Alcuni elementi tipici delle Alpi raggiungono l'Appennino settentrionale: l'Abete rosso ed il Rododendro.

La fascia collinare in Emilia e nell'Oltrepò Pavese è per lo più caratterizzata da boschi misti di caducifoglie; frequenti anche le selve di castagno. Generalmente al di sopra dei 1200-1500 metri subentra la faggeta. Gli affioramenti ofiolitici sono ben riconoscibili per il profilo tormentato delle montagne e per il colore scuro delle rupi.

L'area appenninica presenta gli aspetti di vegetazione tipici dell'Appennino settentrionale.



Querceti termofili: Boschi di castagno e rovere

I castagneti occupano l'habitat dei querceti mesofili. Nel sottobosco si trovano con una certa prevalenza la felce aquilina la felce maschio la felce femmina ,l'anemone (*Anemone trifolia brevidentata*).

Boschi cedui e boscaglie di latifoglie decidue a roverella e cerro.

Nei settori marnoso-arenacei, oltre alla roverella, si ha carpino nero e ginepro comune.

Faggete (Alpi, Prealpi, Appennino)

Boschi cedui o d'alto fusto a netta prevalenza di *Fagus sylvatica* presenti un po' ovunque in Europa e, in particolare, nella fascia montana.

A quote inferiori il faggio è accompagnato dall'acero (*Acer campestre*) e dalla rovere (*Quercus petraea*). Tra le altre specie legnose più comuni compaiono il frassino (*Fraxinus ornus*), il biancospino (*Crataegus monogyna*), il nocciolo (*Corylus avellana*), le rose (*Rosa canina* e *Rosa pendulina*), il citiso (*Cytisus sessilifolius*), il fior di stecco (*Daphne mezereum*) e la lonicera (*Lonicera alpigena*). Tra le erbacee la digitale gialla (*Digitalis lutea*), la viola (*Viola rechembachiana*), l'anemone (*Anemone trifolia*) e la primula (*Primula vulgaris*).

Nel piano montano, sui substrati arenacei, si trovano cerrete che annoverano nel sottobosco *Cruciatia glabra*, *Fragaria vesca*, *Stachys officinalis*, *Orchis maculata*, *Platanthera chlorantha*.

Boschi di carpino nero

Accanto al carpino nero diffusa è la presenza della roverella (*Quercus pubescens*), l'acero (*Acer campestre*), l'orniello (*Fraxinus ornus*), il ciliegio (*Prunus avium*), il nocciolo (*Corylus avellana*). Fra le specie arbustive si ricordano il biancospino (*Crataegus monogyna*), il sanguinello (*Cornus sanguinea*), il ginepro (*Juniperus communis*). Tra le erbacee presenti luzula (*Luzula forsteri*), l'euforbia dolce (*Euphorbia dulcis*), la fragola (*Fragaria vesca*) e alcune orchidacee.

Prati falciati abbandonati con *Bromus erectus*, *Centaurea bracteata*, *C. scabiosa* (*Centaureo bracteatae-Brometum*);

Pratelli degli affioramenti ofiolitici con *Alyssum bertolonii* e *Minuartia laricifolia* subsp. *ophyolitica* (*Alyss-Sedetum albi*).

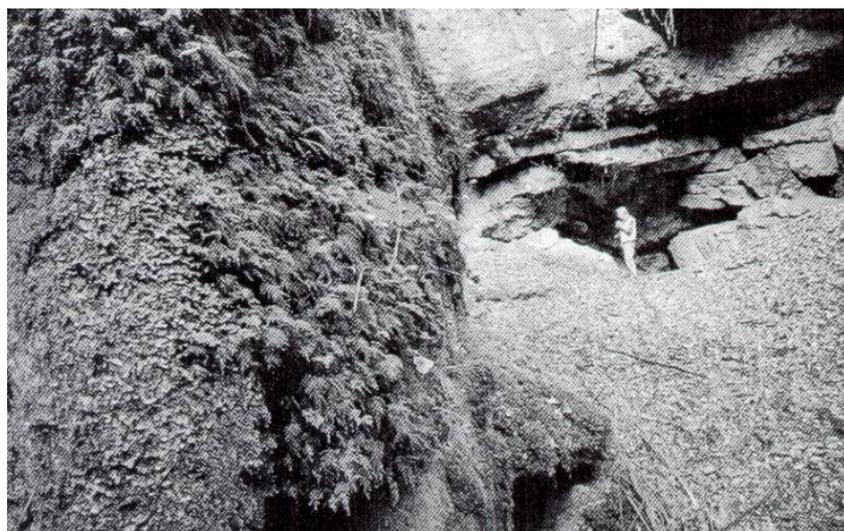
2.6.3 La fauna

L'area è caratterizzata da una molteplicità di ambienti con peculiarità diverse, e di conseguenza di habitat disponibili per le altrettanto numerose specie animali. Passiamo così dagli habitat più estesi come i boschi di latifoglie, a quelli più limitati quali piccole pozze temporanee; da quelli più naturali a quelli più antropizzati, in quanto anche queste terre non hanno potuto sottrarsi alla mano dell'uomo. Sono presenti molteplici specie di animali, alcuni anche pregiati e protetti, che rendono questa zona interessante e gradevole per tutti coloro che amano la natura e le scolaresche.



2.6.4 Il Fenomeno del Carsismo nell'Oltrepò Pavese

Tra le regioni italiane, la Lombardia si distingue per la sua varietà di ambienti, formata com'è, per una buona metà (47 %) da una larga fetta della pianura padana compresa tra i corsi del Ticino, del Mincio e parzialmente del Po, per i due quinti (40 %) da montagne e per il resto (13 %) da colline pedemontane (prevalentemente moreniche nella fascia subalpina). La montagna lombarda, a sua volta, è costituita per la quasi totalità da un ampio settore delle Alpi centrali (Retiche, Orobie e fascia prealpina lombarda), culminante nei 4050 metri del Pizzo Bernina, che si dispiegano tra il solco ticinese e quello atesino-gardesano. A Sud del corso del Po sono lombardi alcuni modesti lembi di pianura (Lomellina, Oltrepo pavese e mantovano) e infine un ristretto lembo appenninico, limitato dalle valli della Stàffora e del Tidone, culminante nei 1724 metri del Monte Lèsima e accompagnato da una breve fascia collinare pedemontana. Di conseguenza il panorama geologico lombardo risulta piuttosto complesso e articolato, rappresentato strutturalmente per la parte alpina da formazioni sedimentarie e cristalline appartenenti ai domini sudalpini, pennidici ed austroalpini. Non meno complessa, pur nella sua limitata estensione, è la struttura della porzione appenninica, pressoché interamente costituita da formazioni sedimentarie e prossima, con lo sperone di Stradella, al suo collegamento con il finitimo bacino terziario ligure-piemontese. Generalmente la distribuzione dei fenomeni carsici, in tale contesto, è limitata alla fascia prealpina dove predominano le formazioni sedimentarie di natura carbonatica, con particolari concentrazioni in aree strutturalmente favorevoli come l'altopiano di Serle, vicino Brescia, impostato su calcari giura-liassici, il massiccio calcareo-dolomitico delle Grigne, affacciato sul lago di Como, o il rilievo del Campo dei Fiori sovrastante la città di Varese. Tuttavia, anche altrove, là dove ricorrono le condizioni più adatte, il carsismo superficiale e profondo si manifesta con tipiche fenomenologie, tra le quali vanno comprese anche quelle che si sviluppano su rocce gessose. A tale riguardo, va precisato che depositi evaporitici interessati da morfologie carsiche, sia pur con modesta entità, sono presenti sia nella breve porzione appenninica che nel settore alpino.



Nella porzione appenninica dell'Oltrepo Pavese gli affioramenti evaporitici appartengono invece alla ben nota "vena del gesso", compresa nella Formazione Gessoso-solfifera di età messiniana (Miocene superiore) che borda tutto il margine esterno dell'Appennino e che localmente, tra la valle della Stàffora e la Val Tidone, appare più o meno ben sviluppata ed è stratigraficamente compresa, con uno

spessore dell'ordine di qualche decina di metri, tra le Marne di S. Agata Fossili (Tortoniano) a letto e i Conglomerati di Cassano Spinola (Messiniano sup. ipoalino) e le arenarie di Monte Arzolo al tetto. In effetti, qui la Formazione Gessoso-solfifera è costituita da marne gessifere con incluse lenti di gesso in grossi cristalli o granulare, cui si associano calcari brecciati, arenarie e conglomerati gessiferi. Essa è inoltre generalmente priva di fossili marini, ma ricca di paleoflora. Allo stato attuale, i depositi di rocce gessose, dopo essere stati oggetto di un intenso sfruttamento fino a tutto il XIX secolo non sono più utilizzati e le relative cave risultano quindi abbandonate. Tra gli affioramenti ancora visitabili sono da ricordare quelli nei pressi del cimitero di Mondondone dove però la carsificazione superficiale è ancora piuttosto modesta. Tuttavia, questa sezione della vena del gesso ospita una situazione di notevole interesse rappresentata da un vero e proprio bacino chiuso che alimenta una tipica cavità di attraversamento, la Grotta di Camerà (2000 Lo/PV), sita poco a Sud di Casteggio. Le prime dettagliate notizie relative a questo sito risalgono ad oltre due secoli fa (1788) e sono contenute in una memoria del canonico GIOVANNI SEVERINO VOLTA, assistente dell'abate Lazzaro Spallanzani nel Museo naturalistico da questi fondato presso l'Università di Pavia. Attualmente gli affioramenti gessosi, anche a causa della loro esiguità, denotano una modesta incidenza morfologica, evidente soprattutto nelle zone dove furono aperte delle cave oggi non più attive e in stato di completo abbandono. Di conseguenza il loro sito è stato in gran parte ricolonizzato dalla vegetazione e ricoperto da materiali detritici di riporto o accumulatisi con il tempo. È questa in pratica la situazione che si riscontra nei dintorni di Montescano, di Mondondone (in comune di Codevilla), e di Retorbido: le cave di Garlassolo, site in quest'ultimo comune, hanno fornito in passato materiali per la chiesa di Casteggio e di numerosi altri edifici delle principali località dell'Oltrepò pavese. per ciò che riguarda la già citata Grotta di Camera, di notevole interesse è la descrizione che ne hanno fatto il VOLTA (1788) ["Questa grotta formata dalla natura nel seno di una collina gessosa, presenta un viale assai lungo praticabile fino alla distanza di 250 passi dall'apertura. Il pavimento di tal galleria solcato viene nel mezzo da un ruscelletto d'acqua corrente portatavi da lontane sorgenti. Le pareti, e la volta della medesima sono intessute di un mastice lucidissimo fatto di frammenti angolari di selenite legati strettamente fra loro da un cemento di marga... "] e il BREISLAK (1822) ["la grotta è scavata in una montagna formata da strati orizzontali di gesso, divisi da sottili strati di marna indurita. Nell'ingresso la grotta è alta nove in dieci piedi, ma poco dopo, la sua volta s'innalza a 20 in 25 piedi, ed è di tale larghezza che vi possono camminare di fronte quattro persone: s'inoltra molto nella collina, e gli abitanti del luogo dicono che la traversi da una parte all'altra....]. La cavità è ricordata anche nel monumentale dizionario geografico-storico del CASALIS (1837) e in numerose descrizioni pubblicate nella seconda metà del XIX secolo. Nella sua tesi di laurea, discussa a Pavia nel 1878, il PARONA si sofferma ad illustrare le caratteristiche della cavità, visitata due anni prima, che, a suo dire, presenta tre aperture, una delle quali sulla volta a metà percorso. Oltre al TARAMELLI (1882), ne parlarono più diffusamente tanto il MARINELLI (1910-11, ripreso in MARINELLI, 1917) che il Baratta i quali la visitarono assieme nel 1910. Lo stesso Baratta, inoltre, nel suo corso dedicato alla morfologia e ai fenomeni del carso (1916-17) riferisce di averla visitata anche molto tempo prima: "Molti anni or sono io l'ho percorsa in tutto il suo sviluppo, in genere abbastanza comodo, eccettuato verso la metà in cui appare strozzato e per procedere avanti era necessario strisciare con il corpo per terra". Nel suo lavoro sui fenomeni carsici nelle regioni gessose d'Italia (1917) il Marinelli si soffermerà poi a lungo su questa cavità il cui ingresso allora risultava completamente ostruito da "smotte argillose".

2.6.5 Le Fonti di Retorbido

Il territorio della Provincia di Pavia è ricco di fonti termali e a pochi chilometri di distanza una dall'altra, le acque sono differenti per caratteristiche e azione. Tutto questo sono le terme dove a ogni tipo d'acqua, la sulfurea, la salina, la ferruginosa o la bituminosa, corrisponde una specifica azione che oggi grazie alle nuove tecniche e alle conoscenze scientifiche acquisite si fa sempre più mirata e soddisfacente. Cure idroterapiche, fanghi, maschere e massoterapia per una medicina naturale che sfrutta le proprietà minerali delle terre e delle fonti, trattamenti per la disintossicazione dell'organismo e per il rinvigorimento del corpo e quindi per il raggiungimento dell'equilibrio psicofisico. In provincia di Pavia al concetto di termalismo è legato l'ideale collettivo del benessere, rappresentato da immagini di relax, cura di sé, armonia, e associato a luoghi particolari, stanze fumose, con enormi vasche, mosaici, antiche pratiche e mani sapienti. Le fonti di Retorbido si trovano lungo la strada che, passando attraverso la cascina Migliavacca, conduce a Rivanazzano. Le fonti si trovano al centro di una piccola valle contornata da alberi di castagno e robinie che, intrecciandosi, impediscono al sole di penetrare nell'ambiente sottostante mantenendo così un'invidiabile frescura nell'ambiente. Cadute più volte in disuso dal medioevo e poi sempre ripristinate, furono definitivamente rivalorizzate dal marchese Siro Corti verso la fine del sec. XVII. Tre sono i tipi di acqua curativa che sgorgano dalle fontanelle: magnesiacca, solforosa e ferruginosa.

Le Fonti di Retorbido costituiscono una risorsa utile per la costruzione della rete delle percorrenze.



2.6.6 Palazzi e Ville Storiche

A conferma della bellezza del territorio e della sua storica vocazione agricola e insieme di villeggiatura, numerose sono le ville storiche sparse nell'area, ville che spesso uniscono la cascina e il vigneto alla residenza padronale, arricchita di opere d'arte e giardini. Nella dimensione di Distretto le Ville storiche costituiscono una opportunità di avvicinamento dei turisti al territorio interno ed alla rete dei piccoli esercizi commerciali.

Di fatto le Ville storiche rappresentano possibili nodi di un sistema di percorrenze in bicicletta o in auto che, partendo sia dal cuore dei comuni, cioè dai borghi storici che dagli assi esterni facenti capo alle strutture della GdO, attraversano tutto il territorio.

Questo sistema di itinerari si connota come un vero e proprio prodotto turistico/commerciale, in quanto collega sia aziende private e punti vendita che strutture pubbliche di offerta e promozione (Vedi interventi di recupero di mini strutture pubbliche con valenza polifunzionale), attraversando un territorio collinare, quasi tutto coltivato a vite.

In allegato sono disponibili le schede di presentazione delle Ville storiche più significative.

- a) Palazzo Bellisomi
- b) Palazzo del Pozzo
- c) Palazzo de Ghislanzoni
- d) Villa Lomellina (Don Orione)
- e) Villa Serpi
- f) Villa Veniali
- g) Castello Premoli

2.7 IL SISTEMA COMMERCIALE

Si è già fatto cenno a come il territorio del distretto sia composto da due aree ben distinte, la collina vitivinicola e la pianura dell'agricoltura estensiva e della grande distribuzione, separate e unite nello stesso tempo dai borghi storici che si susseguono parallelamente alla SS 10 Padana Inferiore.

A un assetto territoriale siffatto corrisponde un sistema commerciale composto da realtà dalle caratteristiche molto diverse e apparentemente inconciliabili: la grande distribuzione dei centri commerciali in pianura e i piccoli esercizi di vicinato nei centri storici e le attività commerciali delle cantine nell'area collinare. La diversità di queste realtà costringe a trattarle separatamente, senza però dimenticare che esse sono in continua relazione nel determinare le dinamiche territoriali dell'area e che tra le sfide di questo progetto c'è proprio quella di coniugare le anime diverse del territorio, sfruttandone i punti di forza per portare a dei benefici diffusi.

2.7.1 La grande e media distribuzione

Il territorio del distretto è interessato da una nutrita presenza di esercizi commerciali della media e grande distribuzione, dislocati prevalentemente lungo gli assi stradali della SP 1 Bressana – Salice e della SP 3 Padana Superiore o Via Emilia. Quest'ultima in particolare rappresenta un polo commerciale di attrazione sovralocale che si estende nel limitrofo comune di Voghera e che ha importanti ricadute sul territorio, dal punto di vista occupazionale, viabilistico, sociale ed economico.

Il primo insediamento della GDO risale al 1974 con Carrefour, oggi Iper, che ha generato una prima storica rivoluzione nel sistema del commercio locale, unico polo dell'area, su cui converge anche tutto il bacino della collina e della montagna, oltre che delle aree contigue di pianura.

L'impatto fu notevole, soprattutto sulla vicina Voghera, tanto che diverse aziende, quando Iper attivò anche gli spazi di galleria per le imprese commerciali, si trasferirono lì. Occorre considerare però come in quegli anni, l'area contava ancora molte aziende produttive e un buon bacino occupazionale sia direttamente in zona che nella vicina Pavia. Il rapporto quindi tra commercio e attività produttive in senso stretto era equilibrato. Per due decenni la grande distribuzione non si è sostanzialmente allargata, si è insediato Castorama (oggi Leroy Merlen), Iper ha ampliato la superficie.

L'aspetto che invece oggi colpisce è l'arretramento delle fabbriche⁶ e l'avanzamento continuo di aree destinate al commercio, posizionate tutte lungo i principali assi di percorrenza. Anche i fabbricati e le relative aree di fabbriche dismesse vengono riconvertite in aree commerciali.

E' importante evidenziare come la progressiva e incrementale povertà dei piccoli e medi comuni, a seguito della diminuzione del trasferimento di risorse, costringe spesso i medesimi ad una lottizzazione del territorio, per acquisire risorse finanziarie da destinare a servizi di base.

⁶ Si ricordano solo : Necchi, Snia Viscosa, Ligure Lombarda, Officine Ferroviarie di Voghera.

Realtà di Media distribuzione

Comune	Azienda	Indirizzo	Superficie Mq
CODEVILLA	CONBIPEL SP.A.	Via Strada Nuova N. 38	1.492
CODEVILLA	GAME 7 ATHLETICS SPA	Via Rivo Brignolo, 14	920
CODEVILLA	M.E.T.A. SRL	Via Strada Nuova N. 28	400
CODEVILLA	MABER COMMERCIALE S.R.L.	Via Rivo Brignolo, 8	700
CODEVILLA	MILANO REPORT	Via Rivo Brignolo, 16	1.400
CODEVILLA	S.I.L. SOCIETA' IMMOBILIARE LOMBARDA	Via Rivo Brignolo, 4	500
CODEVILLA	SORELLE RAMONDA S.P.A.	Via Rivo Brignolo, 12/A	1.470
CODEVILLA	SORELLE RAMONDA S.P.A.	Via Rivo Brignolo, 2	1.499
CODEVILLA	SORELLE RAMONDA S.P.A.	Via Rivo Brignolo, 6	1.250
MONTEBELLO DELLA B.	NORAUTO ITALIA SRL	Via Ing. A. Mazza N. 50	390
TORRAZZA COSTE	VERTUAN PLINIO	Via Emilia, 49	1480

Realtà di Grande distribuzione

Comune	Azienda	Indirizzo	Superficie Mq
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Cisalfa Sport spa	Via Mirabella	2100
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Primavera srl	Via Mirabella	5500
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Iper Montebello	Via Ing. A. Mazza	25392
TORRAZZA COSTE	Leroy Merlin Italia	Via Emilia 47	5000

Grandi Strutture di vendita in provincia di Pavia

N.	Prov.	Comune	Centro Comm.le	Titolare	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup. alimentari	Sup. non alimentari	Sup. Totale
391	PV	BRESSANA BOTTARONE	SI	BRESSANA SAS	S.S. Dei Giovi	-	-	1.700	1.700
392	PV	BRONI	SI	ESSELUNGA SPA	Quartiere Piave, 53	-	2.420	2.130	4.550
393	PV	CASEI GEROLA	SI	NUOVA DISTRIBUZIONE SRL	Via Per Voghera 9	-	3.500	7.240	10.740
394	PV	CASTELLO D'AGOGNA	NO	CENTRO CALZATURIERO CASTELLO SNC	Via Novara N.2	A	-	2.300	2.300
395	PV	CAVA MANARA	NO	CASAMERCATO SRL	Via Turati, 18,20,22	C	-	7.500	7.500
396	PV	CIGOGNOLA	NO	ARREDOMERCATO OLTREPO' SRL	Loc. San Giuseppe, 6	-	5.200	2.512	7.712
397	PV	MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	NO	CISALFA SPORT SPA	Via Mirabella	D	-	2.100	2.100
398	PV	MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	NO	PRIMAVERA SRL	Via Mirabella	D	-	5.500	5.500
399	PV	MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	SI	IPER MONTEBELLO SPA	Via Ing A Mazza	-	7.150	18.242	25.392
400	PV	MORTARA	SI	BENNET SPA	Via Lomellina, 59	-	2.620	5.803	8.423
401	PV	PARONA	SI	BENNET SPA	Via Case Sparse Per Vigevano, 4	-	4.091	17.694	21.785
402	PV	PAVIA	NO	COOP LOMBARDIA	V.Le Campari 64	-	1.040	2.010	3.050
403	PV	PAVIA	NO	ESSELUNGA SPA	V. Filzi 6	-	1.814	1.236	3.050
404	PV	PAVIA	SI	G. S. S.P.A.	Via Vigentina	-	3.200	7.900	11.100
405	PV	PIEVE PORTO MORONE	NO	FRATELLI VANZINI MOBILI	S.S. 412	C	-	6.300	6.300
406	PV	SAN MARTINO SICCOMARIO	NO	FULL MODA TICINO S.P.A	Via 8 Marzo 11	A	-	5.700	5.700
407	PV	SAN MARTINO SICCOMARIO	NO	ZERBIMARK SPA	Via Piemonte, 18/20	-	2.015	490	2.505
408	PV	SAN MARTINO SICCOMARIO	SI	IMMOBILIARE BENNET S.P.A	Strada Provinciale Per Mortara 3	-	5.800	6.325	12.125
409	PV	TORRAZZA COSTE	NO	CASTORAMA ITALIA SPA	Via Emilia, 47	D	-	5.000	5.000
410	PV	VIGEVANO	SI	ESSELUNGA SPA	Via S. Maria Ang. Via Commercio	-	2.135	2.005	4.140
411	PV	VIGEVANO	SI	PROMOCENTRO ITALIA SPA-IL SAGITTARIO SPA- EURO EDES SPA	V.Le Industria 255	-	4.200	10.800	15.000
412	PV	VOGHERA	NO	ESSELUNGA SPA	Via A. Meucci, 2 A/B	-	2.185	1.150	3.335

(Fonte Regione Lombardia DG Commercio)

Distribuzione delle medie e grandi strutture di vendita sul territorio del distretto



Ortofoto dell'area occupata dalle strutture di grande e media distribuzione sorte intorno all'Iper Montebello.



Ortofoto dell'area occupata dal Centro Commerciale Sorelle Ramonda di Codevilla

2.7.2 I piccoli esercizi commerciali

Accanto alla grande distribuzione, che ha preso il sopravvento nell'attrarre i flussi commerciali, resiste nei quattro comuni del distretto la presenza di esercizi di vicinato, che rappresentano un importante presidio territoriale e un elemento insostituibile nella costruzione delle reti di comunità e della vitalità del sistema locale. Il sostegno di questo tipo di esercizi commerciali, che si inseriscono in una relazione di dialogo e non di competizione con la grande distribuzione, è uno degli obiettivi cardine del sistema dei distretti del commercio. Gli esercizi commerciali ricoprono sia la funzione di risposta alle esigenze dei residenti, sia di elemento caratteristico del territorio e attrattore di un discreto flusso turistico.

Esercizi commerciali di vicinato (al 30 giugno 2008)

Comune	N. Alimentari	Sup. Alimentari	N. non alimentari	Sup. non alimentare	N. misti	Sup. misti
CODEVILLA	1	29	6	439	1	69
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	2	90	15	719	1	150
RETORBIDO	3	138	4	250	-	-
TORRAZZA COSTE	3	183	8	714	1	41

Saldi e demografia per attività economica in provincia di Pavia nel 2007.

	Registrate a fine 2009	Attive	Iscritte	Cessate*	Saldo	Var. % rispetto 2008
Agricoltura e pesca	7.773	7.720	235	433	-198	-2,4
Estrazione di minerali	44	36	0	2	-2	-4,3
Attività manifatturiere	5.812	5.024	206	318	-112	-1,7
Fornitura di energia elettrica, gas	23	23	2	0	2	9,5
Acqua e gestione rifiuti	87	70	1	3	-2	-1,6
Costruzioni edili	9.233	8.804	741	804	-63	-0,7
Commercio e riparaz. auto	11.091	10.311	691	887	-196	-1,7
Trasporti	1.415	1.313	42	102	-60	-3,7
Alloggio e ristorazione	3.154	2.778	250	240	10	0,3
Serv. informaz. e comunicazione	872	767	51	57	-6	-0,7
Att. finanziarie e assicurative	1.009	966	71	77	-6	-0,6
Attività immobiliari	2.460	2.081	77	120	-43	-1,7
Att. professionali e tecniche	1.229	1.107	95	116	-21	-1,7
Noleggi e altri servizi alle imprese	1.121	1.048	92	85	7	0,6
Istruzione	129	112	12	4	8	6,6
Sanità e assistenza sociale	285	253	14	10	4	1,5
Att. sportive e intrattenimento	448	382	33	19	14	3,2
Serv. alla persona e altri	2.136	2.093	124	111	13	0,6
Imprese non classificate	1.669	149	709	100	609	36,8
TOTALE	49.990	45.037	3.446	3.488	-42	-0,1

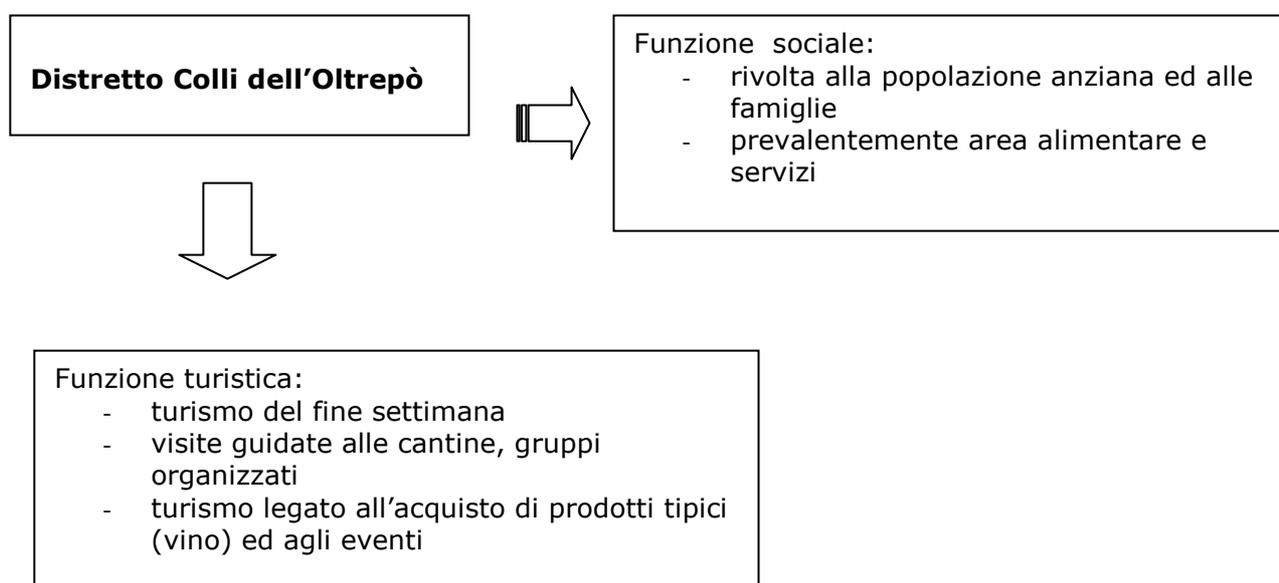
*Al netto delle cessazioni d'ufficio

Fonte: Infocamere

L'universo del Commercio nel Distretto Colli dell'Oltrepò è per lo più costituito da piccoli negozi, insieme di imprese commerciali e di servizi, principalmente collocate nei borghi storici o nelle frazioni, che svolgono attività in un contesto su cui possono, singolarmente, esercitare un'influenza del tutto marginale se non nulla. Facendo riferimento alla classificazione dei punti vendita, i piccoli negozi appartengono alla categoria dei "punti di vendita marginali".

I piccoli negozi del Distretto Colli dell'Oltrepò si caratterizzano per essere delle imprese a conduzione familiare e/o poco managerializzata, la loro presenza è da sempre un elemento fortemente positivo per la qualità della vita e sono lo sbocco naturale per la produzione di decine di imprese micro, piccole e medie, soprattutto del comparto agricolo, agro-alimentare, vitivinicolo ed artigianale.

Dimensione del commercio interno



Nel Distretto Colli dell'Oltrepò sono rappresentate tutte le categorie di punti vendita, dal piccolissimo negozietto del borgo, al negozio più articolato e specializzato che ha trovato sede lungo le strade di comunicazione principale.

E' un mondo eterogeneo e frammentato, nel quale lo spirito individualista ed una certa difficoltà nell'approccio al mondo dell'imprenditorialità fatta sistema sono ancora fattori da superare. L'imparare a stare insieme agli altri ed il praticarlo per affrontare la vita di tutti i giorni è un punto chiave ed ineludibile da cui partire per affrontare le sfide della cosiddetta globalizzazione; lo stare insieme agli altri non implica il negare la propria individualità, mentre un approccio basato sulla cooperazione può, oggi più che mai, giocare un ruolo decisivo nello sviluppo delle micro-piccole imprese

Esistono altri fattori che giocano a favore delle piccole imprese, sui quali il distretto intende lavorare:

- le nuove tecnologie informatiche consentono di ottimizzare la gestione delle micro-piccole imprese;
- la globalizzazione dei mercati apre opportunità di crescita per i piccoli negozi impensabili solo fino a qualche anno fa;
- gran parte delle spinte fisiologiche che in questi anni hanno fatto crescere il peso della grande distribuzione si sono esaurite, perché il consumatore adesso è alla ricerca di fornitori, di prodotti e servizi, nei quali possa riconoscersi anche per "affinità ideologiche" non artificiosamente costruite;
- la forte presenza di una popolazione anziana e ricca di esperienze di lavoro e di vita potrà costituire un'opportunità di crescita per le micro-piccole imprese se sarà opportunamente valorizzata;

Le imprese commerciali del Distretto Colli dell'Oltrepò possono contare su diversi fattori a vantaggio.

Prima di tutto l'ambito del distretto è composto da consumatori medi, che si trovano a fare i conti con una contrazione della loro capacità di spesa rispetto a qualche anno fa e per questo sono diventati più prudenti nella spesa. Preferiscono affidarsi alla media distribuzione alimentare con superficie inferiore ai 1.000mq e ai negozi di vicinato, dove spendono piccole cifre per volta. Una percezione più psicologica, che reale. Infatti, è un dato di fatto che i prezzi della grande distribuzione sono mediamente più bassi del piccolo commercio ma la congiuntura negativa spinge i consumatori a diffidare dei "consumi indotti" dagli ipermercati.

A questo si aggiunge il mutamento della tipologia di consumatori. La popolazione anziana è in rapida crescita.

Le persone avanti con gli anni hanno difficoltà a spostarsi, utilizzano l'automobile di rado e per questo preferiscono punti vendita sotto casa o situati a breve distanza dall'abitazione. Oltre all'innalzamento dell'età media pesa anche la maggiore incidenza di singoli e nuclei familiari di piccole dimensioni rispetto al passato. Così la grande spesa presso l'ipermercato diventa una necessità episodica, poichè le persone single o le giovani coppie fanno una spesa veloce sotto-casa, al rientro dal lavoro .

In secondo luogo i piccoli esercizi garantiscono un rapporto personale unico, che in comuni ad elevata dispersione abitativa sono un grande valore; non è esagerato affermare che questi esercizi rappresentano un vero presidio sociale, quasi un "controllo" familiare, sicuramente sono luoghi di incontro, di socializzazione insostituibili.

Molti di questi esercizi propongono prodotti tipici dell'Oltrepò, salumi, formaggi, pane e, ovviamente, vino. Garantiscono quindi, insieme alle Cantine, alle aziende agricole ed agli agriturismi, uno sbocco importante per la produzione agricola, ma di fatto costituiscono esse stesse un prodotto turistico, una motivazione ad "entrare nel territorio" percorrendo la rete viabilistica minore, per conoscerlo ed acquistare i suoi prodotti. In tal senso l'appartenenza al Distretto diventa fattore di crescita comune e di costruzione di un sistema di offerta diffuso, diversificato ma omogeneo per qualità dell'offerta. La promozione e lo sviluppo di sistemi di integrazione permanenti consentirebbe infatti di cogliere opportunità comuni e di godere di economie di scala in attività strategiche come la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti-servizi e/o di nuovi

mercati , così come la partecipazione a commesse e opportunità commerciali di maggiore dimensione economica.

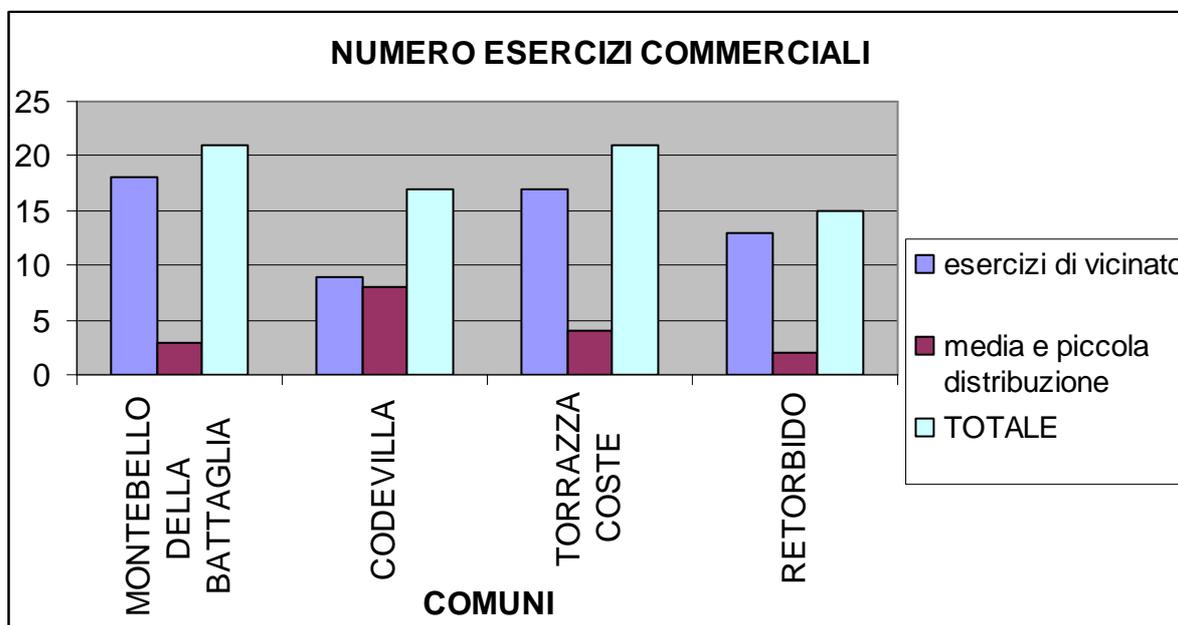
Questa diversificazione /innovazione prevede anche una evoluzione della figura dell'operatore del commercio: cultura, mentalità professionalità del commerciante giocano un ruolo fondamentale, modificare l'atteggiamento con il quale l'imprenditore stesso si pone nei confronti della propria attività.

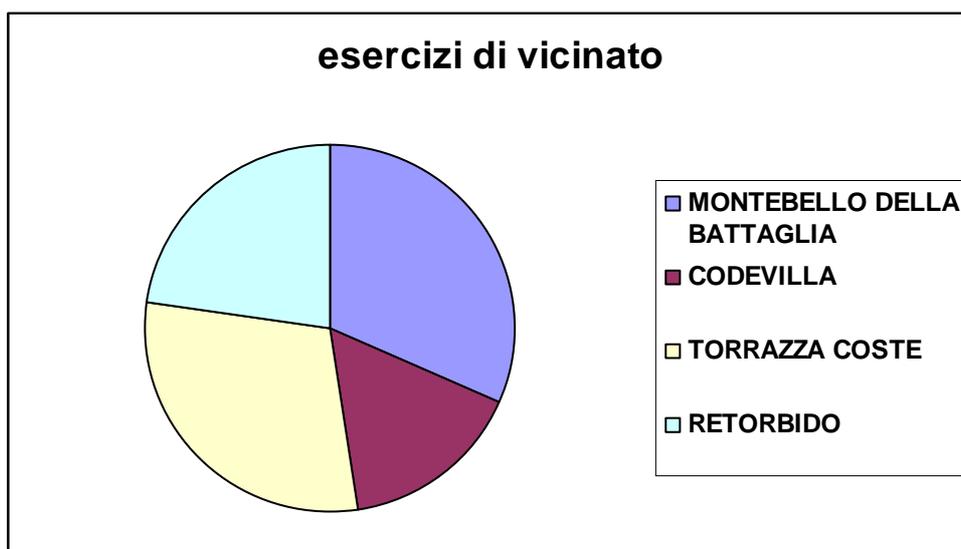
Non più semplice negozio, ma impresa commerciale, sostenuta da una precisa strategia di marketing: professionalità, specializzazione, standard qualitativi elevati, apertura all'innovazione, costante adeguamento alla domanda e attenzione alle nuove formule di organizzazione sono alcuni degli aspetti importanti affinché si crei un meccanismo di reciprocità di sviluppo tra imprese e distretto e viceversa.

DATI ESERCIZI COMMERCIALI PRESENTI SUL TERRITORIO

(dati comunali maggio 2010)

	MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	CODEVILLA	TORRAZZA COSTE	RETORBIDO
esercizi di vicinato	18	9	17	13
media e piccola distribuzione	3	8	4	2
TOTALE	21	17	21	15





2.7.3 Le cantine

Nell'analisi del contesto commerciale del territorio del distretto non possono essere lasciate da parti le cantine, realtà non solo commerciale, ma che ha nella vendita diretta del vino uno degli elementi più visibili della propria attività e uno dei motori dello sviluppo economico e turistico dell'Oltrepò Pavese.

La creazione di un distretto del commercio non può prescindere dal coinvolgimento delle cantine, viste sia come attori primari delle dinamiche socio-economiche del territorio, sia come realtà da coinvolgere attivamente nella definizione di politiche commerciali locali condivise. L'Oltrepò vitivinicolo sta lavorando per configurarsi come Distretto del vino, ai sensi dei nuovi indirizzi di regione Lombardia; creare un ponte stabile tra distretto del vino e distretto del commercio sarà un obiettivo irrinunciabile.

Analisi Swot della realtà commerciale del Distretto

Punti di forza

Sistema territoriale interno a bassa densità, ma integrato sul piano sociale.

Presenza di un ricco paniere di prodotti tipici

Gestione diretta degli esercizi di piccole dimensioni

Aumento del turismo di provenienza urbana di tipo residenziale, collegato al prodotto vino e interessato ad acquistare prodotti di qualità in loco.

Buon grado di fidelizzazione dei clienti locali determinato da rapporti relazionali consolidati e dall'estrema vicinanza tra domanda ed offerta.

Rete urbana e infrastrutturale di buon livello

Sistema commerciale minore con forte fidelizzazione della clientela locale.

Flusso costante di clienti presso la GDO

Punti di debolezza

Scarsa capacità di costruire politiche ed iniziative commerciali sinergiche e condivise

Età avanzata degli imprenditori

Obsolescenza dei punti vendita

Mancanza di una immagine omogenea e della relativa comunicazione unica e coordinata

Bacino di utenza locale non consistente

Complementarietà parziale tra GDO e commercio urbano

Mancanza di contatti finalizzati e continuativi tra gli imprenditori

Mancanza di politiche organiche di gestione integrata del commercio tra tessuti urbani e Polo commerciale della GDO

Posizione dei punti vendita minori defilata rispetto agli assi di penetrazione correnti.

Opportunità

Specializzazione e professionalizzazione dei piccoli esercizi verso prodotti e servizi di qualità

Sinergia con le produzioni tipiche locali

Sinergie con l'economia turistica

Sinergia con il Polo congressuale e di studio di Riccagioja

Arrivo ed insediamento di nuove famiglie/persone dalle aree urbane.

Accordi territoriali per gestione associata delle politiche di sviluppo e di interrelazione delle GDO

Valorizzazione del sistema di fruizione e mobilità basato sulla viabilità dolce e interscambio (walking/trekking urbano).

Attivazione di un piano coordinato di eventi, manifestazioni e momenti promozionali urbani volti a favorire l'attrattività, la valorizzazione e promozione delle attività economiche e commerciali locali.

Avvio di azioni e attività e servizi comuni e integrazione di azioni e attività e servizi di promozione e marketing far l'offerta commerciale locale e la GDO

Consolidamento e sviluppo modalità e strumenti d'integrazione e collaborazione fra operatori economici locali e Enti pubblici

Consolidamento e sviluppo del processo di riqualificazione del sistema urbano locale e valorizzazione dei Centri storici in sinergia con le attività economiche locali

Riqualificazione e ammodernamento delle attività commerciali e sviluppo sinergie con altre filiere produttive

Rischi

De-qualificazione del contesto paesistico-ambientale, consumo del territorio

Mancata integrazione e complementarietà tra politiche localizzative delle GDO e valorizzazione della rete commerciale urbana

"Inscatolamento" dell'area commerciale di prossimità tra le arterie stradali principali

Complessivo depotenziamento della rete degli esercizi di vicinato

Perdita della capacità del commercio di costituire presidio sociale

Disomogeneità e scarsa qualificazione estetica degli esercizi commerciali.

Concorrenza crescente di Centri Commerciali e Grandi Punti Vendita limitrofi e di prossimità.

Dequalificazione e mancata innovazione del sistema commerciale ovvero dei singoli esercizi commerciali.

Mancata integrazione e sinergia con le filiere produttive locali.

3. OBIETTIVI

Obiettivi del Distretto Colli dell'Oltrepò

L'area delimitata dai confini istituzionali dei quattro comuni di Montebello della Battaglia, Retorbido, Torrazza Coste e Codevilla costituisce un Distretto con specificità proprie, la cui consapevolezza è venuta altresì maturando e delineandosi durante il processo di costruzione del Distretto medesimo.

Torrazza Coste e Montebello avevano già avuto esperienze in merito, ma parziali e senza la visione strategica d'insieme che caratterizza Colli dell'Oltrepò.

Il Distretto viene interpretato e costruito come strumento innovativo in cui affrontare in modo condiviso uno sviluppo incentrato fondamentalmente su più poli complementari:

- ⊗ polo commerciale della GDO,
- ⊗ polo delle medie struttura di vendita;
- ⊗ polo e rete di sostegno e sviluppo per il commercio di vicinato,
- ⊗ polo delle ristorazione di qualità e accoglienza,
- ⊗ polo agricolo vitivinicolo,
- ⊗ polo artigianale

cercando un equilibrio che tuteli il patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio e l'imprenditorialità locale, che si realizza nelle piccole e medie imprese.

La costruzione del quadro conoscitivo preliminare è stato teso a restituire il contesto di azione (territoriale, procedurale e normativo) che il programma può opportunamente assumere ed è stato così articolato:

1. La analisi delle dinamiche locali e la focalizzazione dei problemi
2. Una ricostruzione del quadro normativo volto a definire, nei diversi passaggi decisionali, lo spazio d'azione che è possibile attribuire al piano,
3. Un'analisi sulla consistenza e sulle specificità del settore commerciale nell'area con particolare attenzione ai flussi generati dalla presenza della GDO
4. Una lettura del territorio funzionale alla individuazione e caratterizzazione degli ambienti insediativi del commercio, volta a riconoscerne le specifiche note distintive, e propedeutica alla definizione degli indirizzi di qualificazione e sviluppo in grado di affrontare le criticità in atto e valorizzare la potenzialità emerse.

Nelle successive fasi di elaborazione del Programma, sulla scorta delle risultanze di questo primo passaggio conoscitivo e interpretativo, si è proceduto alla definizione degli obiettivi e di un ventaglio di strumenti d'azione, e di coordinamento delle azioni, collocate entro specifici indirizzi e politiche territoriali.

Si sono venute delineando politiche in risposta ad alcuni obiettivi e criteri di fondo, emersi come quelli condivisi e sostanziali :

- (i) La costruzione di una governance condivisa delle dinamiche socio-economiche e, in particolare, commerciali;
- (ii) la ricerca di un equilibrio territoriale nella strutturazione della rete dei servizi commerciali, che sposti il baricentro verso l'interno dell'area, rimettendo in gioco anche le aree più rurali;
- (iii) la minimizzazione delle esternalità negative, da ricondurre in particolare al contenimento del pendolarismo di spesa per gli abitanti dei diversi ambiti territoriali;
- (iv) la proposizione di procedure di concertazione e accordo per la condivisione, a livello interistituzionale, delle scelte sul sistema commerciale aventi carattere di sovracomunalità, come strumento di perequazione territoriale;
- (v) il rilancio e la rivitalizzazione dei centri storici e dei tessuti urbani, assumendo la rete dei servizi commerciali come fattore rilevante nelle politiche di valorizzazione urbana;
- (vi) il rilancio del commercio nelle aree più deboli come misura di sostegno all'abitare, specie per alcune categorie sociali con scarsa possibilità/propensione allo spostamento con mezzo privato.

E' stato possibile quindi costruire e lavorare con i partner sul seguente sistema di problemi/obiettivi/strategie/azioni.

Problema che si vuole affrontare	obiettivo da raggiungere	strategia	Azioni Soggetti Pubblici	in quanto tempo	che cosa e con chi negoziare	Elementi di contesto
Marginalizzazione aree interna	Ricerca di un equilibrio territoriale nella strutturazione della rete dei servizi commerciali, che sposti il baricentro verso l'interno dell'area, rimettendo in gioco anche le aree più rurali; Rilancio turistico e residenziale dell'area collinare e dei borghi	Spostamento di flussi di fruizione Incremento attrattività Creazione fattori di richiamo	Riqualificazione dei centri urbani Miglioramento rete infrastrutture viarie Creazione di sistemi di conoscenza dell'area, anche grazie ad una rete di percorrenze in cui far scorrere nuovi flussi di utenza, anche in sinergia con la clientela della GDO. Riqualificazione del sistema collinare e territoriale attraverso una strategia congiunta pubblico/privato: riqualificazione urbana, miglioramento sistema mobilità, creazione di spazi di socializzazione, promozione e vendita per gli operatori del commercio e agricoli.	Cinque anni	Programmare con la Provincia la gestione e riqualificazione del sistema viabilistico Concordare con GDO strategie ed azioni di marketing di territorio Coordinare al meglio le strategie e le azioni del Sistema turistico Costruire con il GAL una nuova rete di percorrenze in chiave culturale	Distretto del Commercio: cabina di regia, tavoli sindacali, concertazione. Distretto del Vino come strategia di marketing Progetto GAL Leader Oltrepò come opportunità di finanziamento e promozione Expò 2015 come strumento di comunicazione e valorizzazione
Chiusura della rete di negozi di vicinato Perdita di servizi per la popolazione >>> desertificazione Tendenza al pendolarismo commerciale	Mantenimento dei piccoli esercizi Incremento dei servizi offerti, presidio sociale	Diversificare l'utenza tra residenti e turisti Rinnovare i negozi e tipicizzarli, rendendoli "unici" e accoglienti anche con nuovi servizi Investire in un piano attrattivo per nuovi residenti Fidelizzare i clienti	Riqualificazione dei contesti in chiave turistica Incremento del flusso turistico legato al prodotto tipico Mercati di filiera corta, eventi Diversificazione dell'offerta e dei servizi. Creazione rete di spazi multiservizi. Strategie di marketing e comunicazione rivolte alle aree urbane Agevolare l'accesso ai finanziamenti per gli imprenditori Attivare politiche di agevolazione fiscale e semplificazione amministrativa. Organizzazione del patrimonio culturale (ville, terme, luoghi storici) Creare sinergie con il turismo congressuale e scientifico	Cinque anni	Interventi di sostegno finanziario negoziati con Regione, Provincia, CCIAA, associazioni di categoria, credito. Procedure di agevolazione fiscale e semplificazione amministrativa con associazioni di categoria e sindacati	Aqust Provinciale come strumento di programmazione e ricerca di strategie finanziarie Sistema turistico Po' di Lombardia come opportunità di programmazione, network e finanziamento Polo scientifico di Riccagioja

Problema che si vuole affrontare	obiettivo da raggiungere	strategia	Azioni Soggetti Pubblici	in quanto tempo	che cosa e con chi negoziare	Elementi di contesto
<p>Perdita di occupazione,</p> <p>Incremento pendolarismo verso i poli urbani e conseguente pendolarismo commerciale</p>	<p>Diversificazione produttiva anche in chiave turistica</p> <p>Mantenimento livelli attuali dell'occupazione nella GDO</p>	<p>Riorganizzazione del territorio come prodotto turistico e sviluppo di nuove opportunità dirette (nelle imprese) indirette (nei servizi: guide turistiche, servizi di accoglienza, recettività...).</p> <p>Costruzione piano di lavoro con la GDO in una logica di RSI</p>	<p>Riqualificazione del sistema collinare e territoriale attraverso una strategia congiunta pubblico/privato: riqualificazione urbana, miglioramento sistema mobilità, creazione di spazi di socializzazione, promozione e vendita per gli operatori del commercio e agricoli, grazie alla riqualificazione di micro-strutture dismesse</p> <p>Riorganizzazione dell'area anche in chiave turistica. Creazione di piani formativi Attivazione Tavolo sindacale</p>	Cinque anni	<p>Costruire all'interno del Distretto un piano organico di lavoro con le aziende locali, tra cui i poli commerciali esistenti.</p> <p>Valutare nuovi percorsi e profili professionalizzanti con i poli formativi</p> <p>Attirare nell'area nuovi investimenti</p>	<p>Distretto del Commercio: cabina di regia, manager di distretto, tavoli sindacali, concertazione.</p> <p>Distretto del Vino come strategia di marketing</p> <p>Progetto GAL Leader Oltrepò come opportunità di finanziamento e promozione</p> <p>Expò 2015 come strumento di comunicazione e valorizzazione</p>
<p>Sviluppo di poli di GDO avulsivi dal contesto, preponderanza della grande distribuzione consumo del territorio, perdita di identità</p>	<p>Governo sostenibile del territorio</p>	<p>Creare una concertazione stabile tra i Comuni nella definizione dei Piani di Governo del territorio</p>	<p>Governare le tendenze all'insediamento di nuove aree commerciali, motivate spesso dalla grave situazione finanziaria degli Enti locali</p> <p>Lavorare nel Distretto come polo progettuale per proporre e costruire strategie di sviluppo sostenibili</p>	Cinque anni	<p>Livello di consapevolezza del valore del territorio.</p> <p>Negoziare la tipologia degli interventi strutturali</p>	<p>Aqst Provinciale come strumento di programmazione e ricerca di strategie finanziarie</p> <p>Sistema turistico Po' di Lombardia come opportunità di programmazione, net-work e finanziamento</p> <p>Polo scientifico di Riccagioja</p>

Il percorso di lavoro e di riflessione successivi ha consentito di rafforzare la coscienza delle opportunità di sviluppo dell'area che potrebbe correre il rischio, sicuramente più forte in un periodo di crisi occupazionale, di appiattirsi esclusivamente sul commercio delle grandi superfici.

Colli dell'Oltrepò intende conseguire l'obiettivo di uno sviluppo armonico e sostenibile, in cui la presenza del Polo interregionale della GdO diventa un elemento che dialoga con tutto il territorio, non ponendosi come soggetto autoriferito, ma interfacciandosi con le altre risorse in una dinamica di reciproca implementazione e riqualificazione. Da fattore di crisi a elemento in grado di contribuire, con la sua forza attrattiva, allo sviluppo del settore commerciale.

Il ruolo innovativo che la GdO si propone di rivestire nel Distretto, nelle sue diverse declinazioni sociali, ambientali e occupazionali è stato riportato ad una scelta in termini di Responsabilità Sociale, valore aggiunto in grado di connotare tutta l'area.

Sono stati individuati e condivisi come **obiettivi strategici**:

- programmazione condivisa delle dinamiche di sviluppo del Polo Interregionale del Commercio, creando una connessione tra le logiche commerciali e le esigenze del territorio;
- costituzione e gestione di uno strumento di lavoro e gestione permanente del Distretto, definito Cabina di Regia tra i diversi partner e tra i partner e altri soggetti interni ed esterni all'area, con particolare evidenza agli imprenditori del commercio;
- valorizzazione del sistema di negozi di vicinato, che mantengono vivi i piccoli paesi, garantendo un servizio giornaliero di beni e di relazioni, e del sistema di recettività e ristoro, spunto di frequentazione per i turisti;
- creazione di un piano di collaborazione permanente con le realtà significative dell'area pubbliche, quali il centro ERSAF di Riccagioia e il Centro Sociale di Villa Meardi, entrambi dotati di strutture e professionalità di alto rilievo, e private;
- tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale e paesaggistico, che si esprime nei centri storici, nel disegno agronomico dei vigneti, nella rete dei sentieri, nella armonia degli edifici storici pubblici e privati, nei primi rilievi collinari, nelle sorgenti termali, nella memoria degli eventi storici che qui si sono succeduti;
- valorizzazione dei prodotti agro-alimentari e in particolare delle produzioni vitivinicole, che hanno qui raggiunto un significativo livello di qualità;
- attivazione di una strategia di marketing interna ed esterna finalizzata anche a rendere il territorio attraente come area residenziale per persone provenienti dall'area urbana;

Tra gli obiettivi operativi si evidenziano:

- sviluppo della rete dei borghi storici all'interno dei quattro comuni, con interventi di riqualificazione e arredo che valorizzino gli esercizi commerciali ancora attivi;
- costruzione di una rete di percorrenze, che colleghi i luoghi storici, le fonti termali, le ville antiche, i borghi, le aziende vitivinicole e agro-alimentari, anche partendo dalle aree di parcheggio prospicienti la GdO con iniziative congiunte di promozione;
- riqualificazione e sviluppo dei poli artigianali, dotandoli di opportuni servizi e infrastrutture per facilitare il lavoro e la competitività delle imprese;
- messa a punto di un piano di valorizzazione, che, partendo dal piano degli eventi e dalle risorse esistenti, riesca a dare una immagine unitaria e di qualità all'area, incrementando il flusso dei turisti e quindi anche la dinamicità del commercio locale;
- interventi migliorativi delle imprese commerciali, sia sul piano delle dotazioni strumentali che dell'immagine complessiva, in armonia con il contesto urbano/rurale in cui si collocano;
- realizzazione di servizi alla cittadinanza, con particolare attenzione alle problematiche relative alla conciliazione dei tempi ed alle pari opportunità, in sinergia e collaborazione con il Polo Interregionale del Commercio;
- promozione e sviluppo di sistemi di produzione di energia rinnovabile;
- ottimizzazione del servizio di mobilità interna, anche attraverso l'acquisto di mezzi per la mobilità dolce funzionali all'intervento di valorizzazione commerciale.

Per il conseguimento degli obiettivi di mantenimento e sviluppo del sistema commerciale del Distretto è fondamentale consolidare ed incrementare la sostenibilità economica della rete degli esercizi commerciali attraverso una strategia a regia pubblica che ottimizzi il contesto sul piano delle infrastrutture e della comunicazione .

Per individuare le strategie di intervento ottimali, i soggetti pubblici hanno verificato il quadro dell'offerta commerciale e il target di utenti, con le relative esigenze, sia attuale (residente) che potenziale (turisti e nuovi residenti).

Di seguito si riporta il quadro di correlazione tra le esigenze emerse dalla popolazione e dagli imprenditori del commercio e le risposte che il Distretto si propone di dare.

Categoria macro	Specifica	Esigenze dell'utente	Ruolo dell'esercizio commerciale	Intervento funzionali a regia pubblica	Interventi specifici infrastrutturali	Interventi specifici di valorizzazione e marketing
Residenti	Pensionati soli	Presenza dei negozi di prossimità Nessuna esigenza di orario Spesa quotidiana con buon rapporto qualità/prezzo Possibilità di micro-credito Facilità di accesso Consegna a domicilio Sicurezza	Risposte alle esigenze quotidiane Rapporto personale Presidio e supporto sociale Consegna a domicilio Pagamento dilazionato	Interventi di riqualificazione dei centri storici, arredo urbano Interventi di miglioramento dell'accessibilità Creazione di spazi di incontro, aggregazione, eventi	Lavori di sistemazione della via commerciale detta Via Roma. Intervento di recupero dell'antica piazza detta "Il cortile", Realizzazione di piazze per l'incontro e la relazione sociale, Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione	Produzione di materiale informativo. Eventi culturali Animazione
	Pensionati che gestiscono la conduzione del nucleo familiare allargato: figli, nipoti....	Spesa quotidiana per tutta la famiglia per i beni di prima necessità Servizi: tintoria, Presenza dei negozi di prossimità Orari coincidenti con altri servizi: scuola, asilo Facilità di accesso anche in auto, parcheggi sicurezza	Risposte alle esigenze quotidiane Supporto sociale Offerta beni di prima necessità. Offerta di prodotti locali di qualità , filiera corta, prodotti tipici	Interventi di riqualificazione dei centri storici, arredo urbano Interventi di miglioramento dell'accessibilità Facilità di accesso e parcheggio	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali	Produzione di materiale informativo. Eventi culturali Animazione
	Famiglie	Acquisto dei beni di prima necessità Comodità di accesso Conciliazione degli orari Prodotti locali di qualità Possibilità di micro-credito Spazi di incontro, relazione, svago Servizi di informazione Luoghi di incontro Sicurezza	Offerta beni di prima necessità. Offerta di prodotti locali di qualità, filiera corta, prodotti tipici Relazioni di vicinato, bar, tabaccherie, giornali Ristoranti e pizzerie	Parcheggi Viabilità Spazi urbani accoglienti Parco giochi e giardini Luoghi di ritrovo Flessibilità orari di apertura Percorsi ciclabili Servizi sociali	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali Mantenimento dell'asilo Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione Creazione di eventi e spazi organizzati nelle aree della GDO	Produzione di materiale informativo. Eventi culturali Animazione Organizzazione di percorsi interne, segnaletica
	Giovani coppie Single	Comodità degli orari di apertura Facilità di accesso e parcheggio Prodotti di qualità Attrazioni culturali e di svago Servizi Acquisto spesa quotidiana	Offerta beni di prima necessità. Offerta di prodotti locali di qualità Consegna a domicilio Orari prolungati	Facilità di accesso e parcheggi Attività di animazione culturale e sociale. Organizzazione di eventi sportivi e, eno-gastronomici	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali	Produzione di materiale informativo. Eventi culturali e sportivi Animazione Organizzazione di percorsi interne, segnaletica

Categoria macro	Specifica	Esigenze dell'utente	Ruolo dell'esercizio commerciale	Intervento funzionali a regia pubblica	Interventi specifici infrastrutturali	Interventi specifici di valorizzazione e marketing
Nuovi residenti	Giovani Famiglie Professionisti	Servizi accessibili Accoglienza, informazioni Qualità del territorio, offerta di iniziative culturali , di svago e sportive Prodotti di qualità, assistenza al cliente Accesso alla rete informatica	Fornitura di prodotti di qualità, che comunichino il valore aggiunto del territorio Accesso ai servizi di base Disponibilità di servizi per bambini e anziani. Facilità di accesso e parcheggio Sicurezza, qualità delle relazioni personalizzate	Piano di comunicazione, punti informativi, facilità di accesso ai servizi. Miglioramento complessivo della qualità dei centri urbani Facilità di accesso, mobilità, qualità dell'aria e sicurezza Organizzazione di eventi e occasioni di incontro	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione.	Produzione di materiale informativo. Eventi culturali Animazione Organizzazione di percorrenze interne, segnaletica.
Turismo del fine settimana ⁷ anche legato al flusso commerciale commercio	Famiglie con figli Coppie Giovani Sportivi Gruppi organizzati gastronomi	Informazioni chiare Facilità di accesso Segnaletica interna Pacchetti di fruizione organizzati Possibilità di acquisto di prodotti tipici Ristorazione tipica di qualità Accoglienza sicurezza	Facilità e velocità di accesso Informazioni chiare Eventi ben organizzati Possibilità di acquistare i prodotti locali Accoglienza e professionalità, conoscenza del territorio, mediazione culturale	Piano di comunicazione Organizzazione servizi di accoglienza Organizzazione di pacchetti/ eventi coordinati anche con la GDO Ristrutturazione dei borghi storici Organizzazione di percorsi	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione.	Piano di comunicazione Iniziative congiunte con GDO per "dirottare" i fruitori dall'area commerciale all'interno del territorio Organizzazione Eventi culturali, sportivi, eno-gastronomici..
Turisti collegati alla convegnistica, di studio ecc. ⁸	Ricercatori, studiosi, imprenditori, giovani studenti	Informazioni chiare Facilità di accesso Segnaletica interna Pacchetti di fruizione organizzati funzionali e complementari alle attività di studio Possibilità di acquisto di prodotti tipici Ristorazione tipica di qualità Accoglienza Sicurezza Accesso alle reti/cablaggio	Facilità e velocità di accesso Informazioni chiare Eventi ben organizzati Possibilità di acquistare i prodotti locali Accoglienza e professionalità Organizzazione di attività collegate al lavoro	Piano di comunicazione Organizzazione servizi di accoglienza Organizzazione di pacchetti/ eventi coordinati con Riccagioia, Villa Meardi, Salice terme e Rivanazzano Terme Ristrutturazione dei borghi storici Organizzazione di percorsi	Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità. Riqualificazione di strutture aggregative e promozionali Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione.	Piano di comunicazione Promozione di Iniziative congiunte Centro di Riccagioia, Villa Meardi, Terme di Salice e Rivanazzano. Organizzazione Eventi culturali, sportivi, eno-gastronomici..

7

Iper Montebello

Presenze di media con domenica di apertura (venerdì sabato e domenica): 63.000

Presenze di media (Venerdì e sabato): 38.000

⁸ Si ricorda la presenza del Centro di Studi e ricerche di Riccagioja

Categoria macro	Specifica	Esigenze dell'utente	Ruolo dell'esercizio commerciale	Intervento funzionali a regia pubblica	Interventi specifici infrastrutturali	Interventi specifici di valorizzazione e marketing
Commercianti di vicinato	Operatori del commercio con sede per lo più nei borghi storici e nelle frazioni	<p>Possibilità di discutere le dinamiche del commercio e dello sviluppo su un tavolo comune, collaborare più strettamente con le pubbliche amministrazioni, piano di valorizzazione e comunicazione unico e coordinato, che aumenti il valore complessivo dell'area, avvalersi della presenza della GdO anche come opportunità, ad esempio disponendo di una linea privilegiata di approvvigionamento per gli esercizi di vicinato presso la Gdo;</p> <p>accedere a linee di finanziamento,</p> <p>migliorare la facilità di accesso per la clientela;</p> <p>incrementare l'attrattività dei paesi in termini di strutture architettoniche e arredo urbano;</p>	<p>Presidio sociale/vitalizzazione del territorio</p> <p>Fornitura di prodotti/servizi sotto-casa</p> <p>Ammortizzatore sociale</p> <p>Supporto e motivazione al turismo</p> <p>Sbocco prodotti tipici di qualità</p>	<p>Riqualificazione dei borghi per migliorarne l'aspetto e l'accessibilità</p> <p>Parcheeggi</p> <p>Mobilità interna</p> <p>Contatto coordinato con la GDO come tutela/opportunità per lo sviluppo locale</p>	<p>Interventi di arredo urbano, parcheggi e mobilità.</p> <p>Riqualificazione delle piazze per eventi e mercati rurali</p> <p>Vigilanza e incremento della sicurezza</p>	<p>Piano di comunicazione e pubblicità coordinato</p> <p>Aumento della visibilità</p> <p>Organizzazione di eventi che portino clienti nell'area.</p> <p>Attivazione iniziative congiunte con la GDO</p>

4. STRATEGIE

4.1 Introduzione

Distretto, Piccoli esercizi commerciali e RSI

La scelta della strategia da adottare da parte del Distretto non può esulare dalla presenza e dal ruolo del Polo Interregionale del Commercio, ma non intende farne l'elemento determinante.

Grazie anche agli scambi avuti con gli esperti della GdO, si è lavorato per mettere a punto una strategia che trasformi il ruolo dei Centri commerciali quali strutture attrattive in senso autoriferito e assolutistico (il cliente entra nel Centro, acquista e ne viene totalmente assorbito) in poli attrattori a vantaggio di tutta l'area (il cliente entra nel Centro, acquista, lo attraversa per conoscere ed entrare in una dimensione più grande data dal territorio).

Al di là di possibili illusioni o forzature, è un dato che migliaia di persone "approdano" ai Centri commerciali, per cui si può lavorare anche per "dirottarle" anche verso altre potenzialità, opportunamente organizzate e strutturate nel settore del turismo, dell'agricoltura, del commercio locale.

Questo implica un profondo cambiamento nella strategia di sviluppo impostata a livello amministrativo per cui tutte le componenti dell'area diventano potenziali di crescita che possono trovare nel commercio un fattore dinamicizzante.

Ciò implica una strategia di collaborazione ad ampio spettro, come la Cabina di regia può garantire: un tavolo di lavoro congiunto e continuativo per affrontare e risolvere i problemi e costruire insieme nuovi progetti.

Questo processo di coinvolgimento e questo approccio a 360° ai problemi di una comunità locale si possono configurare a pieno titolo come un approccio socialmente responsabile, per cui il **Distretto intende fare della Responsabilità Sociale di Impresa, tanto nel privato che nel pubblico, un metodo di lavoro ed un valore aggiunto che distingua questo distretto e lo ponga in posizione concorrenziale rilevante.**

Una attenzione diversa quindi alle risorse umane, all'ambiente, alla cultura, al mondo del sociale, ma anche all'imprenditorialità, alla conoscenza ed alla competenza.

4.2 Distretto e impatto ambientale

Il Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò pone tra le sue priorità l'attenzione alla sostenibilità ambientale, data la sua collocazione in un'area che presenta fattori di rilevante qualità sia come paesaggio che come produzioni agricole.

La compatibilità e la sostenibilità di ogni nuovo intervento nel Distretto verrà effettuata in base alle seguenti componenti:

- compatibilità commerciale degli insediamenti distributivi
- compatibilità urbanistico-territoriale
- compatibilità ambientale
- sostenibilità socio-economica, territoriale ed ambientale dell'intervento

In particolare verranno affrontati tutti gli aspetti relativi ai criteri generali per l'autorizzazione delle nuove grandi strutture di vendita e per l'ammodernamento di quelle esistenti.

Nel presente Programma vengono messi in evidenza gli aspetti ambientali più rilevanti nella programmazione del comparto commerciale:

- ✓ valorizzazione della concertazione fra i diversi soggetti ed Enti pubblici interessati;
- ✓ Valutazione di nuovi insediamenti e ampliamenti sulla base di condizioni di compatibilità e della garanzia di mitigazione degli impatti socio-economici, territoriali ed ambientali;
- ✓ agevolazione di processi di razionalizzazione e di ammodernamento delle grandi strutture finalizzati prioritariamente all'ottimizzazione del sistema distributivo esistente;
- ✓ prioritaria allocazione delle grandi strutture di vendita, compresi gli interventi sull'esistente, in aree che non creino significativi impatti territoriali ed ambientali e non determinino ulteriore consumo di suolo, con precedenza assoluta al recupero di aree dismesse, da riqualificare, da bonificare e comunque già urbanizzate e servite da una viabilità sostenibile;
- ✓ procedure diversificate e semplificate in relazione alla tipologia degli interventi, alla loro allocazione e alle loro dimensioni;
- ✓ realizzazione di opere di mitigazione con riferimento al comune interessato e a quelli contermini;
- ✓ adozione di misure di contenimento dell'inquinamento dell'aria mediante l'utilizzo di automezzi a basso impatto ambientale per l'approvvigionamento del punto di vendita e per le consegne a domicilio;
- ✓ contenimento dell'impatto acustico ed il rispetto dei limiti di rumore;
- ✓ implementazione di sistemi di gestione integrata ambientale: utilizzo di energie alternative; strutture conformi ai nuovi dettami sul risparmio energetico degli edifici; interventi di riduzione della produzione di rifiuti;

- ✓ congruenza con gli indirizzi di programmazione urbanistica definiti con apposito documento.

Di seguito viene presentata la matrice di integrazione ambientale degli obiettivi del programma con i 10 criteri di sostenibilità ambientale⁹: la definizione degli obiettivi a valenza ambientale

Obiettivi generali	Criteri di sostenibilità	Obiettivi a finalità ambientale
Compatibilità e sostenibilità rispetto al territorio e alle sue risorse	1 – Ridurre al minimo l'impiego di risorse energetiche non rinnovabili 2 – Impiego delle risorse rinnovabili nei limiti della capacità di rigenerazione 3 – Uso e gestione corretta, dal punto di vista ambientale, delle sostanze e dei rifiuti pericolosi/inquinanti 4 – Conservare e migliorare lo stato della fauna e della flora selvatica, degli habitat e dei paesaggi 5 – Conservare e migliorare la qualità dei suoli e delle risorse idriche 6 – Conservare e migliorare la qualità delle risorse storiche e culturali 7 – Conservare e migliorare la qualità dell'ambiente locale 8 – Protezione dell'atmosfera (aria) 9 – Sensibilizzare maggiormente alle problematiche ambientali 10 – Promuovere la partecipazione del pubblico alle decisioni che comportano uno sviluppo sostenibile	Contenere gli impatti negativi delle grandi strutture di vendita sull'ambiente in termini di: qualità dell'ambiente, consumo di risorse idriche ed energetiche, produzione di rifiuti e adozione di sistemi di gestione ambientale (S.G.A.) Contenere il consumo di suolo e promuovere il recupero di aree dismesse o degradate. Priorità alla qualità architettonica e paesaggistica degli interventi e priorità per le connesse opere al recupero di beni artistici e culturali dell'area interessata Favorire l'integrazione dell'insediamento commerciale con gli esercizi di vicinato e con le aziende produttrici o di servizi della zona

⁹ Cfr Regione Lombardia V.A.S Piani del Commercio

4.3 Interrelazione tra il sistema della Grande Distribuzione Organizzata e la rete dei piccoli esercizi nel Distretto Colli dell'Oltrepò

Nella costruzione e definizione del Distretto gli Amministratori, di concerto con le associazioni di categoria, hanno considerato con attenzione l'impatto generato dalla GdO sul sistema produttivo locale, sulla rete dei piccoli esercizi commerciali e sulle strutture più collegate al turismo, all'agricoltura, all'artigianato.

L'apertura o l'apertura maggiormente prolungata di una grande struttura determina, nel bacino di riferimento, dei mutamenti nella dinamica evolutiva della rete distributiva che si sovrappongono a trend già in atto nel mercato riconducibili a una molteplicità di fattori sia settoriali sia extra-settoriali.

Da questo punto di vista, è opportuno rammentare sinteticamente alcuni dei principali fattori che influenzano la dinamica evolutiva della rete distributiva, quali la modifica dei comportamenti di acquisto dei consumatori, con la conseguente creazione di gap di offerta, colmati dall'innovazione commerciale, ovvero dalla comparsa di nuovi format distributivi in grado di meglio soddisfare le nuove esigenze degli acquirenti; il generale andamento macroeconomico del Paese, alla luce dell'andamento anticiclico spesso dimostrato dal settore commerciale; il livello di attrattività del comparto distributivo rispetto a quello degli altri settori economici, in termini di rendimenti ottenibili sia come remunerazione del fattore lavoro, sia come rendimento di impresa.

Un fattore determinante l'eventuale riduzione del numero di punti di vendita attivi è comunque la comparsa nel bacino competitivo di un nuovo concorrente o un aumento di presenza di quanti già sono posizionati.

L'impatto più forte e deciso sul sistema della piccola distribuzione è stato determinato negli anni '70 in concomitanza con l'insediamento dell'IPER. La grande struttura esercitò la propria azione competitiva soprattutto nei confronti del commercio tradizionale (gli esercizi di vicinato - *intra-type competition*).

L'effetto si rafforzò negli anni successivi, quando IPER iniziò ad assumere l'odierna struttura, arricchendosi della galleria di negozi e di tutta una serie di servizi, in grado di spostare la clientela in modo massiccio dal centro di Voghera al centro del villaggio-Iper. Occorre dire che il sistema del commercio locale iniziava a risentire di una certa stanchezza, spesso associata al mancato passaggio intergenerazionale, per cui i figli accedevano a posizioni professionali ritenute di maggior prestigio o economicamente più stabili.

Le nuove strutture di GdO che successivamente sono venute ad insediarsi hanno dovuto confrontarsi più con IPER che con i piccoli esercizi e si sono rafforzate là dove hanno coperto segmenti specifici come la moda o il bricolage/giardinaggio/hobbistica (*inter-type competition*).

Ciò significa che l'impatto di una maggior presenza della GdO nel Distretto non dovrebbe pesare sulla rete dei piccoli esercizi commerciali ancora attivi soprattutto nei centri storici e lungo le assi di maggior frequentazione, in quanto servono la popolazione residente, a bassa mobilità (anziani) o con frequenza di passaggio (pendolari).

Un altro importante fattore è rappresentato dalle caratteristiche socio-demografiche degli acquirenti nel bacino. Una presenza ragionata e innovativa della GdO attuata anche attraverso un piano di aperture domenicali concordato, può contribuire a portare sul territorio importanti segmenti con elevata capacità di spesa e più

facilmente garantire una permanenza nel mercato al commercio di piccole dimensioni, che molto spesso sceglie riposizionamenti competitivi verso l'alto per sganciarsi dalla competizione di prezzo con la grande struttura. In tal senso il Distretto viene individuato come ambito di programmazione allargata, volta a mettere a punto prodotti e offerte rivolte ad un turismo di qualità, attento ai valori culturali, ambientali ed enogastronomici del territorio.

Il grado di accessibilità dell'area in cui si localizza l'insieme delle grandi strutture rappresenta una caratteristica in grado di modificare significativamente gli impatti commerciali: infatti l'elevato livello di accessibilità aumenta la capacità di attrazione, riducendo quindi la pressione competitiva nei confronti della rete del bacino (in particolare primario).

Gli effetti negativi potrebbero manifestarsi principalmente nei confronti degli esercizi di vicinato, che rappresentano certamente la parte più debole, in termini competitivi, della rete distributiva. Sarà obiettivo del Distretto mettere in atto strategie innovative di attrazione dei consumatori/utenti verso queste realtà, connotandole grazie alla qualità ed alla specializzazione territoriale.

Le medie strutture sia alimentari, sia non alimentari (specializzati) evidenziano, generalmente una miglior risposta competitiva, ovvero una maggior capacità di resistenza sul mercato, dovuta anche ad una familiarizzazione "storica" con il consumatore, soprattutto locale che privilegia un rapporto quasi confidenziale con il fornitore. Elemento di non poco peso, inoltre, soprattutto in questi ultimi anni, è la possibilità di dilazionare i pagamenti, possibile solo grazie ad un rapporto stretto tra venditore ed acquirente.

Il Distretto si viene quindi a connotare come ambito di possibile ulteriore sviluppo della Grande Distribuzione e quindi fonte di occupazione e nel contempo come strategia operativa per rafforzare il sistema diffuso delle piccole e piccolissime imprese, grazie ad una nuova capacità e forza di lavoro comune tra Amministrazioni e tra queste e i partner esterni.

4.4 La GdO come opportunità per il sistema delle imprese locali del Distretto Colli dell'Oltrepò

La presenza del Polo Commerciale Interregionale rappresenta e potrebbe rappresentare ancor di più un fattore di sviluppo anche per le piccole e medie imprese del Distretto che si posizionano come fornitori sia di prodotti (agroalimentare) principalmente sia di servizi e sub-forniture. Sono aziende che rientrano nella categoria dei servizi, dell'artigianato e del commercio, anche se per lo più all'ingrosso. Il rapporto con la GdO non è certamente semplice, ma la dimensione distrettuale potrebbe rappresentare uno spazio collaborativo importante e funzionale.

La GDO negli ultimi anni ha dovuto affrontare come mai era successo in passato una debolezza dei consumi, soprattutto alimentari. La prima reazione è stata una maggiore politica promozionale, che ha portato ad una contrazione dei risultati ed un inasprimento nei rapporti di negoziazione con i fornitori. le assicurazioni ecc.

La GDO italiana è inoltre caratterizzata da una grande concorrenza, che rende il cliente sempre più infedele, e da costi di gestione enormemente più elevati di quelli di tutti gli altri paesi europei, a causa del gravoso sistema fiscale nazionale e delle difficoltà che il settore trova ad espandersi.

Per queste ed altre ragioni le aziende della GDO hanno bisogno di efficienza per contenere i costi ed efficacia per riuscire ad indurre una politica di sviluppo dei consumi ed attrarre sempre più il cliente.

Le aziende distributive pretendono dai loro fornitori efficienza, innovazione e servizio, in modo tale da poter gestire i costi in modo avveduto, offrire nuove proposte di prodotto e potersi concentrare sul proprio core business, che è il commercio. Alla filiera a monte chiedono di soddisfare gli oneri legati alla garanzia dei prodotti (che competono al produttore), di organizzarsi logisticamente e di rendere più facili i rapporti con le realtà locali.

La GDO costituisce un motore strategico del sistema economico, per cui la sua efficacia risulta positiva per tutta la filiera; considerata l'attuale congiuntura economica e sociale tale efficacia è possibile solo grazie ad un approccio di filiera capace di ottimizzare i costi e generare innovazione di prodotti e servizi.

4.4.1 La posizione della PMI

Il posizionamento delle PMI dell'area nei canali commerciali è risultato abbastanza fragile negli ultimi anni, soprattutto a causa dell'accennato inasprimento delle condizioni di negoziazione, ma anche per una scarsa conoscenza dei meccanismi dei canali commerciali e per una incapacità di offrire innovazione e servizio al cliente distributore. I rapporti si sono spesso basati su un atteggiamento difensivo e diffidente mentre l'esigenza è esattamente l'opposto, ovvero quella di creare una filiera del valore operando a sistema.

Le responsabilità di questa situazione non sono solo da ricercare nelle PMI ma anche nell'atteggiamento tattico che talvolta ha assunto la GDO, non facilitando l'affermarsi di un rapporto di partnership.

Il Distretto si configura come uno spazio di confronto e di costruzione di reti di scambio, anche tra imprese. Nel comparto agro-alimentare le Associazioni di categoria agricole stanno già lavorando con la rete distributiva e con la GdO per promuovere le produzioni locali; la grande distribuzione si è dimostrata abbastanza sensibile a

valorizzare i prodotti tipici, creando degli angoli/isole dedicate o dei momenti promozionali, iniziative che potrebbero porsi come input a visitare direttamente le aziende produttrici e l'ambiente intorno.

Le 10 regole d'oro delle PMI per essere buoni fornitori.¹⁰

1) Qualità del Prodotto

Scontata ma non banale, poiché per qualità intendiamo la capacità di differenziazione del prodotto grazie a caratteristiche oggettive che lo definiscano dal punto di vista organolettico o per la tecnologia di produzione e tradizione o per la sua origine o per le sue caratteristiche genetiche-costitutive (es. razza animale, cultivar vegetale).

2) Garanzia della Sicurezza

Tutte le produzioni, anche quelle più tradizionali e di piccole dimensioni, devono rispondere ai requisiti legali di sicurezza. Il distributore, direttamente o indirettamente, risponde della sicurezza dei prodotti venduti ma non può essere anche il garante dei propri fornitori. Per questa ragione le aziende produttrici devono essere aggiornate sulle evoluzioni legislative e sui rischi legati ai prodotti che commercializzano. In base a questi aspetti devono poi essere capaci di sviluppare e gestire efficacemente sistemi di sicurezza alimentare aziendale. Le PMI devono infine essere capaci di fornire garanzie tangibili dei loro sistemi di sicurezza al cliente.

3) Legalità

Un'azienda fornitrice deve agire sempre nei limiti della legalità. Il requisito sembra scontato ma non sempre è atteso, a partire dalle fasi autorizzative delle aziende riguardanti gli aspetti sanitari, ambientali e commerciali. Un'azienda deve garantire la legalità in tutte le sue attività, per gli ambiti non solo riguardanti la sicurezza alimentare ma anche altri quali l'ambiente, la sicurezza e l'igiene del lavoro, i contratti di lavoro e gli aspetti sindacali, gli adempimenti fiscali e commerciali.

4) Efficienza

Occorre efficienza in tutta la filiera. Una PMI che intenda percorrere la strada della fornitura in un canale distributivo evoluto deve essere efficiente. L'efficienza può essere raggiunta da una PMI grazie a sistemi aziendali ed organizzativi intelligenti al di fuori dei formalismi di facciata, grazie ad organizzazione di "filiera" che consenta una condivisione degli oneri con altri partner ed ottimizzazione delle risorse, grazie ad una conoscenza delle esigenze logistiche e degli strumenti per soddisfarle.

5) Capacità innovativa

Tutte le aziende fornitrici, ma le PMI in particolare, per differenziarsi hanno bisogno di offrire proposte nuove ed originali. L'innovazione può essere sul prodotto ma anche sulle condizioni generali di offerta, tenendo conto delle possibilità di merchandising e promozione nel punto vendita, dell'innovazione del packaging o della valorizzazione del prodotto mediante iniziative collettive.

¹⁰ "Rapporti fra Grande Distribuzione Organizzata e Piccola Media Impresa :esigenze ed opportunità"
Novembre 2007

6) Servizio

Sempre più le aziende della GDO vogliono concentrarsi sul commercio ed avere un buon servizio dalle imprese di produzione. Un'azienda che aspiri a divenire un fornitore privilegiato della GDO deve essere capace di fornire un livello di servizio tale da ridurre gli oneri del cliente. Esempi di servizio sono la promozione ed il merchandising sul punto vendita (es. il sommelier che guida nella scelta dei vini, preparazione di prodotti in loco), la vendita diretta dei prodotti in isole dei punti di vendita, le garanzie di consegna frazionate e cadenzate secondo le esigenze del cliente, la gestione dei rapporti con le realtà istituzionali locali.

7) Capacità di valorizzazione dei prodotti

Pur partendo dal presupposto di prodotti di qualità, la valorizzazione costituisce un ulteriore elemento di attrattività del prodotto e dell'azienda. La valorizzazione può passare attraverso forme di promozione di marchi collettivi, oppure di certificazione aziendale o di prodotto. Altre forme di valorizzazione sono la organizzazione di sistemi di comunicazione/informazione che facciano conoscere in modo semplice e diretto le caratteristiche del prodotto.

8) Partnership - Trasparenza

Le aziende della GDO hanno bisogno di ridurre tutti i problemi che non dipendono dal loro operato o che ne dipendono solo in parte. Questo obiettivo è raggiungibile mediante un atteggiamento di partnership e di condivisione degli oneri di gestione di alcuni aspetti. Fra questi emergono, a titolo di esempio, la gestione dei reclami e delle non conformità, nelle quali fornitore e distributore devono trovarsi uniti nell'affrontare le diverse problematiche e nel fornire risposte tempestive e non contraddittorie ai clienti ed alle istituzioni. Il concetto di partnership presuppone una trasparenza dell'azienda, che deve informare il cliente anche su eventuali problemi, anticipando le situazioni di non conformità e reclamo e riducendo i rischi.

9) Flessibilità

Le esigenze delle aziende distributive mutano con grande velocità; il fornitore deve essere altrettanto veloce nel seguirle. Questo requisito presuppone una buona conoscenza dei meccanismi della distribuzione ed una organizzazione aziendale flessibile e snella. La flessibilità riguarda soprattutto le condizioni quantitative, logistiche e di fornitura dei prodotti. Per far fronte a questa esigenza mantenendo i requisiti di legalità, le PMI devono trovare forme di organizzazione dell'offerta professionali ed efficienti.

10) Reattività

Sempre di più le aziende della GDO cercano di consolidare rapporti duraturi con le PMI per poter differenziare la loro offerta ed instaurare un rapporto positivo con il territorio. In questo approccio generalmente l'azienda distributiva basa la valutazione dell'azienda fornitrice, fermi restando i requisiti di legalità, sulla sua capacità di seguire i piani di miglioramento proposti. Questo presuppone una capacità di reazione da parte dell'azienda fornitrice che deve rassicurare il cliente sulla capacità di seguire le sue esigenze ed input.

4.5 Contrattazione tra GDO e territorio: Colli dell'Oltrepò come Distretto Socialmente Responsabile

La legislazione inerente il Distretto consente di attuare un piano di deroghe alle aperture nei giorni festivi.

Sarà questo uno dei primi argomenti portato alla Cabina di Regia, oggetto di un accordo discusso in modo approfondito tra Associazioni di categoria, Associazioni sindacali, Amministratori e sistema della distribuzione, in particolare la Grande Distribuzione Organizzata, anche se saranno ben tenute presenti le richieste e le opportunità da creare per i piccoli e medi negozi, così come per i bar e i ristoranti.

Gli Amministratori sono consci dell'importanza occupazione del settore commerciale per il territorio, ma sono anche chiamati a gestire l'impatto infrastrutturale dei Poli commerciali e la ricaduta sociale di un lavoro che permea di sé gran parte del tempo, sottraendolo alle relazioni familiari e sociali.

Il Distretto diventa la dimensione di una approfondita riflessione e concertazione per concordare con la Grande Distribuzione Organizzata soluzioni che sappiano implementare nel suo complesso la qualità del sistema.

E' l'Ente pubblico che deve poter stabilire il massimo di impatto (al netto della mitigazione) accettabile a seguito di nuovi insediamenti o di ampliamento in termine di superficie e di orari della GdO. Occorre quindi un meccanismo trasparente per valutare la compensazione e un meccanismo di garanzia per assicurare che la compensazione prosegua per tutto il periodo di durata dell'impatto, per cui le condizioni di Sostenibilità e la loro verifica nel tempo non possono che sostanziarsi in un Patto tra il Centro Commerciale e il Territorio.

La Cabina di Regia costruirà, attraverso un percorso di concertazione, un insieme di strategie e strumenti in grado di mitigare e compensare l'impatto¹¹, un complesso di azioni che possono costituire, per la comunità locale e per la stessa GdO, un "plus" economico, in termini di risparmi che, capitalizzati, possono superare i costi differenziali, un vantaggio competitivo in termini di immagine, una valenza locale, cioè impatta direttamente sulla struttura in oggetto.

¹¹ La mitigazione e la compensazione sono gli interventi che "indennizzano" la comunità. Mitigazione significa una serie di interventi tecnici, quindi misurabili, in grado di ridurre effettivamente l'impatto (emissioni Co2, rumore, traffico, vibrazioni, odori, inquinamento atmosferico, consumi, rifiuti, ecc.).

Compensazione è di tipo a): oneri di urbanizzazione, investimenti sociali, attività culturali, promozionali, sociali, sostegni occupazionali, servizi ai consumatori, rimboschimento, marketing territoriale e di tipo b): Carbon tax, pollution charges, certificati verdi.

Secondo il Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale 2006-08 e Disposizioni Attuative, il principio (teorico) di Regione Lombardia è "l'impatto di ogni nuova struttura commerciale deve essere nullo". Dato che nessuna struttura è totalmente priva di impatto, quello non assorbito dalle opere di mitigazione va totalmente azzerato con le compensazioni.

L'operatore deve allegare alla domanda da presentare all'Ente il cosiddetto "rapporto di impatto", in pratica una autovalutazione dell'impatto della struttura per cui si richiede autorizzazione, sotto i profili commerciale, urbanistico territoriale, e paesistico ambientale. Il rapporto deve indicare anche come, cioè con quali interventi, si intende compensare gli effetti negativi che non sono già eliminati dagli interventi di mitigazione.

4.6 Consenso dei soggetti: Comuni contermini, Sindacati dei lavoratori, Associazioni di categoria, Associazioni dei consumatori.

La concertazione delle misure compensative è il vero "cuore" del "rapporto di impatto" che verrà discusso e condiviso nella Cabina di Regia; il lavoro preliminare svolto in questi mesi, anche se condotto su tavoli separati, ha già portato ad individuare una serie di azioni significative, che potranno contribuire allo sviluppo complessivo dell'area.

Così come recita l'art. 5, Comma 1 della l.r. 6/2010 (ex articolo 4bis della l.r. 14/1999) il Distretto, nelle more del suo riconoscimento regionale, ha avviato un tavolo di lavoro tra i diversi soggetti e i Sindacati dei lavoratori del settore del commercio a livello provinciale, che viene formalizzato dalla sottoscrizione dell'Accordo di Distretto.

Il Tavolo ha individuato un pacchetto di macro aree di compensazione, che potranno essere attivate quando il riconoscimento del Distretto sarà ufficiale e quindi ce ne saranno i presupposti giuridici.

- garanzie occupazionali;
- opportunità occupazionali aggiuntive in caso di ampliamenti e di nuove aperture;
- disponibilità di assunzioni prioritarie per i residenti nel Comune interessato e nei Comuni contermini;
- miglioramento clima di lavoro e della qualità ambiente di lavoro,
- realizzazione di azioni e servizi volti a facilitare la conciliazione dei tempi, con possibilità anche di attivare all'interno della struttura asili/nidi aziendali aperti anche agli utenti residenti nei comuni del Distretto;
- attivazione di misure volte a favorire gli esercizi commerciali di vicinato posti nei comuni del Distretto e nelle frazioni, intendendo sia agevolazioni messe in atto dalle Amministrazioni, sia facilitazioni introdotte dalla stessa GdO in tema di forniture e altro;

- contributo a eventi culturali e ricreativi dei Comuni, organizzazione eventi turistici/promozionali nelle giornate di domenica;
- valorizzazione, nell'ambito della propria attività d'impresa, delle produzioni locali, in particolare quelle artigiane ed agricole, azioni di promozione e di marketing del territorio e dei suoi prodotti, realizzando uno spazio espositivo/informativo (depliant, manifesti, calendario iniziative, ristoranti, aziende agricole ecc, ecc);
- contenimento dei consumi energetici, produzione di energia rinnovabile, raccolta differenziata;
- attività di sensibilizzazione e formazione dei giovani, collaborando con gli istituti scolastici;
- realizzazione di opere di compensazione dell'impatto territoriale ed ambientale nel Comune interessato e in quelli contermini relativamente al sistema della mobilità sovra- locale ed agli altri aspetti ambientali;
- compartecipazione finanziaria alla copertura di eventuali oneri connessi all'adeguamento o al potenziamento dei servizi di trasporto pubblico locale;
- cessione al Comune a titolo gratuito (o in comodato) dell'area in caso di dismissione ed eventuale impegno a contribuire alla realizzazione sull'area di un'opera di interesse pubblico indicata dallo stesso Comune;
- ripartizione di oneri e di altri tributi tra i Comuni contermini che sopportano le esternalità negative e i diversi effetti di impatto;
- sostegno alla operatività della Cabina di Regia, contribuendo a garantirne la sostenibilità economica;
- contenimento dell'inquinamento dell'aria mediante l'utilizzo di automezzi a basso impatto ambientale;
- iniziative di rimboschimento e creazione di zone di compensazione del verde;

Lavoro con la GDO: modalità e iniziative emerse

Il gruppo di lavoro ha concordato sull'importanza di assegnare all'area commerciale funzioni 'plurime' – incontri culturali, svago, e sport – che la integrino con il tessuto circostante, ad esempio nel rapporto con le scuole o con le attività dei comuni, garantendone così l'utilizzo ottimale su tutto l'arco della giornata e della settimana, in coerenza con i piani dei tempi realizzati dai comuni.

Molti sono i miglioramenti che si intende ottenere sul fronte della responsabilità nei confronti dell'ambiente; nella progettazione e nella gestione degli edifici e degli impianti si può puntare ai migliori standard energetici migliorando l'efficienza dei consumi e promuovendo la produzione o l'utilizzo di fonti rinnovabili; si può ragionare sulla razionalizzazione della logistica del trasporto merci e motivare i dipendenti e utenti a utilizzare modi di spostamento più sostenibili con informazione, incentivi o premi, offerta di strutture per la ciclopedonalità e così via. La grande distribuzione può infine giocare un ruolo essenziale nel campo della riduzione e del recupero dei rifiuti,

promuovendo, ad esempio, prodotti a basso contenuto di imballaggi, oppure organizzando al meglio la raccolta differenziata dei propri rifiuti e di quelli dei fruitori. Un'attenzione particolare sarà data alle pari opportunità, ai rapporti tra l'impresa e i propri dipendenti – diritti sindacali, condizioni e qualità del lavoro, sicurezza – fino alle pari opportunità per dipendenti e fruitori dell'area, riducendo le barriere architettoniche, agevolando la presenza dei bambini eccetera.

Nel valutare le attività di compensazione rivolte all'interno dell'impresa/collaboratori occorre dare evidenza al fatto che si collocano all'interno di uno scenario segnato, ormai da alcuni anni, da una forte tensione all'efficienza e dunque al contenimento del costo del lavoro come voce che incide in maniera primaria sui risultati economici del punto vendita.

E' un ambito di intervento molto critico, su cui interviene anche la carenza di "vocazioni" espresse dal mercato del lavoro, particolarmente fra le giovani generazioni e soprattutto fra i maschi: il sabato lavorativo, le aperture sempre più frequenti nei giorni festivi e le retribuzioni d'ingresso sono infatti fattori che tendono a penalizzare il settore rispetto ad altri.

Il personale assume particolare importanza nel suo ruolo di relazione con i clienti. Per questo molta attenzione è riservata alla creazione e al mantenimento di un clima interno soddisfacente, attraverso azioni che cercano di conciliare - per quanto possibile - le esigenze personali con le esigenze organizzative soprattutto attraverso il ricorso a forme di flessibilità nell'orario di lavoro.

Tutte queste azioni, alcune delle quali sono già in atto nelle strutture della GdO, rientrano di fatto nel processo di Responsabilità Sociale di Impresa e potrebbero essere meglio programmate e realizzate utilizzando sistemi di gestione, alcuni dei quali godono anche di riconoscimenti europei, come Emas o SA8000, e possono essere più efficaci se si avvalgono di strategie di comunicazione adeguate.

Il Distretto intende porsi come laboratorio sperimentale per promuovere la Responsabilità Sociale d'Impresa nella Grande Distribuzione Organizzata

La **Commissione europea** definisce la RSI come «... *l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali, ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate*» (Commissione delle Comunità Europee, 2001).

Tra gli obiettivi della RSI rientra la minimizzazione dei conflitti con gli **stakeholders**. Le grandi imprese multinazionali, tra cui le stesse grandi catene della GDO alimentare, sono state tra le prime ad adottare una politica di responsabilità sociale, ormai diffusa anche presso numerose piccole e medie imprese. Tale scelta è infatti in grado di apportare benefici considerevoli di varia natura: miglioramento d'immagine e reputazione, efficace gestione delle risorse umane, impiego efficiente delle risorse ambientali e naturali, migliore gestione del rischio d'impresa e delle relazioni con le istituzioni finanziarie, con conseguente maggiore attrattività dell'impresa nel mercato finanziario.

Le aziende della GdO dimostrano prevalenza di attenzioni rivolte verso l'esterno a favore dei clienti e delle comunità di riferimento: si tratta di azioni di filantropia e mecenatismo e di attività tese alla soddisfazione e alla fidelizzazione della clientela, in linea con la declinazione operativa del posizionamento competitivo del supermercato ed in considerazione della crescita del ruolo e della pressione dei consumatori sulle imprese commerciali.

Dall'altro le relazioni con le comunità sono assunte, per così dire, come un impegno quasi "naturale": l'impresa commerciale pone direttamente l'imprenditore a contatto con le comunità e da esse ricava la sua legittimazione, sia in termini direttamente collegati al business sia in termini estesi di responsabilità sociale.

Il supermercato è infatti un'impresa che sta pienamente dentro la comunità e dentro la sua cultura in un rapporto di reciproca influenza. Questo è tanto più evidente nei territori in cui sono collocati i punti vendita del distretto che sono, per storia e tradizione, luoghi carichi di forme di socialità diffusa. Qui la relazione fra struttura commerciale e gruppi, associazioni e istituzioni deve essere imposta in modo diretto: il supermercato infatti è dentro al tessuto sociale e qui esprime la sua mission economica e valoriale. In altre parole l'azione economica diventa anche azione sociale.

La responsabilità sociale è sia frutto di sentimenti propri di sensibilità individuali, sia - soprattutto - strumento di politiche di comunicazione e marketing tese alla differenziazione rispetto alla concorrenza, alla valorizzazione dell'impresa e dell'insegna che coinvolgono anche la struttura di appartenenza, sia occasione per dare evidenza alla missione dell'imprenditore nel territorio in cui opera.

La forma più originale di RSI espressa dagli imprenditori della grande distribuzione si può realizzare - a nostro parere - quando gli interventi sono frutto di un processo autonomo di attenzione e di osservazione accurata dei fenomeni che sono espressione dell'ambiente e dei gruppi sociali di riferimento, piuttosto che la semplice risposta alle richieste provenienti dagli stakeholder esterni.

Si tratta infatti di azioni che nascono da un fare proattivo dell'imprenditore che vuole essere protagonista nel dare risposta a bisogni, desideri e sensibilità di cui sa valutare importanza, utilità ed effetti complessivi interpretando in tal modo la propria specifica missione imprenditoriale.

Si tratta di un aspetto di quella "creatività competitiva" che ricerca e attua soluzioni innovative per soddisfare le attese dei portatori di interesse e che fa di tali soluzioni un fattore di sviluppo dell'impresa ed insieme della comunità in cui è collocata.

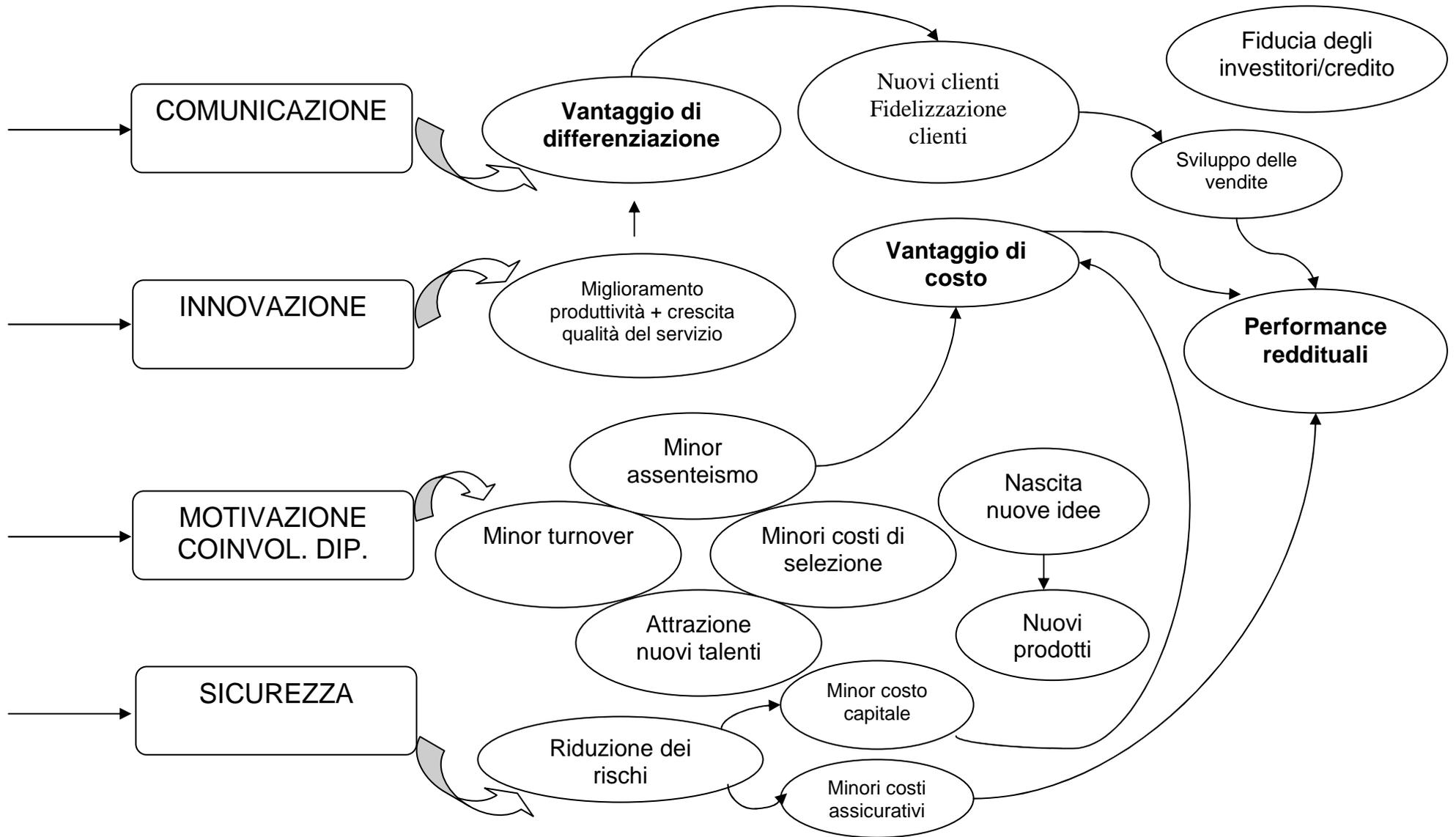
Così l'idea imprenditoriale si innova ed espande il suo intervento in modo originale ed autodiretto producendo benefici effettivi verso gli interlocutori, anche attraverso azioni caratterizzate da una certa originalità che crea differenziazione rispetto alle iniziative più collaudate.

D'altronde l'autonomia di cui sono portatori gli imprenditori della GdO - pur all'interno di comportamenti coerenti con l'appartenenza al Gruppo di appartenenza - facilita la messa in atto di azioni di RSI espressione diretta delle diverse sensibilità individuali e dell'incontro con le specifiche esigenze del territorio in cui il punto vendita si colloca.

La consapevolezza di gestire l'impresa secondo principi di responsabilità sociale rappresenta un tema importante e un punto di forza per ogni imprenditore in quanto gli consente di focalizzare obiettivi e finalizzare al meglio le azioni. Più un'impresa gestisce la RSI in maniera consapevole e strategica, maggiori saranno i vantaggi e i benefici che ne potrà ricavare.

Realizzare una comunicazione efficace sulle gestione socialmente responsabile attuata dalle imprese e riuscire a far comprendere il ruolo che questo comportamento riveste nel mantenimento degli standard di vita attuali, si pone come determinante per una scelta consapevole dei consumatori e di conseguenza come fattore di contrasto delle produzioni non etiche.

La RSI da attività più o meno marginale può diventare componente essenziale della vita dell'impresa connotando di sé la strategia del Distretto Colli dell'Oltrepò e conformandosi, alla fine, come vero e proprio elemento di distinzione dell'acquisto.



4. 7 Strategia di rapporto con i Consumatori e le Associazioni di Consumatori

I soggetti consumatori, o clienti, all'interno di un Distretto rappresentano di fatto uno dei Partner più strategici, la cui soddisfazione, in senso ampio, è l'obiettivo finale da raggiungere affinché il Distretto viva e sia quindi in grado di rispondere a tutte le sue finalità.

Sono i consumatori i soggetti in grado con le loro scelte di condizionare il sistema del commercio, soprattutto per i piccoli esercizi. Il confine di questo complesso meccanismo di costruzione della scelta è estremamente complesso e il Distretto Colli dell'Oltrepò si propone di rendere il soggetto consumatore sempre più un Partner consapevole, facendogli comprendere come egli stesso può determinare, con le sue scelte, l'ambiente in cui vive, trascorre parte del suo tempo libero, determina la qualità della sua vita e della sua famiglia, influenza il suo bilancio e infine influisce su una catena di relazioni imprenditoriali e sociali complessa e articolata.

Il Distretto è consapevole di interagire con sistemi commerciali, quali la GdO e il piccolo esercizio, molto diversificati nel rapporto con il cliente: oltre ad una diversità di rapporto umano, è evidente come il piccolo esercizio costruisce personalmente una relazione quotidiana e deve lavorare per trasformare una offerta limitata in offerta di qualità: non dispongono di 10 tipi diversi di insalata, ma questa verdura arriva da un agricoltore vicino.

Al contrario la GdO investe nella strategia di marketing forze notevoli, dispiegando una gamma di prodotti vasta per tipologia, qualità, prezzo.

Il Distretto ha stabilito pertanto un rapporto consolidato con Federconsumatori di Pavia, che è entrata ufficialmente come Partner; costituita nel 1988 è un'associazione *senza scopo di lucro* che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti di consumi operanti nell'ambito dell'Università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori.

Attraverso Federconsumatori il Distretto intende costruire un rapporto di reciprocità consumatori, rete del commercio, soprattutto di prossimità, e della produzione agricola di qualità, in modo da rendere il consumatore, sia interno che esterno al territorio, consapevole del ruolo che esercita attraverso le sue scelte.

Reciprocità intesa come rapporto di conoscenza e collaborazione in cui le persone che acquistano sono consapevoli di costituire il determinante tra la mantenere una società locale o avviarsi verso la desertificazione. Quel *delta* di costo che l'acquisto sotto casa potrebbe comportare (ma non sempre è così) diventa, in una dimensione partecipata, l'investimento che il consumatore fa per vivere in una dimensione migliore, in un ambiente sostenibile, per la salute sua e della sua famiglia.

Allo stesso modo gli esercizi di vicinato dovranno rafforzare la qualità della loro offerta e dell'accoglienza, perseguendo strategie di diversificazione e specializzazione: un particolare tipo di pane, i prodotti tipici di qualità, servizio a domicilio, l'apertura diversificata per "intercettare" anche la mamma pendolare....

E' quindi un vero e proprio patto che trova nel Distretto le condizioni per essere costruito.

In questa prima fase di vita del Distretto è stata coinvolta Federconsumatori di Pavia, nella persona del Dott. Mario Spadini, in qualità di Presidente. L'associazione ha come scopo la tutela di fondamentali diritti quali: la legalità del mercato, la tutela della salute, la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto ad una informazione corretta e adeguata, la lealtà e la chiarezza della pubblicità, l'erogazione di servizi di interesse pubblico secondo standard di qualità e di efficienza, la difesa degli interessi economici e patrimoniali. L'Associazione dei Consumatori si pone come fattore di equilibrio, rimettendo al centro il soggetto consumatore con le sue necessità e le sue esigenze emozionali.

4.8 Dinamiche di Distretto e Agricoltura

Il Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò si prefigge di costituire uno strumento rilevante anche per lo sviluppo e la promozione del comparto agro-alimentare.

L'andamento economico evidenzia come il settore agricolo trovi nella remunerazione finale il punto debole, che impedisce costantemente di riequilibrare i bilanci aziendali, riprendere gli investimenti, innovare le filiere produttive. Conseguire un giusto prezzo per i propri prodotti è quindi un obiettivo strategico, a cui le imprese agricole tendono attraverso un costante incremento della qualità e strategie di mercato volte ad accorciare sempre più la filiera produttiva da un lato ed a aggregare l'offerta dall'altro. La logica di Distretto rappresenta una importante opportunità per creare un tavolo di lavoro tra produttori e distribuzione, trasformazione e consumatori finali. Se si evidenzia che l'agricoltura in questa area è garante del paesaggio vitivinicolo, e non solo, il ruolo di una modalità di sviluppo concertata risulta ancora più evidente per costruire una rete unita e sistemica per il rilancio e il mantenimento dell'Oltrepò ad alti livelli commerciali

Dal processo di costruzione del Distretto sono già emersi alcuni elementi, che saranno portati al centro della Cabina di regia e del Tavolo di Lavoro:

- la sinergia tra Colli dell'Oltrepò e l'istituendo Distretto agricolo, incardinato sulla produzione vitivinicola di eccellenza;
- la presenza di soggetti di alto rilievo come le Cantine Sociali, il Consorzio Vini, che hanno costruito il Marchio Terre d'Oltrepò, le aziende produttrici;
- le numerose esperienze di Farmer's Market, sia a livello di Associazioni, come Campagna Amica, che di Comuni, che intendono riqualificare le piazze interne dei borghi proprio per ospitare i mercati agricoli e organizzare concerti, attività didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari che rendono la spesa del fine settimana una occasione di relax per le famiglie.
- La presenza di un centro di ricerca qualificato come Riccagioia.

La particolare connotazione del Distretto Colli dell'Oltrepò, data dalla presenza rilevante della GdO, lo configura, inoltre, come strumento strategico per creare opportunità di promozione e vendita dei prodotti agricoli del territorio.

L'idea di agganciare la vendita in loco delle produzioni del territorio, risponde anche al criterio di maggiore attenzione alle scelte che orientano il consumatore, che vuole acquistare prodotti freschi, naturali, locali, che non devono percorrere grandi distanze con mezzi inquinanti e subire i lunghi tempi di trasporto prima di giungere sulle tavole. La volontà di valorizzare nella distribuzione commerciale la produzione locale è coerente con l'obiettivo di favorire lo sviluppo economico generale, ma anche di assicurare una crescita sostenibile dal punto di vista ambientale per le ricadute che tali cibi hanno sul territorio. Garantire una maggiore presenza di prodotti locali non è solo un contributo alla libertà di scelta dei consumatori, ma rappresenta anche un contributo all'integrazione delle aree commerciali con il tessuto economico, produttivo e culturale e risponde al dettato della normativa italiana, che prevede la presenza di prodotti agricoli regionali nella moderna distribuzione, da definire sulla base di intese di filiera.

4.9 Sviluppo del comparto artigianale

L'area del distretto fonda la propria economia in primis sul commercio e nello specifico sul Polo commerciale sovraregionale, per il quale si prevede un ulteriore rafforzamento, sia come ampliamento delle marche già presenti, sia per l'arrivo di nuove imprese. Per il 2009, i dati Excelsior confermano nettamente al primo posto, e con tendenza all'incremento, la ricerca di personale da inserire nel settore commerciale e dei servizi

Tutta l'area attualmente occupata dalla fabbrica della Colussi si presume che sarà destinata ad insediamenti commerciali, così come altri terreni allineati lungo le due principali arterie di penetrazione/comunicazione. Un maggior flusso di persone potrà, se adeguatamente gestito come intende il Distretto, dinamicizzare anche il comparto dell'agricoltura e del turismo, strettamente collegati dal settore vitivinicolo.

Questo particolare aspetto del Distretto non distoglie però gli Amministratori dalla consapevolezza che un sistema economico deve prevedere più comparti produttivi, anche per poter offrire più profili professionali ai giovani ed ai residenti in generale.

La Provincia di Pavia ha subito gravi riduzioni occupazionali, conseguenti alla chiusura anche delle grandi aziende come la Necchi e le Officine delle Ferrovie.

In tutti i comuni, sia pur con diversa importanza, esiste un polo artigianale e operano diverse imprese artigianali, sia a conduzione familiare che con personale dipendente: un patrimonio prezioso che deve essere oggetto di molta attenzione da parte degli Amministratori, per attivare piani e soluzioni mirate, anche in considerazione dei dati dell'andamento economico: del dato medio provinciale dell'andamento dell'indice artigiano sintetizza una diminuzione produttiva annua del -3,9% del 2008 rispetto al 2007. Ormai si tratta del secondo anno consecutivo in cui i risultati produttivi dell'artigianato manifatturiero pavese non consentono considerazioni positive.

In un territorio la presenza di produttivi rappresentano una condizione imprescindibile per la crescita equilibrata del sistema economico locale ed una leva in grado di portare valore aggiunto in termini di crescita competitiva, potenzialmente innescando un circolo virtuoso di investimenti.

La competitività del tessuto imprenditoriale artigiano è senza dubbio favorita dalla creazione di nuovi insediamenti e, laddove esistenti, dalla loro riqualificazione.

E' pertanto di fondamentale importanza che il Distretto supporti con azioni appropriate lo sviluppo degli insediamenti artigiani, muovendosi nella logica, che gli è propria, di governance del territorio e promuovendo interventi coordinati che mettano a fattor comune risorse pubbliche e private.

Particolare interesse si intende rivolgere alla possibilità di creare interventi infrastrutturali e innovativi che sottendano o abbiano la specifica finalità di porsi al sostegno delle aggregazioni di imprese ed all'integrazione di filiera e favorire quelle progettualità che si caratterizzano per una spiccata attenzione al rispetto della compatibilità ambientale nello svolgimento delle attività produttive e nella realizzazione di opere infrastrutturali.

Lo sviluppo della PMI è stato uno degli argomenti affrontati nel iter di realizzazione del Distretto e si è deciso che sarà affrontato in modo coordinato dalla Cabina di regia, con l'obiettivo di favorire la creazione di condizioni territoriali che consentano alle aziende artigiane di localizzarsi in aree adeguatamente attrezzate e dotate di soluzioni progettuali moderne e tecnologicamente avanzate, o comunque di crescere all'interno di aree esistenti adeguatamente riqualificate, con benefici per il proprio sviluppo e la propria crescita, in un'ottica di aggregazione e collaborazione

competitiva e di affermazione della cultura della sostenibilità dello sviluppo in termini ambientali e sociali e della responsabilità sociale delle imprese.

Sono stati definiti alcuni obiettivi strategici:

- valutazione della opportunità di diversificare la vocazione produttiva dell'area del Distretto, individuando nel territorio dei quattro comuni le aree più funzionali a collocare gli insediamenti produttivi;
- valutazione delle esigenze infrastrutturale dei poli artigianali esistenti;
- studio in merito alla possibilità di realizzare nuovi insediamenti produttivi, con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale. Sono stati valutati alcuni comparti come maggiormente interessanti: fonti di energia rinnovabili, microelettronica, agro-alimentare.

Relativamente quest'ultimo comparto, si è ragionato sull'importanza che potrebbe avere la nascita di una filiera corta di trasformazione delle produzioni agricole di qualità dell'Oltrepò Pavese, come, ad esempio, la frutta e gli ortaggi.

Anche se il momento è difficile, un territorio che si attrezza per ospitare nuove imprese può conseguire notevoli risultati: il Distretto Colli dell'Oltrepò può contare su una buona posizione logistica dell'area, ben servita dalle autostrade e dalla ferrovia, posta a metà tra due province dinamiche quali Alessandria e Piacenza, nonché su una buona disponibilità di profili professionali, data la presenza di scuole tecniche sperimentate, come l'ITIS Maserati.

I prossimi bandi di Regione Lombardia potrebbero essere l'occasione per concretizzare i ragionamenti portati avanti dalla Cabina di Regia.

5. Correlazione tra le dinamiche del Distretto e il piano delle risorse disponibili e potenziali

Per valutare e attivare strategie funzionali alla costruzione e mantenimento del Distretto è stata condotta una analisi sia sul campo che avvalendosi dei numerosi studi e documenti programmatori, volta a definire il quadro delle risorse disponibili ed attivabili sul territorio, in termini sia di risorse umane che ambientali , economiche, relazioni ecc.

Questa disamina ha permesso di valutare il "patrimonio" del territorio, di valutare il potenziale di sviluppo, le tematiche comuni e le conseguenti dinamiche attivabili.

E' stata quindi realizzata una analisi del piano di strumenti di programmazione e finanziamento disponibili, in modo da attivare una strategia di de-frammentazione degli interventi su altri canali di finanziamento, collegando la funzione commerciale con altre leve utilizzabili sul territorio.

La struttura della Cabina di Regia avrà la funzione di integrare, far dialogare e mettere a sistema i diversi livelli di progettazione in atto o possibili.

Opportunità!

Integrare il Distretto con la programmazione e i progetti in atto, collocando i singoli interventi in un processo in continuo, su specifici bandi e opportunità di finanziamento anche private. Gestire in modo integrato progetti e canali finanziari.

5.1 Rilevamento/valutazione del piano delle risorse disponibili e potenziali

Per valutare e attivare strategie funzionali alla costruzione e mantenimento del Distretto è stata condotta una analisi sia sul campo che avvalendosi dei numerosi studi e documenti programmatori, volta a definire il quadro delle risorse disponibili ed attivabili sul territorio, in termini sia di risorse umane che ambientali , economiche, relazioni ecc.

E' stata altresì rilevata ogni indicazione programmatica espressa dall'area, in particolare il Piano d'Azione Locale dell'Iniziativa Leader +, la documentazione relativa al Sistema Turistico Po' di Lombardia, i singoli piani triennali comunali, il Piano di Programmazione Provinciale della Provincia di Pavia, il Piano Agricolo Provinciale, l'Aqust della provincia di Pavia ed ogni altro atto programmatico in atto o in fase di adozione (piani di assestamento forestali, piani formativi, piano trasporti, piano di interventi sociali, A.T.O.....).

Questa disamina ha permesso di valutare il "patrimonio" del territorio, di individuare un potenziale ed ottimale tema catalizzatore, di valutare le dinamiche attivabili.

A fronte della raccolta delle istanze e delle proposte, è stata fatta una analisi del piano di strumenti di programmazione e finanziamento disponibili, in modo da attivare una strategia di de-frammentazione degli interventi su altri canali di finanziamento, collegando alla funzione commerciale altre leve utilizzabili sul territorio.

La struttura della Cabina di Regia avrà la funzione di integrare, far dialogare e mettere a sistema i diversi livelli di progettazione in atto o possibili.

Le ulteriori opportunità di finanziamento omogenee alle iniziative proposte, che sono o saranno oggetto di progettazione complementare al Distretto sono:

- ⇒ Testo Unico delle Leggi Regionali in materia di commercio e fiere - Legge Regionale 2 febbraio 2010, N° 6, che riordina il comparto del commercio, in una chiave di sviluppo integrato del territorio;
- ⇒ Interventi specifici per il comparto turistico: Sistema Turistico Po' di Lombardia -Progetto strategico "Programma per lo sviluppo della competitività delle imprese lombarde" che nel 2009 prevede finanziamenti alle strutture private e per la creazione di reti di gestione, valorizzazione e promozione del comparto turistico.
- ⇒ Expò: progetto per la realizzazione di un metrò leggero di collegamento con Pavia e Milano
- ⇒ Fondo Ricostruzione delle Infrastrutture Sociali della Lombardia (F.R.I.S.L.) 2008/2010 "Miglioramento della mobilità stradale e sicurezza" approvata con Delibera Giunta Regionale 11 luglio 2008 - N. 8/7599 - Progetto di messa in sicurezza della - SP ex SS 461 del Passo Penice
- ⇒ Aqst provincia di Pavia: Intervento di valorizzazione e promozione della Via Francigena a cura di Direzione Generale per i Beni Librari, gli Istituti Culturali ed il Diritto d'Autore del MiBAC, - ItinerAria con rilevamento dei dati cartografici e la messa a punto del percorso pedonale della via Francigena su: i road books, le mappe, le tracce GPS e Google Earth
- ⇒ Realizzazione dell'intervento denominato "Greenway Milano-Pavia-Varzi" per il tratto ricompreso tra Pavia e Varzi La giunta provinciale pavese ha approvato il progetto preliminare e il Protocollo d'Intesa finalizzato all'individuazione di un tracciato per la Grenway Milano-Pavia-Varzi, sottoscritto da parte di Regione Lombardia, Provincia di Pavia, Comunità Montana Oltrepò Pavese, Comune di Pavia, Vigevano, Voghera, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura della Provincia di Pavia e Università degli Studi;
- ⇒ Leader Plus: Le Misure del Piano di Sviluppo Rurale Leader + dedicate al turismo, alla promozione dei prodotti tipici, alla realizzazione di itinerari della cultura e del gusto;
- ⇒ P.S.R. 2007-2013- Interventi orientati alla valorizzazione dei prodotti agricoli;
- ⇒ Bando per lo sviluppo degli insediamenti produttivi a prevalente presenza artigiana - Edizione 2010. Misura A), alla quale possono partecipare le amministrazioni comunali della Lombardia, che intendono realizzare, ampliare o riqualificare gli insediamenti produttivi artigianali tramite opere di urbanizzazione o interventi infrastrutturali. Misura B), alla quale possono partecipare i consorzi e le altre forme di aggregazione fra imprese artigiane, che intendono realizzare progetti infrastrutturali strettamente funzionali agli insediamenti produttivi o opere d'impianti a servizio comune delle imprese consorziate. Misura C), alla quale possono partecipare le imprese artigiane

singole, che intendono introdurre tecnologie innovative di prodotto e processo, o dirette alla riduzione dell'impatto ambientale, ovvero potenziare la dotazione strutturale ed infrastrutturale o migliorare la sicurezza nei luoghi di lavoro.

- ⇒ Decreto n. 1.757 del 26 febbraio 2010, pubblicato sul BURL n. 11 del 15 marzo 2010, dà attuazione alla DGR n. 10085 del 7 agosto 2009 "Determinazioni in merito ai requisiti per l'accREDITAMENTO dei distretti agricoli".

5.2 Correlazioni trasversali con gli altri strumenti di programmazione e sviluppo

Strumento programmatico	Ente	Ambito	Connessioni con il Distretto
P.S.R. - Piano di Sviluppo Rurale	Regione Lombardia	Agricoltura - sviluppo rurale	Misure per la salvaguardia, il sostegno e la promozione delle produzioni tipiche agro-alimentari
Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Pavia	Amministrazione provinciale di Pavia	Finalizzato alla individuazione delle strategie infrastrutturali del territorio	Elevata, in quanto sostiene e promuove la difesa del territorio montano e la rete del commercio minore
Programma di sviluppo turistico del Sistema Turistico "Po di Lombardia" (deliberazione Giunta Regionale n VIII/518 del 4 agosto 2005)	Provincia di Pavia	Sviluppo del turismo e delle attività artigianali, commerciali, agricole e culturali ad esso collegato	Il Programma di Sviluppo del Sistema Turistico "Po di Lombardia" è finalizzato al raggiungimento dei seguenti obiettivi: sviluppo di nuove potenzialità turistiche, crescita della qualità dei prodotti turistici e offerta di nuovi prodotti, integrazione tra differenti tipologie di turismo, anche al fine della sua stagionalizzazione, crescita della professionalità degli operatori e sviluppo delle competenze manageriali, promozione e attività di marketing.
Accordo di Programma Quadro	Regione Lombardia	Definisce e concorre all'attivazione di progetti operativi relativi allo sviluppo del territorio	Elevata, tra i progetti presentati attraverso i due strumenti deve esserci un forte dialogo e sinergia.
Piano di Sviluppo Locale	GAL Alto Oltrepò	Gestisce un pacchetto di interventi relativi agli aspetti sociali, turistici e culturali	I due strumenti sono convergenti e complementari per quanto riguarda tutti gli interventi relativi al turismo. In particolare si riscontra una forte connessione per quanto riguarda i progetti del GAL relativi alla rete dei sentieri

Strumento programmatico	Ente	Ambito	Connessioni con il Distretto
Distretto del vino	Provincia di Pavia	Sviluppo del settore vitivinicolo di alta qualità e del turismo ad esso collegato. Strada del vino	Il distretto del vino è in fase di riconoscimento e costituisce un importante traguardo per costruire un piano di marketing strategico in questo settore, puntando sul continuo incremento della qualità.
Piano Paesistico Provinciale	Amministrazione provinciale di Pavia	Individua le linee di costruzione e presidio del paesaggio	Rappresenta uno strumento di riferimento per la conservazione del paesaggio, ivi compresi gli insediamenti abitativi.
Piano d' Ambito Ottimale della Provincia di Pavia (ATO)	Amministrazione provinciale di Pavia	Definisce le modalità di gestione delle risorse ambientali e in particolare i quelle idriche.	Garantisce la qualità delle acque e il loro approvvigionamento
Piano Socio-Sanitario	ASL	Definisce le strategie del comparto sanitario e sociale	I due strumenti devono dialogare tra loro per le strategie attinenti al qualità della vita e i servizi, in particolare i negozi di vicinato integrato la funzione di presidio sociale che si propone il piano stesso.

6. METODO DI LAVORO

6.1 Introduzione

Il presente Programma di intervento è il frutto di una metodologia di lavoro che si è attuata attraverso la predisposizione di diverse azioni di coinvolgimento del territorio e degli attori territoriali. Le azioni hanno previsto:

- sensibilizzazione del territorio;
- supporto alle istituzioni pubbliche nella comprensione ed impostazione del lavoro
- concertazione tra gli attori pubblici e privati;
- predisposizione finale del Programma del Distretto del Commercio

L'organizzazione ha previsto la creazione di un gruppo di lavoro composto dalle Amministrazioni dei comuni coinvolti, dai tecnici comunali, dai segretari comunali, dall'Associazione di Categoria, dai rappresentanti della Grande Distribuzione Organizzata, da un società di consulenza esterna.

Sono stati realizzati momenti di lavoro prima solo con le Amministrazioni per fornire tutte le indicazioni indispensabili per poter effettuare una decisione attenta e sostenibile, quindi si è allargata la partecipazione alle diverse componenti del territorio, intendendo sia gli imprenditori del commercio, che altre aziende o associazioni che comunque rappresentano beneficiari indiretti o realtà che operano per lo sviluppo del territorio.

Grazie all'impiego di questa specifica metodologia, le istituzioni hanno garantito che il Programma fosse elaborato secondo criteri di qualità e coerenza con gli obiettivi perseguiti dalla Regione Lombardia con il presente bando.

Il Programma presentato è pertanto espressione non solo delle reali esigenze di riqualificazione commerciale rilevate nel territorio, ma è anche frutto di un'attenta attività di valutazione, analisi e selezione delle progettualità maggiormente coerenti con i principi e le finalità dell'iniziativa della Regione Lombardia.

Il Distretto diffuso del commercio, si pone l'obiettivo comune di fare sistema e di organizzare un'offerta integrata di qualità, valorizzando le rispettive sinergie e complementarietà nell'ottica di generare una spinta di sviluppo che vada, appunto, anche oltre, integrando il commercio con il turismo, con l'agricoltura e i prodotti tipici, con i servizi di qualità, con l'artigianato, con la formazione per la popolazione residente, per i turisti e per possibili (auspicabili) nuovi residenti.

Il percorso di lavoro con gli Amministratori ha portato come risultato alla creazione di una Cabina di Regia, ma soprattutto alla nascita di un gruppo di persone, che hanno ricostruito la necessità di lavorare insieme, di dialogare, di scambiarsi opinioni, strumenti e operatività per arrivare a mettere a punto soluzioni comuni.

Si sta strutturando sul territorio una dimensione di lavoro integrato, che crei permanentemente ponti di relazioni e collaborazioni. Questa nuova realtà di collaborazione si pone come premessa per l'avvio della fase attuativa del programma di intervento e della Cabina di Regia del Commercio, che dovrà garantire la governance sovracomunale delle dinamiche commerciali e, a seguire, delle loro interconnessioni con le altre aree di sviluppo.

E' ben presente ora nelle Amministrazioni la disponibilità a concepire il territorio come uno spazio di co-progettazione fra portatori d'interesse, dove tutti possono assumere il ruolo di attori sociali capaci di orchestrare e non solo mediare o comunicare, interessi comuni e visioni strategiche. Si è consolidato il concetto di *distretto diffuso* come continuità non solo territoriale, ma di servizi, utenze, interventi, in cui anche i nuovi Poli commerciali interregionali si inseriscono in modo funzionale.

I principi ordinatori

Nell'impostare il processo di formazione del Distretto, a partire dagli elaborati di carattere analitico fino alle strategie di Piano e ai meccanismi procedurali per la sua gestione e attuazione, si è fatto riferimento a dei principi ordinatori, che costituiscono elementi per la formazione di giudizi e valutazioni, per la gerarchizzazione dei problemi, per la creazione di una efficace architettura di relazioni, responsabilità e livelli di operatività tra i soggetti interessati nella definizione e nella attuazione del Distretto.

Il principio di sussidiarietà

Il principio di sussidiarietà muove da obiettivi di carattere generale che privilegiano l'efficacia della decisione e dell'azione amministrativa ed implica un modello di relazioni interistituzionali prive di sovrapposizioni, che tende all'attribuzione delle funzioni amministrative al livello in grado di assicurarne l'ottimale gestione, a favore di una logica del ruolo in funzione dell'obiettivo.

La sua applicazione comporta:

- il coinvolgimento degli enti e delle associazioni di competenza territorialmente e funzionalmente più interessati e vicini nella gestione del problema
- l'immediata individuazione dei soggetti coinvolti, in base all'oggetto delle politiche e delle azioni
- la scelta di adeguate ed efficaci configurazioni organizzative, attraverso l'utilizzo del criterio dell'adeguatezza organizzatoria nella differenze delle competenze.

Il principio del coordinamento interno

Il Distretto sia nei suoi apparati documentativi che nelle sue articolazioni propositive rappresenterà il momento fondamentale di coordinamento e gestione delle politiche del commercio. Economia e ottimizzazione delle strutture e delle risorse, circolazione del patrimonio conoscitivo, formazione di un sistema informativo territoriale, rappresentano alcune delle condizioni atte a definire il profilo di una azione e gestione integrata e coordinata delle politiche che prevedono effetti localizzati sul territorio. Al di là delle sinergie di carattere organizzativo, la mutua interdipendenza ed il reciproco arricchimento tra obiettivi di tipo settoriale e politiche territoriali e ambientali di carattere generale, rappresentano la chiave di volta per un rafforzamento complessivo del Distretto e del ruolo dei soggetti componenti, sia dal vista dell'efficacia e della qualità delle scelte, che dal punto di vista dell'autorevolezza delle politiche.

Il principio della concertazione / concentrazione.

I comuni ed i soggetti privati partecipanti al programma, preso atto dell'importanza e della strategicità del metodo della concertazione e del principio della concentrazione quale fattore di sviluppo e di ottimizzazione delle risorse, consapevoli che la dispersione, la frammentazione e la mancanza di una logica di sistema territoriale possono tramutarsi in potenziali vincoli per la crescita e lo sviluppo di un territorio, intendono aderire al Distretto per un miglior accesso alle possibilità di crescita e sviluppo. Il sistema del Distretto sarà in grado di realizzare un processo anche di *concentrazione* delle risorse umane ed economiche, mettendo in rete progetti, competenze, iniziative, esperienze ed ottimizzando le risorse umane e finanziarie disponibili.

Il principio della rappresentanza

I Comuni coinvolti vedono nel Distretto una rilevante opportunità, in quanto soggetto unico partecipato dalle quattro Amministrazioni, di interloquire con le realtà istituzionali sovraordinate e soprattutto con Regione Lombardia, al fine di far emergere le istanze del territorio e valutare con le Istituzioni soluzioni e interventi.

6.2 IL COINVOLGIMENTO DEI SOGGETTI: DALL'INFORMAZIONE ALLA PARTECIPAZIONE ATTIVA ALLA COSTRUZIONE DEL PARTENARIATO

6.2.1 Modalità di lavoro

Un Distretto senza bando

La costruzione del Distretto Colli dell'Oltrepò ha seguito un percorso del tutto originale, in quanto costruito non sotto l'istanza di una opportunità di finanziamento, ma grazie ad una graduale consapevolezza che il Distretto era l'unica reale strategia e opportunità per far uscire l'area da una situazione di individualismo che la avrebbe rapidamente isolata e immobilizzata in un rapporto comunque perdente come la realtà della GDO presente nell'area.

I Sindaci, alcuni neo-eletti, hanno avviato un percorso di analisi, con il supporto di un team di esperti, per valutare come valutare la situazione ed orientarsi, alla luce delle condizioni attuali e delle strategie ed indicazioni di Regione Lombardia, indicazioni che ponevano il soggetto Distretto quale interlocutore privilegiato.

La realtà dei comuni limitrofi organizzati già tutti in distretti è stato un elemento di riflessione: dopo una iniziale valutazione su una possibile integrazione, le Amministrazioni si sono riconosciute più omogenee tra loro che con il capoluogo Voghera, la situazione collinare di Borgo Priolo, o quella legata ai mercati storici di Broni/Casteggio.

Le Amministrazioni, consapevoli di queste dinamiche, hanno avviato un percorso di concertazione nel mese di dicembre 2009, volto a verificare l'esistenza dei presupposti per creare il Distretto.

La volontà di portare a termine un lavoro attento e rigoroso ha spinto gli Amministratori a non chiudere frettolosamente il processo di condivisione in funzione del terzo bando di Regione Lombardia e quindi, avendo verificato con l'Unità Operativa della DG Commercio la possibilità di chiedere il riconoscimento anche con un percorso extra-bando, si è lavorato attivamente per arrivare a definire un Programma il più possibile completo.

Si è lavorato per quattro mesi su diversi piani:

- con le Amministrazioni per verificare le condizioni di prefattibilità, l'omogeneità rispetto alla programmazione già in atto, gli interventi infrastrutturali da portare avanti
- con i piccoli imprenditori privati per verificare e recepire la loro disponibilità ad investire all'interno di un programma più vasto di sostegno al comparto commerciale
- con le realtà significative della zona, come ERSAF, per valutare l'apporto che potranno portare al Distretto
- con la Grande Distribuzione Organizzata, che gioca, ovviamente, un ruolo notevole.

Fin dai primi incontri con le Amministrazioni è emersa nettamente una situazione socio-economico baricentrica rispetto alla presenza della Grande Distribuzione, che qui

ha visto la nascita di una delle sigle storiche: Iper, tanto che proprio a Montebello ha sede in una villa antica la prima sede operativa. A seguire in ognuno dei quattro comuni, lungo le direttrici viarie principali, si sono insediati Castorama, Pittarello, Sorelle Ramonda ecc.

Riconosciuta questa identità di contesto e le dinamiche occupazionali, quindi sociali, economiche ed infrastrutturali che ne derivano, le Amministrazioni hanno lavorato per individuare obiettivi, strategie e azioni per costruire un programma di sviluppo per il futuro. Sono stati organizzati diversi incontri di lavoro, arricchiti man mano dai contributi dei diversi stakeholders intervistati che hanno aiutato a comporre un quadro completo della realtà locale, un quadro anche inedito, poiché le interviste hanno messo in emersione anche realtà e quindi progetti che la Amministrazioni stesse non conoscevano.

La costruzione del Distretto si è venuta conformando come quella di un piano di sviluppo locale, poiché in queste piccole realtà il commercio rappresenta un comparto di estrema importanza, snodo vitale ed elemento catalizzatore per l'agricoltura, per il turismo, l'artigianato, i servizi.

Parallelamente si è lavorato con gli stakeholders del territorio: gli imprenditori e i soggetti che a vario titolo rappresentano punti di riferimento per lo sviluppo. Per ogni interlocutore si è partiti da una adeguata spiegazione di motivazioni ed obiettivi, per passare al rilevamento del potenziale contributo e delle esigenze/attese.

Di più difficile avvio è stato il piano di animazione e ascolto con i soggetti privati, nello specifico i commercianti. Si è lavorato per aiutare le Amministrazioni a superare il timore di suscitare un eccessivo livello di attesa nei commercianti, a fronte del quale non esiste al momento attuale nessuna opportunità di aiuto economico pubblico.

La dinamica di costruzione di un distretto su bando prevede la possibilità per le imprese di accedere ad un contributo finanziario per la realizzazione delle opere, ma solo se la proposta progettuale e il relativo programma vengono riconosciuti, per cui le Amministrazioni valutano attentamente come esporsi nei confronti dei cittadini. Ancor più complesso è, evidentemente, la costruzione di un coinvolgimento e di un consenso sulla messa a punto di un programma che, agli occhi dell'imprenditore, può apparire meramente teorico.

Si è quindi lavorato molto sulla consapevolezza e sulla professionalità degli imprenditori, spiegando come sia indispensabile lavorare per tempo alla costruzione del progetto comune e non solo a fronte di una più o meno adeguata e mirata opportunità economica.

La costruzione partecipata e ragionata del Programma consente di disporre di una pista di lavoro condivisa, che può essere realizzata gradualmente, deframmentandola su diverse linee di finanziamento.

Alcuni obiettivi, come la valorizzazione ed una adeguata comunicazione, possono essere conseguiti anche solo coordinando e ottimizzando le risorse già disponibili, che, per essere efficaci, necessitano a volte solo di una migliore regia.

Un passaggio strategico è inoltre l'ascolto come rilevamento delle esigenze, come ricomposizione delle esperienze negative, come raccolta di idee e stimoli liberando l'imprenditorialità e la creatività dei soggetti e andando oltre storiche contraddizioni.

Una amministrazione che è vicino al cittadino per ascoltarlo ha comunque conseguito già un buon risultato.

I dati raccolti hanno consentito da un lato di dimensionare gli investimenti dei privati, ma soprattutto di restituire un quadro reale delle dinamiche e del sentire del territorio e quindi di verificare se gli interventi sui quali le amministrazioni intendono investire sono la reale e migliore, ancorché sostenibile, risposta alle richieste delle persone.

6.2.2. Il percorso partecipativo

L'attività di informazione e animazione tutt'ora in corso, si connota come un vero e proprio processo di *preparazione* del territorio allo sviluppo, investendo sulle persone, traducibile nel concreto in un percorso di apprendimento diffuso e continuo, preliminare, contemporaneo e successivo a tutto il ciclo di vita del programma messo a punto. Il territorio è diventato spazio comune di lavoro e progettazione, un luogo apprendente in cui sono confluite e hanno dialogato idee e progetti, sono emerse e si sono coordinate le diverse esigenze.

Il Distretto Colli dell'Oltrepò non viene costituito a fronte di un bando e del relativo finanziamento, per cui il percorso di costruzione ha messo in evidenza esigenze e volontà reali di investire nella propria azienda, nel settore e nel territorio.

Il commercio da molti anni vive una condizione di ripiegamento su posizioni minime, nel diffuso senso di impotenza derivante dalla presenza della grande distribuzione.

Il Distretto rimette in movimento un sistema di riconoscimento all'interno di una nuova cornice costruita dalle Amministrazioni, di rilettura delle possibilità, portate anche da un coinvolgimento intelligente della GdO medesima, ma soprattutto dalla creazione, per la prima volta, di un programma di sviluppo integrato che mette al centro il commercio.

Il percorso che ha portato alla costituzione del Distretto Commerciale Colli dell'Oltrepò nasce nel Dicembre del 2009, quando alcuni comuni dell'area delle prime colline ai margini della Valle Staffora, iniziano ad incontrarsi per cercare una metodologia di lavoro e sviluppo del territorio comune.

Le fasi operative incominciano nel Gennaio 2010 (04/01/2010 - vedi foglio firma in allegato), con un incontro promosso dal Consigliere Provinciale della Camera di Commercio di Pavia, con anche il rappresentante sul territorio dell'Associazione di categoria ASCOM, ed i Sindaci dei quattro Comuni rientranti poi nel Distretto, convocati presso la sede comunale di Retorbido.

L'occasione che ha fatto da catalizzatore è stato il III° bando dei Distretti Diffusi del Commercio a cui si intendeva partecipare, ma che presentava scadenze temporali troppo ristrette.

I contatti sono così proseguiti con successive riunioni (fogli firma in allegato) che hanno portato alla decisione di presentare ugualmente il Progetto extra Bando, nei mesi successivi. Infatti in data 4 Maggio 2010 è stato sottoscritto da parte di 4 Comuni (Codevilla, Montebello della Battaglia, Retorbido e Torrazza Coste), un' Accordo di Distretto per la costruzione di un patto di aggregazione territoriale. Unitamente ad esso è stato prodotto un "Programma di Distretto", nella logica di fare sistema e cogliere anche occasioni in campo turistico, agricolo, commerciale e artigianale, con il fine di promuovere il territorio.

Durante il periodo di tempo intercorso, si sono susseguite operativamente le fasi che hanno portato alla costituzione del Distretto.

In particolare nell'arco dei cinque mesi si sono tenute diverse riunioni con gli amministratori dei comuni nel corso delle quali sono state definite le modalità di coinvolgimento degli stake-holders locali, ossia dei soggetti operanti sul territorio nei vari settori interconnessi con l'ambito commerciale ed in particolare delle aziende del settore del commercio.

Le due tipologie di soggetti sono state contattate e hanno risposto operativamente in modo differente.

FASE 1: Mappatura sul territorio di tutti gli stake-holders e piano di contatto

Il Distretto si basa sul coinvolgimento dei soggetti che operano nel territorio, sia direttamente nel settore del commercio, sia indirettamente contribuendo con il loro volontariato a promuovere l'area e le sue attività, attraverso una ricca programmazione di eventi legati alla cultura, alle tradizioni ed ai prodotti tipici. Nel Distretto Colli dell'Oltrepò un ruolo di prestigio lo gioca il settore vitivinicolo e il vino è uno dei principali protagonisti e fattore di attrazione.

In particolare fra gli stake-holders locali sono stati contattati diversi soggetti sia per quanto attiene l'area del commercio, in senso stretto, sia gli ambiti trasversali e necessariamente complementari, trattandosi di un distretto diffuso in area rurale: il turismo, i servizi, l'agricoltura, l'artigianato, il volontariato.

Inizialmente è stata fatta una mappatura di tutti i soggetti esistenti sul territorio, facendo uso dei dati forniti dai Comuni stessi attraverso incontri singoli con le varie amministrazioni comunali e loro rappresentanti (vedi fogli firme in allegato), sia attraverso lavori e ricerche precedenti, che tramite ulteriori Piano di Sviluppo e Programmazione del territorio, ma anche tramite una semplice ricerca bibliografica e tramite mezzi informatici.

E' stata predisposta una lettera informativa accompagnata da un modulo di adesione che è stata inviata a tutti i soggetti, preventivamente contattati tramite chiamata telefonica, per dare indicazioni degli scopi ed obiettivi perseguiti dal sorgere del Distretto. Quindi sono stati incontrati i soggetti più motivati, mentre per altri è stata semplicemente raccolta solo una lettera di intenti alla adesione al Distretto.

A seguire i fac-simili inviati ai soggetti contattati e una traccia di questionario che è stato utilizzato per i colloqui diretti o telefonici.

Su carta intestata dell'ente

Dichiarazione di adesione e sostegno formale

AL PROGETTO STRATEGICO "DISTRETTI DEL COMMERCIO" PER LA COMPETITIVITA' E L'INNOVAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO NELLE AREE URBANE DELLA LOMBARDIA (EX DGR 24 LUGLIO 2008, N°VIII/7730)

Ai sensi di quanto previsto da Regione Lombardia per "DISTRETTI DEL COMMERCIO" PER LA COMPETITIVITA' E L'INNOVAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO NELLE AREE URBANE DELLA LOMBARDIA (EX DGR 24 LUGLIO 2008, N°VIII/7730),

- Vista l'approvazione della Regione Lombardia delle modalità applicative del PIANO TRIENNALE DEGLI INTERVENTI 2008/2010 SUL COMMERCIO - MODALITA' PER L'ATTUAZIONE DELL'INIZIATIVA " PROMOZIONE DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO "(D.C.R. N.527/2008);

- Vista l'approvazione della Regione Lombardia DGR 10478 del 9 novembre 2009"Distretti diffusi di rilevanza intercomunale";

- Vista la Legge Regionale N°6, 2 febbraio 2010 " Testo Unico delle Leggi Regionali in materia di commercio e fiere"

- Verificata la volontà comune degli Amministratori dei Comuni di Codevilla, Montebello della Battaglia, Torrazza Coste, Retorbido di affrontare e gestire in modo condiviso ed unitario il progetto di Distretto Diffuso del Commercio "Colli dell'Oltrepò";

- VISTO il coinvolgimento delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative a livello provinciale (ex L.580/1993) dei settori economici coinvolti nel Distretto Diffuso del Commercio, al fine di condividere con esse il progetto;

- Ritenuto che il Distretto "Colli dell'Oltrepò" è strategico e funzionale per lo sviluppo socio-economico dell'area

- VISTO il testo dell' Accordo di Distretto così come formulato da Regione Lombardia;

Il sottoscritto _____ in qualità di Presidente/Rappresentante Legale del _____,

DICHIARA DI

- supportare e partecipare alla promozione e realizzazione del "Distretto del Commercio denominato Colli dell'Oltrepò" in una ottica di valorizzazione dell'iniziativa sul territorio, aderendo quale partner al predetto programma;
- individuare il Comune di Montebello della Battaglia quale ente capofila del predetto programma e di conferire al medesimo ente, mandato speciale con rappresentanza, per lo svolgimento dell'insieme delle funzioni previste dal Programma;

SI IMPEGNA A

firmare l'Accordo di Distretto in data da comunicare.

Data, luogo

Firma

Fac- simile Dichiarazione di adesione al Distretto e dichiarazione a diventare Partner e quindi a firmare l'Accordo di Distretto.

Su carta intestata dell'ente

Dichiarazione di adesione e sostegno formale

AL PROGETTO STRATEGICO "DISTRETTI DEL COMMERCIO" PER LA COMPETITIVITA' E L'INNOVAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO NELLE AREE URBANE DELLA LOMBARDIA (EX DGR 24 LUGLIO 2008, N°VIII/7730)

Colli dell'Oltrepò

Ai sensi di quanto previsto da Regione Lombardia per "DISTRETTI DEL COMMERCIO" PER LA COMPETITIVITA' E L'INNOVAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO NELLE AREE URBANE DELLA LOMBARDIA (EX DGR 24 LUGLIO 2008, N°VIII/7730),

- Vista l'approvazione della Regione Lombardia delle modalità applicative del PIANO TRIENNALE DEGLI INTERVENTI 2008/2010 SUL COMMERCIO - MODALITA' PER L'ATTUAZIONE DELL'INIZIATIVA " PROMOZIONE DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO "(D.C.R. N.527/2008);

- Vista l'approvazione della Regione Lombardia DGR 10478 del 9 novembre 2009"Distretti diffusi di rilevanza intercomunale";

- Vista la Legge Regionale N°6, 2 febbraio 2010 " Testo Unico delle Leggi Regionali in materia di commercio e fiere"

- Verificata la volontà comune degli Amministratori dei Comuni di Codevilla, Montebello della Battaglia, Torrazza Coste, Retorbido di affrontare e gestire in modo condiviso ed unitario il progetto di Distretto Diffuso del Commercio "Colli dell'Oltrepò";

- VISTO il coinvolgimento delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative a livello provinciale (ex L.580/1993) dei settori economici coinvolti nel Distretto Diffuso del Commercio, al fine di condividere con esse il progetto;

- Ritenuto che il Distretto "Colli dell'Oltrepò" è strategico e funzionale per lo sviluppo socio-economico dell'area

Il sottoscritto _____ in qualità di Presidente/Rappresentante Legale del _____,

DICHIARA

- Condividere l'iniziativa del "Distretto del Commercio denominato Colli dell'Oltrepò" in una ottica di valorizzazione dell'iniziativa sul territorio, condividendo il predetto programma;
- individuare il Comune di Montebello della Battaglia quale ente capofila del predetto programma;

Data, luogo

Firma

Fac- simile Dichiarazione di condivisione al Distretto Colli dell'Oltrepò.



PARTNER DI PROGETTO:

- Storia dell'ente/organizzazione/associazione sul territorio
- Ruolo che svolge nel territorio
- Iniziative svolte nel territorio coerenti al distretto del commercio
- Ha svolto studi e ricerche sulle dinamiche commerciali nel territorio? ha dati a disposizione?
- Proposte di intervento a favore del settore commercio e relative all'attrattività dell'area in oggetto
- Condivisione obiettivi di un distretto e sostegno alle sue misure attuative
- Disposto a condividere le proprie analisi e conoscenze sul territorio per le dinamiche commerciali
- Ha in atto servizi integrati alla clientela e per la qualità urbana del commercio, anche attraverso forme dirette di gestione
- Offre opportunità dirette di accompagnamento agli operatori? Corsi di formazione?
- Iniziative che si integrano nel discorso del distretto del commercio?
- Disposto alla firma dell'accordo? Lettera di condivisione?

CELIT. s.c.
Sede operativa: 27058 VOGHERA (PV) • Piazza S. Bovo, 37 Palazzo Valfé • Tel: 0383.640601-640609 • Fax 0383.219098 – E mail: info@celit.it
Sede Legale: 27060 S. MARGHERITA DI STAFFORA (PV) • Casanova Sinistra, 25
C.F.P. IVA 00650910185 • CCIAA 155903 • Reg. Trib. Voghera (PV) N. 2489
Sede Operativa certificata ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2008

Questionario tipo utilizzato per i contatti con gli stake-holders locali.

Di seguito le idee raccolte durante gli incontri e i colloqui intercorsi con i vari soggetti locali; in allegato le schede con i dettagli descrittivi di ogni soggetto contattato, i fogli firme delle riunioni e le lettere di adesione al Distretto Colli dell'Oltrepò.

1) Associazione Commercianti della Provincia di Pavia (ASCOM)

L'Associazione Commercianti della Provincia di Pavia (ASCOM) è l'organizzazione sindacale a cui aderisce la maggior parte degli imprenditori del commercio, del turismo e dei servizi della provincia.

L'Associazione Commercianti della Provincia di Pavia (ASCOM) interverrà quale soggetto di promozione e diffusione delle azioni del Distretto tra i Commercianti.

Inoltre ASOM svolgerà un ruolo strategico di informazione capillare, garantendo la trasparenza del Tavolo e del lavoro futuro, mettendo a disposizione personale preparato a supporto delle aziende e i loro strumenti finanziari.

L'ASCOM ha svolto un ruolo attivo nella costruzione del Distretto, rientrando fra i Partner e quindi firmandone l'Accordo di Distretto.

2) Confesercenti Provinciale di Pavia. Confederazione Italiana Esercenti Attività Commerciali, Turistiche e dei Servizi

La Confesercenti Provinciale di Pavia interverrà quale soggetto di promozione e diffusione delle azioni del Distretto tra i Commercianti.

Inoltre svolgerà un ruolo strategico di informazione capillare, garantendo la trasparenza del Tavolo e del lavoro futuro, mettendo a disposizione personale preparato a supporto delle aziende e i loro strumenti finanziari.

La Confesercenti Provinciale di Pavia ha svolto un ruolo attivo nella costruzione del Distretto, rientrando fra i Partner e quindi firmandone l'Accordo di Distretto.

3) Camera di Commercio di Pavia

La Camera di Commercio di Pavia è un ente pubblico autonomo. La sua missione è quella di interpretare e promuovere gli interessi generali delle imprese della provincia e del mercato. I suoi destinatari sono gli imprenditori della provincia, le associazioni delle categorie economiche e professionali e tutta la comunità economica in senso lato. La Camera di Commercio lavora per offrire servizi alle imprese: anagrafici, promozionali, informativi e a tutela del mercato. La Camera di Commercio inoltre svolge attività di promozione, sostegno e animazione economica.

La Camera di Commercio di Pavia interverrà nel Distretto Colli dell'Oltrepò attraverso il raccordo degli interventi con le strategie, i programmi e i finanziamenti.

Verrà inoltre data informazione e visibilità al Distretto, tramite attività di comunicazione, informazione, supporto alla attivazione di strategie complementari tra commercio e gli altri settori.

La Camera di Commercio di Pavia ha firmato l'Accordo di Distretto e quindi risulta essere Partner.

4) Associazioni di categoria del Sistema Agricolo

- **Confederazione Nazionale Coldiretti**
- **Confederazione italiana agricoltori (Cia)**
- **Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana – Confagricoltura**

Le Associazioni del mondo agricolo si inseriranno nell'ambito del Distretto Colli dell'Oltrepò, ritenendo la dinamica del commercio uno dei pochi strumenti per ridare slancio comparto agricolo di qualità. In rappresentanza del sistema agricolo, contribuiranno a proporre forme di collaborazione diretta come la "Filiera corta".

Tutte e tre le associazioni del settore agricolo hanno firmato l'Accordo di Distretto e sono attivamente Partner.

5) CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa (PMI)

La CNA della Provincia di Pavia rappresenta i valori e gli interessi di tutte le forme di imprenditorialità artigiana e delle PMI del territorio. La CNA si inserirà nell'ambito del Distretto, attraverso attività di comunicazione e informazione; supporto alla attivazione di strategie complementari tra commercio e artigianato.

La CNA ha firmato una lettera di adesione ai contenuti del Programma di Distretto (in allegato).

6) Leroy Merlin (ex Castorama Italia)

Leroy Merlin è una delle più importanti catene europee di grande distribuzione specializzata nei prodotti per il bricolage e, più in generale per la ristrutturazione, l'abbellimento e la manutenzione di casa e giardino. Fra gli assi di lavoro nell'ambito del distretto commerciale che Leroy-Merlin sviluppa ricordiamo:

- possibili nuove assunzioni, con priorità ai residenti
- miglioramento qualità ambiente di lavoro
- contributo a eventi culturali e ricreativi dei Comuni
- contenimento impatto ambientale degli stabilimenti
- produzione di energia da impianti fotovoltaici
- organizzazione eventi turistici/promozionali nelle giornate di domenica
- angolo di promozione (espositore) del turismo nei comuni (depliant, manifesti, calendario iniziative, ristoranti, aziende agricole ecc, ecc)

Tali azioni sono parte dell'attività in ambito sociale/eco-sostenibilità che l'azienda Leroy-Merlin vuole sviluppare.

Leroy-Merlin in particolare vuole sviluppare la prossimità con le amministrazioni comunali, essere interlocutori con enti ed associazioni (es. Ospedale pediatrico Gaslini, Ist. Piccolo Cottolengo Don Orione), collaborare con istituti scolastici al fine di sensibilizzare/creare una cultura "verde" anche tra i giovanissimi.

Inoltre fra gli altri aspetti per cui bisogna anche approfondire le conoscenze, Leroy-Merlin indica:

- contenimento impatto ambientale
- produzione di energia da impianti fotovoltaici
- sviluppiamo il concetto della differenziazione della raccolta rifiuti.

Leroy Merlin (ex Castorama Italia) è fra i partner del Distretto Colli dell'Oltrepò e ha firmato l'Accordo di Distretto.

7) Centro Commerciale Iper Montebello

Iper Montebello si propone di agire nell'ambito del Distretto Colli dell'Oltrepò, attraverso alcune azioni in particolare:

- presidio dei licenziamenti
- miglioramento qualità ambiente di lavoro
- contributo a eventi culturali e ricreativi dei Comuni
- creazione di un asilo/nido aziendale
- contenimento impatto ambientale degli stabilimenti
- organizzazione eventi turistici/promozionali nelle giornate di domenica
- angolo di promozione (espositore) del turismo nei comuni (depliant, manifesti, calendario iniziative, ristoranti, aziende agricole ecc, ecc)
- produzione di energia da pannelli solari sulle coperture dei parcheggi esterni.

Il Centro Commerciale Iper Montebello è fra i partner del Distretto Colli dell'Oltrepò e ha firmato l'Accordo di Distretto.

8) Provincia di Pavia – Assessorato Turismo ed attività termali-Assessore Renata Crotti

La promozione turistica e la valorizzazione del territorio sono i principali ambiti di intervento dell'Assessorato al Turismo e alle Attività Termali; gli interessi appartengono agli ambiti storico-artistico, naturalistico, enogastronomico, fluviale, sportivo, scolastico, termale e del benessere. La Provincia di Pavia, con l'Assessorato Turismo ed Attività Termali, interagirà attivamente con il Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò, a cui ha aderito. Importante sarà il contributo per mettere a punto piani di comunicazione e marketing, avendo già in attivo numerosi interventi di valorizzazione del territorio. Per motivi di carattere amministrativo La Provincia di Pavia con tale Assessorato, non ha potuto rientrare al momento come Partner nel Distretto, ma si propone di farlo appena possibile; tuttavia ha dimostrato il proprio intento collaborativi attraverso una lettera di condivisione (in allegato).

9) Azienda Marchese Adorno

L'Azienda Marchese Adorno garantirà la trasversalità delle iniziative rispetto al turismo vitivinicolo presente nella zona, eventualmente inserendosi in percorsi turistici di carattere eno-gastronomico, che potranno anche avere come tappa i principali negozi tipici del territorio. Importante sarà anche il contributo per mettere a punto piani di comunicazione e marketing. Inoltre l'Azienda Agricola Marchese Adorno ha firmato una lettera di adesione al Distretto Colli dell'Oltrepò, con cui dimostra la sua condivisione (in allegato).

10) Azienda Agricola Montelio

L'Azienda Agricola Maontelio nell'ambito del Distretto Colli dell'Oltrepò sarà in grado di dare importante contributo per mettere a punto piani di comunicazione e marketing, è di inserirsi in un sistema di percorsi con le altre cantine e aziende vitivinicole del territorio,coinvolgimento quindi i produttori agricoli.

L'Azienda Agricola Montelio sarà anche punto di riferimento per le ricerche e le sperimentazioni svolte in campo viticolo, enologico ed ambientale, e pertanto svolge un ruolo fondamentale nell'ambito del Distretto Colli dell'Oltrepò. Inoltre l'Azienda Agricola Montelio ha firmato una lettera di adesione al Distretto Colli dell'Oltrepò, con cui dimostra la sua condivisione (in allegato).

11) Centro Vitivinicolo Riccagioia

Il Centro di Riccagioia è una delle sedi territoriali di ERSAF, specializzato in attività di ricerca e servizi per il settore vitivinicolo e l'agricoltura collinare appenninica.

Il Centro di Riccagioia è punto di riferimento per le ricerche e le sperimentazioni svolte da ERSAF in campo viticolo-frutticolo, enologico ed ambientale, e pertanto svolge un ruolo fondamentale nell'ambito del Distretto Colli dell'Oltrepò. IL Centro Vitivinicolo Riccagioia, sarà quindi in grado di dare importante contributo per mettere a punto piani di comunicazione e marketing nell'ambito del Distretto. Esso rappresenta un importantissimo fattore di promozione, avendo già in attivo numerosi interventi di valorizzazione del territorio. L'idea principale di Riccagioia è di inserirsi in un sistema di percorsi con le cantine e aziende vitivinicole del territorio. Creare anche un forte sviluppo del settore della didattica, creare un vigneto didattico, visitabile, con anche dei percorsi fruibili, potenziare la cartellonistica. Il Centro di Riccagioia garantirà la trasversalità delle iniziative rispetto al turismo, come già in atto grazie ai percorsi turistici, che avranno anche lo scopo di portare nei principali negozi tipici del territorio. Il Centro Vitivinicolo Riccagioia, disposto a collaborare attivamente nel Distretto del Commercio, ha firmato una lettera di adesione (in allegato), e si propone a breve di firmare anche l'Accordo di Distretto.

12) Proloco, enti e associazioni che organizzano sagre, eventi, manifestazioni

Sul territorio di interesse, rientreranno nel Progetto del Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò, enti e associazioni, che si occupano della promozione del territorio, attivandosi nell'organizzazione di sagre, eventi, fiere e manifestazioni varie. La maggior parte di tali enti fa capo alle Proloco dei diversi Comuni dell'area. Fra di esse, ricordiamo:

- Associazione Montebello di Nome e di Fatto
- Pro Loco Torrazza Coste "La Nuova Torre 2009"
- Pro Loco Codevilla
- Progetto Codevilla

Tutte le pro-loco rappresentano le forze del volontariato. Sono riconosciute a livello regionale e possono a loro volta richiedere contributi e raccogliere risorse finanziarie complementari per il conseguimento degli obiettivi del progetto.

Mettono a disposizione risorse umane, relazioni, esperienze e attrezzature di loro proprietà per la realizzazione della fiere, eventi e manifestazioni, quali stand, tavoli, sedie, gazebo, chioschi, cucine per degustazioni ecc.

Le Proloco del Territorio si sono dimostrate molto attente disposte a collaborare al Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò; inoltre l' "Associazione Montebello di Nome e di Fatto", rappresentante il Comune Capofila Montebello della Battaglia, ha anche aderito tramite una lettera di condivisione al Distretto (in allegato).

13) Arfea S.p.A. (Aziende Riunite Filovie ed Autolinee S .p.A.)

Negli ultimi anni l'azienda si è strutturata in modo da rispondere quanto più efficacemente alle necessità di trasporto dei cittadini. Alla tradizionale attività di prestazione dei servizi regolari sono state affiancate quella di noleggio autovetture e di autobus a fini turistici (entrambe svolte dalla controllata Découvertes S.p.A.). Responsabile della linea di trasporti di tutta l'area interessata dal Distretto Colli dell'Oltrepò, Arfea S.p.A, si è resa disponibile all'attivazione di servizi di Trasporto a chiamata, grazie al parco mini-bus di cui dispongono. Sono anche disponibili per servizi speciali in occasione di eventi particolari, anche in orario serale.

Arfea S.p.A. ha firmato una lettera di adesione ai contenuti e finalità del Distretto Colli dell'Oltrepò (in allegato).

14) "Tre a" associazione acquisti agricoli di voghera soc. Coop. A r.l.

Un gruppo d'acquisto è sostanzialmente un gruppo di persone che, anche in maniera informale, sceglie di unirsi per fare gli acquisti direttamente dai produttori, saltando tutta la catena distributiva. Un GAS è un gruppo d'acquisto solidale.

L'Associazione di Acquisti Agricoli TRE A di Voghera, interverrà nel Distretto Colli dell'Oltrepò. Tramite il coinvolgimento dei produttori agricoli con particolare riferimento ai prodotti tipici. Contribuirà inoltre dando supporto all'organizzazione per lo svolgimento di iniziative fieristiche. In rappresentanza del sistema agricolo, contribuirà a proporre forme di collaborazione diretta come la "Filiera corta".

La Cooperativa "Tre a" si è dimostrata molto interessata al Distretto del Commercio, e spera a breve di poterne dare adesione.

15) Associazione Villa Meardi

L'Associazione Villa Meardi ha sede nello storico cascinale di Voghera, con un centro per il recupero dei tossicodipendenti e per i soggetti svantaggiati. L'Associazione Cooperativa Villa Meardi agirà nell'ambito del Distretto del commercio Colli dell'Oltrepò, sfruttando quelle che sono le attività svolte nell'ambito della Cooperativa Sociale stessa, dalle attività di sperimentazione e ricerca e divulgazione agro-zootecnica, all'attuazione di attività agricole e florovivaistiche, con gestione di serre per la produzione ed il commercio di fiori e piante.

Si svilupperanno anche laboratori artigianali, con quindi l'attività di commercio al minuto e all'ingrosso di beni prodotti nei propri laboratori.

Sono inoltre presenti attività sociali, del verde, educative e formative per la realizzazione del proprio scopo mutualistico con particolare riferimento a:

- progetti, ricerche, seminari, convegni, corsi
- fiere, mostre ed eventi espositivi
- editoria e pubblicistica
- qualsiasi attività atte a promuovere l'identità e lo sviluppo del territorio
- attività di orientamento e accompagnamento per inserimento lavorativo.

L'Associazione Villa Meardi si è dimostrata molto interessata al Distretto del Commercio, e spera a breve di poterne dare l'adesione.

16) **GAL Gruppo Azione Locale Alto Oltrepò**

Il GAL Gruppo Azione Locale Alto Oltrepò s.r.l. nasce nel 1997 per realizzare il programma comunitario Leader II. Il GAL Gruppo Azione Locale Alto Oltrepò svolge e mette a disposizione del programma attività di animazione e supporto tecnico alle imprese commerciali grazie al SIAP, strumento informativo e di supporto, che intende offrire assistenza tecnica e informazioni di primo livello e indirizzare gli utenti verso gli interlocutori e le strutture più adatte a rispondere alle diverse richieste.

Il GAL Gruppo Azione Locale Alto Oltrepò si è dimostrato interessata al Distretto del Commercio ed ai contenuti del progetto.

17) **Sorelle Ramonda S.p.A.**

Sorelle Ramonda SpA, specializzata nella commercializzazione di capi di abbigliamento di qualità, attrezzature e calzature sportive, tessuti, biancheria per la casa e giocattoli. Fra gli assi di lavoro nell'ambito del distretto commerciale che Sorelle Ramonda S.p.A. si propone di sviluppare, ricordiamo:

- miglioramento qualità ambiente di lavoro
- contributo a eventi culturali e ricreativi dei Comuni
- contenimento impatto ambientale degli stabilimenti
- organizzazione eventi turistici/promozionali nelle giornate di domenica

Sorelle Ramonda S.p.A. si è dimostrata molto interessata al Distretto del Commercio, e spera a breve di poterne dare adesione.

Esigenze riscontrate

Tramite il piano di contatti avvenuto e attraverso gli incontri svolti, fra le principali esigenze riscontrate, si ricorda:

- Potenziare le occasioni di turismo e di attrazione di fruitori del territorio, in particolare anche nei giorni del fine settimana;
- Sviluppare una politica di comunicazione e pubblicizzazione di tutte le attività, fiere e manifestazioni previsti nel distretto del commercio;

Ogni soggetto coinvolto apporta al Programma un contributo strategico per la funzionalità complessiva.

Tutti i soggetti interpellati sono già attivi nell'area e da tempo cercano una piano di collaborazione e di sinergia sovraordinato che li aiuti a muoversi in modo sinergico, riuscendo a dare finalmente una visione unitaria del territorio. Si evidenzia in tal senso che durante la fase di ascolto una delle richieste più ricorrenti, alla domanda "Scegli una priorità per lo sviluppo del tuo territorio" riguarda il coordinamento e una strategia di marketing unitaria che sia in grado di mettere in valore e portare a sistema tutte le forze attive nel settore del commercio e quindi del turismo, della produzione agricola e dei servizi.

Il Partenariato è stato aperto a tutti i soggetti che hanno condiviso, partecipato e sostenuto la realizzazione del Distretto del Commercio e del programma di intervento, che si sono messi a disposizione per la sua successiva costruzione e per il suo sviluppo.

FASE 2: Contatto con le aziende del commercio: incontro sul territorio, attività di sportello, raccolta progetti , suggerimenti.

Gli esercizi commerciali del Distretto Colli dell'Oltrepò sono stati coinvolti nella costruzione del Distretto, anche attraverso le Associazioni di Categoria e le Amministrazioni comunali stesse per valutare l'interesse al Distretto, alla sua finalità e la propensione a restare aperti e ad investire nella loro attività.

E' stata così predisposta una lettera informativa accompagnata da un modulo di pre-adesione che è stato distribuito a tutti i commercianti dei quattro Comuni. Nella lettera si dava indicazione di come gli Amministratori, hanno avviato un lavoro di concertazione che, partendo dalle logiche più strettamente commerciali, arrivi a definire una programmazione condivisa e quindi porti alla costituzione e relativo riconoscimento del Distretto del Commercio.

Pertanto si richiedeva la loro collaborazione, indicando nella scheda allegata idee e progetti relativi alla propria attività. La scheda doveva essere restituita direttamente al proprio comune oppure consegnata di persona durante una riunione pubblica indetta presso il comune capofila dopo circa due settimane.

Il giorno 21 Giugno 2010 è stata indetta un'assemblea pubblica (foglio firme dsei partecipanti in allegato, presso il Comune di Montebello della Battaglia, a cui sono stati invitati tutti i commercianti interessati all'iniziativa. Si è provveduto a dialogare con gli stessi, in modo tale da riscontrare così quali fossero le loro esigenze principali, le idee su come investire, le problematiche su cui confrontarsi.

Nel corso dell'assemblea sono state presentate e condivise le finalità dell'iniziativa e forniti tutti i ragguagli operativi necessari. Sono state inoltre raccolte sia le schede arrivate presso il Comune nei giorni precedenti, che anche quelle portate direttamente al momento dai commercianti stessi.

L'attività di animazione del territorio è stata condotta spiegando ai privati le finalità e gli obiettivi del Distretto Colli dell'Oltrepò e quindi sono stati promossi una serie di interventi funzionali alla riqualificazione complessiva del Distretto, dove i commercianti sembravano propensi ad investire, riconducibili ad alcune macro-categorie:

- riqualificazione degli esterni degli esercizi commerciali
- allestimento di spazi di accoglienza/fruizione esterna con tende, tavolini, piante
- posizionamento impianti di sicurezza.

Sono state raccolte un totale di 17 schede (fac-simile di seguito), con indicazione delle tipologie di intervento e il relativo importo (inserirle in tabella a paragrafo 9).



**Regione Lombardia
DISTRETTI DIFFUSI DEL COMMERCIO
Scheda di raccolta preliminare interventi soggetti privati**

Tipologia di intervento: Barrare la tipologia di intervento prescelto per il proprio esercizio commerciale

	Acquisizione di nuove attrezzature per spazi esterni ai locali commerciali (tende, dehors, tavoli e sedie da esterno, ecc.);
	Lavori e opere edili per la risistemazione di facciate e fronti strada pertinenti ad attività commerciali;
	Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio, per le persone, le merci e gli immobili (Es. sistemi di videosorveglianza e di allarme elettronici, installazione di mezzi di dissuasione ed anti-intrusione);

<p>Descrizione sintetica dell'intervento:</p>
<p>Soggetto attuatore</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nome dell'esercizio - titolare - nato a - il - codice fiscale /partita IVA..... - CODICE ATECO (in Visura Camerale)..... - RECAPITO TEL/FAX/CELL/E-MAIL..... - Localizzazione dell'esercizio
<p>Stato intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - da avviare - avviato - concluso
<p>Costo stimato AL NETTO DELL'IVA</p>

CELIT. s.c.
 27058 VOGHERA (PV) • P.zza S. Bovo, 37 • Tel: 0383.640601 • Fax 0383.219098 – E mail: info@celit.it
 27050 S. MARGHERITA STAFFORA (PV) • Centro polifunzionale. Casenove Deste • Tel./Fax: 0383.551406– E mail: info@celit.it

Fac-simile scheda raccolta dati per gli esercizi commerciali.

L'elemento che più di ogni altro è significativo della situazione di calo di commercio dei negozi di vicinato dei Comuni del Distretto Colli dell'Oltrepò è una specie di "desertificazione" che il territorio "subisce" quando esce dal percorso della Statale. Lungo l'asse della statale infatti la Grande Distribuzione Organizzata ha una presenza decisamente attiva ed importante, che però oramai risulta essere radicata da tempo, e quindi non necessariamente motivazione principale di chiusura o scarso sviluppo delle attività più interne.

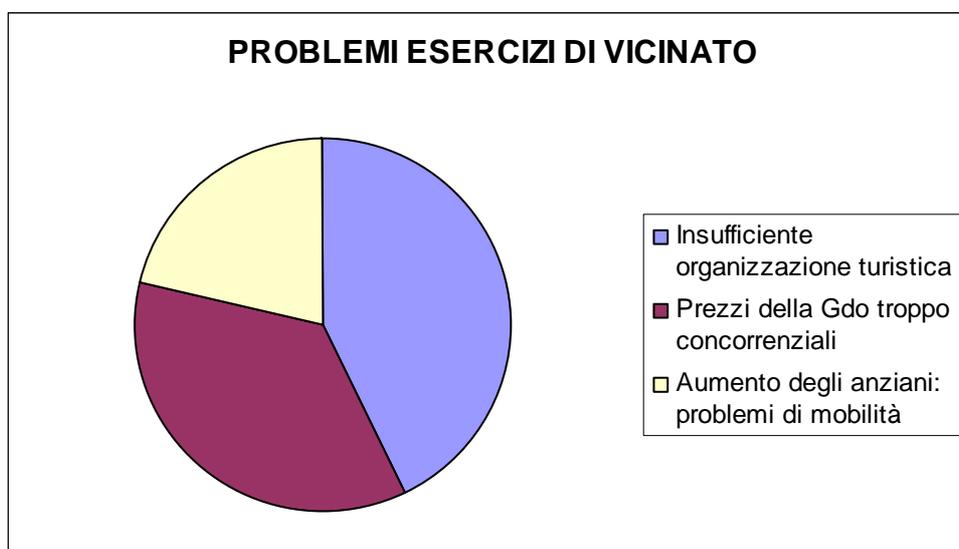
Tutte le azioni inserite nel Programma d'Interventi del Distretto sono infatti finalizzate a rivitalizzare questo territorio al di fuori di quello che risulta essere l'asse principale percorso ed a renderlo attrattivo in modo differente dall'attuale contesto.

In particolare sostenere la qualità e la funzione sociale degli esercizi di vicinato.

Tra le problematiche principali emerse durante l'incontro, principalmente è stato riscontrato, da parte dei commercianti:

- Insufficiente organizzazione turistica che valorizzazione correttamente il territorio e scarsa offerta di opportunità nel fine settimana;
- Difficoltà ad essere concorrenziali nei prezzi dei prodotti con la Gdo;
- Aumento della popolazione anziana e relativi problemi di mobilità e di approvvigionamento;

Commercianti	PROBLEMI RISCONTRATI		
	Insufficiente organizzazione turistica	Prezzi della Gdo troppo concorrenziali	Aumento degli anziani: problemi di mobilità
n°1	X	x	
n°2	X	x	
n°3		x	
n°4	X		x
n°5	X	x	
n°6	X		x
n°7	X	x	x
Totale	6	5	3



Le imprese durante l'incontro hanno segnalato l'importanza di alcuni fattori principali:

1. la possibilità di discutere le dinamiche del commercio e dello sviluppo in senso lato del territorio a 360° su un tavolo comune, regolamentato da protocolli chiari, al quale partecipino anche le rappresentanze della Grande Distribuzione;
2. la possibilità di collaborare più strettamente con le pubbliche amministrazioni, riconoscendole come alleate in un momento in cui la crisi rende ancora più necessaria la massima collaborazione e trasparenza;
3. la possibilità di costruire un piano di valorizzazione e comunicazione unico e coordinato, che aumenti il valore complessivo dell'area, e intercetti il consumatore sia "da lontano" per farlo arrivare (internet, google map, news letters personalizzate...), sia "da vicino", una volta giunto (segnaletica adeguata, stopper personalizzati...);
4. la possibilità di avvalersi della presenza della GdO anche come opportunità, ad esempio disponendo di una linea privilegiata di approvvigionamento per gli esercizi di vicinato presso la Gdo; tale intervento assume una strategica valenza di riequilibrio degli assetti attualmente presenti, sia sotto il profilo economico sia sotto il profilo della distribuzione commerciale;
5. la possibilità di accedere a linee di finanziamento, avendone conoscenza per tempo, in modo da costruire interventi ottimali e più rispondenti alle esigenze della impresa;
6. migliorare la facilità di accesso per la clientela;
7. incrementare l'attrattività dei paesi in termini di strutture architettoniche e arredo urbano;

Relativamente alle tipologie di investimenti, le imprese private hanno evidenziato alcune macro-aree di maggiore interesse, rispetto al loro piano di sviluppo.

1. interventi di adeguamento strutturale dell'esercizio, in una logica di miglioramento dell'offerta, di rispetto delle normative, di risparmio energetico;
2. acquisto di nuovi macchinari, che consentano di diminuire i costi, diversificare l'offerta, conseguire migliori livelli di sicurezza;
3. interventi di comunicazione e pubblicità.
4. organizzazione di acquisti ed altri servizi congiunti

Il Distretto, rispetto alle esigenze delle imprese e non solo, intende rappresentare anche uno strumento di informazione rispetto alle opportunità di sviluppo attivate da Regione, Provincia, Camera di Commercio, GAL ed altri soggetti, coordinando l'informazione, al fine di favorire al massimo le imprese.

6.2.3 Modalità di coinvolgimento, comunicazione e trasparenza con gli stakeholders nel Distretto

Durante il lavoro propedeutico alla realizzazione del Distretto è stata rilevata una forte istanza alla partecipazione, che non deve assolutamente andare perduta.

La Modalità organizzativa attraverso le quali le imprese potranno accedere al valore del distretto si struttura a partire dalla capacità dialettica intersoggettiva o sistemica, capace di attivare i progetti. La relazione tra le imprese che si viene a creare, su base volontaria, si fonda su una logica di patto associativo finalizzato allo svolgimento di un piano di attività in comune.

Si è valutato condizione ottimale che l'impegno assunto dai singoli aderenti al patto si traduca in un impegno formalizzato a partecipare alle attività del **Tavolo di lavoro permanente del Commercio**.

La definizione delle attività che sono oggetto di gestione coordinata e la relativa copertura dei costi sono la risultante di un processo di negoziazione in modo da garantire la tenuta del Distretto, con l'obiettivo di rafforzare sempre più la percezione e la consapevolezza di un vantaggio collettivo che può essere raggiunto attraverso un comportamento group oriented assunto dai singoli partecipanti all'iniziativa. L'obiettivo successivo è quello di costruire un modello a rete su base contrattuale, soprattutto per rafforzare la dimensione e l'autonomia economica del Distretto.

E' stato individuato un piano di comunicazione e coinvolgimento dei soggetti esterni, che si avvarrà di strumenti diversificati in grado di raggiungere soggetti diversi per cultura, orientamento, età, condizione sociale, aggiornamento.

E' importante evidenziare come il piano di comunicazione non sia fine a sé stesso, ma agisca su più piani in modo da fornire costantemente elementi di conoscenza e quindi favorire il confronto, sulla base di un linguaggio ed un piano di consapevolezza comune.

6.2.4 Piano delle azioni di comunicazione e coinvolgimento:

- ✓ comunicazione via internet attraverso le pagine dedicate al Distretto inserite nel sito dei Comuni. In queste pagine troveranno spazio le più diverse informazioni, saranno attivati link diretti con le Associazioni di categoria e con la pagina bandi di Regione e Provincia, in modo da veicolare le informazioni utili in modo semplice;
- ✓ Comunicazione via posta, su carta, in quanto per molti operatori anche anziani è ancora il mezzo più veloce e diretto;
- ✓ Incontri diretti con la cittadinanza e gli operatori su temi specifici di interesse comune;
- ✓ Analisi sul campo del gradimento e della percezione delle iniziative, focus group e interviste
- ✓ Serate a tema, informative su opportunità di sviluppo e su argomenti che possono interessare i residenti attinenti il tema dello sviluppo locale;
- ✓ Laboratori di sensibilizzazione dedicati agli operatori in modo da condividere strategie di sviluppo significative e apprendere metodologie innovative, anche legate all'innalzamento del livello di qualità di accoglienza, agli standard degli esercizi, alla conoscenza di nuovi strumenti di marketing...

6.3 . Composizione e coinvolgimento del Partenariato

Il modello individuato per generare valore per le imprese localizzate nel distretto e quindi rendere operativo e concreto il Distretto medesimo, è direttamente conseguente della realtà del territorio e delle esigenze/problematiche rilevate direttamente o tramite i documenti di programmazione disponibili.

Strumento cardine per il conseguimento degli obiettivi è la composizione del Partenariato I soggetti aderenti al programma hanno individuato come capofila il Comune di Montebello della Battaglia, in funzione della sua rappresentatività e della esperienza maturata nell'area del commercio, che lo mette in grado di coordinare le attività della Cabina di Regia, nelle successive fasi di messa a punto, mantenimento e implementazione del Distretto e della strategia adottata e quindi il supporto agli strumenti operativi quali il Tavolo Permanente per le politiche del commercio.

Il Partenariato è stato costruito in base alle dinamiche funzionali dei diversi soggetti sia per quanto attiene l'area del commercio, in senso stretto, sia gli ambiti trasversali e necessariamente complementari, trattandosi di un distretto diffuso in area rurale a risorse scarse: il turismo, i servizi, l'agricoltura, l'artigianato, il volontariato.

Si è deciso di dare vita ad un partenariato rappresentativo, ma ristretto per garantire la successiva gestione del Distretto, acquisendo il consenso e la condivisione operativa degli altri soggetti attivi del territorio.

Ogni soggetto coinvolto apporta al Programma un contributo strategico per la funzionalità complessiva, come esplicitato nella successiva tabella.

Si evidenziano di seguito gli elementi di forza, stabilità e persistenza del Distretto consequenziali alla presenza di specifici Partner.:

L'adozione da parte dei partner pubblici di accordi per l'erogazione di servizi complementari al commercio: Piano di gestione integrato dei servizi (vedi allegato).

La condivisione del progetto con la **Camera di Commercio di Pavia**, quale struttura di territorio che oltre a dare orientamenti e linee operative nel settore del commercio, mette a punto e gestisce programmi e finanziamenti nell'area del commercio grazie ad accordi bilaterali con Regione Lombardia;

La Camera di Commercio di Pavia ha individuato questo Distretto come una ambito sperimentale di eccellenza e pertanto intende partecipare alla vita ed alle attività del distretto, anche grazie ad una sua diretta rappresentanza nel Consiglio di Amministrazione.

Si propone per organizzare corsi di formazione per la governance attraverso la propria società Pavia Sviluppo secondo le necessità del Distretto stretto, anche a livello regionale.

Intende presentare costantemente le eccellenze del distretto alle manifestazioni-mostre organizzate o patrocinate dalla Camera di Commercio, nonché operare affinché il commercio diventi motore e riceva implementazione dal turismo, attivandosi per presentare-stimolare-sorreggere il turismo dell'area nei circuiti e nelle manifestazioni che vedono la Camera di Commercio soggetto organizzativo o partecipativo

L'adesione di **Associazione Commercianti Provincia Pavia e ConfEsercenti** quali soggetti di promozione e diffusione delle azioni del Distretto tra i Commercianti. Le Associazioni hanno svolto e svolgeranno un ruolo strategico di informazione capillare, garantendo la trasparenza della Cabina di Regia e del lavoro futuro: dispongono e mettono a disposizione personale preparato a supporto delle aziende e i loro strumenti finanziari(sia interni, Confidi, Associazione Commercianti Provincia PaviaFidi, sia grazie alla convenzioni stipulate con Bnl, Monte dei Paschi, , Banca Regionale Europea, Cassa Risparmio Parma e Piacenza, Istituto Bancario S. Paolo di Torino, Banca Intesa - Cariplo - Banco Ambrosiano Veneto - Banca Commerciale Italiana, Cassa Rurale Artigiana di Binasco, Banca Popolare Commercio Industria, Cassa Risparmio Torino, Cassa Risparmio Tortona, Banca Popolare di Novara, Banca Popolare di Milano, Banca Centropadana - Credito Cooperativo Oltrepò Pavese, Banca Popolare di Sondrio.) che potranno intervenire a copertura delle quote di investimento non coperte dal contributo;

La presenza dei **Sindacati** dei lavoratori si pone come garanzia per il Distretto di una costante attenzione ai lavoratori, alle famiglie, alla società locale. In particolare il distretto intende cos' rafforzare il passaggio da un modello che cerca di applicare alla distribuzione i principi del fordismo tipici dell'industria a quelli che, a partire dal riconoscimento del contributo che il personale dà grazie alla sua interazione con la clientela, cercano soluzioni nuove, fondate sul coinvolgimento del lavoratore. Il cambiamento di cultura si combina a una serie di trasformazioni strutturali che riguardano le modalità di impostare la logistica e l'offerta nei punti di vendita, con un impatto molto forte sull'organizzazione interna. In una zona caratterizzata da un declino purtroppo costante degli insediamenti produttivi e in un periodo di trasformazione come quello attuale, la presenza del Sindaco è un fattore strategico per costruire insieme nuovi modelli di lavoro sostenibili.

La presenza dei Consumatori, attraverso l'Associazione **FederConsumatori**, associazione autonoma e democratica di cittadini nella loro qualità di consumatori ed utenti con particolare riguardo a quelli svantaggiati sul piano economico e sociale. L'associazione ha come scopo la tutela di fondamentali diritti quali: la legalità del mercato, la tutela della salute, la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto ad una informazione corretta e adeguata, la lealtà e la chiarezza della pubblicità, l'erogazione di servizi di interesse pubblico secondo standard di qualità e di efficienza, la difesa degli interessi economici e patrimoniali. L'Associazione dei Consumatori si pone come fattore di equilibrio, rimettendo al centro il soggetto consumatore con le sue necessità e le sue esigenze emozionali.

La presenza dei principali operatori della GdO: Iper Montebello e Leroy Merlin, che con questo passaggio escono da una funzione meramente commerciale, per diventare soggetti attivi e partecipi dello sviluppo locale, con precisi impegni.

In particolare si evidenzia come nel Distretto Colli dell'Oltrepò **Iper Montebello**, già Carrefour presenta un ruolo del tutto particolare.

In questo comune, infatti, Carrefour si insediò con la prima unità commerciale nel 1974, scegliendo in modo abbastanza anomalo una zona ancora fortemente rurale e sempre nello stesso anno, Finiper SPA diventa la holding finanziaria del Gruppo. Iper Montebello diventa quindi il polo avanzato di ricerca e sperimentazione, dove vengono elaborate le strategie e definite le linee di azioni, tanto che nello stesso comune la società acquista Villa Rosada come sede della unità dirigenziale e di FinIper.

Nasce un forte rapporto collaborativo tra azienda e Comune che si manifesta anche nella tipologia dell'insediamento, a basso impatto ambientale, in linea con le direttive dell'amministrazione, tanto da non alzarsi ad oscurare il profilo delle colline. E' solo un esempio di come una amministrazione abbia saputo mantenere un corretto rapporto con una grande struttura, che pure rappresenta il primo sbocco occupazionale dei residenti, se non forse l'unico.

Iper ha manifestato fin da subito la volontà di essere partner, stante questa collaborazione costante con l'amministrazione locale e si impegna a mettere a disposizione una sede e i relativi servizi necessari per l'avvio e la gestione del Distretto.

Un'ampia rappresentanza delle imprese, delle associazioni culturali e di volontariato che sono state coinvolte nel Distretto attraverso la formula della Condivisione, come soggetti rappresentati della società e dell'imprenditorialità locale, imprese dinamiche che intendono partecipare direttamente alle attività d'impresa del Distretto. Si evidenziano: Le cantine di Torrevilla, l'azienda agricola Cantine Montelio, l'azienda agricola Cantine Marchesi Adorno, l'Associazione del Commercio 3° che raccoglie decine di soci produttori e consumatori.

Ha condiviso il percorso ed entrerà come partner, l'**Assessorato al Turismo** della Provincia di Pavia, impegnato nella valorizzazione turistica del territorio attraverso lo strumento del sistema Turistico, che evidenzia tra le emergenze, il comprensorio termale di Salice Terme, a cui potrebbe collegarsi, con un piano di recupero, anche la fonte termale di Retorbido, grazie alla creazione di un percorso-salute tra i due paesi;

Adesione dell'Ente **ERSAF Riccagioia**, ente partecipato dalla Regione Lombardia che è diventato un polo di primaria importanza nella ricerca e sperimentazione per il settore vitivinicolo, sede della Facoltà di Agraria. La disponibilità ad avviare un piano di valorizzazione delle produzioni locali, in stretta partecipazione con la Camera di Commercio, pone il centro di Riccagioia come un soggetto di primaria importanza all'interno del Distretto

Adesione al programma delle **Associazioni culturali** dell'area, che rappresentano la rete attiva di volontariato a servizio della promozione del territorio, unita ad un capitale di progettualità, esperienze e relazioni esterne accumulato negli anni. Le Associazioni di volontariato operano stabilmente sul territorio e sono responsabili dell'organizzazione e gestione attiva degli eventi pubblici sia nel settore del commercio che del turismo. Il volontariato, ancorché qualificato ed esperto come quello rappresentato nell'area, rappresenta per un contesto rurale uno strumento operativo di insostituibile portata, che può esprimere al meglio le proprie capacità nella misura in cui, come nel presente programma, potrà avvalersi dell'accompagnamento di soggetti più esperti nel marketing e, nello specifico, nel marketing in area commercio

Il **GAL Alto Oltrepò**, struttura mista pubblico-privata che si occupa di sviluppo locale. E' costituito da Provincia di Pavia la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura , la Comunità Montana Oltrepò Pavese, la Federazione provinciale Coltivatori Diretti di Pavia, l'Unione Agricoltori della Provincia di Pavia la Confederazione Italiana Agricoltori C.I.A. , la Confederazione nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa - Associazione provinciale di Pavia, l'Associazione Artigiani della Provincia di Pavia, l'Associazione Varzese Artigiani , l'AUSER comprensoriale di Pavia , il CO.PRO.VI. Mette a disposizione del Distretto l'Osservatorio Sviluppo Economico Ambientale (OSEA) Svolge e mette a disposizione del programma attività di animazione e supporto tecnico alle imprese commerciali grazie al SIAP, strumento informativo e di supporto, che intende offrire assistenza tecnica e informazioni di primo livello e indirizzare gli utenti verso gli interlocutori e le strutture più adatte a rispondere alle diverse richieste. Per richieste specifiche è prevista la presenza in sede di esperti dei diversi settori del Commercio, dell'Agricoltura e dell'Artigianato.

Tutti i soggetti aderenti sono già attivi nell'area, per cui la creazione di a piano di collaborazione e di sinergia sovraordinato li metterebbe in grado di muoversi in modo sinergico, riuscendo a dare finalmente una visione unitaria del territorio.

Lo strumento di lavoro del Partenariato sottoscritto dall'Accordo è la Cabina di Regia, aperta ad ulteriori, qualificati, ingressi ed è questa la logica anche dell'Accordo, sottoscritto da un gruppo significativo per ruolo, rappresentatività ed operatività, aperto a successive partecipazioni che ne condividano la filosofia e gli impegni.

Uno dei primi atti dell'Accordo sarà dotarsi di un regolamento interno.

Come di seguito esplicitato nella descrizione delle modalità di lavoro della Cabina di Regia, viene garantita, sia al suo interno che verso l'esterno, la massima trasparenza e diffusione della operatività, in modo da renderlo strumento di dialogo costantemente aperto sul territorio, agli attori locali ed agli stakeholders.

Il Partenariato è stato aperto a tutti i soggetti che hanno condiviso, partecipato e sostenuto la realizzazione del Distretto del Commercio e del programma di intervento, che si sono messi a disposizione per la sua successiva costruzione e per il suo sviluppo.

Ogni soggetto partecipa con un ruolo attivo mediante l'apporto di risorse umane e finanziarie o l'impegno alla realizzazione di azioni o iniziative di interesse del distretto, secondo la sua specificità, competenza e funzione consolidata nel territorio.

La costruzione del partenariato ha voluto valorizzare tutte le realtà locali, al di là del valore economico, in quanto in un'area a risorse scarse la partecipazione e il volontariato rappresentano un capitale di insostituibile valore.

Partner:

- Comune di Montebello della Battaglia, soggetto Capofila
- Comune di Codevilla
- Comune di Retorbido
- Comune di Torrazza Coste
- Iper Montebello SpA
- Leroy Merlin Italia srl Torrazza Coste
- Camera di Commercio Pavia
- Associazioni Sindacali dei lavoratori : C.G.I.L., C.I.S.L., U.I.L.
- Associazioni dei consumatori : Federconsumatori Pavia
- Associazione Commercianti Provincia di Pavia
- Confesercenti Provinciale Pavia
- Unione Agricoltori Provincia di Pavia
- Federazione Italiana Coldiretti Pavia
- Confederazione Italiana Agricoltori Pavia

Hanno manifestato la condivisione del Distretto e la volontà di avviare un lavoro comune, anche senza essere Partner allo momento attuale:

- Amministrazione Provinciale di Pavia, Assessorato al Turismo
- ERSAF Ente Regionale per i Servizi all'Agricoltura e alle Foreste
- Società d'Autolinee ARFEA SPA
- Associazione Montebello di Nome e di Fatto
- Azienda Cantine Montelio
- Azienda Vivinicola Marchese Adorno
- Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.

Sono stati coinvolti ed hanno manifestato l'intento di aderire:

- Cooperativa Sociale "Villa Meardi".
- Torrevilla Viticoltori Associati di Torrazza Coste e Codevilla Soc.Coop. rl
- Pro-loco di Torrazza Coste
- Pro-loco di Codevilla
- Azienda Commerciale Cooperativa Tre A
- Banca Centro Padana Codevilla

Sono stati intervistati:

- Sorelle Ramonda SpA
- Associazione Artigiani Oltrepò Lombardo
- Gal Alto Oltrepò

6.3.2 Ruoli e contributi dei singoli soggetti sottoscrittori dell'accordo

SOGGETTO PARTNER	LEGALE RAPPRESENTANTE	CONTRIBUTO
C.C.I.A.A. di Pavia	Dott. Giacomo De Ghislanzoni Cardoli, Presidente	Raccordo degli interventi con le strategie, i programmi e i finanziamenti della Camera di Commercio; informazione e visibilità. Integrazione con bandi sul commercio di competenza della CCIAA.
ASSOCIAZIONE COMMERCianti PROVINCIA PAVIA	Dott. Aldo Poli, Presidente	Il ruolo delle associazioni di categoria assume in questo distretto, caratterizzato da una presenza importante della GdO, un ruolo strategico per la tutela delle piccole realtà e del livello occupazionale complessivo.
ConfEsercenti	Dott. Romeo Iurilli Presidente	
C.G.I.L.	Dott. Renato Losio Segretario provinciale Pavia	I Sindacati porteranno al Distretto le esigenze dei lavoratori, ragionando su un concetto di sviluppo integrato. Le strutture della GdO presenti nell'area si pongono come rilevante fonte di occupazione, per cui i Sindacati saranno coinvolti nella gestione del tavolo di lavoro su trattative e proposte per valorizzare i lavoratori presenti, mantenere il livello occupazionale presente, operare per incrementarlo e studiare soluzioni innovative a vantaggio delle imprese del commercio presenti anche a livello familiare.
C.I.S.L. Provinciale di Pavia	Dott. Carlo Gerla, Segretario provinciale Pavia	
U.I.L. provinciale di Pavia	Dott. Gianfranco Urrata Segretario provinciale Pavia	
Federconsumatori	Dott. Mario Spadini, Presidente	Assume il ruolo di tutela dei consumatori sia verso il fronte della grande distribuzione che verso la produzione diretta del mondo agricolo, ponendosi come interlocutore nella organizzazione delle iniziative di filiera corta e promozione del commercio dei piccoli e medi operatori. L'associazione ha come scopo la tutela di fondamentali diritti quali: la legalità del mercato, la tutela della salute, la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto ad una informazione corretta e adeguata, la lealtà e chiarezza della pubblicità, l'erogazione di servizi di interesse pubblico secondo standard di qualità e di efficienza, la difesa degli interessi economici e patrimoniali. L'Associazione è fattore di equilibrio, rimettendo al centro il soggetto consumatore con le sue necessità e le sue esigenze emozionali.

SOGGETTO PARTNER	LEGALE RAPPRESENTANTE	CONTRIBUTO
I PER Montebello	Dott. Stefano Albertazzi	Costituiscono il Polo commerciale interregionale della zona, con un ruolo determinante per lo sviluppo e il livello occupazione; la loro adesione al distretto crea le condizioni per uno sviluppo più equilibrato e attento alle esigenze dell'area. Mettono a disposizione per le risorse strumentali per l'avvio e la gestione del Distretto
LEROY MERLIN ITALIA S.r.l. Torrazza Coste - PV-	Dott. Massimo Bonoldi	
Federazione Italiana Coldiretti Pavia	Dott. Ghezzi Giuseppe, Presidente	La Federazione Coltivatori Diretti Pavia è particolarmente presente sul territorio e molto attenta ai processi di vendita diretta dei prodotti tipici, per sostenere i piccoli produttori locali. Aderisce e sostiene gli eventi del territorio finalizzati a promuovere le tradizioni , le fiere ei mercatini.
Unione Agricoltori della Provincia di Pavia	Dott. Walter Cibrario, Presidente	L'Unione Agricoltori svolge attività di sostegno al mondo agricolo e quindi coopera alla valorizzazione dei prodotti ed alle attività di vendita diretta.
Confederazione Italiana Agricoltori	Dott. Roberto Bigi, Presidente	La C.I.A. rappresenta il mondo dei piccoli agricoltori, con una significativa presenza di donne imprenditrici nel settore vitivinicolo.

7. Modalità organizzative del distretto – gestione- sostenibilità

In questa prima fase di costruzione del Distretto sono stati individuate le modalità organizzative e di lavoro.

Tali modelli saranno oggetto di studio e lavoro nella fase di messa a punto operativa e quindi saranno attivati come strategia di implementazione del Distretto.

Il Distretto deve prevedere da subito i propri strumenti di gestione, in modo da sperimentarli durante la fase applicativa del programma e quindi renderli permanenti.

La gestione del Distretto deve prevedere più piani, in continuo dialogo e interscambio funzionale e operativo:

- a) il piano delle soluzioni strutturate e articolate, attuabile in un arco di tempo di breve, medio e lungo termine, supportate da una visione di scenario del settore e da un orientamento strategico di piano, che trova nella Cabina di Regia lo strumento operativo;
- b) il piano della operatività ragionata, ma immediata, che consente da subito di porsi al fianco della dimensione locale, di aprire spazi di ascolto, dialogo, di confronto, di concertazione. Lo strumento di attuazione è il Tavolo permanente di lavoro del Commercio, come spazio permanente di confronto e lavoro tra gli operatori del settore, coordinato dal Sindaco capofila, per la definizione e l'attuazione di un piano strategico per lo sviluppo del commercio.
- c) Il piano dell'apprendimento trasversale e dell'accrescimento professionale, grazie alla possibilità di partecipare alla **Comunità professionale e di scopo tra gli attori dei Distretti Commerciali, creata da Regione Lombardia**, quale luogo in cui vengono stimolate energie, risorse e creatività del territorio mettendo a disposizione metodologie di lavoro

7.1. Cabina di regia

Finalità della Cabina di regia è costruire un coordinamento forte, che veda la presenza degli Enti Locali (Presidente dell'Unione e Sindaci) e dei principali soggetti istituzionali e, con le finalità di definire il processo di Progettazione Integrata che è alla base della costruzione e della ciclo di vita del Distretto; lo definisce e individua le metodologie per conseguire gli obiettivi pluriennali.

Scopo dell'intervento è quello di definire un sistema di *governance* capace, non solo di coordinare la realizzazione delle attività previste nell'Accordo di Distretto, ma anche di indirizzare le azioni future del Distretto stesso cogliendo ulteriori opportunità di sviluppo attraverso una nuova progettualità e una capacità di attrazione di risorse aggiuntive.

Descrizione: Attraverso un insieme di incontri tra i diversi Partner, sarà definito uno stabile e condiviso assetto organizzativo e gestionale che possa consentire il funzionamento del Distretto nel tempo individuando - fin da subito e in modo chiaro - gli organi di governo dell'iniziativa di partenariato pubblico-privato, le singole responsabilità, nonché le modalità di delega operativa che si ritiene necessario affidare a figure professionali per la realizzazione dell'attività del Distretto.

Come primi atti approva il regolamento di gestione del Distretto, il marchio, il Manager del Distretto e le modalità di gestione anche attraverso la elaborazione e approvazione di un regolamento interno.

La Cabina di Regia è supportata da uno **staff tecnico** che garantisce:

- **l'efficienza del processo**, assicurando il rispetto dei piani di attività, dei tempi e dei modi previsti, la contrattualizzazione delle risorse e la risoluzione degli eventuali problemi di logistica;
- **l'efficacia del processo**, assicurando che i Partner adoperino al meglio la strategia stabilita e condivisa, valutando che i documenti prodotti e i risultati siano qualitativamente significativi, garantendo lo scambio di informazioni e documenti fra periferia e Cabina di Regia;
- **la visibilità del processo**, garantendone il più possibile la trasparenza, attraverso la partecipazione ed il coinvolgimento degli stakeholder; rendendo visibile il sito e condividendo ampiamente i risultati raggiunti con la comunità degli attori coinvolti mediante incontri, eventi, comunicati stampa ecc.

All'interno del Distretto sarà individuata, di comune accordo tra i firmatari dell'Accordo, una figura di Manager di Distretto, che sarà direttamente responsabile delle attività della Cabina di Regia.

Il **manager del distretto** commerciale Colli dell'Oltrepò si occuperà della gestione di un distretto del commercio ed è il responsabile del coordinamento e dell'attuazione delle politiche commerciali e promozionali sul territorio del distretto. Le sue attività sono rivolte a definire, nel quadro del programma di Distretto approvato dai Partner, le strategie di sviluppo economico e di riqualificazione urbana del distretto, nonché ad individuare gli strumenti e le azioni più adatte alla loro attuazione. Organizza e coordina le risorse assegnate creando un collegamento tra gli interessi di tutti i soggetti del partenariato: amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori ed altri soggetti no profit. Il manager del distretto opererà per conto del partenariato pubblico-privato come riferimento amministrativo e gestionale per il governo del distretto. Interagisce con i portatori di interesse del distretto (amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori, ecc...) per la definizione delle strategie di promozione, di marketing, di riqualificazione dell'ambiente urbano e per la definizione e la gestione di attività e servizi dell'area commerciale. Avrà un contratto di lavoro autonomo.

Riferimenti giuridici: Legge Regionale 29 giugno 2009, n. 9 'Modifica a leggi regionali e altre disposizioni in materia di attività commerciali'.

Deliberazione della Giunta Regionale VIII/010397 del 28 ottobre 2009, Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali "distretti del commercio" ai sensi dell'art. 4 bis della legge regionale 14/99.

7.2 Il Tavolo di Lavoro Permanente per il Commercio, come strumento operativo

Lo strumento di lavoro funzionale alla gestione operativa del Distretto, degli interventi già progettati e di quanto sarà opportuno mettere a punto per garantire l'operatività del Distretto medesimo è un Tavolo di lavoro permanente, struttura rappresentativa di tutti i soggetti, dotata di autonomia, operatività e nel contempo flessibile ed agile. Il Tavolo deve esprimere la capacità della società locale di costruire momenti di cooperazione tra i soggetti. Ciò significa ipotizzare l'esistenza di un "valore aggiunto" della coalizione, che consiste in un risultato superiore alla somma delle singole capacità degli attori che entrano in gioco. La ricerca di partnership costituisce una risorsa di valore crescente nell'ambito di un approccio di problem solving territoriale. In secondo luogo, il valore di questi meccanismi associativi è in certa misura indipendente anche dal risultato e risiede nell'apprendimento da parte degli attori di un *habitus* che li porti a considerare in ogni caso vantaggioso il ricorso alla cooperazione. Il valore aggiunto della coalizione è cioè dato anche dall'acquisizione di uno stile d'azione – oltre che dal raggiungimento di risultati che altrimenti non sarebbe possibile ottenere – *cioè risiede nelle stesse procedure di cooperazione e nelle attitudini sociali che esse sedimentano nei comportamenti pratici dei diversi attori. L'abitudine a replicare questo stile ogni qualvolta si presenti l'occasione è già un risultato di questo modo di procedere.*

La competizione del Distretto si gioca sulla capacità degli attori locali di prendere coscienza delle proprie risorse, portarle a prodotto e attivare un contesto normativo a rete in grado di attivarle a livello sia economico che istituzionale, il tutto all'interno di un processo globale.

Entrano in gioco diversi ordini di fattori:

- ✓ Le risorse interne
- ✓ La capacità di aggregare le risorse umane locali e attivarle
- ✓ La creazione di pool di aggregazione tra pubblico e privato per la gestione territoriale
- ✓ La capacità del sistema territoriale di autodefinire il progetto
- ✓ La ricognizione continua sulle tendenze e sugli strumenti attivati a livello internazionale e la verifica della loro assimilabilità al progetto medesimo
- ✓ Il processo di identificazione dell'area nel progetto delineato e quindi:
 - Il livello di persistenza del medesimo
 - la diffusione esponenziale
 - la capacità di innescare fenomeni collegati

Lo strumento di base del Tavolo per lo sviluppo consapevole e partecipato dovrà essere la capacità di dialogo, la cosiddetta concertazione funzionale alla costruzione di livelli crescenti di decisioni, scelte, azioni. Con questo metodo consolidato, istintivo nelle persone, riprodotto quindi naturalmente ogni qualvolta si affronti un momento di costruzione e decisione, il Tavolo potrà diventare elemento centripeto, aggregante per pianificazioni d'area complementari, quali il turismo, l'artigianato, e quindi la rete delle infrastrutture, i servizi. Questo è l'obiettivo ultimo: come il commercio è elemento catalizzatore per lo sviluppo trasversale, così il Tavolo potrà diventare strumento funzionale a più ambiti e settori.

Per innescare meccanismi di sviluppo endogeno, non basta quindi il solo trasferimento delle risorse finanziarie, ma è indispensabile attivare un sistema autopropulsivo promosso dal basso che pensa lo sviluppo territoriale in termini di integrazione e valorizzazione delle specificità locali, delle risorse umane, naturali, materiali ed immateriali, un sistema collaborativo, interattivo, sinergico, di cooperazione pubblico-privato.

Si tratta di uno strumento che risponde a precisi obiettivi funzionali:

1. Conferire immediata visibilità alle attività del Distretto ed agli obiettivi del medesimo in termini di risposta alle esigenze del territorio, facilitando la partecipazione e l'apporto di nuove energie.
2. Creare uno spazio di ascolto e di dialogo, partecipato da tutti gli autori/attori del territorio, mettendo in relazione i singoli operatori pubblici e privati e quindi creando un nuovo metodo e strumento di lavoro.
3. Mettere in valore e attivare tutte le risorse locali per costruire un vero e proprio sistema commerciale integrato, non solo come valori materiali, ma come conoscenze e competenze.
4. Costruire in modo partecipato il quadro coordinato degli interventi futuri, arrivando di fatto a disegnare, in modo non rigido e deterministico, la programmazione dei prossimi anni nel comparto commerciale, ottimizzare le risorse, integrare le progettualità, definire e costruire l'immagine coordinata del territorio.
5. Costruire uno spazio di conoscenze e competenze tecniche in grado di rispondere alle esigenze progettuali degli attori locali sia pubblici che privati.

Il tavolo potrà operare per macro-aree:

- Informazione e animazione territoriale
- Progettazione
- Accompagnamento
- Comunicazione, promozione, Marketing di territorio interno/esterno
- Ricerca e individuazione di strategie di finanziamento

La struttura del Tavolo dovrà essere puntualizzata con la definizione dei ruoli, delle responsabilità, delle competenze, delle risorse, degli strumenti e degli obiettivi che ne derivano:

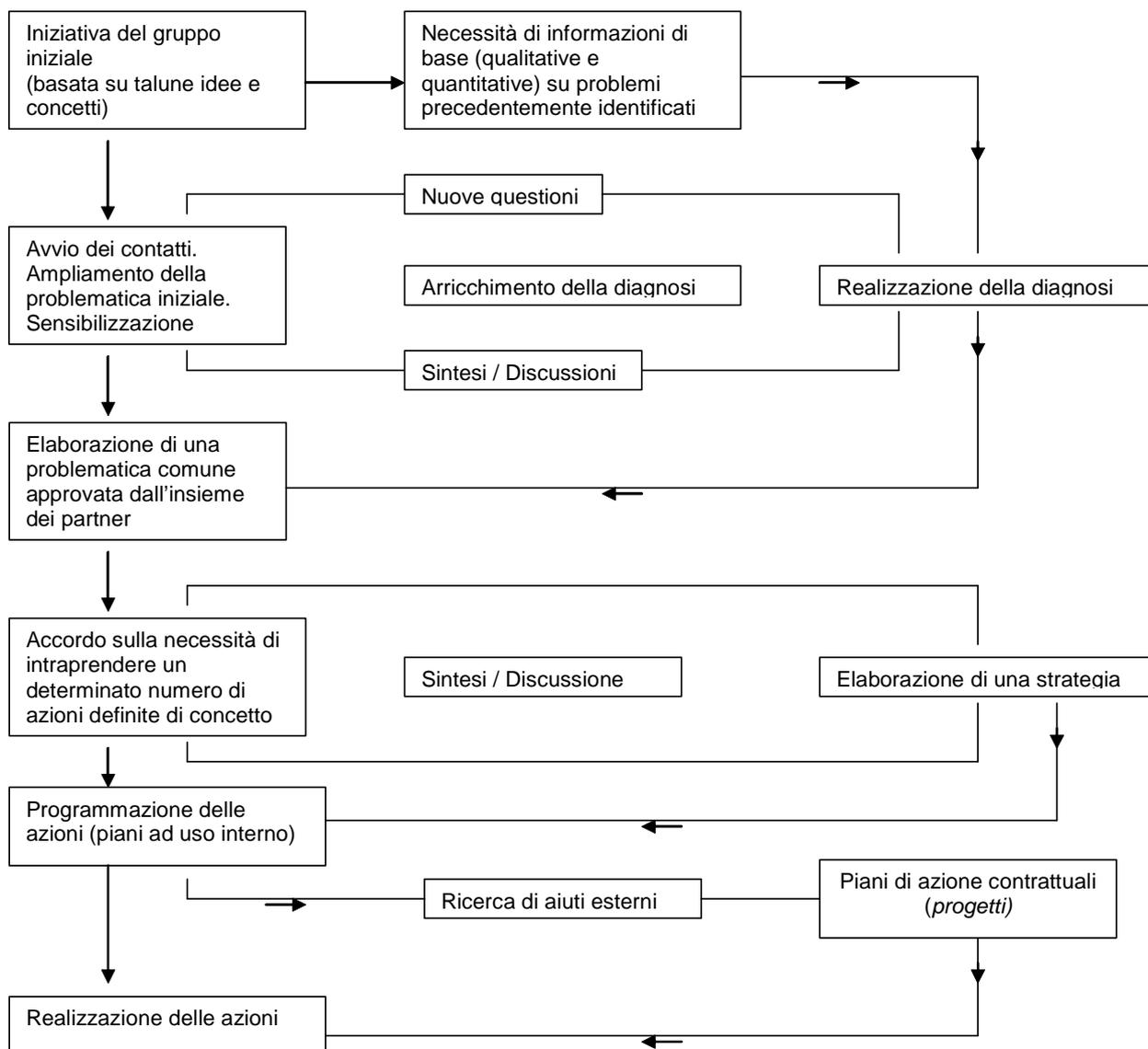
- *identificazione* dei diversi soggetti interessati: rappresentanti delle autorità politiche e amministrative ai diversi livelli locali, professionisti del commercio del settore pubblico e privato (enti pubblici, associazioni professionali, imprenditori), rappresentanti della società civile (associazioni, volontariato, rappresentanti della popolazione, cittadini);
- *definizione* delle strutture di coordinamento e di concertazione, consultazione e informazione dei diversi partner;
- *descrizione* delle relative modalità operative (gruppi di lavoro, inchieste, metodi di monitoraggio e di valutazione dei risultati ecc.);

- *quantificazione* delle risorse complessive necessarie.
- *determinazione* di un piano operativo-piano di azione (impegni temporali, finalità e obiettivi).
- *Tenere sotto controllo le attività di monitoraggio*

Tra i vantaggi attesi da questo metodo di lavoro, si evidenziano:

1. la possibilità di affrontare i problemi in modo comune, mettendo al centro del tavolo anche le risorse e quindi evitando sprechi, sovrapposizioni, conflitti e rivendicazioni spesso presenti nei piccoli centri;
2. una ritrovata forma di partecipazione della gente alle dinamiche dello sviluppo
3. la possibilità di conoscere meglio le dinamiche amministrative e quindi maggiore solidarietà e volontà di trovare soluzioni comuni
4. la possibilità di individuare e realizzare interventi nuovi, che da soli non si sarebbero trovati o non si avrebbe avuto la forza di realizzarli.
5. maggiore forza e competitività sul mercato

Diagramma sulla concertazione



8. 1 AZIONI A REGIA PUBBLICA - LE PROGETTUALITÀ DEI COMUNI.

I soggetti pubblici del Distretto Colli dell'Oltrepò intendono operare affinché si accresca la qualità del contesto, rendendolo nel tempo sempre più identificabile e attraente, per i residenti, per i turisti, per possibili nuovi residenti implementando al sostenibilità economica del comparto commerciale e, in derivazione, sociale di tutta l'area.

La costruzione del Distretto, anche in assenza di un bando di finanziamento, è identificata come importante opportunità per fermarsi ad analizzare il piano delle esigenze e delle priorità all'interno di ogni singolo comune e trasversalmente.

Le linee guida di Regione Lombardia e dell'Unione Europea di fatto costituiscono dei termini di confronto importanti per verificare le linee di azione e iniziare a progettare lo sviluppo nella sua complessità, integrando ogni comparto nel programma generale.

Il lavoro ha messo in emersione una grande attenzione alla sostenibilità dello sviluppo, in termini sociali, ambientali ed economici.

I comuni vivono una quotidianità ancora ricca di relazioni umane, in un ambiente per lo più di alta qualità, in una dinamica economica flessibile, per cui le famiglie riescono a stare ancora in equilibrio. Questi fattori positivi possono consolidarsi, rendendo l'area ancora più attraente per nuove famiglie e per un turismo di gusto e conoscenza, ma potrebbe anche degradare verso la solitudine, l'invecchiamento, il consumo del territorio, la crisi economica.

Il Distretto rappresenta uno strumento per iniziare una modalità innovativa di lavoro comune e un momento per fermarsi e riflettere sul futuro.

Il concetto di sostenibilità è declinato nei diversi ambiti di intervento individuati dalle Amministrazioni:

- presidio del territorio, del paesaggio e riqualifica delle aree urbane e dei centri storici creando una immagine diffusa di accoglienza e di armonia
- mantenimento e sostegno alla rete degli esercizi minori
- valorizzazione delle specificità del territorio, anche con la creazione di strutture di promozione ad hoc
- miglioramento della viabilità di accesso principale e della rete minore interna
- diversificazione delle strategie produttive, promuovendo in modo integrato e concertato il rilancio dell'artigianato, del turismo, dell'agricoltura di qualità
- incentivazione dei mercati agricoli quale momento pregnante dell'incontro della produzione locale con il cittadino, momento anche di valorizzazione culturale
- creazione di un prodotto innovativo di fruizione del territorio, legato al fine settimana e impostato su un sistema di percorrenze brevi, arricchito di servizi e opportunità culturali, ricreative e d'acquisto. Una proposta fortemente integrata con il polo della GdO che viene ad arricchirsi della componente territoriale, come di una offerta /prodotto in più.

Gli interventi individuati dai Comuni sono stati inseriti nel Piano Triennale delle Opere e saranno previsti dai nuovi Piani Territoriali.

Per quanto concerne il finanziamento degli interventi previsti, il Distretto potrà avvalersi di eventuali bandi specifici dedicati ai Distretti; nel contempo si procederà ad una analisi di altre possibili strategie finanziarie e bandi regionali, provinciali e privati.

Per il conseguimento degli obiettivi indicati, sono stati individuati due assi di intervento:

1. Interventi trasversali di aggregazione, comunicazione, valorizzazione e promozione del distretto:

- Piano di promozione e valorizzazione rivolto ai residenti, alle imprese, al bacino urbano di Pavia, Milano, Genova, Piacenza come potenziali turisti e nuovi residenti.
- Costruzione, organizzazione e promozione di un sistema di eventi coordinato, gestito in sinergia anche con la GdO
- Attività di accompagnamento al sistema distretto: analisi posizionamento, profilazione clienti, indagine di customer satisfaction, monitoraggio dei risultati, gestione Cabina di Regia, ricerca di bandi di finanziamento
- Organizzazione del sistema della viabilità interna integrandolo con le attività produttive del territorio;
- Interventi di segnaletica coordinata
- Redazione e stampa di materiale cartografico e pubblicitario

2. Interventi puntuali di riqualificazione delle risorse infrastrutturali

- Interventi di riqualificazione dei borghi nei Comuni, arredo urbano
- Interventi migliorativi di accesso e percorrenza alle aree comunali in cui insistono i negozi di vicinato
- Riqualificazione delle piazze dei comuni per ospitare eventi legati al commercio ed alla promozione del territorio
- Riqualificazione di un sistema di micro-strutture diffuse (ex-scuole, ex-stazione ferroviaria Voghera-Varzi, edifici dismessi di proprietà pubblica) da destinare all'accoglienza ai turisti, ad eventi sociali e di comunità, a degustazioni e promozioni dei prodotti, a micro-eventi commerciali, a spazi espositivi/museali ad integrazione e supporto logistico e motivazionale del Sistema di percorrenze e quindi dell'ingresso di nuovi consumatori nell'area.

Finalità	Obiettivi	Strategia	Azione	Importo	Sogget to investit ore
Definire e promuovere un Distretto in cui il Commercio e nello specifico il commercio della Grande distribuzione diventi agente di integrazione dello sviluppo locale, in modo complementare con turismo, agricoltura e cultura,	Aumentare la visibilità del Distretto	Comunicazione e marketing - Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del distretto in termini di localizzazione/accesso sia geografico che virtuale	Piano di promozione e valorizzazione	15.000,00	Tutti i Comuni + GDO
	Coordinare le attività esistenti all'interno di una dimensione di evento fieristico diffuso nell'area distretto	Promozione e animazione	Costruzione, organizzazione e promozione di un sistema di eventi coordinato, gestito in sinergia anche con la GdO	20.000,00	
	Aumentare la conoscenza delle dinamiche interne, al fine di fornire elementi di professionalità e rendere omogenei i profili dei soggetti, nel rispetto della specifica identità,	Comunicazione e marketing - Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione del distretto. Gestione del Distretto e sua implementazione	Attività di accompagnamento al sistema distretto: analisi posizionamento, profilazione clienti, indagine di customer satisfaction, monitoraggio dei risultati, gestione Cabina di Regia, ricerca di bandi di finanziamento	20.000,00	
	Rilanciare turisticamente il territorio, sfruttando l'effetto attrattore della GdO	creazione di un prodotto innovativo di fruizione del territorio, legato al fine settimana e impostato su un sistema di percorrenze brevi, arricchito di servizi e opportunità culturali, ricreative e d'acquisto.	Organizzazione del sistema della viabilità interna integrandolo con le attività produttive del territorio: Sistema percorrenze; interventi di segnaletica coordinata Redazione e stampa di materiale cartografico e pubblicitario	30.000	

Finalità	Obiettivi	Strategia	Azione	Soggetto investitore	€
Definire e promuovere un Distretto in cui il Commercio e nello specifico il commercio della Grande distribuzione diventi agente di integrazione dello sviluppo locale, in modo complementare con turismo, agricoltura e cultura	Definire lo spazio sistema del Distretto in termini di qualità del contesto, rendendolo nel tempo sempre più identificabile e attraente (incremento qualità contenitore d'acquisto)	Interventi strutturali di riqualificazione urbana- Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al distretto del commercio	Lavori di sistemazione della via commerciale detta Via Roma , con messa a dimora di essenze locale e la creazione di vialetti pedonali	Comune di Montebello della Battaglia	150.000
			Intervento di recupero dell'antica piazza detta "Il cortile" e sua valorizzazione tramite mercati specializzati. Filiera corta, Prodotti locali, biologico, commercio, artigiani	Comune di Montebello della Battaglia	180.000
			Demolizione edificio degradato e realizzazione piazza destinata ad eventi commerciali e luogo di interazione sociale	Comune di Codevilla	170.000
	Migliorare la fruibilità del Distretto e la qualità degli eventi di promozione del commercio	Qualificazione e sistemazione degli spazi destinati al commercio su aree pubbliche. Realizzazione di aree attrezzate a supporto della realizzazione di mercati ed eventi fieristici con funzione anche di spazio-accoglienza all'inizio del Distretto	Intervento di creazione di uno spazio di promozione del commercio, attraverso la ristrutturazione del fabbricato storico in Via Roma a Montebello della Battaglia.	Comune di Montebello della Battaglia	150.000
			Recupero ex-stazione Voghera-Varzi e costruzione nuovo padiglione per allestimento spazio museale della vitivinicoltura.	Comune di Codevilla	740.000
			Sistemazione dell'area presso edificio scolastico comunale e realizzazione di dotazioni infrastrutturali per manifestazioni eno-gastronomico.	Comune di Retorbido	25.000
	Migliorare la fruibilità e l'attrattività del Distretto	Interventi infra-strutturali di riqualificazione della viabilità e della mobilità	Sistemazione, riqualificazione e messa in sicurezza di diverse percorrenze, Fraz. Rasei, Casareggio e capoluogo	Comune di Codevilla	279.160
			Realizzazione rotatoria	Comune di Codevilla	400.000
			Messa in sicurezza tratto stradale Località Mondondone	Comune di Codevilla	120.000
	Migliorare la attrattività del Distretto e la qualità della vita sia per i residenti che gli ospiti	Realizzare infrastrutture per la fruizione del territorio nel tempo libero	Costruzione nuovo centro polifunzionale per favorire lo sport e la socializzazione tra i giovani	Comune di Codevilla	3.010.000

Finalità	Obiettivi	Strategia	Azione	Soggetto investitore	Importo
Definire e promuovere un Distretto in cui il Commercio e nello specifico il commercio della Grande distribuzione diventi agente di integrazione dello sviluppo locale, in modo complementare con turismo, agricoltura e cultura	Creare un sistema di offerta omogeneo per qualità	Interventi migliorativi dell'offerta commerciale	Interventi di riqualificazione delle facciate esterne, posizionamento di fioriere e insegne, creazione di spazi esterni attrezzati per l'accoglienza del cliente e l'esposizione del prodotto, esposizioni esterne, dehors, verande riscaldate, insegne coordinate, interventi volti ad aumentare la sicurezza. Creazione di aree di sosta attrezzate, interventi di superamento barriere architettoniche. Acquisizione di macchinari e interventi di riqualificazione delle strutture interne	Imprese private	403.695,00
	Migliorare la attrattività del Distretto	Costruire una immagine concordata e unitaria dell'offerta commerciale	Piano di comunicazione unitario, organizzazione di eventi, organizzazione di servizi coordinati di fruizione del territorio	Imprese private	20.000,00

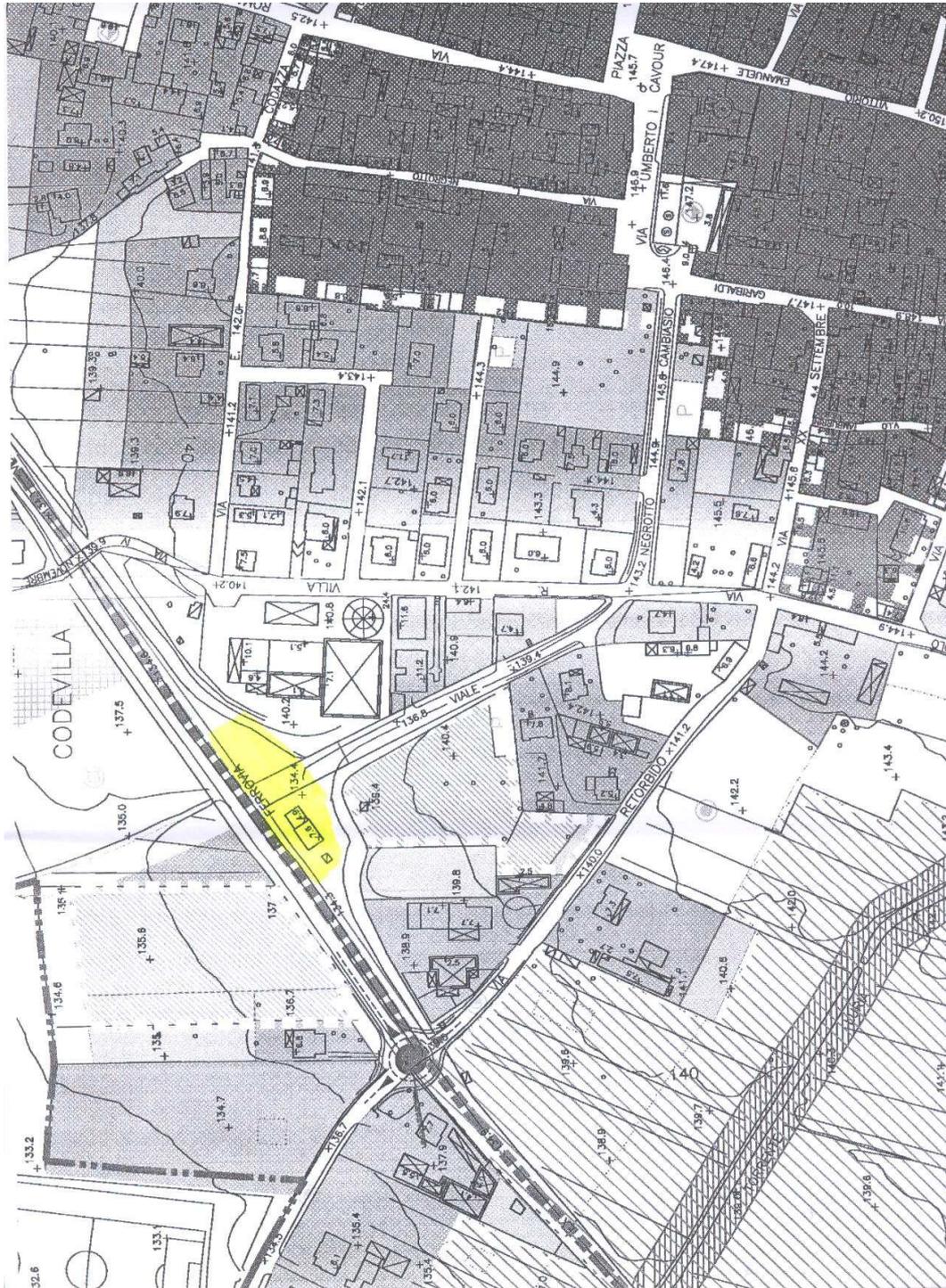
8.1 COMUNE DI CODEVILLA: IDEE PROGETTUALI

INTERVENTO 1

Denominazione	RECUPERO EX-STAZIONE VOGHERA VARZI E NUOVO PADIGLIONE PER ALLESTIMENTO SPAZIO PROMOZIONALE E MUSEALE DELLA VITIVINICOLTURA
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla
Localizzazione	Capoluogo, zona vecchia stazione Voghera-varzi
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Si intende recuperare la vecchia stazione della linea Voghera-Varzi, una testimonianza dei trasporti storici della valle Staffora, al fine di creare uno spazio per la valorizzazione e la promozione della cultura agro-alimentare del territorio e la promozione dei prodotti locali. Il tracciato è oggetto di uno studio di recupero per creare un percorso ciclabile che colleghi Voghera, e la sua stazione ferroviaria di collegamento con Milano, e il cuore dell'Oltrepò collinare, Varzi.
Contenuti	Si intende realizzazione uno spazio museale dedicato alla vitivinicoltura, che qui ha costituito una delle principali attività agricole ed oggi presenta notevole eccellenze produttive. Lo spazio unirà la dimensione della conoscenza e della narrazione, con la promozione dei prodotti vitivinicoli ed agroalimentari in genere dell'area e potrà essere messo a disposizione degli imprenditori agricoli e commerciali. Lo spazio è a pochi metri dalla Strada provinciale. Il progetto è conforme a quanto previsto nella programmazione in Provincia.
Azioni previste	Realizzazione di spazio museale attrezzato, intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 740.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: inverno 2010-fine lavori estate 2012
Stato di Progettazione	Progetto esecutivo

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

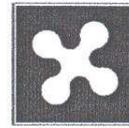




Comunità Europea



Provincia di Pavia
Assessorato Trasporti e Territori

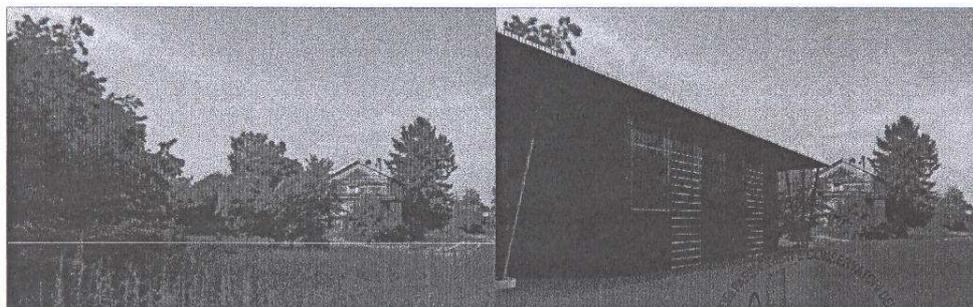


Regione Lombardia

P.O.R. (2007 - 2013)

BANDO ASSE 4 : "PROMOZIONE E DIFFUSIONE DI UNA FRUIZIONE SOSTENIBILE NEL SISTEMA DELLE AREE PROTETTE E NELLE AREE DELLA RETE ECOLOGICA LOMBARDA ATTRAVERSO LA TUTELA E LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E AMBIENTALE" - "REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DI ITINERARI TURISTICI PER LA FRUIZIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE CULTURALI E AMBIENTALI".

**RECUPERO EX STAZIONE DELLA FERROVIA VOGHERA - VARZI, E NUOVO PADIGLIONE PER L'ALLESTIMENTO DI SPAZIO MUSEALE DELLA VITIVINICOLTURA
PROGETTO DEFINITIVO**



Soggetto o ente promotore:
Comune di Codevilla

Il Sindaco:
Geom. Paolo Marchesotti

Il Segretario comunale:

Progettista:
Arch. Luigi Barianfi

Aspetti strutturali:
Ing. Gianalberto Vecchi

Aspetti impiantistici:
Ing. Angelo Vitali

Aspetti Geologici:
Dott. Giorgio Negrini



DATA: MAGGIO 2009	OGGETTO: Planimetria Generale di progetto (con allacciamenti ai PUBBLICI servizi)	TAVOLA: 1
		SCALA: 1:200

INTERVENTO 2

Denominazione	SISTEMAZIONE DI TRATTI DIVERSI DI STRADE
Tipologia di intervento	4. ACCESSIBILITA' E MOBILITA'
Tipo di intervento	4.1 Interventi di governo dei flussi di accesso al Distretto del Commercio
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla
Localizzazione	Strade per frazioni Rasei, Casareggio e strade capoluogo
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	L'intervento si propone di migliorare la viabilità interna, conseguendo due obiettivi: una migliore qualità di vita per i residenti e la creazione di un insieme di percorrenze destinate alla fruizione turistica. E' già disponibile nulla osta alla Programmazione Provinciale.
Contenuti	Miglioramento della viabilità di accesso al Distretto, attraverso la sistemazione in opera ed il rifacimento di alcuni tratti stradali.
Azioni previste	Miglioramento della viabilità, rifacimento strade
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 279.160,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: inverno 2010, fine lavori in tre mesi
Stato di Progettazione	Studio di fattibilità

CRONOPROGRAMMA

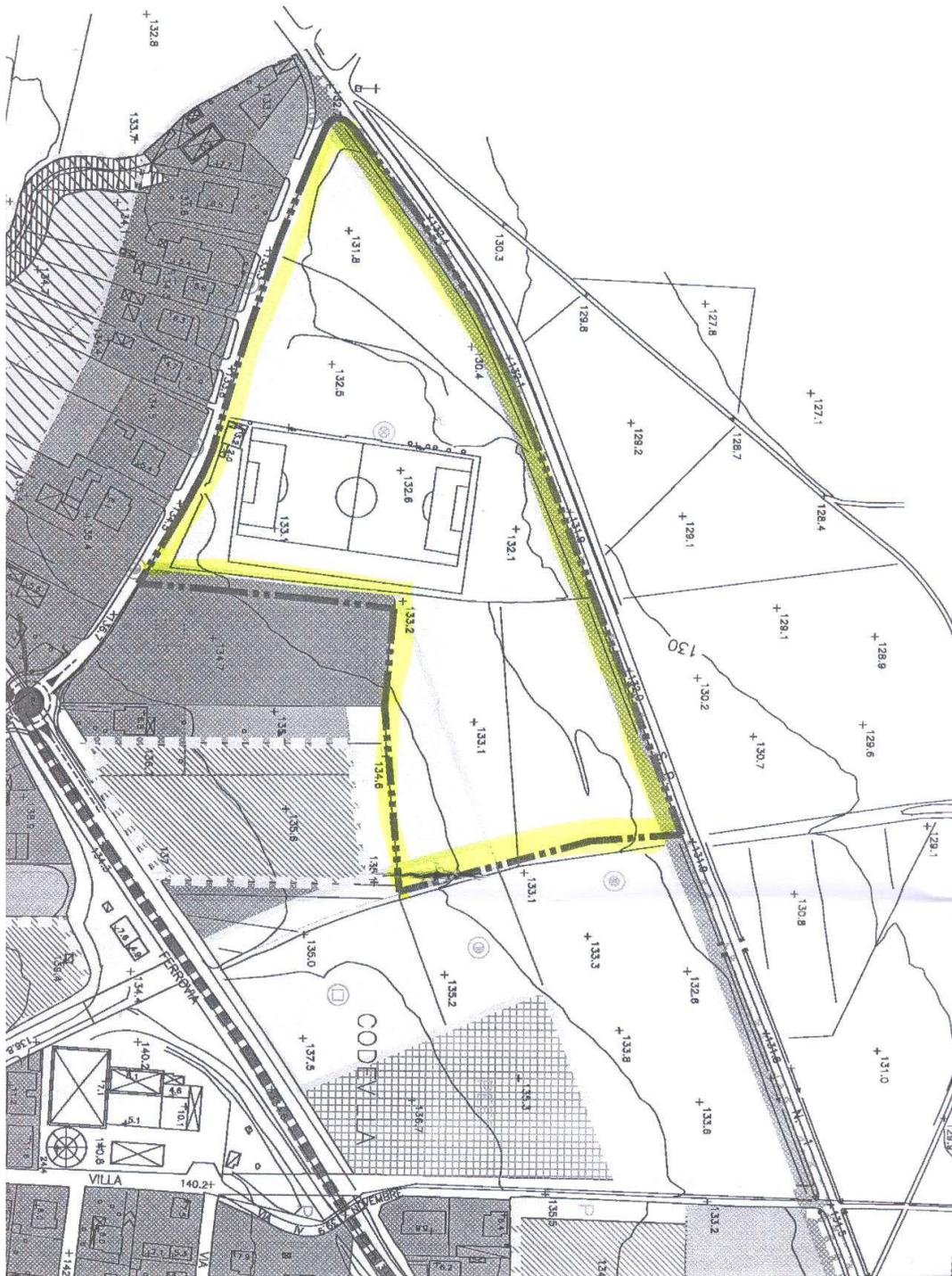
ANNO	2010				2011				2012			
TRIMESTRE	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

INTERVENTO 3

Denominazione	FORMAZIONE DI NUOVO CENTRO POLIFUNZIONALE/SPORTIVO
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla , attraverso co-finanziamento di soggetto Privato
Localizzazione	Via Retorbido, fronte SP33
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Il progetto contribuisce a migliorar i servizi sportivi. L'intervento è destinato ai residenti del comune e dei centri limitrofi, nonché potrà rientrare nel sistema di offerta del turismo familiare del fine settimana.
Contenuti	Creazione di un nuovo Centro polifunzionale/sportivo composto da campo calcio a 11, campo da calcio a 9, campo da calcio libero ed accessibile a tutti, n°2 campi da calcetto, campo beach-volley e campo da bocce. E' già disponibile nulla osta alla Programmazione Provinciale.
Azioni previste	Intervento infrastrutturale. Miglioramento di servizi e attività di socializzazione
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 3.010.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: inizio lavori autunno 2010, fine lavori autunno 2012
Stato di Progettazione	Progetto esecutivo

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012				
	TRIMESTRE	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

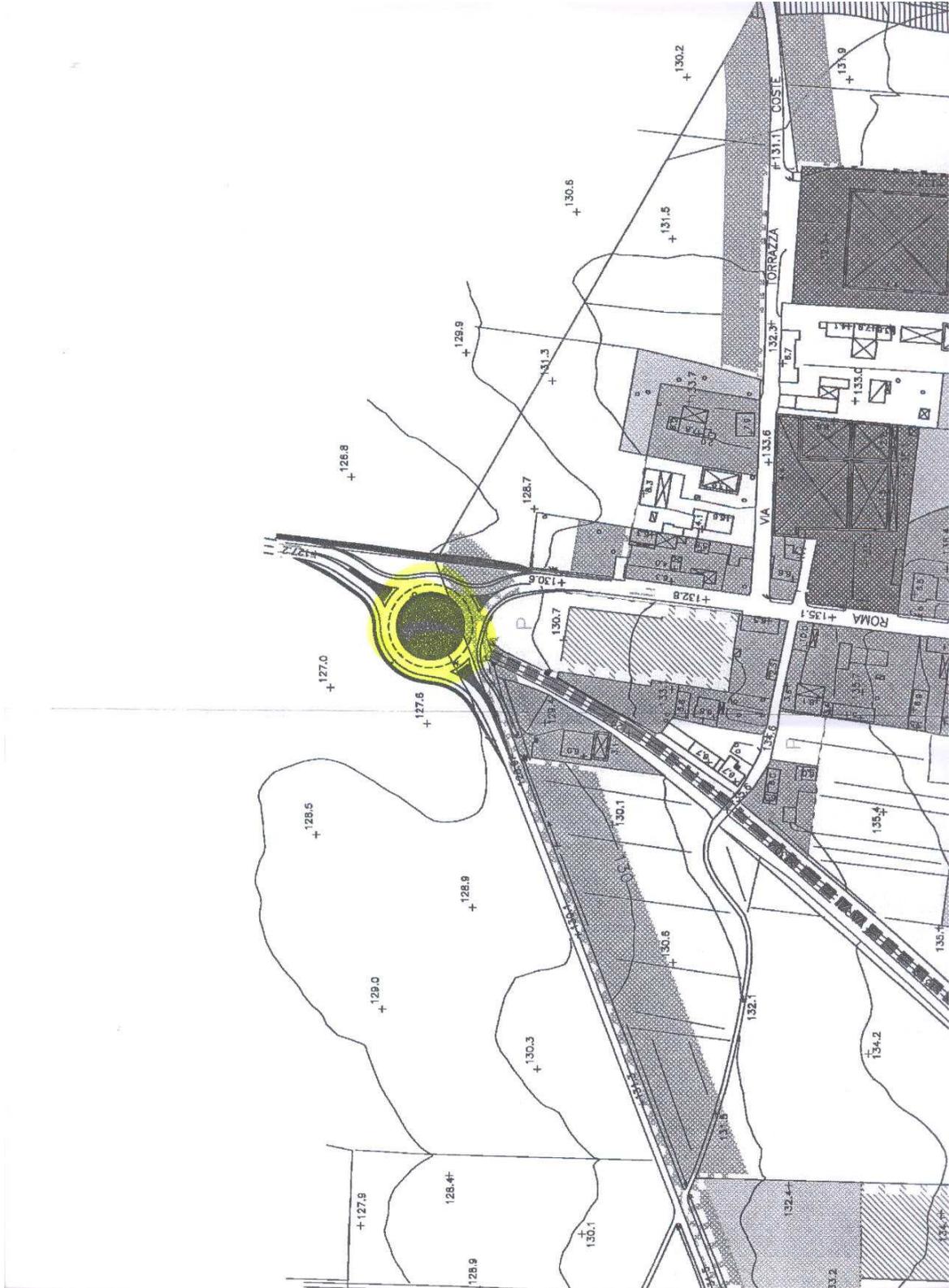


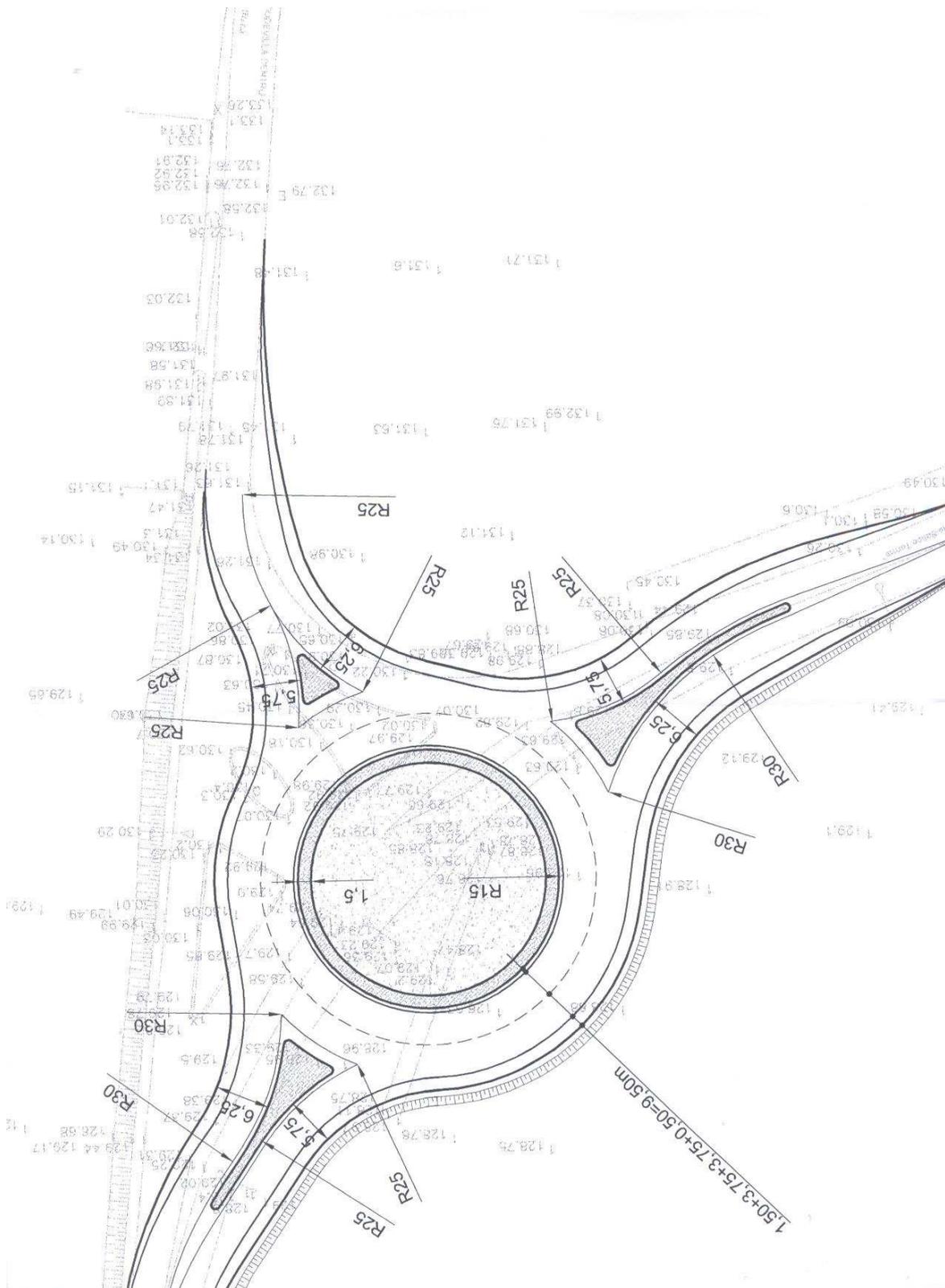
INTERVENTO 4

Denominazione	REALIZZAZIONE DI ROTATORIA STRADALE
Tipologia di intervento	4. ACCESSIBILITA' E MOBILITA'
Tipo di intervento	4.1 Interventi di governo dei flussi di accesso al Distretto del Commercio
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla
Localizzazione	Ingresso paese Nord, incrocio SP33 con Via Roma
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Miglioramento della viabilità. L'intervento si propone di migliorare la viabilità interna, conseguendo due obiettivi. Una migliore qualità di vita per i residenti e la creazione di un insieme di percorrenze destinate alla fruizione turistica.
Contenuti	Rifacimento stradale Nulla osta della programmazione provinciale. Approvato in Provincia con delibera GG 51 del 04/11/2007
Azioni previste	Intervento infrastrutturale, rifacimento stradale Miglioramento della viabilità
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 400.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: inizio lavori estate 2010, fine lavori autunno 2010
Stato di Progettazione	Studio di fattibilità

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012				
	TRIMESTRE	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV





INTERVENTO 5

Denominazione	MANUTENZIONE STRADALE VIARIA IN LOCALITÀ MONDONDONE
Tipologia di intervento	4. ACCESSIBILITA' E MOBILITA'
Tipo di intervento	4.1 Interventi di governo dei flussi di accesso al Distretto del Commercio
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla
Localizzazione	Strada per frazione Mondandone e località Mondondone
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Miglioramento della viabilità. L'intervento contribuisce a definire e riorganizzare il sistema di percorrenze interna quale prodotto turistico.
Contenuti	Miglioramento della viabilità e sistemazione varia. E' già disponibile nulla osta alla Programmazione Provinciale. Delibera GC 52 del 22/10/2009
Azioni previste	Intervento infrastrutturale, rifacimento stradale Miglioramento della viabilità
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 120.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: aprile-maggio 2010, fine lavori dicembre 2010
Stato di Progettazione	Progetto esecutivo, appaltato in via di realizzazione

CRONOPROGRAMMA

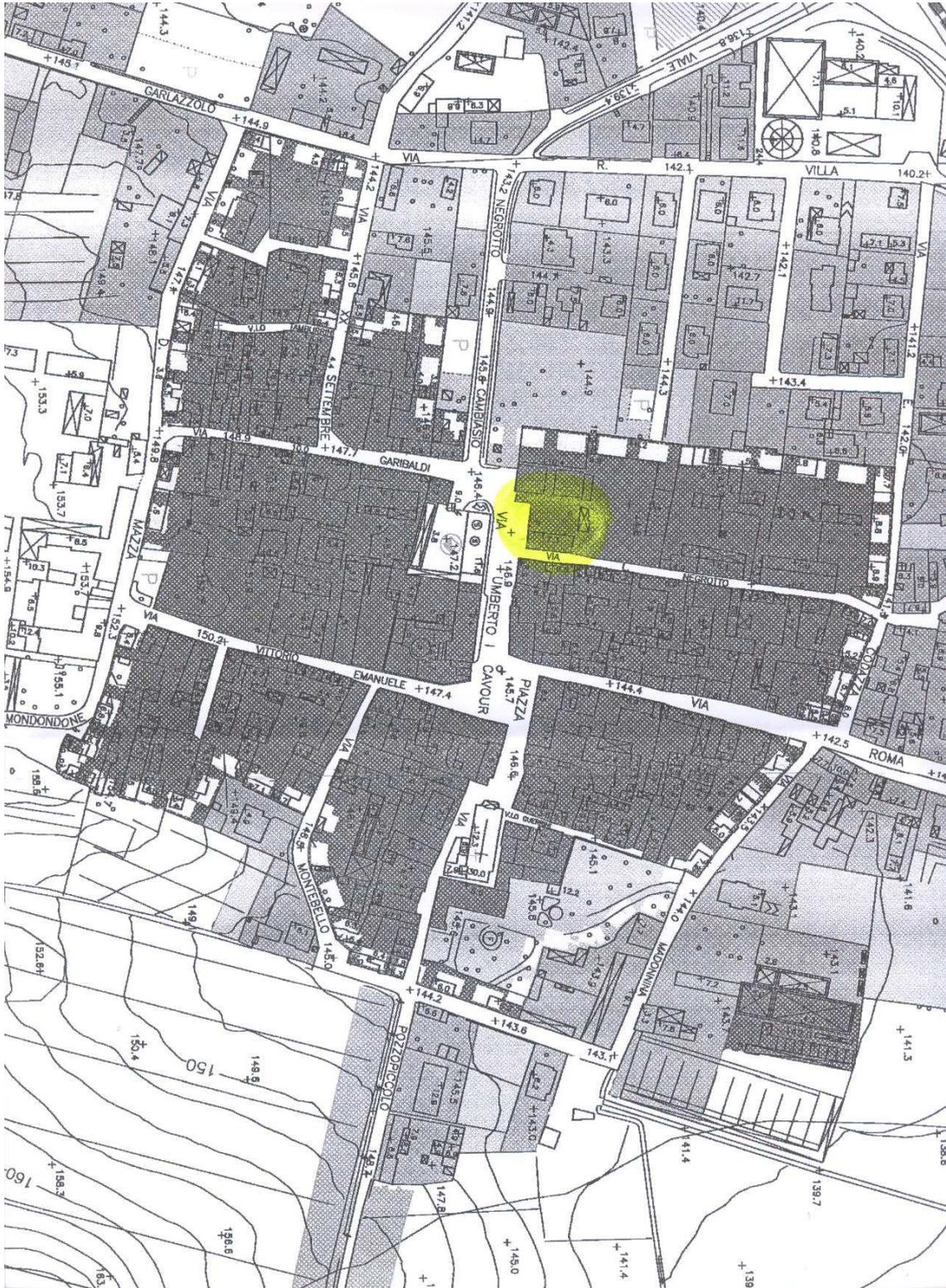
ANNO TRIMESTRE	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

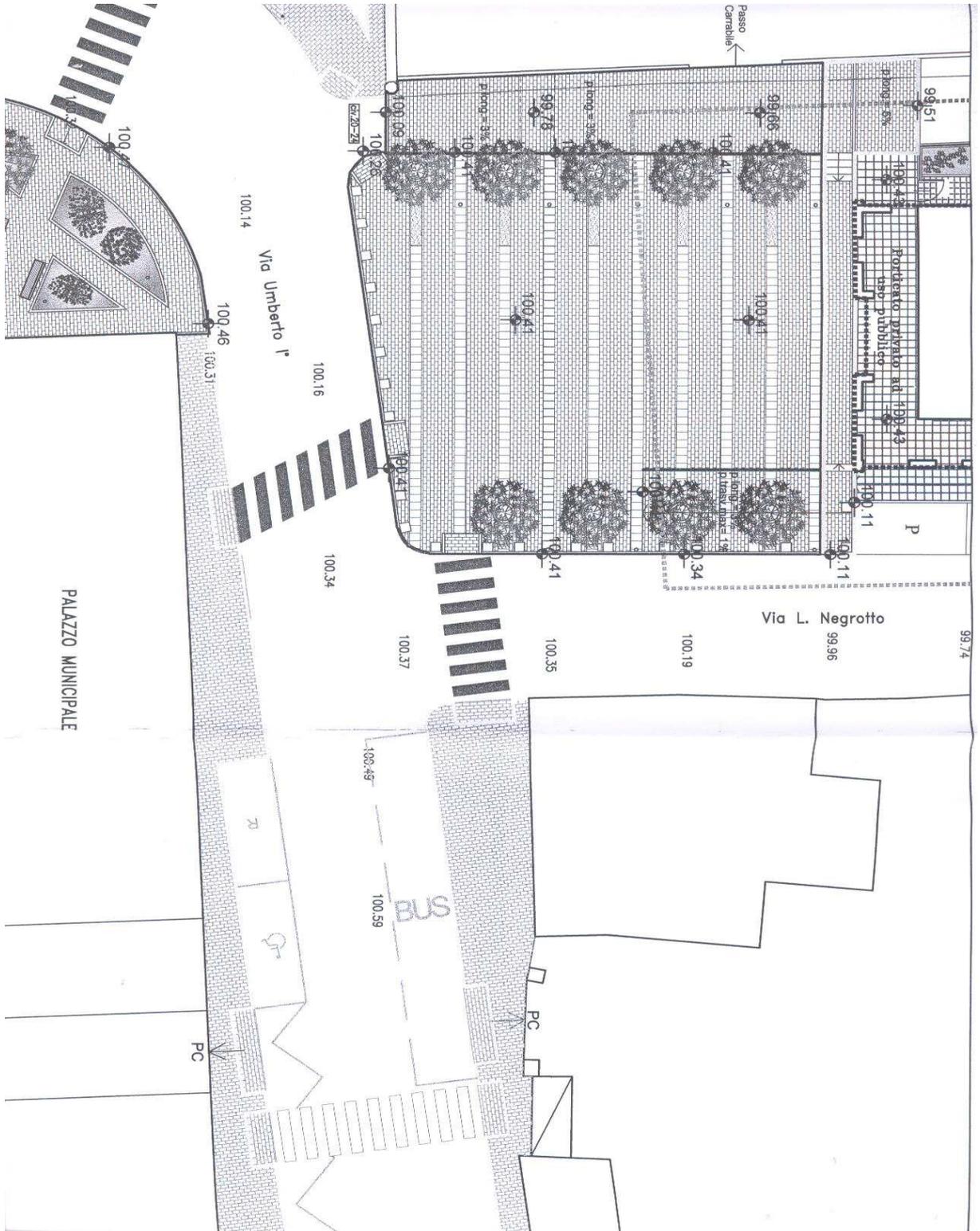
INTERVENTO 6

Denominazione	DEMOLIZIONE EDIFICIO IN VIA UMBERTO I E REALIZZAZIONE NUOVA PIAZZA
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Codevilla
Localizzazione	Via Umberto I fronte Municipio
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Miglioramento dei servizi e realizzazione di una centralità
Contenuti	Realizzazione di una centralità, ad oggi mancante per il Comune di Codevilla da destinare a spazio mercatale ed espositivo. Nulla osta alla programmazione provinciale. Delibera CC 47 del 17/12/2009
Azioni previste	Intervento infrastrutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 170.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: inizio lavori autunno 2010, fine lavori autunno 2011
Stato di Progettazione	Progetto preliminare

CRONOPROGRAMMA

ANNO TRIMESTRE	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV





8.2 COMUNE DI MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA: IDEE PROGETTUALI

INTERVENTO 7

Denominazione	LAVORI DI SISTEMAZIONE AREA VERDE IN VIA ROMA
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Montebello della Battaglia
Localizzazione	Via Roma, nel centro urbano del Comune
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Miglioramento dell'arredo urbano e del verde pubblico
Contenuti	Sistemazione dell'area, attraverso la messa a dimora di varie essenze arboree e la creazione di vialetti pedonabili. Superficie interessata dall'intervento circa 2400 mq, in area destinata da PRG a parchi e giardini.
Azioni previste	Interventi infrastrutturali, piantumazione essenze arboree
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 150.000, 00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: fine lavori anno 2012
Stato di Progettazione	Inserito nel Piano Triennale delle Opere

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012				
	TRIMESTRE	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

INTERVENTO 8

Denominazione	LAVORI DI RISTRUTTURAZIONE DI ESISTENTE FABBRICATO IN VIA ROMA
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Montebello della Battaglia
Localizzazione	Via Roma, nel centro urbano del Comune, ai margini del centro storico, attività economiche private presenti sul territorio
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti
Finalità	Sistemazione della struttura del fabbricato in Via Roma, in modo da migliorarne la fruibilità.
Contenuti	Recupero del fabbricato, con adeguamento dell'impiantistica e superamento delle barriere architettoniche. La struttura è adiacente ad un'area ad uso piazza e parcheggio, di recente realizzazione.
Azioni previste	Intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 150.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: fine lavori anno 2011
Stato di Progettazione	Inserito nel Piano Triennale delle Opere

CRONOPROGRAMMA

ANNO TRIMESTRE	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

INTERVENTO 9

Denominazione	LAVORI DI RECUPERO E RIQUALIFICAZIONE ANTICA PIAZZA DETTA "IL CORTILE"
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Montebello della Battaglia
Localizzazione	Antica piazza localizzata nel centro storico, detta "Il Cortile"
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	L'area della piazza viene sistemata con lo scopo di realizzare eventi e manifestazioni commerciali/turistiche, tra cui il mercato dei prodotti della tradizione locale, in collaborazione con commercianti, artigiani, agricoltori
Contenuti	Si intende recuperare una piazza interna al centro storico, luogo tradizionale di incontro, tramite lavori di carattere strutturale
Azioni previste	Intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 180.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: fine lavori entro l'anno 2012
Stato di Progettazione	Inserito nel Piano Triennale delle Opere

CRONOPROGRAMMA

ANNO TRIMESTRE	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV



COMUNE DI MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA (PROVINCIA DI PAVIA)

Lavori di sistemazione area a verde in Via Roma

Trattasi di area destinata secondo il vigente P.R.G. a giardini e parchi pertanto si procederà alla sistemazione dell'area mediante la messa a dimora di varie essenze arboree e la creazione di vialetti pedonabili . La spesa prevista ammonta a circa 150.000 €. ed interessa una superficie di mq. 2400.

Lavori di ristrutturazione di esistente fabbricato sempre in via Roma (parte bassa) adiacente e confinante con una area ad uso piazza – parcheggio di recente realizzazione.

Sostanzialmente i lavori saranno rivolti al recupero del fabbricato con adeguamento di tutta l'impiantistica ed al superamento delle barriere architettoniche all'interno della struttura .

La spesa prevista ammonta a circa 150.000 € ed urbanisticamente il fabbricato è identificato nel vigente P.R.G. come area di ristrutturazione ai margini del centro storico..



Il Tecnico Comunale
Rossi Geom.Maurizio

8.3 COMUNE DI RETORBIDO: IDEE PROGETTUALI

INTERVENTO 10

Denominazione	SISTEMAZIONE E DOTAZIONE INFRASTRUTTURALE PER MANIFESTAZIONI ENOGASTRONOMICHE
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Retorbido in collaborazione con Associazione locale (Proloco)
Localizzazione	Comune di Retorbido, presso il cortile della scuola.
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	La struttura consentirà di inserire Retorbido nel circuito di eventi di promozione organizzati nei diversi Comuni, in collaborazione con le associazioni culturali. Fornitura e posa in opera di struttura rimovibile per manifestazioni enogastronomiche, prioritariamente incentrate al prodotto locale tipico. Realizzazione area verde destinata a migliorare l'arredo urbano e la dimensione di accoglienza anche per esposizioni ed eventi commerciali.
Contenuti	Dotare l'area interessata di infrastrutture idonee all'organizzazione di manifestazioni enogastronomiche collegate allo sviluppo commerciale del territorio ed alla valorizzazione dei prodotti tipici locali.
Azioni previste	Intervento di tipo strutturale.
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 50.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: settembre 2010- primavera 2011
Stato di Progettazione	Studio di fattibilità

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012				
	TRIMESTRE	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

8.4 COMUNE DI TORRAZZA COSTE: IDEE PROGETTUALI

INTERVENTO 11

Denominazione	PROGETTO DI RIQUALIFICAZIONE DELLA PIAZZA VITTORIO EMANUELE II
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Torrazza Coste
Localizzazione	Piazza Vittorio Emanuele II, Comune di Torrazza Coste
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Miglioramento della viabilità che attualmente garantisce l'eliminazione del traffico che attraversa il centro abitato.
Contenuti	L'area attualmente interamente pedonalizzabile, nell'ipotesi progettuale propone la creazione di una viabilità alternativa a quella esistente, con pavimentazione e arredo urbano dell'area libera, ampliamento del sagrato e sistemazione spazi di connessione.
Azioni previste	Intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 575.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione://
Stato di Progettazione	Studio di fattibilità

Comune di
TORRAZZA COSTE
Provincia di Pavia

**PROGETTO DI RIQUALIFICAZIONE
DELLA PIAZZA VITTORIO EMANUELE II**

RELAZIONE

Progettista
DOTT. ARCH. MARCO BOSI
STUDIO DI ARCHITETTURA ED URBANISTICA IN VOGHERA - PV
Via E. Gabetta 33 - Tel. 0383 48862 - Fax 0383 363826
e - mail: mbosi@aznet.it

Il Sindaco
MARIO ANSELMI

Il Segretario Comunale
DOTT. ELISABETH NOSOTTI

RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

1. STATO DI FATTO

Piazza Vittorio Emanuele II si trova al centro di Torrazza Coste e funziona come crocevia di più assi stradali: è infatti lambita a sud dalla strada che da Voghera si dirige a Borgo Priolo, mentre lungo il lato orientale corre una via urbana che dalla frazione Riccagioia conduce alle altre frazioni poste più in collina (via Riccagioia – Via Cadelazzi).

Dal punto di vista planimetrico la piazza presenta un disegno ad imbuto che ha come base, a sud, il sagrato della Chiesa parrocchiale S. Carlo Borromeo; a fianco della chiesa, ad ovest, si trova il palazzo del Municipio. Il sagrato è ubicato ad una quota superiore rispetto a quella stradale.

Il lato orientale è delimitato da un edificio residenziale ristrutturato di recente.

Il lato occidentale presenta una cortina edilizia discontinua: ad un edificio piastrellato, fronteggiante il Municipio, ne segue, arretrato e separato dal precedente, un altro ora disabitato e fronteggiato da un giardino. Sul lato nord è invece presente una unità edilizia che ospita al piano terreno una farmacia.

La piazza, che si configura come uno slargo senza alcuna funzione specifica se non quella di garantire il flusso del traffico, è completamente asfaltata; a ridosso della recinzione dell'edificio arretrato, lungo il lato ovest, sono posizionate alcune panchine e fioriere.

Una piccola aiuola - rotonda segna l'incrocio viabilistico

2. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto architettonico prevede la totale pedonalizzazione della piazza nell'ipotesi della creazione di una viabilità alternativa a quella esistente, viabilità che garantisce l'eliminazione del traffico che attualmente attraversa il centro dell'abitato.

Il progetto si articola nei seguenti interventi:

- **Pavimentazione e arredo urbano dell'area libera**

La riqualificazione pedonale dell'ampia area libera prevede la realizzazione di un disegno e geometrico e simmetrico rispetto ad un asse centrale che segna, indicativamente, la bisettrice dell'assetto planimetrico esistente.

La pavimentazione individua dei campi regolari perimetrati da lastre in granito grigio e riempiti di cubetti di porfido (10 x 10 cm) di due tonalità differenti di grigio in modo da accentuare la geometria dell'impianto.

L'arredo urbano, posizionato in modo da integrarsi alla griglia disegnata sul piano di calpestio, è costituito da alcuni elementi seriali ripetuti in più isole di sosta.

L'isola di sosta è caratterizzata dalla presenza di un albero con una o due panchine in granito bianco sottostanti.

L'illuminazione è garantita da lampioni su palo in ghisa a doppio corpo illuminante.

Sono state mantenute le pendenze esistenti ed è stato ripensato il sistema dello scolo delle acque tramite la collocazione di più caditoie lungo i perimetri est e ovest.

La pedonalizzazione della piazza garantisce comunque l'accesso carraio ai residenti nelle abitazioni prospicienti alla piazza stessa.

- **Il sagrato**

L'area antistante la Chiesa ed il Municipio, rialzata rispetto al resto della parte pedonalizzata (come risulta già essere ora), viene ampliata e ripavimentata con una partitura geometrica determinata dalla geometria della facciata della chiesa stessa. Le lastre in granito segnano la partitura mentre il porfido è posato "a pavone" al loro interno.

Il muretto di contenimento del sagrato è realizzato in cemento armato e rivestito di lastre di granito, così come di granito risultano essere la scalinata centrale e la scala che conduce al Municipio.

Il limite superiore del sagrato è segnato da una sequenza di paracarri in granito uniti da catenelle in ghisa. Sul sagrato trovano posto anche due lampioni identici a quelli presenti in piazza.

L'accesso ai portatori di handicap è garantito dalla progettazione di una rampa "ad elle", della pendenza dell'8% e di larghezza pari a 1,50 mt, adiacente al lato est della Chiesa.

- **Spazi di connessione**

Sono denominati spazi intermedi o di connessione le seguenti zone della piazza:

- 1) lo spazio compreso tra il sagrato e la piazza vera e propria (spazio ora occupato dalla strada);
 - 2) l'area compresa tra la fine di via Riccagioia e la piazza (dove sono presenti alcuni passi carrai).
- In questi luoghi la pavimentazione, dai materiali identici a quelli utilizzati nelle altre parti della piazza, viene posizionata con una geometria di impianto che si raccorda a quella prevista.

3. LA SOLUZIONE INTERMEDIA

Fino a quando non sarà realizzata la nuova viabilità alternativa a quella esistente e che produrrà, come effetto, la pedonalizzazione di Piazza Vittorio Emanuele II, è necessario mantenere la viabilità esistente.

In ordine a tale necessità, si predispose un assetto della piazza che si può definire transitorio e che apporta al progetto definitivo le seguenti varianti:

- 1) realizzazione di una pavimentazione con fondazione armata sia nella parte compresa tra il sagrato e la piazza (ora occupata dalla strada) sia nella parte ad est dell'asse di simmetria della piazza stessa in modo da sostenere il peso del traffico motorizzato;
- 2) precisa perimetrazione del tracciato motorizzato attraverso il posizionamento di paracarri in pietra uniti da catenelle in ghisa
- 3) collocazione dell'arredo urbano solo nella porzione occidentale, rispetto all'asse centrale della piazza, con una distribuzione differente delle panchine differente rispetto al progetto definitivo.

4. QUADRO ECONOMICO

L'importo complessivo delle opere e delle somme a disposizione ammonta a Lire 575.000.000, così suddivisi:

- LAVORI PER LA SISTEMAZIONE DI PIAZZA VITTORIO EMANUELE II

Sistemazione della piazza.....	£. 210.000.000
Sistemazione ed ampliamento del sagrato.....	£. 77.530.000
Sistemazione degli spazi intermedi.....	£. 121.970.000

in uno.... £. 409.500.000

- SOMME A DISPOSIZIONE

Imprevisti.....	£. 40.950.000
IVA 10% sui lavori e sugli imprevisti.....	£. 45.045.000

Spese tecniche:

Studio geologico.....	£. 1.000.000
Progettazione architettonica, Direzione dei lavori, Misurazione e contabilità dei Lavori, Certificato di regolare esecuzione.....	£. 44.600.000
Coordinamento della Sicurezza in fase progettuale ed esecutiva....	£. 18.700.000

Totale spese tecniche £. 64.300.000

IVA + C.I.C.I.A. sulle spese tecniche.....	£. 14.403.200
Arrotondamenti.....	£. 801.800

in uno.....£. 165.500.000

Totale GENERALE.....£. 575.000.000

diconsi Lire cinquecentosettantacinquemilioni.

5. COPERTURA FINANZIARIA DEI LAVORI E SUDDIVISIONE IN LOTTI FUNZIONALI

Per quanto riguarda il progetto di riqualificazione della piazza Vittorio Emanuele II si ritiene che l'opera debba trovare copertura finanziaria diretta da parte dell'Amministrazione Comunale.

Il lavoro potrà essere suddiviso in lotti funzionali di intervento (n. 2), prevedendo un primo lotto che comprende la **Sistemazione della piazza** per un importo pari a £. 300.000.000 e un secondo lotto conclusivo che prevede la **sistemazione e l'ampliamento del sagrato e la sistemazione degli spazi intermedi** per un importo di £. 275.000.000.

L'importo complessivo delle opere e delle somme a disposizione del primo lotto ammonta a Lire 300.000.000 così suddiviso:

• LAVORI

Sistemazione della piazza.....£. 210.000.000

• SOMME A DISPOSIZIONE

Spese tecniche, IVA + C.I.C.I.A., Imprevisti e arrotondamenti.....£. 90.000.000

Totale GENERALE.....£. 300.000.000

INTERVENTO 12

Denominazione	PROGETTO RECUPERO EDILIZIO DELL' EX-EDIFICIO SCOLASTICO FRAZIONE TREBBIO
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Torrazza Coste
Localizzazione	Comune di Torrazza Coste, in Frazione Trebbio
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Lo scopo sarà quello di recuperare un ex-alloggio, destinandolo a spazio attrezzato per ospitare manifestazioni, piccole mostre, esposizioni di prodotti, degustazioni.
Contenuti	Il progetto si propone di recuperare un ex-alloggio posto al primo piano della vecchia scuola elementare, dotandolo di un minimo di attrezzatura e con l'inserimento degli impianti mancanti. Lo spazio sarà gestito dalle associazioni locali e sarà a disposizione della popolazione locale e dei turisti. La struttura farà parte di un sistema di recupero di piccole realtà, destinate a costruire un itinerario sul territorio di conoscenza dei prodotti e delle realtà locali.
Azioni previste	Intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 63.500,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: 12 mesi dalla data di inizio lavori
Stato di Progettazione	Progetto di massima

CRONOPROGRAMMA

ANNO TRIMESTRE	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

1. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

a) Stato di fatto

L'edificio oggetto di intervento e' posto in F.ne Trebbio del Comune di Torrazza Coste, ed e' costituito da un ex edificio scolastico adibito in precedenza all'istruzione elementare; costruito negli anni venti, oggi risulta praticamente inutilizzato.

Esso e' strutturato su due piani, ed in origini prevedeva lo svolgimento delle attivita' didattiche al piano terreno, mentre il primo piano era adibito ad alloggio dell'insegnante.

Attualmente il piano terreno e' utilizzato saltuariamente quale circolo ricreativo, mentre il primo piano e' completamente inutilizzato.

Il sistema costruttivo e' di tipo scatolare: le strutture verticali sono costituite da muri portanti in muratura di mattoni pieni, mentre le strutture orizzontali sono costituite da solai in profilati metallici con tavelloni in cotto, poggianti su un muro di spina centrale avente anche funzione di irrigidimento della struttura muraria nel suo complesso; la copertura e' in legno con soprastante manto in coppi.

L'edificio non presenta particolari problemi dal punto di vista statico, mentre e' carente dal punto di vista igienico, in quanto la mancanza nel tempo di ordinaria manutenzione ha determinato infiltrazioni di acqua dal tetto con conseguente danneggiamento degli intonaci e degli infissi; in esso mancano anche i servizi igienici e tutti gli altri impianti necessari al vivere moderno.

b) Progetto

Il progetto prevede la conferma della destinazione d'uso attuale al piano terreno, ed il recupero dell'alloggio posto al primo piano con l'inserimento degli impianti mancanti, la formazione di un servizio igienico ed il rifacimento di tutte le opere di finitura, intonaci, pavimenti e rivestimenti, serramenti interni ed esterni.

Viene escluso qualunque intervento sulle strutture portanti, in buone condizioni statiche, mentre si prevede una manutenzione straordinaria del tetto, con sostituzione parziale degli elementi strutturali in legno e del manto di copertura, per cui verranno messe in opera lastre-sottocoppo in fibro-cemento con il fine di garantire una migliore impermeabilizzazione ed una maggiore durata nel tempo del tetto.

Al piano terreno, lo schema distributivo rimane pressoché inalterato, prevedendo solamente la chiusura di due porte interne allo scopo di creare due accessi, indipendenti fra di loro, uno

per il circolo ricreativo esistente e l'altro per l'alloggio da recuperare.

L'alloggio, completamente accessibile da persona handicappata su carrozzina, puo' essere destinato a giovani copie o a persone anziane, tramite l'inserimento di un servo scala che ne consente l'accesso; ha una Superficie utile di mq. 63,16 ed e' cosi' composto:

- un ingresso-disimpegno di mq. 8,80;
- un locale soggiorno-pranzo-angolo cottura di mq. 23,65;
- una camera da letto di mq. 19,38, attrezzabile con due letti singoli o con letto matrimoniale, in entrambi i casi accessibile da persone handicappate su carrozzina;
- un bagno, di mq. 6,82, con relativo antibagno di mq. 4,51; il bagno e' attrezzato con water, bidet, lavabos e vasca a sedere, mentre nell'antibagno e' previsto un lavabos e la zona lavatrice; il locale e' adattabile con il fine di renderlo accessibile a persone handicappate su carrozzina.
- un terrazzo coperto di mq. 8,45.

Di seguito vengono riportati i principali dati riassuntivi del progetto:

CALCOLO SUPERFICI E VOLUME

	S.U.	S.N.R.
MINI ALLOGGIO		
Sogg.-Pranzo Cucina	23,65	
Camera Letto Matrimoniale	19,38	
Antibagno	4,51	
Bagno	6,82	
Ingresso-Disimpegno	8,80	
	63,16	
Terrazzo		8,45
PARTI COMUNI ALL'ORGANISMO ABITATIVO		
Ingressi + Scale		13,73
TOTALE	63,16	22,18
% s.n.r. rispetto s.u. =		35,10

CALCOLO DELLA SUPERFICIE COMPLESSIVA (Sc)

$$Sc = 63,16 + 60 \% \text{ di } 22,18 = 76,46 \text{ mq.}$$

CALCOLO DEL VOLUME LORDO

$$[(8,40 \times 12,05) - (2,60 \times 3,30)] \times 3,00 = 278 \text{ mc.}$$

2. UBICAZIONE E SITUAZIONE URBANISTICA DI RIFERIMENTO

L'edificio e' ubicato al centro della Frazione Trebbio del Comune di Torrazza Coste, e risulta completamente servito di tutte le opere di urbanizzazione primaria; inoltre, la presenza al piano terreno dell'edificio di un circolo ricreativo, costituisce momento di aggregazione per la popolosa frazione.

L'intervento di recupero dell'alloggio esistente non presenta problemi dal punto di vista urbanistico, trattandosi di semplice ristrutturazione di un alloggio esistente.

3. PREVENTIVO SOMMARIO DI SPESA

L'importo dei lavori per la costruzione dell'edificio in oggetto, viene stimato in lire 123.000.000 - centoventitremilioni, come risulta dal seguente prospetto:

A) LAVORI

- mq. 76,46 di Sc x 1.200.000 Lire/mq. = 91.752.000

B) SOMME A DISPOSIZIONE

- I.V.A. sui lavori 4 %	3.670.080	
- Spese Tecniche-Generali 14 %	12.845.280	
- Rilievi e indagini prel. 5 %	4.587.600	
- Imprevisti, arrotond. 12 %	10.145.040	
	=====	
	in uno	31.248.000

TOTALE GENERALE S.E & O. LIRE

=====

123.000.000

=====

4. PROGRAMMA TEMPORALE DELL'INTERVENTO

Il Programma temporale avra' una durata presunta di 12 (dodici) mesi, a far tempo dalla data di approvazione dell'incarico per la progettazione esecutiva, e si articolerà nelle seguenti fasi:

- 2 mesi per la progettazione esecutiva completa;
- 3 mesi per l'espletamento delle procedure di appalto;
- 1 mese per cantierare l'opera (consegna dei lavori) a far tempo dalla stipula del contratto di appalto;
- 4 mesi per la realizzazione dell'opera;
- 2 mesi per il collaudo e la consegna dell'opera.

5. ELEMENTI COSTITUTIVI DEL PROGETTO

Il presente progetto di massima e' costituito dalle seguenti tavole ed elaborati:

Tav. 1 - Stato di fatto		
Piante Prospetti e Sezioni		Scala 1:100
Progetto di Massima		
Piante		Scala 1:100
Confronto		
Piante		Scala 1:100
Elaborato - Relazione generale		
Preventivo sommario di spesa		
Allegati - Estratto di mappa		Scala 1:1.000
Estratto vigente P.R.G.		Scala 1:2.000
Documentazione fotografica		

INTERVENTO 14

Denominazione	PROGETTO RECUPERO EDILIZIO E ALLOGGIO EX-EDIFICIO SCOLASTICO FRAZIONE PRAGATE
Tipologia di intervento	3. INTERVENTI STRUTTURALI DI QUALIFICAZIONE URBANA
Tipo di intervento	3.3 Qualificazione e sistemazione finalizzati a migliorare l'impatto visivo e a facilitare la fruibilità degli spazi urbani annessi al Distretto
Soggetto attuatore	Comune di Torrazza Coste
Localizzazione	Comune di Torrazza Coste, Frazione di Pragate
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	Lo scopo sarà quello di recuperare un ex-alloggio, destinandolo a spazio attrezzato per ospitare manifestazioni, piccole mostre, esposizioni di prodotti, degustazioni.
Contenuti	Il progetto si propone di recuperare un ex-alloggio posto al primo piano della vecchia scuola elementare, destinandolo a spazio attrezzato con l'inserimento degli impianti mancanti. Lo spazio sarà gestito dalle associazioni locali e sarà a disposizione della popolazione locale e dei turisti. La struttura farà parte di un sistema di recupero di piccole realtà, destinate a costruire un itinerario sul territorio di conoscenza dei prodotti e delle realtà locali.
Azioni previste	Intervento strutturale
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: 63.000,00 euro
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: 12 mesi dalla data di inizio lavori
Stato di Progettazione	Progetto di massima

CRONOPROGRAMMA

ANNO	2010				2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
TRIMESTRE												

1. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

a) Stato di fatto

L'edificio oggetto di intervento e' posto in F.ne Pragate del Comune di Torrazza Coste, ed e' costituito da un ex edificio scolastico adibito in precedenza all'istruzione elementare; costruito negli anni venti, oggi risulta praticamente inutilizzato.

Esso e' strutturato su due piani, ed in origini prevedeva lo svolgimento delle attivita' didattiche al piano terreno, mentre il primo piano era adibito ad alloggio dell'insegnante.

Attualmente il piano terreno e' utilizzato saltuariamente quale circolo ricreativo, mentre il primo piano e' completamente inutilizzato.

Il sistema costruttivo e' di tipo scatolare: le strutture verticali sono costituite da muri portanti in muratura di mattoni pieni, mentre le strutture orizzontali sono costituite da solai in profilati metallici con tavelloni in cotto, poggianti su un muro di spina centrale avente anche funzione di irrigidimento della struttura muraria nel suo complesso; la copertura e' in legno con soprastante manto in coppi.

L'edificio non presenta particolari problemi dal punto di vista statico, mentre e' carente dal punto di vista igienico, in quanto la mancanza nel tempo di ordinaria manutenzione ha determinato infiltrazioni di acqua dal tetto con conseguente danneggiamento degli intonaci e degli infissi; in esso mancano anche i servizi igienici e tutti gli altri impianti necessari al vivere moderno.

b) Progetto

Il progetto prevede la conferma della destinazione d'uso attuale al piano terreno, ed il recupero dell'alloggio posto al primo piano con l'inserimento degli impianti mancanti, la formazione di un servizio igienico ed il rifacimento di tutte le opere di finitura, intonaci, pavimenti e rivestimenti, serramenti interni ed esterni.

Viene escluso qualunque intervento sulle strutture portanti, in buone condizioni statiche, mentre si prevede una manutenzione straordinaria del tetto, con sostituzione parziale degli elementi strutturali in legno e del manto di copertura, per cui verranno messe in opera lastre-sottocoppo in fibro-cemento con il fine di garantire una migliore impermeabilizzazione ed una maggiore durata nel tempo del tetto.

Al piano terreno, lo schema distributivo rimane pressoché inalterato, prevedendo solamente la chiusura di due porte interne allo scopo di creare due accessi, indipendenti fra di loro, uno

per il circolo ricreativo esistente e l'altro per l'alloggio da recuperare.

L'alloggio, completamente accessibile da persona hendicappata su carrozzina, puo' essere destinato a giovani copie o a persone anziane, tramite l'inserimento di un servo scala che ne consente l'accesso; ha una Superficie utile di mq. 60,62 ed e' cosi' composto:

- un ingresso-disimpegno di mq. 6,25;
- un locale soggiorno-pranzo-angolo cottura di mq. 23,65;
- una camera da letto di mq. 19,38, attrezzabile con due letti singoli o con letto matrimoniale, in entrambi i casi accessibile da persone hendicappate su carrozzina;
- un bagno, di mq. 6,82, con relativo antibagno di mq. 4,51; il bagno e' attrezzato con water, bidet, lavabos e vasca a sedere, mentre nell'antibagno e' previsto un lavabos e la zona lavatrice; il locale e' adattabile con il fine di renderlo accessibile a persone hendicappate su carrozzina.
- un terrazzo coperto di mq. 8,45.

Di seguito vengono riportati i principali dati riassuntivi del progetto:

CALCOLO SUPERFICI E VOLUME		
	S.U.	S.N.R.
MINI ALLOGGIO		
Sogg.-Pranzo Cucina	23,66	
Camera Letto Matrimoniale	19,38	
Antibagno	4,51	
Bagno	6,82	
Ingresso-Disimpegno	6,25	

	60,62	
Terrazzo		8,45
PARTI COMUNI ALL'ORGANISMO ABITATIVO		
Ingressi + Scale		16,28

TOTALE	60,62	24,73
% s.n.r. rispetto s.u. =		40,80

CALCOLO DELLA SUPERFICIE COMPLESSIVA (Sc)

$$Sc = 60,62 + 60 \% \text{ di } 24,73 = 75,45 \text{ mq.}$$

CALCOLO DEL VOLUME LORDO

$$[(8,40 \times 12,05) - (2,60 \times 3,30)] \times 3,00 = 278 \text{ mc.}$$

2. UBICAZIONE E SITUAZIONE URBANISTICA DI RIFERIMENTO

L'edificio e' ubicato al centro della Frazione Pragate del Comune di Torrazza Coste, e risulta completamente servito di tutte le opere di urbanizzazione primaria; inoltre, la presenza al piano terreno dell'edificio di un circolo ricreativo, costituisce momento di aggregazione per la popolosa frazione.

L'intervento di recupero dell'alloggio esistente non presenta problemi dal punto di vista urbanistico, trattandosi di semplice ristrutturazione di un alloggio esistente.

3. PREVENTIVO SOMMARIO DI SPESA

L'importo dei lavori per la costruzione dell'edificio in oggetto, viene stimato in lire 122.000.000 - centoventiduemilioni, come risulta dal seguente prospetto:

A) LAVORI

- mq. 75,45 di Sc x 1.200.000 Lire/mq. = 90.540.000

B) SOMME A DISPOSIZIONE

- I.V.A. sui lavori 4 %	3.621.600	
- Spese Tecniche-Generali 14 %	12.675.600	
- Rilievi e indagini prel. 5 %	4.527.000	
- Imprevisti, arrotond. 12 %	10.635.800	
	=====	
	in uno	31.460.000

TOTALE GENERALE S.E & O. LIRE	=====	
		122.000.000
	=====	

4. PROGRAMMA TEMPORALE DELL'INTERVENTO

Il Programma temporale avra' una durata presunta di 12 (dodici) mesi, a far tempo dalla data di approvazione dell'incarico per la progettazione esecutiva, e si articolera' nelle seguenti fasi:

- 2 mesi per la progettazione esecutiva completa;
- 3 mesi per l'espletamento delle procedure di appalto;
- 1 mese per cantierare l'opera (consegna dei lavori) a far tempo dalla stipula del contratto di appalto;
- 4 mesi per la realizzazione dell'opera;
- 2 mesi per il collaudo e la consegna dell'opera.

5. ELEMENTI COSTITUTIVI DEL PROGETTO

Il presente progetto di massima e' costituito dalle seguenti tavole ed elaborati:

Tav. 1 - Stato di fatto	
Piante Prospetti e Sezioni	Scala 1:100
Progetto di Massima	
Piante	Scala 1:100
Confronto	
Piante	Scala 1:100
Elaborato - Relazione generale	
Preventivo sommario di spesa	
Allegati - Estratto di mappa	Scala 1:1.000
Estratto vigente P.R.G.	Scala 1:2.000
Documentazione fotografica	

INTERVENTO 15

Denominazione	SISTEMAZIONE VIABILITÀ RELATIVA AI MARCIAPIEDI IN VIA VOGHERA E VIA EMILIA
Tipologia di intervento	4. ACCESSIBILITA' E MOBILITA'
Tipo di intervento	4.1 Interventi di governo dei flussi di accesso al Distretto del Commercio
Soggetto attuatore	Comune di Torrazza Coste
Localizzazione	Comune di Torrazza Coste, Via Voghera e Via Emilia
Iniziativa	Pubblica
Destinatari	Popolazione residente, turisti, attività economiche private presenti sul territorio
Finalità	L'intervento si propone di migliorare la viabilità interna, conseguendo due obiettivi. Una migliore qualità di vita per i residenti e la creazione di un insieme di percorrenze destinate alla fruizione turistica.
Contenuti	Intervento di recupero e riqualificazione di area mercatale.
Azioni previste	Miglioramento della viabilità, rifacimento marciapiedi
Sostenibilità finanziaria	Costo complessivo: //
Cronoprogramma	Tempi di attuazione: //
Stato di Progettazione	//

8.5 Piano di promozione del distretto Colli dell'Oltrepò'

Interventi trasversali di aggregazione, valorizzazione e promozione del distretto

Soggetti attuatori

- Comune di Montebello della Battaglia
- Comune di Torrazza Coste
- Comune di Codevilla
- Comune di Retorbido
- GDO

Soggetti beneficiari

Tutti gli esercizi commerciali, collocati all'interno dei Comuni sopra-elencati e per trasversalità: il comparto del turismo, dell'agricoltura, dell'artigianato e dei servizi.

Importo: 15.000,00

Obiettivo: il piano di promozione del Distretto si propone differenti obiettivi in relazione ai diversi target destinatari della comunicazione. In particolare, l'attività di comunicazione è finalizzata a :

- far conoscere il Distretto e promuovere la varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i City Users (residenti, frequentatori non residenti, turisti);
- costituire e sviluppare la notorietà del progetto di gestione coordinata del Distretto agli operatori attuali e ai potenziali investitori;
- comunicare e promuovere le singole iniziative.

Rientra nell'obiettivo strategico per sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto partendo dal progetto "Sistema Oltrepò" concretizzazione dell'idea di un sistema di ruralità fondata sulla triade lentezza, relax, naturalezza "Oltrepò, l'accento sul territorio" è il progetto integrato di promozione del sistema vitivinicolo dell'Oltrepò Pavese, unico nel suo genere, ha la finalità di "valorizzare le occasioni di promozione dell'Oltrepò, attraverso una gestione programmata e unitaria degli eventi".

L'identità dell'Oltrepò sta nelle sue colline e in 13.000 ettari di vigneti, nei suoi castelli e nelle sue pievi, nei boschi e nei torrenti.

L'obiettivo è quello di porre l'accento, valorizzandole, sulle diverse declinazioni della vitivinicoltura dell'Oltrepò Pavese, dagli aspetti più tecnici e produttivi a quelli scientifici, dall'economia vitivinicola alle occasioni di socialità collegate alla promozione del vino, dall'attenzione al contesto ambientale alle suggestioni monumentali e artistiche del territorio.

Il progetto prevede la formulazione e l'applicazione del Piano di valorizzazione delle manifestazioni promozionali in stretta collaborazione fra gli Enti aderenti al progetto.

8.5.1 Costruzione, organizzazione e promozione di un sistema di eventi coordinato, incentrato sul know-how locale: prodotti agro-alimentari e artigianali, risorse culturali, competenze, esperienze, professionalità.

Soggetti attuatori

- Comune di Montebello della Battaglia
- Comune di Torrazza Coste
- Comune di Codevilla
- Comune di Retorbido
- GDO

Soggetti beneficiari

Tutti gli esercizi commerciali, collocati all'interno dei Comuni sopra-elencati e per trasversalità: il comparto del turismo, dell'agricoltura, dell'artigianato e dei servizi.

Importo: 20.000,00

Nell'area individuata per la creazione di un Distretto del Commercio, attualmente, la realtà riguardante il settore del commercio e, in generale, la promozione turistica e la valorizzazione territoriale, sono affidate a singole iniziative sparse, legate per lo più ad eventi e sagre organizzati dalle Pro loco locali, grazie ad un prezioso e insostituibile lavoro di volontariato.

Si riscontra però una dispersione ed una certa estemporaneità delle attività: una frammentazione la cui conseguenza è una debolezza "commerciale" specifica del settore e, in ottica più ampia, delle attrattive locali in genere, quali le produzioni enogastronomiche tipiche, i percorsi e gli ambienti naturali, le emergenze architettoniche, la cultura e le tradizioni del territorio.

Serve quindi mettere in campo azioni fortemente mirate a definire una concertazione pubblico-privata di tipo funzionale e non più solo istituzionale, supportata dall'associazionismo e/o dalle forme consortili o cooperative o private presenti sul territorio, che potranno essere ulteriormente valorizzate. Serve promuovere attività che permettano la veicolazione promo-turistica unitaria del territorio, senza inutili dispersioni d'immagine e di messaggi comunicativi spesso non coordinati fra loro.

L'obiettivo primario del progetto è quello di accentuare maggiormente un'identità comune di territorio, al fine di sviluppare politiche sistemiche riferite all'area di media-bassa collina dell'Oltrepò Pavese, in una logica di completamento tra valori della destinazione e valore dei prodotti territoriali.

Con un piano di azioni coordinate e integrate di marketing promo-territoriale si punta ad accreditare il territorio, mettendo a sistema il commercio, l'agricoltura con le sue eccellenze, l'enogastronomia tipica, l'ambiente e la cultura, fino ai servizi ricreativi e quelli di accoglienza e ospitalità del ricettivo e della ristorazione.

Si tratta quindi di una pianificazione di interventi, mirati ad integrare il commercio locale l'insieme dei prodotti e dei servizi a forte richiamo turistico e ricreativo.

Attualmente sul territorio vengono già organizzate una serie di manifestazioni di promozione commerciale di prodotti del territorio, che verranno "recuperate",

riformulate all'interno di un unico contenitore/evento.

Costruzione e organizzazione di un sistema di eventi coordinato, che ri-comprenda i principali eventi già realizzati, rendendoli omogenei e coordinati per qualità, comunicazione, organizzazione.

Attori strategici del sistema sono gli esercizi commerciali, che potranno concordare anche aperture straordinarie dei punti vendita, iniziative promozionali e di scoutistica. Le pro-loco e le altre organizzazioni presenti sul territorio, rappresentano il cardine operativo, lavoreranno insieme per arrivare al coordinamento ed alla gestione dell'iniziativa, avvalendosi dello strumento del Tavolo per il Commercio, mettendo a punto un calendario concordato, studiando una linea di comunicazione e re-styling dell'immagine complessiva degli eventi, realizzando in modo concertato le attività di informazione e promozione.

8.5.2 Attività di accompagnamento al sistema distretto: analisi posizionamento, profilazione clienti, indagine di customer satisfaction. Sviluppo di azioni di marketing funzionali.

Soggetti attuatori

- Comune di Montebello della Battaglia
- Comune di Torrazza Coste
- Comune di Codevilla
- Comune di Retorbido
- GDO

Soggetti beneficiari

Tutti gli esercizi commerciali, collocati all'interno dei Comuni sopra-elencati e per trasversalità: il comparto del turismo, dell'agricoltura, dell'artigianato e dei servizi.

Importo: 20.000,00

Per raggiungere risultati più certi e duraturi, si è valutato, in affiancamento all'azione precedente, di sviluppare una maggiore conoscenza delle dinamiche del distretto, in modo da acquisire le necessarie informazioni per andare oltre la gestione consueta, evitare la ripetizione di errori, superare i limiti e dotare quindi amministratori ed attori del territorio di conoscenze e competenze che li rendano più autonomi e garantiscano la persistenza delle scelte.

Spesso, infatti, i soggetti che operano da anni in un contesto locale, corrono il rischio di perdere la visione allargata dei processi di marketing e delle dinamiche esterne e quindi si corre il rischio di fallimenti, perché si ripetono gli stessi errori.

Sono previste attività di analisi del posizionamento del Distretto, profilazione di consumatori, commercianti e residenti e analisi delle loro aspettative, monitoraggio, delle performance del Distretto, individuazione di profili di miglioramento.

L'azione dovrà fornire, quali out-put, strumenti da sperimentare, valutare e adottare in tempo reale, quali:

- Metodologie di sondaggi,
- Elaborazione carta qualità per i servizi commerciali
- Strumenti di fidelizzazione dei clienti, quale questionario di gradimento, collegato a indirizzario cartaceo/on-line, grazie al quale stabilire un contatto con le persone che hanno visitato il territorio
- Proposte di apertura di servizi/esercizi innovativi per il territorio
- Iniziative atte a sviluppare i prodotti del territorio nelle scuole

Grazie al lavoro di contatto e coordinamento realizzato con la GdO dell'area, si sono valutate le possibilità per coinvolgere attivamente le sue strutture nel piano coordinato di promozione dell'area.

Si è proposto di realizzare all'interno dei centri commerciali uno spazio dedicato al territorio, esponendo prodotti, materiale informativo, cartine, locandine di eventi ecc.

I centri commerciali sono inoltre già attualmente coinvolti nella promozione, in quanto concorrono finanziariamente alla realizzazione degli eventi nei comuni. Nella logica di Distretto questa collaborazione sarà organizzata in modo migliore, dando maggior logica e continuità alle azioni.

Grazie al lavoro di coordinamento della cabina di regia, sarà possibile, ad esempio, valutare meglio il calendario degli eventi sul territorio e specifiche iniziative all'interno dei Centri, come, ad esempio, le giornate del vino novello, le sagre gastronomiche autunnali, l'apertura delle ville storiche....

8.5.3 Progettazione di un sistema integrato di percorrenze tra la Via Emilia e le Colline.

Soggetti attuatori

- Comune di Montebello della Battaglia
- Comune di Torrazza Coste
- Comune di Codevilla
- Comune di Retorbido
- GDO

Soggetti beneficiari

Tutti gli esercizi commerciali, collocati all'interno dei Comuni sopra-elencati e per trasversalità: il comparto del turismo, dell'agricoltura, dell'artigianato e dei servizi.

Importo: 30.000,00

Realizzazione di percorsi da svolgere in auto, moto, bicicletta, mountain bike, a cavallo, attraverso la creazione di una rete di recettività, di punti di sosta e di sostegno logistico e della relativa cartografia, individuando agriturismi e fattorie didattiche e aziende agricole con attività di vendita diretta.

La promozione della rete degli esercizi commerciali e delle aziende del Distretto Colli dell'Oltrepò può trovare un valido strumento nella progettazione e realizzazione di un sistema organizzato di percorrenze, che, con vari mezzi a piedi, in auto, in moto, in bicicletta introducano i turisti a leggere e assaporare in modo intelligente e gradevole il territorio.

L'area del Distretto è attraversata da un reticolo di strade minori, comunali, interpoderali o semplici sentieri, che collegano i diversi comuni, le frazioni, chiese, luoghi storici. Risalendo dolcemente dalla pianura verso la collina, corrono spesso in posizione sopraelevata consentendo ampie vedute verso la Padania e le Alpi.

Lungo queste percorrenze, si trovano aziende agricole e piccole cantine, cantine storiche con possibilità di acquisti e degustazioni (Montelio, Borgo Adorno...) centri di

visita e convegno (Riccagioia), agriturismi e ristoranti, negozi di prossimità dove è possibile ritrovare la familiarità di un tempo. Un modo diverso di entrare in un territorio, guidati da una mappa e da una buona segnaletica da costruire in modo coordinato, sentendosi parte di una comunità e lasciandosi fisicamente alle spalle la quotidianità.

Tali "strade" proprio come si configurano progettualmente, rappresentano un modello di sviluppo sostenibile, perché puntano alla tutela e alla valorizzazione dell'ambiente parallelamente alla tutela e allo sviluppo delle attività agricole e dell'indotto, in grado di favorire anche forme innovative di occasioni di crescita occupazionale.

Si intende creare un vero e proprio circuito organizzato da percorrere in auto, in moto, in bicicletta o a piedi, partendo dalle piazze dei Comuni e dalle aree di sosta prospicienti i Centri di Leroy Merlin e IPER, dove sarà possibile lasciare l'auto, prendere una bicicletta e partire dopo essersi dotati di carte e depliant nei punti espositivi allestiti nei centri commerciali. Potrebbe ben configurarsi come una proposta diversa per conciliare la spesa del mese con la gita domenicale "tutti insieme".

Un'idea in più: Metti un (un colle, un distretto,...) nel carrello.

Logo grafico con un carrello pieno dicolline, castelli, prati, prodotti buoni.

Partire la domenica mattina per l'Oltrepò, lasciare l'auto, andarsene in bicicletta lungo una strada secondaria, ritrovare il gusto familiare dei piccoli negozi, fare qualche acquisto, pranzare in una piccola trattoria o agriturismo sulla piazza della chiesa, con una spesa certa, chiacchierare, visitare una cantina, tornare, fare la spesa del mese e rientrare a Milano.

L'itinerario rappresenta una forma di offerta turistica integrata in cui la presenza dei prodotti tipici costituisce una sorta di testimonial efficace e ben recepibile dal turista sempre più attento e meno frettoloso di un tempo.

Il turismo enogastronomico e le strade del vino possono essere la chiave di volta un territori ai margini dei grandi flussi turistici e situati in zone identificate come "svantaggiate", ma che invece hanno proprio nelle loro caratteristiche ambientali una grande ricchezza.

In tale progetto sono coinvolte tutte le componenti sociali ed economiche che concorrono alla realtà produttiva di un territorio: le aziende produttrici, con i loro campi e le loro stalle e i loro mercati, le cantine, i caseifici, i salumifici, i ristoranti tipici, le enoteche, gli artigiani, le associazioni di categoria, il volontariato, che devono essere coinvolte nel processo di costruzione del progetto, al fine di garantire un perfetto coordinamento una accoglienza di qualità omogenea.

L'offerta turistica che si andrà a strutturare punta ad un potenziale segmento abbastanza ampia, in quanto comprende giovani e famiglie, con una capacità di reddito diversificata, sportivi e amanti delle due ruote o semplicemente persone che vogliono trascorrere una giornata diversa, anche in auto, magari in abbinamento agli acquisti verdi.

Dovrà altresì favorire il turismo fuori stagione, in quanto il territorio offre il suo meglio in autunno, primavera, fino a tutto giugno, prima delle vacanze estive.

Le percorrenze non sono strettamente finalizzati ad un immediato rientro, ma possono rappresentare l'ingresso nelle colline anche per percorsi e visite di più giorni. Inoltre si prestano molto bene anche a visite guidate con le scuole sia locali che di aree urbane, come Milano e Pavia.

Il progetto costituisce un'occasione di offerta occupazionale sia nella fase preparatoria sia nella successiva gestione. Occorre raccogliere una serie di informazioni sul territorio attraverso un censimento dei prodotti tipici, delle strutture ricettive, delle aziende vinicole, dei ristoranti e agriturismi, dei negozi tipici, delle enoteche, per realizzare il coinvolgimento di questi operatori economici lungo il percorso.

L'organizzazione del pacchetto potrebbe essere validamente realizzata e gestita dalle organizzazioni di promozione del territorio, come le pro-loco e le diverse associazioni esistenti

Si procederà a realizzare una indagine per conoscere le scelte dei consumatori e dei potenziali visitatori; programmare un'adeguata formazione professionale agli operatori; curare la visitabilità dei luoghi, siano essi luoghi di produzione e trasformazione, ma anche musei, siti archeologici, fonti, beni artistici, nonché l'ambiente e il paesaggio, valorizzando le risorse storiche e culturali, promuovere l'accoglienza aiutando gli operatori a migliorare la qualità dell'attività ricettiva (alberghi, agriturismi, B&B, ecc..), della ristorazione e degli altri servizi legati al territorio (ad esempio il termalismo e altre offerte di carattere salutistico); programmare e valorizzare al meglio eventi culturali, gli spettacoli, le feste e le sagre, le occasioni d'incontro non necessariamente legate esclusivamente al vino.

Per lo sviluppo del progetto saranno portate avanti le seguenti attività:

- ⇒ rilievi viabilistici e valutazione del potenziale di accesso e di carico
- ⇒ mappatura delle opportunità di visita in termini di beni storici, ambientali, culturali....
- ⇒ Rilievo dell'offerta in termini di accoglienza, recettività, ristoro, acquisti prodotti agricoli
- ⇒ Censimento punti di supporto logistico, parcheggi, aree di sosta, noleggio biciclette
- ⇒ Calendario eventi/opportunità culturali, ricreative e salutistiche

In base alle risorse rilevate, si procederà a dotare il territorio di adeguati servizi di supporto:

- ⇒ mappatura e creazione di una segnaletica convenzionale in grado di creare un sistema unico, coordinato, e condiviso di identificazione della rete dei percorsi
- ⇒ creazione di materiale cartografico e informativo idoneo alla promozione dell'area
- ⇒ trasporto pubblico con mezzi a basso impatto per l'accesso ai sentieri
- ⇒ parcheggi di accesso
- ⇒ organizzazione della ricettività locale e suo incremento: B&B, agriturismi, ristoranti, locande, trattorie, centri benessere, favorendo la diffusione di servizi in grado di soddisfare l'utenza (noleggio e riparazione biciclette, maneggi

- ⇒ attivazione di un programma di eventi culturali diffusi sul territorio che sia in grado di contribuire alla qualificazione dell'offerta turistica e culturale locale e in grado di valorizzare le peculiarità rurali (artigianato, enogastronomia, musica classica e tradizionale..)
- ⇒ creare e coordinare una rete di operatori professionalmente preparati, partendo, ovviamente, dai titolari dei diversi esercizi coinvolti e studiando la possibilità di formare alcuni giovani come guide per la vista soprattutto ai luoghi ed alle ville storiche
- ⇒ sviluppare una strategia di marketing in grado di far emergere questa opportunità
- ⇒ studio e realizzazione di materiale informativo destinato ai giovani ed alle scolaresche in vista, diversificato per area di interesse: ambiente, storia/cultura, agricoltura
- ⇒ creazione di pacchetti turistici dedicati

A livello infrastrutturale saranno valutati e realizzati i seguenti interventi:

- Ripristinare, adeguare e aprire una efficiente rete di strade interpoderali e di sentieri, per favorire la fruizione, la protezione e la gestione del territorio.
- Creazione di piazzole di sosta ai lati delle carreggiate stradali in concomitanza con punti panoramici ambientali e/o di valenza artistica;
- Rendere i lati della carreggiata stradale sgombri da piante e alberi, per garantire una miglior visibilità dell'ambiente circostante ai turisti e una maggior sicurezza agli automobilisti e ai motociclisti;
- Favorire e promuovere mercati agricoli a cadenza settimanale, eventi e manifestazioni del territorio;

Risultati attesi

- incremento flussi turistici dall'esterno del territorio
- maggior fruizione del territorio
- allungamento della stagione turistica
- nuove opportunità di lavoro
- Prevedere sedi viabili proprie dedicate al traffico ciclistico in contiguità alle strutture viarie e finalizzate alla costituzione di una rete di percorsi che consentano, in condizione di sicurezza, la più ampia mobilità degli utenti, particolarmente negli ambiti dei centri abitati.
- Incentivare la fruizione turistica della rete viaria secondaria, poiché il reticolo complesso del sistema storico-paesistico è appoggiato prevalentemente su una viabilità minore con buone valenze paesistiche e percettive rispetto alle principali assi di penetrazione.

Questa rete alternativa, una volta attrezzata e ricomposta, anche con le tecniche proprie dell'architettura del paesaggio, oltre che salvaguardata dalla pressione insediativa, svolgerà un importante ruolo all'interno del sistema relazionale del territorio.

Le strade e i sentieri sono considerati di rilevante interesse paesistico e devono quindi essere valorizzati all'interno di un contesto più ampio che ricomprende il paesaggio naturale circostante.

9. INTERVENTI DEI SOGGETTI PRIVATI

Il Programma d'Intervento del DDC per ciò che concerne la componente privata all'oggi e sulla base delle attività già avviate di animazione, concertazione locale e acquisizione preliminare delle proposte d'intervento private, vede la partecipazione di n. 25 Imprese che presentano progetti per un investimento complessivo pari a € 403.695,00.

In questa prima fase, non essendo funzionale strettamente alla presentazione di un bando, sono state raccolte tutte le progettualità anche di interventi non previsti dalla tipologia di spese ammissibili del Bando Distretti, ma che comunque afferiscono al commercio e potrebbero trovare un finanziamento su bandi tipo Innova Retail.

Successivamente si richiederà a tali soggetti di confermare le progettualità con preventivi puntuali e si effettuerà una verifica delle singole voci di spesa inserite nelle domande che verranno presentate.

Si riportano di seguito tutti i nominativi delle aziende che hanno risposto positivamente.

Comune	Soggetti privati	recapito	Tipologia di intervento	Tipo di intervento	Descrizione	costo totale intervento
CODEVILLA	Quarleri Franco, ditta individuale	Piazza Cavour	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto di un furgone per il trasporto di alimenti	€ 12.500,00
CODEVILLA	S.A.G. di Sturla Giuseppe	Strada Nuova n 42	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto mezzo di trasporto	€ 30.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Giorgi Andrea Antichità	Via Carducci, n 8	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico	€ 3.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Bar Sport di Rosini Nadia	Via Mazza, n1	3 Interventistrutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività	€ 4.600,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Bar Sport di Rosini Nadia	Via Mazza, n2	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico e sistema di videosorveglianza	€ 5.000,00

Comune	Soggetti privati	recapito	Tipologia di intervento	Tipo di intervento	Descrizione	costo totale intervento
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Bar Sport di Rosini Nadia	Via Mazza, n3	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto mezzo di trasporto, autocarro	€ 25.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	WR Srl di Wang Xiaoriang	Via Mezzadra 9/11	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto mezzo di trasporto materiale	€ 28.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	WR Srl di Wang Xiaoriang	Via Mezzadra 9/11	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico e sistema di videosorveglianza	€ 5.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	WR Srl di Wang Xiaoriang	Via Mezzadra 9/11	3 Interventistrutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobile degli spazi destinati al commercio	Acquisto di attrezzature per esterno attività	€ 5.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Mondo Ceramiche	Via Mazza	3 Interventistrutturali di qualificazione urbana;	3.1 Qualificazione estetica degli immobile degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività	€ 10.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Mondo Ceramiche	Via Mazza	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico e sistema di videosorveglianza	€ 10.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Officina Madama Antonio, ditta individuale	Via Mezzadra n1	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto mezzo di trasporto merce	€ 15.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Officina Madama Antonio, ditta individuale	Via Mezzadra n2	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico e sistema di videosorveglianza	€ 5.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Officina Madama Antonio, ditta individuale	Via Mezzadra n3	3 Interventistrutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobile degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività	€ 5.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Maedil srl di Ezio Angeleri	Via Norfalini n 30	3 Interventistrutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobile degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto strutture e attrezzature esterne di corredo al colorificio	€ 30.000,00

Comune	Soggetti privati	recapito	Tipologia di intervento	Tipo di intervento	Descrizione	costo totale intervento
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Maini Loredana, alimentari	Via Vittorio Emanuele n15	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di cella e banco frigo per esposizione esterna attività	€ 1.700,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Pizzeria Posillipo SNC di Solano Rosa	Via Mazza	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività	€ 25.000,00
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Pizzeria Posillipo SNC di Solano Rosa	Via Mazza	5 Sicurezza	5.1 Interventi a favore della sicurezza delle aree dei Distretti del Commercio	Acquisto di sistema di allarme elettronico e sistema di videosorveglianza	€ 7.000,00
RETORBIDO	Degustazione Caffè Nidia di Bernasconi Claudia	Via S.Rocco n 5	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Dehors esterno attività, insonorizzato, con struttura in vetro e alluminio e cappottina	€ 24.545,00
RETORBIDO	Panetteria Cerri di Cerri Emilio	Via Naturani n 15	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto mezzo di trasporto merce	€ 22.800,00
TORRAZZA COSTE	Pizzeria di Nz Gestioni Srl, amministratore Noto Mariano	Via Emilia n 16	7 Sostenibilità energetica ed ambientale	7.1 Realizzazione intervento finalizzato a favorire la minore emissione di sostanze inquinanti	Acquisto e posizionamento di strutture per produzione di risparmio energetico	€ 60.000,00
TORRAZZA COSTE	Farmacia Dr. Espositi di Gabriella Espositi	Piazza Vittorio Emanuele n 6	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività, distributore esterno prodotti	€ 13.700,00
TORRAZZA COSTE	Osteria Del Canpanile di Crivelli	Via Cadelazzi n1	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio	Sistemazione facciata attività	€ 20.000,00
TORRAZZA COSTE	Frezzato Office Distribution di Frezzato Lorenzo	Via Emilia 16/d	4 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Acquisto di attrezzature per esterno attività, lavori di sistemazione esterno attività	€ 10.000,00
TORRAZZA COSTE	Bar Sport di Bardoni Angelina	Via Voghera n 10	3 Interventi strutturali di qualificazione urbana	3.1 Qualificazione estetica degli immobili degli spazi destinati al commercio in sede fissa	Sistemazione muro perimetrale facciata attività; sistemazione veranda e tettoia esterna	€ 25.850,00
TOTALE						€ 403.695,00

9.1 CRONOPROGRAMMA FINANZIARIO

Comune	Soggetti privati	Descrizione intervento	costo totale intervento	1°quad.	2°quad.	3°quad.	4°quad.	5°quad.	6°quad.
CODEVILLA	Quarleri Franco, ditta individuale	Acquisto di un furgone per il trasporto di alimenti	€ 12.500,00						
CODEVILLA	S.A.G. di Sturla Giuseppe	Acquisto mezzo di trasporto	€ 30.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Giorgi Andrea Antichità	Acquisto di sistema di allarme elettronico	€ 3.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Bar Sport di Rosini Nadia	Acquisto di attrezzature per esterno attività; videosorveglianza; Acquisto mezzo di trasporto, autocarro	€ 34.600,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	WR Srl di Wang Xiaoriang	Acquisto mezzo di trasporto materiale; sistema di videosorveglianza; attrezzature per esterno	€ 38.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Mondo Ceramiche	Acquisto di attrezzature per esterno attività; sistema di videosorveglianza	€ 20.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Officina Madama Antonio, ditta individuale	Acquisto mezzo di trasporto merce; videosorveglianza; attrezzature per esterno	€ 25.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Maedil srl di Ezio Angeleri	Acquisto strutture e attrezzature esterne di corredo al colorificio	€ 30.000,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Maini Loredana, alimentari	Acquisto di cella e banco frigo per esposizione esterna attività	€ 1.700,00						
MONTEBELLO DELLA BATTAGLIA	Pizzeria Posillipo SNC di Solano Rosa	Acquisto di attrezzature per esterno attività; videosorveglianza	€ 32.000,00						
RETORBIDO	Degustazione Caffè Nidia di Bernasconi Claudia	Dehors esterno attività, insonorizzato, con struttura in vetro e alluminio e cappottina	€ 24.545,00						
RETORBIDO	Panetteria Cerri di Cerri Emilio	Acquisto mezzo di trasporto merce	€ 22.800,00						
TORRAZZA COSTE	Pizzeria di Nz Gestioni Srl, amministratore Noto Mariano	Acquisto e posizionamento di strutture per produzione di risparmio energetico	€ 60.000,00						
TORRAZZA COSTE	Farmacia Dr. Espositi di Gabriella Espositi	Acquisto di attrezzature per esterno attività, distributore esterno prodotti	€ 13.700,00						
TORRAZZA COSTE	Osteria Del Canpanile di Crivelli	Sistemazione facciata attività	€ 20.000,00						
TORRAZZA COSTE	Frezzato Office Distribution di Frezzato Lorenzo	Acquisto di attrezzature per esterno attività, lavori di sistemazione esterno attività	€ 10.000,00						
TORRAZZA COSTE	Bar Sport di Bardoni Angelina	Sistemazione muro perimetrale facciata attività; sistemazione veranda e tettoia esterna	€ 25.850,00						
TOTALE			€ 403.695,00						

10. Aspetti gestionali, ruoli e responsabilità dei soggetti pubblici e privati interessati.

Il Distretto del Commercio potrà avvalersi di un sistema di gestione operativa articolato su più livelli.

Il primo riguarda il piano politico-decisionale e discende direttamente dall'Accordo di Distretto e dagli strumenti di cui si avvale per la sua attuazione, a partire dalla Cabina di regia.

Il secondo riguarda il piano gestionale-tecnico ed è incardinato sulla struttura operativa dei Comuni affiancata da esperti.

Le precedenti esperienze condotte sia nella gestione del PICS che nel bando commercio per i comuni di pianura consente ai Comuni di disporre di personale preparato e di strumentazione adeguata.

Il Soggetto capofila del Distretto è il comune di Montebello della Battaglia, al cui fianco opererà il Manager di distretto, che sarà individuato di comune accordo dalla Cabina di regia

La gestione del Distretto sarà affidata alla Cabina di regia, che individuerà al suo interno un team di persone idonee per ruoli e competenze a gestire la partnership, la realizzazione del programma, i fondi che potranno essere richiesti alla Regione e per gestire anche il monitoraggio fisico, finanziario e procedurale del progetto.

Si è valutato di creare un gruppo di lavoro trasversale tra i tecnici dei diversi comuni, coinvolgendo i segretari comunali dei rispettivi Comuni, in forza delle loro competenze e della capacità di lavorare un rete, già ampiamente sperimentata nella fase preliminare.

Per aspetti specifici la Cabina di regia intende avvalersi di supporti esterni.

Il Soggetto Capofila si farà garante che gli incarichi di consulenza sia di realizzazione di opere che servizi siano realizzate nel pieno rispetto della normativa nazionale e comunitaria sugli appalti.

Tutto il personale coinvolto è già in forza presso i Comuni. Le attività svolte dal personale interno oggetto di richiesta di contributo saranno adeguatamente documentate con ordine di servizio, time-sheet e relazioni sull'attività (vedi scheda)

Attività	Soggetto Responsabile presso l'Ente capofila	Altri soggetti coinvolti	Descrizione
Cabina di Regia.	Sindaco di Montebello della Battaglia Manager di distretto	Tutti i sindaci dei Comuni coinvolti Tutti i partner	Governance del Distretto
Supporto funzionale alla Cabina di Regia.	Uffici Affari Generali - Segreteria del Sindaco.	Società di consulenza esterna	Coordinamento segretariale alle attività di costruzione e lavoro ordinario del Distretto, contatti, convocazioni, segreteria, redazione verbali, gestione data base informatici, redazione testi per il sito, redazione new-letters per gli imprenditori, contatti con gli imprenditori, segreteria informativa per il sistema delle imprese....
Supporto tecnico alla Cabina di Regia	Responsabile: Segretari Uffici Tecnici	Team Consulenti esterni	Supporto consulenziale sulle procedure Supporto alla gestione delle dinamiche del Distretto in una logica di ricomprensione al suo interno delle varie aree tematiche di sviluppo locale.
Gestione e attività tecnica di supporto alla realizzazione degli interventi pubblici previsti dal Distretto	Ufficio Tecnico, Uffici Commercio Ufficio. Polizia Locale	Team Consulenti esterni	Progettazione preliminare, definitiva ed esecutiva degli interventi proposti. Gestione del piano di comunicazione e degli eventi, acquisizione supporti tecnici, preventivi. Gestione pagine sito. Progettazione e Acquisizione e divulgazione di materiale informativo tecnico per gli imprenditori Organizzazione Mercato produttori locali Processo di adozione del Distretto negli strumenti di programmazione urbanistica - PRG
Gestione finanziaria delle risorse ed erogazione ai soggetti privati seguendo una procedura validata	Responsabile finanziario Responsabile: Segretari Uffici Ragioneria	Esperti esterni di rendicontazione	Attività di gestione di tutta la procedura di apertura termini, esame progetti, validazione, rendicontazione ed erogazione contributo dei soggetti privati.
Realizzazione indicazioni e attività successivamente proposte ex-novo dalla Cabina di Regia per il Distretto	Ufficio Tecnico, Ufficio Commercio Uff. Polizia Locale	Team Consulenti esterni	Progettazione preliminare, definitiva ed esecutiva degli interventi proposti. Gestione del piano di comunicazione e degli eventi, acquisizione supporti tecnici, preventivi. Gestione pagine sito. Acquisizione e divulgazione di materiale informativo tecnico per gli imprenditori

Attività	Soggetto Responsabile presso l'Ente capofila	Altri soggetti coinvolti	Descrizione
Valutazione periodica del raggiungimento degli obiettivi Responsabile della Qualità	Tavolo di Lavoro Permanente composto da tutti i Sindaci e dei rappresentanti delle associazioni di categoria più rappresentative	Consulenti esterni	Monitoraggio costante del raggiungimento degli obiettivi ambientali, attraverso l'analisi dei risultati prodotti con verifiche semestrali (maggio/giugno-novembre/dicembre).
Revisione e aggiornamento degli obiettivi	Tavolo di Lavoro Permanente composto da tutti i Sindaci	Consulenti esterni	Verifica e implementazione del sistema degli obiettivi ambientali e socio/economici e/o approfondimento delle analisi condotte, con periodicità annuale (dicembre)
Monitoraggio fisico	Società di supporto esterna		Confronto del livello di raggiungimento di realizzazione degli interventi, attraverso verifiche semestrali (maggio/giugno-novembre/dicembre). Ogni Partner invierà un report che sarà rielaborato dal comune capofila
Monitoraggio finanziario	Impiegati amministrativi		Il comune capofila verificherà ogni trimestre l'avanzamento di spesa dei singoli interventi in capo ai partner. Verificherà inoltre il rispetto delle procedure di rendicontazione nella fase preliminare alla consegna agli Uffici regionali
Monitoraggio procedurale	Responsabile della Qualità Segretari comunali		Il comune capofila si fa carico della verifica che tutte le procedure di appalto in affidamento di opere e servizi siano realizzate nel pieno rispetto della normativa vigente nazionale e comunitaria
Azioni di accompagnamento e tutoraggio		Consulenti esterni	Coinvolgimento continuo del partenariato con riferimento alla programmazione di nuovi interventi a valenza ambientale e alla partecipazione a nuovi bandi

10.1 Risorse necessarie al funzionamento del Distretto

Il Distretto del Commercio Colli dell'Oltrepò è composto da piccoli comuni, per cui si è valutato di costruire un sistema di gestione che sul piano finanziario si doti gradualmente delle risorse necessarie, perseguendo l'obiettivo di implementarle gradualmente, man mano che il Distretto medesimo si svilupperà, anche grazie alla realizzazione di interventi specifici.

Nella fase di avvio, in una logica di sussidiarietà, contribuiscono al funzionamento del Distretto

Si è deciso quindi di costruire un sistema di avvio incardinato come segue:

1. Organizzazione di uno spazio fisico di lavoro, con un ufficio disponibile e fornito di strumentazione adeguata, quali PC, Telefono, Fax, cancelleria, presso la sede della GdO. La struttura avrà lo scopo di coordinare e gestire tutte le attività del Distretto del Commercio, seguendone le fasi operative, dalla gestione della partnership, alla realizzazione del programma, alla ricerca di fondi che potranno essere richiesti alla Regione, al monitoraggio fisico, finanziario e procedurale del progetto.

Nella struttura messa a disposizione avrà sede lo spazio fisico utilizzato dal Manager di Distretto e dal team di consulenti ed esperti del settore. La GdO coprirà i costi di funzionamento.

2. Attivazione della struttura del Comune capofila e della rete dei Segretari, i cui costi sono già a carico dei Comuni, per le attività facenti capo alle istituzioni e il supporto legale.

3. valorizzare le competenze interne al Distretto, in particolare il ruolo dei segretari comunali.

Avvio delle attività del distretto e relativa partecipazione a bandi di finanziamento, all'interno dei quali sarà possibile prevedere anche una quota parte dei costi di funzionamento e del Manager

4. A fronte di ricadute positive, si procederà gradualmente a coinvolgere anche i piccoli imprenditori nella partecipazione alla gestione del Distretto

11. PIANO DI VALUTAZIONE - CONTROLLO QUALITÀ - MONITORAGGIO

Il Distretto Colli dell'Oltrepò, proprio per la sua natura innovativa in quanto non parte nell'immediato con attività e opere finanziate, necessita di un adeguato processo di analisi e valutazione dello stato di attuazione.

Sono state previste azioni di controllo e di monitoraggio dell'avanzamento del programma attraverso la creazione di una serie di azioni congiunte, quali la creazione di un gruppo di valutazione e controllo trasversale e l'individuazione di appositi indicatori di verifica.

Il piano di Monitoraggio e valutazione proposto, tenendo in considerazione il livello di gestione e organizzazione del progetto operativo, insieme con i ruoli e le competenze definite al fine di assicurare un efficace coordinamento di tutte le fasi progettuali sia dal punto di vista amministrativo e finanziario che rispetto ai contenuti, garantirà in modo continuativo, attraverso la verifica delle performance e delle caratteristiche organizzative e strutturali, l'efficienza dei risultati attesi, insieme al livello di crescita complessiva del sistema. Alla luce degli obiettivi fissati dal programma di lavoro, il costante monitoraggio e verifica dei risultati intermedi e finali appare un momento fondamentale per offrire la certezza del pieno raggiungimento degli esiti previsti in termini di esecuzione operativa, efficacia ed efficienza. Al fine di raggiungere questo obiettivo, verrà costituito un Team di lavoro in cui saranno definiti ruoli e competenze adeguati ad assicurare il costante controllo delle varie fasi previste.

Ci si confronterà costantemente con il team regionale, attivato per quanto riguarda le dinamiche del distretto al fine di avviare un processo di crescita professionale sia dei soggetti pubblici, che degli imprenditori e dei dipendenti comunali.

Ci si metterà da subito in contatto con il gruppo di lavoro di regione Lombardia/IRER al fine di potersi avvalere di un supporto che sia anche un momento di scambio e apprendimento, quale la prevista Comunità di pratica.

Si provvederà a creare un gruppo di lavoro, composto dal manager di progetto, da un responsabile individuato all'interno di ogni Comune, da un rappresentante delle Associazioni di Categoria, della C.C.I.A.A. e della GDO.

Si cercherà di rendere il lavoro agile e semplice, senza perdere di vista gli obiettivi. In particolare si individueranno all'interno del gruppo di lavoro un responsabile della Comunicazione ed uno degli investimenti finanziari.

Il Responsabile della Comunicazione dovrà predisporre un Piano di Comunicazione. Il Piano di Comunicazione contemplerà la diffusione dei risultati del progetto al fine di estendere pratiche di trasferimento ad un ampio numero di soggetti anche non direttamente coinvolti nelle attività progettuali, garantirà inoltre un'efficace trasmissione delle informazioni e delle risultanze delle attività previste alla partnership di progetto. Si procederà anche a valutare l'aumento della percezione di miglioramento dell'offerta commerciale, turistica, della sicurezza, dell'igiene e della qualità / bellezza del contesto paesistico, dell'attrattività in genere dell'area interessata tramite indagini di customer satisfaction, somministrabili anche in modo molto facile ai residenti, ai clienti e/o ai titolari delle attività dell'area.

Il **Responsabile finanziario** avrà il compito di monitorare l'avanzamento finanziario, la capacità di spesa di ogni partner del Distretto, applicando le corrette regole della rendicontazione previste dal bando; sarà sua cura segnalare immediatamente al Comune capofila eventuali criticità che si dovessero verificare durante la realizzazione del Programma.

Il gruppo di lavoro dovrà garantire un'efficace gestione operativa e un efficiente coordinamento di tutte le fasi previste dal piano di lavoro, si riunirà periodicamente con l'obiettivo di verificare lo stato di avanzamento delle attività di progetto, pianificare le attività future, proporre misure correttive a seguito di scostamenti o problemi legati all'esecuzione del progetto, approvare gli avanzamenti di lavoro, valutare le performance di progetto.

MECCANISMI DI GESTIONE DEL PROGETTO

La metodologia e le tecniche di project management che verranno utilizzate coinvolgeranno diversi aspetti che completano e garantiscono i risultati.

Gli aspetti più rilevanti sono:

- Attivazione di un punto iniziale di confronto per verificare, analizzare e confrontare la situazione ex-ante e gli indicatori conseguenti da adottare
- Gestione del progetto in termini di organizzazione del team di lavoro, ruolo e responsabilità di ciascun partecipante, controllo delle attività pianificate, definizione dei tempi di progetto, gestione delle relazioni esterne, gestione dei processi decisionali, gestione dei flussi documentali;
- Gestione della qualità attraverso un piano di qualità che tenga conto degli aspetti organizzativi, umani e tecnologici;
- Gestione dei rischi attraverso un *Contingency Plan* che evidenzii i rischi individuati e le azioni necessarie a superarli.
- Condivisione operativa dell'avanzamento dei lavori tra tutti i partner e i sostenitori, attraverso la struttura del **Tavolo di Lavoro permanente del Commercio**.

Reportistica

Ogni sei mesi sarà redatto un rapporto (Rapporto Semestrale) che conterrà le seguenti informazioni:

- i più importanti risultati raggiunti durante il periodo;
- i più rilevanti problemi identificati;
- le deviazioni dal piano di progetto;
- le risorse utilizzate durante il periodo;
- gli avanzamenti di spesa.

SISTEMA DEGLI INDICATORI INDIVIDUATI

Il sistema di monitoraggio che verifica l'attuazione dell'intero programma, nella sua complessità è orientato:

- alla verifica dell'evoluzione degli ambiti territoriali e sociali su cui gli effetti degli atti di programmazione regionale vengono a svilupparsi;
- alla verifica della sostenibilità del Distretto in funzione della sua persistenza e del raggiungimento di una autonomia funzionale ed operativa ottimale
-
- al controllo della realizzazione del programma in termini di efficacia ed efficienza
- all'individuazione dei risultati e all'analisi degli effetti sulla società locale e sul territorio regionale;

In relazione alla raccolta e trasmissione dei dati relativi allo stato di attuazione degli interventi, gli enti e i soggetti attuatori dovranno fornire periodicamente le informazioni relative al livello di realizzazione procedurale, fisico e finanziario dell'intervento ammesso a finanziamento.

Valutazione

Al fine di garantire una corretta attuazione del Programma sono attivate le procedure di valutazione attraverso un approccio metodologico basato sull'utilizzo di tecniche e strumenti di indagine già consolidati nell'ambito della programmazione dei Fondi strutturali comunitari.

- ⊗ la valutazione del programma (ex ante, in itinere, ex post) consente:
- ⊗ la valutazione preliminare con l'individuazione dei possibili effetti prodotti;
- ⊗ il monitoraggio dello sviluppo;
- ⊗ la rimodulazione degli obiettivi sulla base dei risultati intermedi;
- ⊗ la misurazione dell'efficacia ed efficienza;
- ⊗ l'impatto socio - economico del programma
- ⊗ l'utilità e la sostenibilità del programma rispetto ai bisogni delle popolazioni destinatarie degli interventi.

Controllo finanziario e controllo di gestione

A seguito della partecipazione a bandi di finanziamento, o comunque alla realizzazione delle azioni previste, al fine di garantire un utilizzo efficace ed efficiente dei fondi stanziati per il presente programma, l'amministrazione capofila si impegnerà a garantire il funzionamento dei sistemi di gestione e controllo previsti dalla normativa comunitaria.

Il controllo di gestione amministrativo verrà esercitato dai servizi interni all'amministrazione comunale con un supporto di consulenza esterna.

Sarà realizzato un processo di VALIDAZIONE:

- ⊗ Analisi dello stato di avanzamento
- ⊗ Validazione stato di avanzamento
- ⊗ Trasmissione stato di avanzamento validato

Miglioramento dell'efficienza

I risultati del monitoraggio, trasmessi in tempo reale a tutti i partner e a Regione Lombardia, dovranno avere la funzione di fornire un sostegno al miglioramento dei metodi e dei sistemi di gestione dei soggetti impegnate nelle attività di attuazione del programma.

Gli strumenti adottati per la verifica degli indicatori saranno:

- scheda regionale avanzamento lavori
 - Strumenti di Governance
 - strumenti di indirizzo e condivisione
 - strumenti di gestione
 - strumenti di controllo (sia finanziario sia operativo)
 - Profilo del Manager e sue responsabilità
 - Stato di avanzamento della spesa a tre mesi
 - Azioni avviate con riferimento al Piano di Intervento
 - Criticità incontrate
 - Osservazioni e tematiche da proporre

- tabella finanziarie
- analisi di customer satisfaction

Indicatori per il monitoraggio e la valutazione

L'attività di monitoraggio e di valutazione è così strutturata:

1. È stato individuato un insieme di indicatori di performance (KPI - *Key Performance Indicator*) che permettono di monitorare il raggiungimento degli obiettivi strategico-competitivi prefissati.

2. L'attività di monitoraggio sarà sviluppata nelle seguenti fasi:

- Misurazione iniziale degli indicatori di performance. Tale misurazione, effettuata in coincidenza con la fase di avvio del Piano delle Attività, fornirà un quadro puntuale della situazione iniziale del Distretto relativamente ad alcuni aspetti chiave e rappresenterà il *benchmark* di riferimento per la valutazione delle performance delle iniziative realizzate;

- Misurazione periodica degli indicatori di performance. Tali misurazioni consentiranno di misurare nel tempo le modificazioni delle performance del Distretto e il grado di successo delle iniziative intraprese. La cadenza delle rilevazioni sarà normalmente annuale, ma potrà anche riguardare periodi più brevi o più lunghi in funzione della natura del fenomeno che si intende misurare e delle risorse economiche destinate a tali misurazioni.

3. Le performance del Distretto saranno valutate, a seconda dei casi, in base ad uno dei seguenti livelli di analisi:

- Obiettivi individuati.
- Piano delle Attività nel suo complesso;

Indicatori individuati rispetto agli obiettivi

Costruzione di una governance condivisa

INDICATORE	Numero incontri di lavoro Numero scelte/iniziative/ progetti realizzati e gestiti in comune dal partenariato
PERIODICITÀ	annuale
FINALITÀ	Valutare l'effettiva volontà di concertazione e collaborazione

Reale efficacia del Distretto

Grado di soddisfazione dell'attività svolta dal Distretto

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

Notorietà del Distretto

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

Reequilibrio dei flussi di frequentazione verso le aree interne

INDICATORE	Numero di persone che frequentano/percorrono l'area, le iniziative, gli eventi rilevato attraverso schede e interviste dirette
PERIODICITÀ	Semestrale
FINALITÀ	Valutare la capacità attrattiva dell'area sulla base delle presenze differenziate per provenienza e motivazioni

Andamento delle vendite effettuate dagli esercizi commerciali

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

Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità

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

Migliorare l'accesso al cuore del Distretto

INDICATORE	Indice di mobilità risultante da un'indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Semestrale .
FINALITÀ	Valutare la percezione di mobilità e fruibilità di quanti abitano o si recano nell'area del Distretto

Aumentare il livello di sicurezza reale/percepito

INDICATORE	Indice di sicurezza reale: variazione percentuale rispetto all'anno precedente del numero di crimini comuni (ad es. furti, scippi, atti di vandalismo) compiuti nell'area del Distretto. Indice di sicurezza percepito: variazione percentuale della sicurezza percepita durante la frequentazione dell'area commerciale del Distretto rispetto all'anno precedente, risultante da un'indagine di Customer Satisfaction
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare il livello di criminalità dell'area commerciale del Distretto.

Sviluppo dinamiche di Responsabilità Sociale di Impresa nella GDO

INDICATORE	Saranno individuati specifici indicatori per ogni attività individuata nel piano di lavoro con la GDO, quali: <ul style="list-style-type: none"> - mantenimento/incremento livelli occupazionali - accordi sindacali - attivazione uffici del Distretto - iniziative di promozione turistica/culturale - realizzazione di interventi sociali - realizzazione di corner promozionali -
PERIODICITÀ	semestrale
FINALITÀ	Valutare le dinamiche positive che il Distretto riesce ad attivare con la GDO in termini di sviluppo locale sociale, economico, ambientale)

Valorizzazione prodotti agroalimentari di qualità locali

INDICATORE	Numero eventi di promozione/vendita dei prodotti agroalimentari di qualità locali realizzati Attivazione mercato a filiera corta nelle piazze ristrutturate Percezione di tipicità recepita dai turisti/possibilità reale di acquisto dei prodotti tipici Accordo con il commercio per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità locali
PERIODICITÀ	Annuale
FINALITÀ	Valutare le interrelazioni di promozione che si sviluppano tra commercio e prodotti tipici locali e la valorizzazione complessiva che ricade sul distretto

Sviluppo della PMI e della sub-fornitura alla GDO

INDICATORE	Incremento del valore dei rapporti commerciali con la GdO
PERIODICITÀ	Annuale
FINALITÀ	Valutare come la presenza della GDO possa diventare anche un elemento di sviluppo delle piccole imprese sia commerciali, che di artigianato e servizi

Piano delle attività

Per il monitoraggio degli **interventi realizzati** sarà utilizzato un pacchetto di indicatori di performance ristretto e mirato per facilitare la successiva restituzione di dati utili.

a) *Indicatori di realizzazione* per l'analisi dell'avanzamento dei progetti dal punto di vista finanziario, fisico e procedurale; sono direttamente correlati agli obiettivi operativi delle misure:

Indicatori finanziari:

- andamento dei pagamenti e degli impegni effettuati dal beneficiario finale;
- avanzamento di spesa rispetto alla durata temporale ed al valore globale del progetto

Indicatori fisici: misurano lo stato di realizzazione fisica dei progetti:

N° di interventi realizzati

b) *Indicatori di risultato:* per misurare gli effetti diretti ed immediati generati dagli interventi. Questi indicatori possono essere fisici, finanziari, quantitativi e qualitativi e sono direttamente correlati agli obiettivi specifici;

Per monitorare i singoli interventi realizzati, è stato messo a punto il seguente panel di indicatori.

AZIONI	Tipo indicatore	Indicatori
Interventi di qualificazione delle attività commerciali	Indicatori fisici di realizzazione	Numero d'impresе partecipanti in rapporto alle aziende localizzate nell'area d'intervento; Volume totale degli investimenti proposti;
	Indicatori di Risultato	Numero di aziende che ottengono l'agevolazione; Incremento fatturato e occupazione delle imprese; Livello di soddisfazione delle imprese; Accrescimento del valore aggiunto lordo nelle aziende finanziate; Numero di iniziative realizzate e di soggetti partecipanti
	Indicatori di Impatto	Crescita economica settore commercio Occupazione creata o preservata
Qualificazione e sistemazione per migliorare l'impatto visivo e facilitare la fruibilità spazi urbani	Indicatori fisici di realizzazione	Volume totale degli investimenti proposti; Aree (mq) recuperate o riqualificate;
	Indicatori di Impatto	Numero di iniziative realizzate e di soggetti partecipanti Numero di abitanti serviti dalla rete di illuminazione
	Indicatori di Risultato	Miglioramento della qualità della vita dei cittadini. Miglioramento percezione arredo urbano
Interventi a favore della sicurezza delle aree del Distretto	Indicatori fisici di realizzazione	Volume totale degli investimenti proposti; Aree (mq) sottoposte a controllo; Numero dispositivi installati;
	Indicatori di Risultato	Riduzione fatti delittuosi di microcriminalità Riduzione infrazioni
	Indicatori di Impatto	Miglioramento della qualità della vita dei cittadini. Miglioramento della percezione di sicurezza.
Promozione del Distretto	Indicatori fisici di realizzazione	Realizzazione di un evento di promozione del Distretto Realizzazione e diffusione materiale informativo
	Indicatori di Risultato	Numero di iniziative realizzate e di soggetti partecipanti Numero di attività commerciali coinvolte
	Indicatori di Impatto	Incremento frequentatori/visitatori Visibilità e marketing territoriale

COLLI DELL'OLTREPO'

12. Cronoprogramma

Si evidenzia come il presente cronoprogramma non fa riferimento alla tempistica di un bando.

Il presente Distretto, realizzato grazie ad un percorso di sensibilità e consapevolezza degli attori pubblici e privati, ha tra i suoi obiettivi la costruzione di una strategia anche di project financing, che è una delle attività della Cabina di Regia.

Pertanto il cronoprogramma evidenzia un processo più complesso e sicuramente più organico, rispetto ad un Distretto costituito in concomitanza con l'apertura di un bando di finanziamento.

Azioni	1° semestre	2° semestre	3° semestre	4° semestre	5° semestre	6° semestre
Attivazione del Distretto, avvio gestione, costituzione Cabina di regia, regolamentazione interna, individuazione della figura del Manager, scelta del Logo, attivazione comunicazione on-line.						
Costituzione Tavolo Sindacale						
Attività di accompagnamento al sistema distretto: analisi posizionamento, profilazione clienti, indagine di customer satisfaction, monitoraggio dei risultati, gestione Cabina di Regia, ricerca di bandi di finanziamento						
Piano di promozione e valorizzazione, Costruzione, organizzazione e promozione di un sistema di eventi coordinato, gestito in sinergia anche con la GdO						

Azioni	1° semestre	2° semestre	3° semestre	4° semestre	5° semestre	6° semestre
Organizzazione del sistema della viabilità interna integrandolo con le attività produttive del territorio; interventi di segnaletica coordinata Redazione e stampa di materiale cartografico e pubblicitario						
Lavori di sistemazione della via commerciale detta Via Roma , con messa a dimora di essenze locale e la creazione di vialetti pedonali (Comune di Montebello della Battaglia)						
Lavori di ristrutturazione di esistente fabbricato in via Roma (Comune di Montebello della Battaglia)						
Intervento di recupero dell'antica piazza detta "Il cortile" e sua valorizzazione tramite mercati specializzati. Prodotti locali, biologico, commercio, artigiani(Comune di Montebello della Battaglia)						
Recupero ex-stazione Voghera-Varzi e costruzione nuovo padiglione per allestimento spazio museale della vitivinicoltura (Comune di Codevilla)						
Sistemazione di tratti diversi di strade(Comune di Codevilla)						
Costruzione nuovo centro sportivo per favorire lo sport e la socializzazione tra i giovani (Comune di Codevilla)						
Demolizione edificio degradato e realizzazione piazza destinata ad eventi commerciali e luogo di interazione sociale (Comune di Codevilla)						
Rotazione di una rotatoria (Comune di Codevilla)						

Azioni	1° semestre		2° semestre		3° semestre		4° semestre		5° semestre		6° semestre	
Sistemazione dell'area presso edificio scolastico comunale e realizzazione di dotazioni infrastrutturali per manifestazioni eno-gastronomico (Comune di Retorbido)												
Progetto di riqualificazione della piazza Vittorio Emanuele II (Comune di Torrazza Coste)												
PROGETTO RECUPERO EDILIZIO DELL' EX-EDIFICIO SCOLASTICO FRAZIONE TREBBIO (Comune di Torrazza Coste)												
Progetto recupero edilizio e alloggio ex-edificio scolastico frazione pregate (Comune di Torrazza Coste)												
SISTEMAZIONE VIABILITÀ RELATIVA AI MARCIAPIEDI IN VIA VOGHERA E VIA EMILIA (Comune di Torrazza Coste)												
Interventi dei privati												
Monitoraggio												