



CITTÀ DI
CHIERI



REGIONE
PIEMONTE



DISTRETTO
URBANO
DI CHIERI

DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI CHIERI

Una città da scoprire!

AGGIORNAMENTO PROGRAMMA STRATEGICO PERIODO 2025-2027



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI CHIERI

AGGIORNAMENTO PROGRAMMA STRATEGICO PERIODO 2025-2027



Partenariato 1° livello

COMUNE DI CHIERI



ASCOM CONFCOMMERCIO Torino e Provincia

ASCOM CONFCOMMERCIO Chieri

Manager di Distretto:

Arch. Andrea MARINO

1 Indice

1	Indice	5
2	Premessa	6
3	Ambito e denominazione del DUC	7
3.1	Il Distretto Urbano del Commercio di Chieri	7
3.2	L'ambito territoriale del DUC di Chieri	8
3.3	La denominazione e il logo del DUC di Chieri	10
4	Modalità di gestione del DUC	11
4.1	La Cabina di Regia	11
4.2	Il Comitato di Gestione	12
4.3	Il Manager	13
5	La costituzione del Partenariato del DUC	15
5.1	Partner di 2° livello	17
6	Analisi delle problematiche afferenti ai comparti dell'area di riferimento	18
6.1	L'offerta commerciale di Chieri	18
6.2	L'offerta commerciale del DUC	19
6.3	Il Centro Commerciale Naturale CCN	20
6.4	Questionario per gli operatori: risultati e sintesi	20
6.5	Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce	21
7	Programmazione strategica del DUC	25
7.1	Le scelte e gli obiettivi strategici	25
7.2	Gli indirizzi programmatici	26
7.3	Azioni e strumenti del programma del DUC	27
8	Schede sintetiche delle azioni del DUC	30



2 Premessa

Cogliendo l'occasione del rinnovo dell'accreditamento regionale dei Distretti commerciali, riconosciuti ed operanti, l'Amministrazione comunale capofila ha promosso nell'ambito delle competenze dei rispettivi organi distrettuali, l'aggiornamento del Programma strategico. Demandando ad altre sedi, opportune valutazioni relative al lavoro svolto nel precedente triennio, questa breve premessa illustra l'approccio metodologico dell'aggiornamento in oggetto alla luce dello scenario operativo in cui si colloca.

Il primo triennio ha rappresentato un utile periodo di sperimentazione e confronto rispetto alla governance distrettuale, alle tematiche settoriali affrontate, alle progettualità sviluppate. Il secondo triennio si propone di concentrarsi sulle questioni, emerse come più rilevanti, attuando iniziative che possano incidervi in modo efficace, a titolo non esaustivo: il problema dei "vuoti commerciali", l'innovazione tecnologica delle aziende e dei contesti urbani a maggior vocazione commerciale, l'educazione al consumo consapevole, la logistica dell'economia di prossimità, le connessioni intersettoriali con i comparti agricolo ed artigianale nell'ambito delle produzioni agroalimentari tipiche.

Il secondo triennio di operatività distrettuale potrà, auspicabilmente, costituire il momento adatto ad una condivisione trasversale, tra più distretti, delle politiche avviate, al fine di capitalizzare le iniziali esperienze e consolidare azioni comuni, volte al contrasto, o

quantomeno alla mitigazione, delle principali criticità della congiuntura globale, che condizionano, in modo significativo, il contesto locale ed in modo particolare il comparto commerciale, particolarmente sensibile agli andamenti e alle tendenze socio economiche generali.

L'impianto generale della strategia non cambia, così come i principali temi, fabbisogni, criticità a cui la stessa si rapporta.

L'aggiornamento in oggetto si è pertanto concentrato sulle singole azioni, rispetto a cui ha operato con tre modalità differenti: 1) eliminando schede progettuali afferenti ad azioni realizzate e concluse e per le quali non è prevista la ripetizione / prosecuzione (es. creazione del logo distrettuale,...), piuttosto che relative ad interventi per cui è venuto meno l'interesse o l'attualità degli stessi, 2) confermando con modifiche ed integrazioni, schede quasi sempre relative ad attività avviate che si vorrebbero proseguire, 3) ed infine inserendo schede aggiuntive inerenti a nuovi temi o temi per i quali si è giunti solo di recente a definirne progettualità correlate.

Riferimenti normativi

L.R. n. 28/1999 e s.m.i.
D.G.R. 11 dicembre 2020, n. 23-2535
D.D. 23 dicembre 2020, n. 396
D.D. 28 giugno 2021, n.146
D.G.R. 31 marzo 2025, n. 3-942
D.D. 1 aprile 2025, n. 87

3 Ambito e denominazione del DUC

La Città di Chieri è situata nel territorio sud-orientale della Città Metropolitana di Torino, in una piana che degrada verso sud circondata sugli altri lati dalle propaggini della collina torinese del Monferrato.



La Città di Chieri ha saputo, nel tempo, modulare la sua ricchezza economica, culturale, storica e architettonica, adattandosi ai contesti e ai periodi storici che ha attraversato. Oggi vanta un impianto urbanistico che rispetta e valorizza il passato e che si è evoluto grazie alla presenza di una facoltosa classe legata al commercio: un'evoluzione che ancora oggi pone le basi per le strategie e i programmi che l'Amministrazione di Chieri intende proporre.

La sua vicinanza a Torino e le sue caratteristiche ambientali, che si

estendono su una superficie di circa 54,20 kmq, la rendono un luogo residenziale ambito, che attualmente conta circa 36.500 abitanti.

In questo contesto l'amministrazione Comunale ha individuato nel recupero e rilancio del territorio comunale e in particolare del centro storico cittadino uno degli obiettivi strategici del programma di mandato; riconoscendo al commercio urbano un ruolo fondamentale nella valorizzazione del territorio, ritenendo che la capacità di attrarre persone e interessi possa divenire volano di sviluppo anche per altre attività di impresa e consapevole di come la vocazione turistica e culturale della città sia strettamente legata allo sviluppo di un tessuto commerciale variegato e capace di creare condizioni accoglienti per il visitatore.

3.1 Il Distretto Urbano del Commercio di Chieri

Fin dal 2014 è presente sul territorio della Città di Chieri il Centro Commerciale Naturale (CCN) che vanta ormai anni di sviluppo, attraverso un tavolo di Partenariato, finalizzato alla qualificazione materiale e immateriale dei luoghi del commercio chierese.

La costituzione del **Distretto Urbano del Commercio (DUC)** rappresenta l'ideale continuazione, in un ambito territoriale allargato, delle buone pratiche condotte fino a oggi e l'integrazione con nuovi indirizzi di sviluppo, individuati e condivisi dalla governance del Distretto per la promozione della Città.

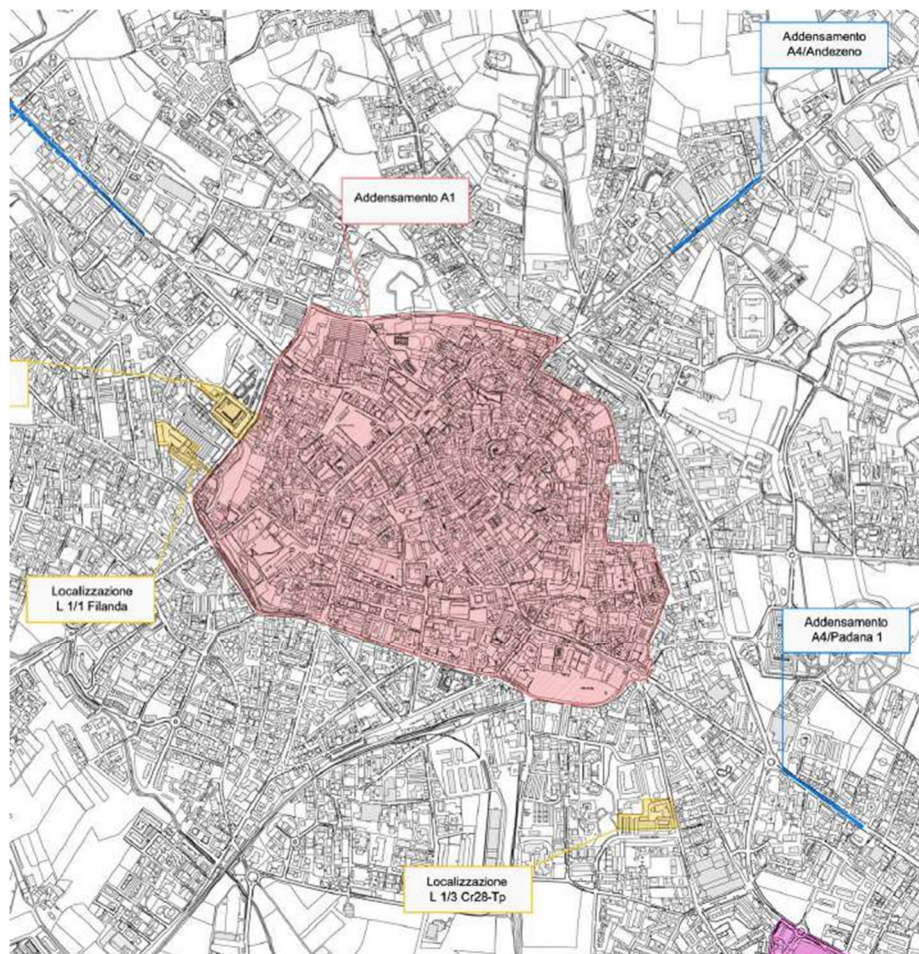
L'Amministrazione ha creduto con molta convinzione in questa nuova

opportunità promossa dalla Regione Piemonte per rivitalizzare e qualificare il comparto commerciale della Città, sfruttando le sinergie in costituzione, che in questo difficile momento possano fornire nuovi impulsi finalizzati a dare origine a risultati positivi e trainanti.

Il Distretto Urbano della Città di Chieri è lo strumento innovativo grazie al quale il commercio di Chieri può rigenerarsi, consolidando la propria presenza nella città e mantenendo le quote occupazionali di significativi cambiamenti socioeconomici che hanno impattato in modo significativo sul comparto commerciale.

3.2 L'ambito territoriale del DUC di Chieri

L'ambito territoriale di Chieri oggetto del Distretto rappresenta il fulcro del commercio della città stessa. La perimetrazione del Distretto di Chieri è stata concertata e condivisa, considerando la presenza e la densità del commercio della Città: la perimetrazione individuata comprende l'Addensamento Storico Rilevante A1 e gli Addensamenti Commerciali Urbani Minori A4 "Padana 1" e "Andezeno" localizzati rispettivamente in Via Riva e in Strada Andezeno.



1 Stralcio della tavola di piano che evidenzia gli Addensamenti e le Localizzazioni specificate nei documenti programmatici della Città di Chieri.



2 Stralcio della planimetria, allegata al Protocollo di Intesa, che rappresenta la perimetrazione del Distretto Urbano di Chieri

L'analisi condotta per la corretta definizione della perimetrazione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri ha evidenziato la necessità di adeguare le perimetrazioni degli Addensamenti esistenti, con i conseguenti passaggi istituzionali: un'azione doverosa, presente anche nel Programma generale di Mandato che contiene gli indirizzi di governo relativi alle azioni e ai progetti che l'Amministrazione intende realizzare durante il proprio governo della Città.

3.3 La denominazione e il logo del DUC di Chieri

La scelta della denominazione del Distretto ha riguardato uno dei primi momenti di programmazione e condivisione messi in atto dalla governance di Distretto.

Il confronto tra Comune e Ascom Confcommercio Torino e Provincia è stato proficuo e, dopo aver interpellato anche i partner di secondo livello e le imprese commerciali, si è valutata come migliore soluzione la semplicità e l'efficacia immediata che avrebbe garantito il mantenimento del termine Chieri nella denominazione ufficiale.

La scelta è stata influenzata anche dalla necessità che il DUC possa essere facilmente rintracciato sul web, senza possibilità di deviazioni e ambiguità nei risultati della ricerca. La denominazione ufficiale scelta è quindi:

DISTRETTO DEL COMMERCIO DI CHIERI

Una Città da scoprire!

Unitamente alla denominazione è stato elaborato anche un logo poi adattato al format predisposto dalla Regione Piemonte per identificare tutti il Distretti Urbano del Commercio di Chieri.



4 Modalità di gestione del DUC

Le modalità di gestione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri, finalizzate a garantire un'adeguata conduzione del Distretto stesso, sono organizzate come indicato all'articolo 6 del Protocollo di Intesa. La gestione è demandata a tre organi, opportunamente costituiti e così denominati:

- la **Cabina di Regia**;
- il **Comitato di Gestione**;
- i **Laboratori urbani**.

I tre organi saranno supportati a livello operativo dalla figura del **Manager di Distretto**.

4.1 La Cabina di Regia

La *Cabina di Regia* è l'organo di indirizzo politico-strategico attraverso cui avvengono i processi decisionali del Distretto, nel rispetto dei criteri di agilità gestionale ed efficienza d'azione e nell'ottica di un approccio sinergico e condiviso. Alla Cabina di Regia compete il potere di indirizzo, decisionale e di controllo sulla pluralità di attività del Distretto del Commercio di Chieri.

Le attività possono essere così enunciate:

- approvazione del Programma Strategico e definizione del Piano Operativo annuale;
- approvazione del Piano Operativo annuale condiviso con il Comitato di Gestione;
- supervisione sull'attuazione degli interventi di iniziativa pubblica e privata previsti nel Programma strategico degli interventi, qui presentato;
- programmazione delle attività di valorizzazione del Distretto, identificando ulteriori opportunità di sviluppo;
- impegno a reperire risorse economiche e strumenti capaci di sostenere e sviluppare il Distretto in modo stabile nel tempo;
- svolgimento delle attività di monitoraggio e di valutazione previste nel Programma Strategico.

La Cabina di Regia è composta da:

- un rappresentante dell'Amministrazione Comunale della Città di Chieri;
- un rappresentante dell'Associazione Ascom Confcommercio Torino e Provincia;
- un rappresentante dell'Associazione Ascom Confcommercio locale.

Ciascuna parte nomina, secondo le proprie regole, un soggetto di rappresentanza all'interno della Cabina di Regia.

Attraverso la cabina di Regia avvengono i processi decisionali del Distretto, nel rispetto dei criteri di agilità gestionale ed efficienza d'azione, nell'ottica di un approccio sinergico e condiviso. Tutte le decisioni della Cabina di Regia sono prese all'unanimità. Il Manager partecipa all'attività della Cabina di Regia, ma non ha diritto di voto.

4.2 Il Comitato di Gestione

Il *Comitato di Gestione* è composto dai seguenti soggetti:

- incaricati dei soggetti membri della Cabina di Regia;
- rappresentanti dei partner di secondo livello.

Il Comitato di Gestione è convocato a chiamata, dalla Cabina di Regia, con lo scopo di affrontare tematiche specifiche ritenute utili per il Distretto, al suo interno è presente la CCIAA di Torino (con il ruolo di consultazione sul coordinamento generale delle politiche per il commercio) con il compito di:

- mantenere aperto e attivo il dialogo con il territorio;
- elaborare proposte o segnalazioni su tematiche specifiche;
- stimolare la collaborazione e nuove sinergie tra gli attori locali;
- promuovere il coinvolgimento e la partecipazione di eventuali nuovi soggetti e partner interessati a far parte del Distretto;
- valutare le attività di monitoraggio svolte dalla Cabina di Regia.

Il Comitato di Gestione, al fine di raggiungere gli obiettivi specifici del Piano Strategico, propone le iniziative e le modalità di attuazione delle azioni da inserire nel Piano Operativo annuale che sarà poi approvato dalla Cabina di Regia. Le decisioni del Comitato di Gestione sono prese a maggioranza.

Oltre ai rappresentanti sopra individuati anche il Manager partecipa all'attività del Comitato di Gestione ma non ha diritto di voto.

All'inizio del triennio, e almeno con cadenza annuale, il Comitato propone le azioni da intraprendere per l'anno successivo, che dovranno essere approvate dalla Cabina di Regia e realizzate con il sostegno operativo, di coordinamento e progettuale del Manager, verificando altresì i risultati delle azioni intraprese nel corso dell'anno.

Il piano operativo annuale approvato dalla Cabina di Regia definisce in dettaglio la programmazione delle attività e delle iniziative, in base alle priorità di attuazione concordate.

A seguito della conclusione del primo triennio di lavoro la Cabina di Regia ha espresso unanime consenso alla decisione di potenziare ulteriormente la funzione del Comitato di Gestione mediante una più frequente convocazione e l'organizzazione di tavoli tematici (Laboratori Urbani) quali strumenti operativi di lavoro e concertazione tra i componenti del Comitato.

4.3 Il Manager

Il *Manager di Distretto*, individuato attraverso un bando ad evidenza pubblica, ha il compito di supportare la Cabina di Regia, la Consulta e il Comitato di Gestione nello sviluppo delle attività operative.

Le sue attività operative possono riguardare le attività di coordinamento e coinvolgimento dei soggetti coinvolti, la convocazione di incontri e riunioni, la redazione dei verbali, le attività di comunicazione e le attività di monitoraggio.

I requisiti minimi richiesti al Manager di Distretto, all'occorrenza implementabili su indicazione della Cabina di Regia, sono:

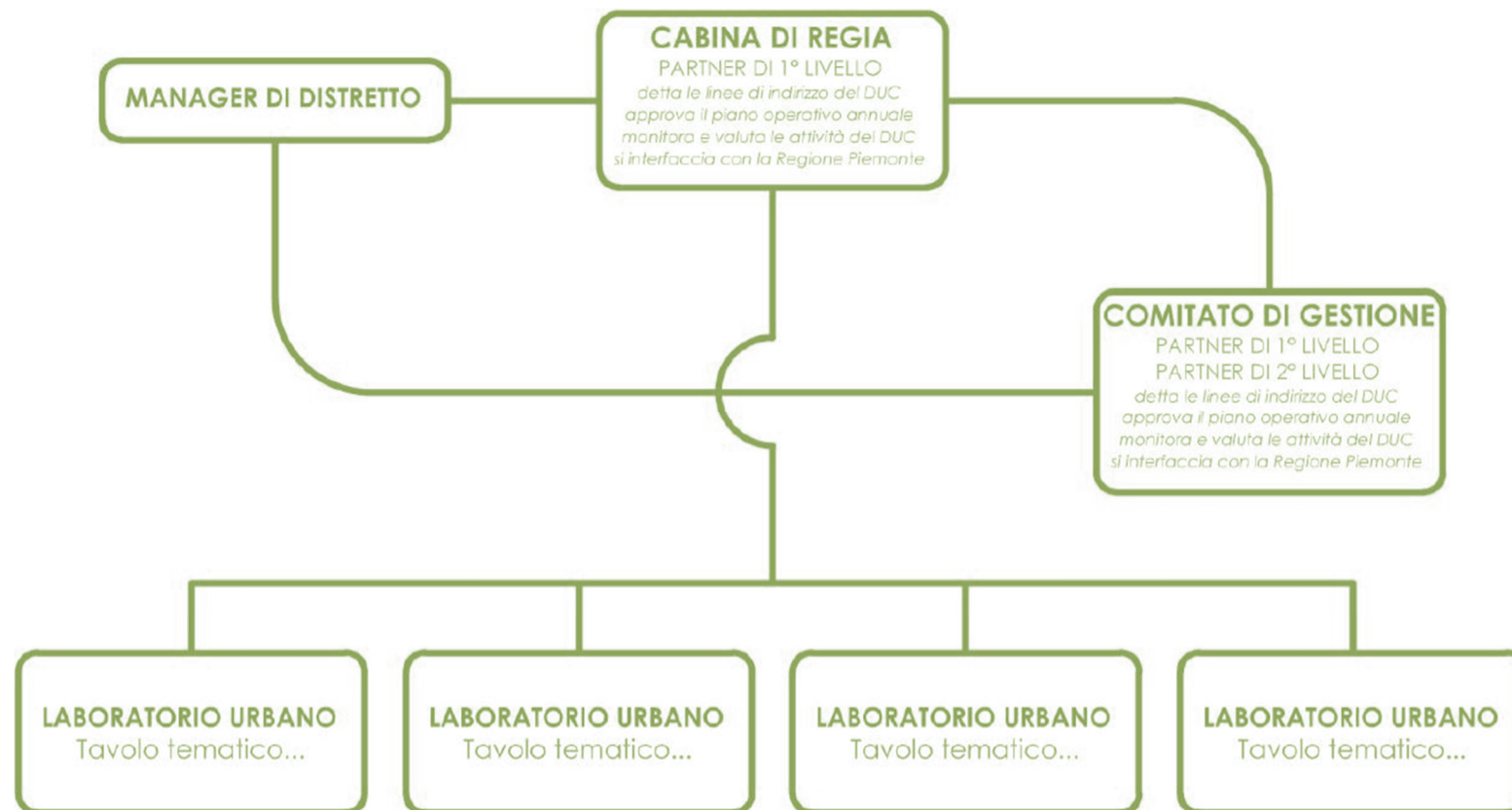
- requisiti di ordine generale per la stipulazione di contratti con la Pubblica Amministrazione;
- aver conseguito un adeguato titolo di studio;
- avere esperienza in materia di comunicazione e marketing, in particolare in ambito digitale (siti web, social media, digital marketing);
- avere esperienza in materia di marketing territoriale;
- avere esperienza in materia di progettualità e servizi a supporto delle imprese e in particolare del commercio di vicinato;
- avere una comprovata conoscenza del tessuto economico dell'ambito territoriale incluso nel Distretto;
- avere cittadinanza italiana o dell'Unione europea, fatte salve le eccezioni di cui al Decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 7 febbraio 1994;

- non avere riportato condanne penali;
- non avere procedimenti penali in corso;
- non essere destinatario di provvedimenti che comportino l'applicazione di misure di prevenzione e di provvedimenti iscritti nel casellario giudiziale;
- non trovarsi nelle condizioni di incompatibilità ai sensi del D. Lgs. n. 39/2013;
- non ricoprire il ruolo di manager in più di due Distretti del Commercio.

Il Manager deve gestire il DUC in conformità al Protocollo di Intesa e al presente Programma Strategico e compie azioni, anche immateriali, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi programmati.

Il Manager può dotarsi di una struttura operativa di supporto e ha in particolare il compito di:

- sviluppare e realizzare gli obiettivi e le priorità di intervento indicate nel Programma Strategico e nei piani operativi annuali;
- verificare la coerenza degli interventi rispetto agli obiettivi del Programma Strategico del DUC;
- sviluppare il partenariato del DUC;
- sviluppare le attività di gestione, coordinamento e verifica degli interventi previsti collaborando con il Comitato di Gestione;
- mantenere costantemente aggiornati i partner sull'efficacia delle azioni intraprese, sui risultati raggiunti e sugli sviluppi dell'azione coordinata tra le parti;
- verbalizzare le riunioni e le decisioni del Comitato di Gestione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri.



5 La costituzione del Partenariato del DUC

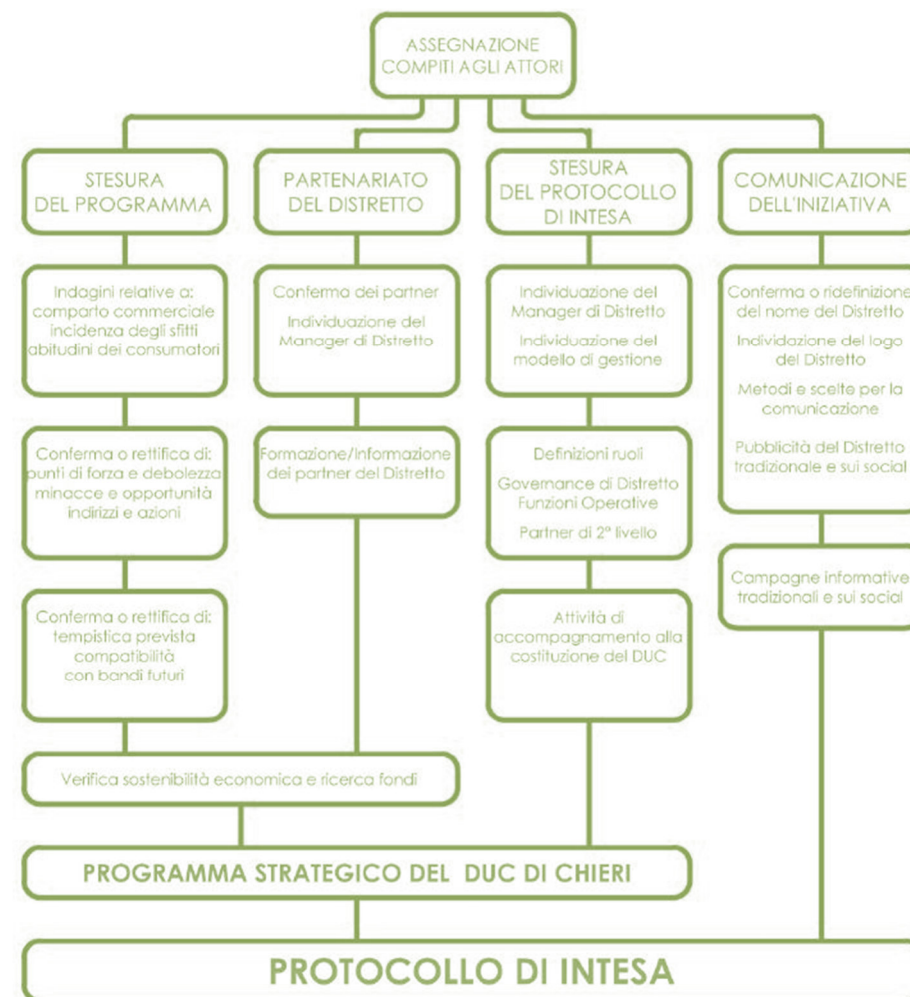
L'attuazione del processo di valorizzazione dell'ambito del Distretto Urbano del Commercio di Chieri, si basa sugli indirizzi programmatici che si vogliono mettere in campo per porre in atto il processo di valorizzazione del citato territorio.

Il programma qui riportato rappresenta lo strumento che racchiude tutte le peculiarità che sono state l'oggetto di confronto e riflessione a livello locale.

I promotori principali che hanno preso parte alla costituzione del Protocollo di Intesa e che fanno parte della Cabina di Regia sono:

- l'Amministrazione Comunale;
- l'Ascom Confcommercio Torino e Provincia

Questi si sono impegnati a promuovere gli indirizzi strategici e a definire le azioni e gli strumenti progettuali da mettere in campo per il DUC, secondo lo schema qui rappresentato.



La Città di Chieri è stata l'artefice di riferimento, grazie anche a Rossana Mogliotti, primo manager distrettuale. L'Amministrazione ha promosso la costituzione del Protocollo di Intesa e si è fatta promotrice dell'iniziativa. Il ruolo della Città sarà fondamentale per l'area del DUC, con la promozione di azioni di valorizzazione per le realtà economiche che vi sono insediate in sinergia con l'Associazione di categoria individuata.

L'Associazione Ascom Confcommercio di Torino e Provincia è stata parte attiva per l'individuazione delle strategie di valorizzazione e promozione del Distretto e si è impegnata a sviluppare le analisi socioeconomiche (con questionari e interviste) e gli approfondimenti specialistici finalizzati alla stesura del Programma Strategico. Inoltre, è stata l'artefice delle iniziative di formazione nei confronti degli attori del DUC (imprese del commercio, etc) con l'intento di coinvolgere il maggior numero di microimprese del territorio dell'ambito del Distretto della Città di Chieri.



Durante la prima fase di candidatura erano stati individuati i Partner di 2° Livello che costituiscono un partenariato territoriale di eccellenza e che possono, condividendo gli obiettivi e le strategie individuate, concorrere quali stakeholder nel processo di sviluppo del DUC.

La Città di Chieri ha accolto, con grande soddisfazione, le manifestazioni di interesse dei soggetti sottoelencati, in quanto essi sono sia rappresentative delle eccellenze del territorio, sia latori di interessi condivisi.

Ogni altro soggetto che in futuro sarà interessato alla partecipazione come partner di secondo livello del costituito Distretto potrà aderirvi sottoscrivendo anch'esso una manifestazione di interesse, il Protocollo di Intesa e il Programma strategico. Il futuro Distretto Urbano del Commercio avrà quale caratteristica principale l'inclusività e non l'esclusività: qualsiasi Ente, Associazione che ha come fine la promozione del territorio, dell'economia, della cultura, del miglioramento dello stato sociale del Distretto potrà essere, se ritenuto significativo dai partner stabili del DUC, coinvolto nelle azioni intraprese dal Distretto stesso.

5.1 Partner di 2° livello

Denominazione	Indirizzo	Nella persona di	Carica
Camera di Commercio di Torino	Via Carlo Alberto 16, Torino	Dario Gallina	Presidente
ASD Calcio Chieri 1955	Via Secondo Caselle10, Chieri	Luca Gandini	Presidente
AVAC – Associazione Venditori Ambulanti di Chieri	Via Giovanni XIII 8/b, Chieri	Marco Colucci	Presidente
CNA Torino	Via Millio 26, Torino	Giacomo Gallino	Presidente sede territoriale di Chieri
COMITATO CENTRO STORICO CHIERI	Via Palazzo di Città 1, Chieri	Roberto Pezzini	Presidente pro-tempore
CONFESERCENTI Torino e Provincia	Corso Principe Eugenio 7/D, Torino	Carlo Chiama	Rappresentante
CONSORZIO DI TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLE D.O.C. FREISA DI CHIERI E COLLINA TORINESE	Via Palazzo di Città 10, Chieri	Matteo Rossotto	Presidente
CROCE ROSSA ITALIANA– Comitato di Chieri Sedi di Pecetto T.se e Pino T.se	Strada S. Silvestro 14, Chieri	Gianpiero Del Tito	Presidente
DISTRETTO DEL CIBO CHIERESE-CARMAGNOLESE	Via Cavour 39, Santena	Roberto Ghio	Presidente
FEDERAZIONE PROVINCIALE COLDIRETTI TORINO	Via Maria Vittoria 4, Torino	Bruno Mecca Cici	Presidente
FONDAZIONE CHIERESE PER IL TESSILE E MUSEO DEL TESSILE	Via Imbiancheria 12, Chieri	Melanie Zefferino	Presidente
FONDAZIONE DELLA COMUNITÀ CHIERESE	Via Palazzo di Città n.10, Chieri	Riccardo Civera	Presidente
GRUPPO IMPRESE CHIERESI – GIC	Chieri	Dario Kafaie	Legale rappresentante
MARTINI & ROSSI	Loc.Pessione, Piazza Luigi Rossi 2, Chieri	Massimo Livolti	Senior HR Business Partner
PRO CHIERI	Via Vallero 33, Chieri	Pierino Tamagnone	Presidente
PROVINCIA CIA AGRICOLTORI DELLE ALPI	Via Volta 9, Torino	Stefano Rossotto	Presidente
PUBLICHIERI - editrice del settimanale di informazione “CORRIERE DI CHIERI”,	Piazza Cavour 3, Chieri	Mirto Bersani	Direttore Responsabile
SALESIANI DON BOSCO CHIERI	Via Vittorio Emanuele II 80, Chieri	Don Genesio Tarasco	Direttore
S.S.D. a.r.l. CHIERI '76 VOLLEYBALL	Vicolo Sant'Antonio 4, Chieri	Filippo Vergnano	Presidente
TURISMO TORINO E PROVINCIA s.c.r.l	Via Maria Vittoria 19, Torino	Marcella Gaspardone	Dirigente Generale

6 Analisi delle problematiche afferenti ai comparti dell'area di riferimento

La Città di Chieri è individuata dalla D.C.R. 29.10.1999, n. 563-13414 e s.m.i. come "Comune polo della rete primaria". *"I comuni polo della rete primaria compreso il centro metropolitano, sono, nella maggior parte dei casi, centri attrattori di aree di programmazione commerciale, nei quali si è sviluppata una maggiore concentrazione di servizi commerciali, para-commerciali, artigianali e pubblici. Su di essi si concentrano flussi di gravitazione naturale che interessano vaste zone del territorio regionale"* (art. 11 D.C.R. 563/99).

La definizione di "Comune polo" sottolinea la prevalenza commerciale nei confronti dei comuni limitrofi e i Comuni polo sono altresì "comuni attrattori" delle loro Aree di Programmazione Commerciale.

Chieri rappresenta un importante centro, caratterizzato da un elevato numero di esercizi di prossimità e la sua rete distributiva si caratterizza per completezza merceologica, atta a soddisfare le molteplici preferenze dei consumatori. Nel contesto urbano si è sviluppata inoltre una concentrazione elevata di servizi commerciali, para-commerciali, artigianali e pubblici che attribuiscono un ulteriore valore attrattivo al centro della Città.

6.1 L'offerta commerciale di Chieri

L'analisi effettuata nella fase preliminare della candidatura a Distretto Urbano del Commercio risulta ancora attuale e viene conseguentemente confermata.

La struttura dell'offerta commerciale della Città di Chieri è contraddistinta da una rete distributiva in grado di promuovere una proposta ricca e caratterizzata da un'elevata varietà e qualità: complessivamente la Città di Chieri vanta oltre 500 esercizi di vicinato. Sono presenti sul territorio di Chieri, inoltre, una trentina di Medie Strutture di vendita che integrano l'offerta commerciale, due Grandi Strutture di vendita e cinque Centri Commerciali.

Completa la ricca offerta di esercizi commerciali di Chieri la presenza di ben cinque mercati settimanali su area pubblica: il mercato del martedì in Piazzale Quarini, il mercato del sabato in Piazza Dante, i mercati del venerdì e del martedì in Piazza Europa e il mercato del mercoledì dei produttori di Campagna Amica, organizzato da Coldiretti Torino in Piazza Dante.

La rete distributiva del Comune di Chieri è costituita prevalentemente da negozi di piccola e media dimensione, sinonimo di specializzazione e articolazione dell'offerta commerciale, in grado di soddisfare non solo la domanda locale ma accogliere anche importanti flussi esterni.

Come in molte realtà piemontesi, con caratteristiche geografiche e storiche simili, Chieri concentra la maggior parte dei propri esercizi

commerciali all'interno dell'Addensamento A.1. e, conseguentemente, nella porzione di territorio individuato quale perimetrazione del Distretto Urbano del Commercio, il cui asse di sviluppo principale è costituito da Via Vittorio Emanuele II.

La Città di Chieri completa l'offerta commerciale grazie alla presenza di numerosi esercizi di somministrazione, cresciuti negli ultimi anni, grazie allo sviluppo turistico e alla sensibilizzazione verso i prodotti tipici locali: si registrano infatti 149 esercizi di somministrazione, tra bar, ristoranti, gelaterie, pub, etc.

6.2 L'offerta commerciale del DUC

All'interno della perimetrazione del DUC di Chieri sono presenti **oltre 400 esercizi di vicinato e diverse medie strutture** di vendita; gli ambiti urbani maggiormente caratterizzati dalla presenza di microimprese commerciali sono naturalmente i "luoghi del commercio" per eccellenza: tra questi si possono citare Via Vittorio Emanuele, Via Marconi, Via Garibaldi, Via Carlo Alberto, Piazza Mazzini, Piazza Duomo, Via S. Domenico, Via Palazzo di Città e, localizzati negli ambiti che saranno oggetto dell'adeguamento delle zone di insediamento commerciale, Strada Andezeno e Via Riva.

L'offerta commerciale caratterizza il territorio del costituendo Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri in modo preponderante. La presenza di esercizi commerciali nell'area

individuata risulta essere prevalente rispetto all'intero territorio di Chieri.

Nella perimetrazione considerata l'offerta commerciale di esercizi di vicinato è superiore al 70% del totale nell'intero territorio comunale e raggiunge una superficie complessiva di vendita pari a circa 35.000 mq. La presenza equilibrata delle medie strutture di vendita all'interno della perimetrazione del DUC rappresenta una buona complementarità, rispetto al servizio di vicinato, confermando la solidità e competitività del sistema commerciale chierese.

Le caratteristiche dell'offerta commerciale di Chieri consentono una risposta, qualitativa e quantitativa, alla domanda interna dei residenti e al numero sempre maggiore di pendolari, visitatori occasionali e turisti che frequentano la città. Turisti che raggiungono la Città di Chieri per il valore culturale del centro storico punteggiato di palazzi signorili, ricco di architetture ecclesiastiche che hanno attraversato i secoli, espressione del gusto dal gotico al barocco, o per visitare il Museo del tessile o il Ghetto ebraico.

Il richiamo della Città di Chieri si conferma anche grazie alla propria tradizione enogastronomica che spazia dai grissini *Rubatà* alla focaccia dolce, il *Galucio*, il *Freisa di Chieri* DOC, il Museo di Casa Martini o dal gran numero di attività di ristorazione che operano nella Città delle 100 Torri, come viene spesso denominata.

6.3 Il Centro Commerciale Naturale CCN

Il processo per la formazione del Centro Commerciale Naturale del CCN di Chieri ha avuto origine nel 2014 come progetto condiviso e partecipato e ha previsto il coinvolgimento e la collaborazione di diversi attori nelle varie fasi del percorso, dall'ideazione alla gestione: Anche il sistema di governance del progetto sperimentale prevedeva il coinvolgimento di diversi attori, con un assetto organizzativo pubblico-privato stabile nel tempo.

Il progetto di valorizzazione del CCN di Chieri è costituito da una serie di azioni coordinate, previste ai fini del raggiungimento dell'obiettivo di riqualificare e promuovere la zona d'ambito del CCN stesso; le azioni prevalenti riguardano gli interventi strutturali volti alla riqualificazione del centro cittadino, le modifiche alla funzionalità del sistema delle soste e della mobilità urbana, l'attività di informazione, formazione e accompagnamento delle imprese operanti nel centro cittadino e attività culturali, ludico ricreative e più in generale di animazione dell'ambito di progetto.

Nel 2017 i soggetti promotori hanno istituito il Tavolo di Partenariato tra l'Amministrazione Comunale e le Associazioni di categoria del commercio, artigianato e agricoltura, Camera di Commercio, rappresentanti delle parrocchie di Chieri, Associazioni di operatori, Associazioni con finalità turistiche.

Le difficoltà indotte dalla pandemia dovuta al covid19 hanno messo in luce le potenzialità del Tavolo di Partenariato quale utile strumento di concertazione per il sostegno alla sperimentazione dell'e-commerce e per il progetto dei buoni shopping, una iniziativa

emergenziale attivata per sostenere le attività economiche di tutta la Città mediante voucher rimborsati dal Comune, oltre che di confronto sugli altri temi legati alla pandemia.

L'esperienza del CCN deve essere considerata fondamentale per la costituzione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri, che saprà trarre dalle buone pratiche intraprese dal CCN stesso, ma anche dagli errori e dalla difficoltà, utili insegnamenti.

6.4 Questionario per gli operatori: risultati e sintesi

La fase propedeutica al nuovo accreditamento del Distretto e all'aggiornamento della programmazione triennale ha avuto un momento fondamentale nella somministrazione di un sondaggio online, sotto forma di questionario.

Il questionario articolato dall'ASCOM ha restituito risultati che hanno permesso ai partner di 1° livello di aggiornare il programma stesso.

Il questionario è servito ad acquisire, dagli attori stessi del Distretto, le volontà e i desiderata che questi ritengono utili nello sviluppo del Distretto, sia per le azioni immateriali sia per le azioni materiali riferite all'ambito territoriale di azione del DUC. Le risposte raccolte sono state utili a orientare meglio le scelte contenute nel presente Programma.

Il Distretto costituito continuerà, durante il triennio, a monitorare, con altri questionari più specifici e tematici, l'andamento dei desiderata e

delle sensazioni dei commercianti e delle microimprese commerciali dell'ambito del DUC, costituendo la base di possibili adeguamenti del Programma Triennale.

Il questionario, composto da domande a risposta chiusa o aperta, ha fornito informazioni di carattere generale sulle imprese commerciali, sulla struttura dell'attività, sulla tipologia della clientela, entrando in valutazioni anche particolari delle caratteristiche riscontrate e indagando le tematiche proprie del Distretto. I contributi più utili e quindi sviluppati nel Programma Strategico, riguardavano i seguenti argomenti:

- Campagna di sensibilizzazione agli acquisti nelle attività locali;
- Attivazione di canali digitali (pagine / spazi sui canali social, servizi di messaggistica, ecc.) per restare in contatto / sviluppare l'interazione con l'utenza;
- Rigenerazione di aree urbane ad alta densità commerciale (arredo urbano, sicurezza, accessibilità e parcheggi, ...);
- Valorizzazione delle eccellenze locali per fidelizzare / attrarre utenza (itinerari / percorsi / iniziative che uniscano cultura / natura e shopping);
- Politiche per il riuso dei locali sfitti, affinché non restino vuoti e non si crei degrado urbano e desertificazione commerciale;
- Strutturazione di servizi per l'utenza (consegne a domicilio, prenotazioni, promozioni e scontistica, segnaletica e totem informativi, ...);
- Progettazione di attività / azioni per promuovere una maggiore valenza di sostenibilità ambientale e green per il territorio e le imprese locali;
- Progettazione e pianificazione di azioni di marketing che identifichino le caratteristiche del territorio e della sua offerta (Brand di territorio) per attrarre nuova utenza;
- Avvio di iniziative di collaborazione di filiera tra imprese di categorie merceologiche differenti (commercio, agricoltura, artigianato, ...);
- Promuovere la partecipazione delle imprese ad un tavolo di confronto periodico tra Comune, partners del Distretto e Associazionismo locale per la programmazione di iniziative congiunte e coordinate;
- Progettazione di servizi/azioni per il sostegno alle imprese (semplificazione amministrativa a livello comunale, mitigazione / riduzione imposte locali, supporto al credito, ...).

6.5 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Sintesi dei punti forti e dei punti deboli evidenziati nell'analisi del sistema distributivo, del territorio e del partenariato, opportunità e minacce.

L'analisi qualitativa fin qui affrontata, relativa al sistema distributivo di Chieri e del contesto urbano del Distretto, condotta sotto differenti aspetti e nel rapporto con il territorio circostante, permette di effettuare alcune valutazioni in merito alla realtà commerciale chierese competitiva.

L'analisi swot semplificata, di seguito presentata, è funzionale all'individuazione dei macro-obiettivi da perseguire e all'aggiornamento del Programma Strategico.

I principali **punti di forza** emersi dall'analisi condotta, possono essere riassunti come qui di seguito.

Punti di forza rispetto all'offerta commerciale

- la rete distributiva del Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri, ricca di esercizi commerciali, è caratterizzata da una buona densità commerciale;
- (popolazione / punti vendita), come nella tradizione dei centri urbani di medie dimensioni del sistema commerciale piemontese;
- l'offerta commerciale è caratterizzata da ampiezza e profondità e garantisce all'utenza l'accesso a una larga scelta di prodotti, sia nel settore alimentare sia nel settore non alimentare;
- gli esercizi di vendita in sede fissa sono integrati dal commercio su area pubblica, caratterizzato da mercati assai frequentati e molto competitivi rispetto al bacino territoriale dei potenziali fruitori;
- un elevato numero di esercizi commerciali è caratterizzato da prodotti in vendita contraddistinti da elevati standard di qualità; nel settore alimentare la media distribuzione innesca un processo di concorrenza che ha indotto il settore del commercio di vicinato a conquistare o presidiare nuovi spazi di competitività attraverso una sempre più accentuata specializzazione;
- la concentrazione degli esercizi commerciali è localizzata nel cuore della Città, dove si trovano molteplici attrattori di carattere storico, architettonico e culturale;
- la presenza del CCN deve essere considerata un'esperienza fondamentale per la gestione di un partenariato come un

Distretto Urbano del Commercio, promosso dalla Regione Piemonte;

- il centro storico di Chieri e l'ambito del Distretto sono caratterizzati da un ricco patrimonio storico-architettonico che incrementano l'attrattività dei luoghi del commercio;
- i recenti interventi di riqualificazione urbana costituiscono interventi progettuali di grande qualità che hanno apportato importanti cambiamenti a Chieri e che rappresentano la volontà delle Amministrazioni che si sono succedute di valorizzare la propria Città;
- l'ambito del Distretto accoglie la maggior parte dei servizi utili al cittadino;
- gli ambiti del Distretto sono caratterizzati da ampie zone pedonali, molto utilizzate nella frequentazione delle aree centrali della Città;
- la Città di Chieri presenta un calendario ricco di manifestazioni ed eventi che contribuiscono a incrementare i flussi dell'utenza commerciale.

I punti di forza riscontrati descrivono un quadro generale di buona stabilità che costituisce una base valida su cui costruire il programma del futuro Distretto. Tuttavia, l'analisi individua anche alcuni **punti di debolezza** dovuti al riconoscimento di caratteristiche non idonee rispetto le quali si avverte l'esigenza di intervento.

- Punti di debolezza rispetto all'offerta commerciale;
- gli operatori commerciali sono poco abituati a collaborare per il raggiungimento di obiettivi comuni e necessitano di un coordinamento in materia di promozione, fidelizzazione, servizi alla clientela e flessibilità degli orari, anche in relazione alle manifestazioni presenti su territorio;
- si registra una difficoltà diffusa all'utilizzo dei canali digitali, soprattutto per quanto riguarda la promozione della propria attività commerciale;
- la partecipazione della componente commerciale alla co-programmazione e alla gestione di iniziative di animazione è limitata e sporadica;
- sono carenti le iniziative di formazione e informazione degli operatori su metodi, su posizionamento e sulle opportunità che il mercato può offrire in ragione dell'evoluzione delle abitudini della clientela;
- si è registrato negli ultimi anni un numero di cessazioni di attività che ha prodotto un aumento degli sfitti commerciali, con il rischio di perdita di identità e qualità urbana;
- l'attrattiva dei luoghi del commercio risente di una distribuzione di elementi di arredo urbano di ottimo livello nei contesti più aulici ma disadorna in altri ambiti del Distretto;
- si registra, sentiti gli operatori commerciali, la necessità di valorizzare maggiormente la Città di Chieri nella percezione dei possibili utenti attraverso un riposizionamento strategico della città di Chieri anche attraverso la promozione di un brand

Chieri specifico.

La mitigazione dei punti di debolezza può essere realizzata cogliendo nel modo adeguato le *opportunità* che si presentano, attuando i seguenti punti:

- l'ambito del Distretto è il cuore del commercio chierese, della vita sociale e dei servizi di pubblico interesse che innescano incrementi della fruizione della rete distributiva presente;
- la Città di Chieri ha buone prospettive, dovute alle qualità del territorio, nello sviluppo dell'ambito turistico, dovuto anche all'incremento e all'espansione delle economie di prossimità imposte dalla pandemia da covid19;
- la costituzione del Distretto Urbano del Commercio DUC ha rappresentato l'occasione di formare una partnership paritetica tra pubblico e privato che il CCN Centro Commerciale Naturale di Chieri non poteva più, per costituzione rappresentare;
- il Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri può partecipare a specifici bandi promossi dalla Regione Piemonte, riservati ai Distretti riconosciuti da apposito provvedimento regionale;
- l'adozione da parte dell'Amministrazione Comunale di strategie di programmazione urbanistica-commerciale di supporto ai processi di sviluppo del commercio locale e condivisa con gli attori direttamente coinvolti attraverso un mirato processo di concertazione;

- la partecipazione degli operatori commerciali alla qualificazione dei luoghi del commercio con interventi di riqualificazione sia in forma autonoma sia in forma associata delle esteriorità degli esercizi commerciali stessi;
- il notevole tessuto associativo di Chieri deve essere coinvolto in modo più strutturato e costante, per garantire una maggiore efficacia e la giusta valorizzazione delle iniziative di animazione del Distretto; una programmazione degli eventi coordinata eviterebbe la sovrapposizione di eventi, anche tra comuni contermini e una più efficace comunicazione degli stessi;
- la collaborazione con il Distretto del cibo del Chierese e del Carmagnolese rappresenta un'opportunità di estensione delle politiche di valorizzazione locali
- la presenza di un Manager di Distretto è un'opportunità centrale nella programmazione regionale piemontese; il Manager è il facilitatore di un processo di sviluppo condiviso, assemblando competenze diverse, cercando risorse, anche fuori dai canali istituzionali, e promuovendo una visione comune con progetti condivisi e condivisibili.

Il perseguimento delle opportunità indicate mitigherebbe eventuali *minacce* nei confronti della realtà commerciale chierese, tra le quali citiamo:

- lo sfruttamento solo parziale dell'appeal proprio del sistema commerciale di Chieri e le potenzialità di attrazione che lo

contraddistinguono;

- la possibilità che sistemi distributivi spazialmente vicini, come Moncalieri e Torino possano nel tempo continuare a erodere sempre più le potenzialità di attrazione di Chieri, anche nei confronti dei territori delle rispettive Aree di Programmazione.

La promozione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri ha innescato un processo virtuoso attraverso il quale è stata indotta una spontanea partecipazione del settore privato alla qualificazione materiale e immateriale dei luoghi del commercio e allo sviluppo dei loro profitti. Fattori come l'attaccamento culturale a un luogo o alle proprie origini sono sempre importanti, ma è palese che le imprese valutano attentamente vantaggi e svantaggi di una loro scelta e gli effetti sui loro beni e sulle loro attività.

7 Programmazione strategica del DUC

7.1 Le scelte e gli obiettivi strategici

Le strategie messe in campo, quali cardini del Programma Strategico, costituiscono i principi su cui si basa la governance del Distretto Urbano del Commercio di Chieri. Una Città da scoprire! Gli obiettivi strategici, individuati nella fase di candidatura, vengono confermati anche in virtù della concertazione con i partner di 2° livello e con i commercianti che hanno partecipato agli incontri di formazione e informazione e ai corsi tenuti dagli specialisti del Cat.Com. Gli obiettivi strategici individuati:

1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio

Individuare e promuovere l'identità commerciale del Distretto di Chieri e consolidare la rete distributiva locale esistente, cercando di incrementare il numero complessivo delle attività commerciali;

2. Creazione dell'Identità di Distretto "il brand Chieri"

Sviluppare il brand Chieri in modo che possa essere riconosciuto sul territorio competitivo locale e regionale e, per

il tema del turismo, anche nazionale; la riconoscibilità è diretta conseguenza della validità dei piani di comunicazione che si mettono in atto rispetto alla denominazione del Distretto, del logo, del packaging e degli elementi identitari che saranno scelti.

3. Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extracommerciali

Il Distretto deve incoraggiare l'incremento degli investimenti sul territorio, come già intrapreso dal comune con il progetto "Riqualificare il Centro Storico", utili a innalzare la qualità dei luoghi del commercio, la competitività del sistema commerciale e delle singole imprese e ridurre la desertificazione commerciale dovuta alla presenza di locali sfitti.

4. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio

Programmare interventi di parte pubblica declinati alla valorizzazione dei "luoghi del commercio" del Distretto e agevolare, anche con l'applicazione di fiscalità di vantaggio e valutando la possibilità di prevedere speciali esenzioni, deduzioni e agevolazioni in materia di imposte e tasse.

5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità

Caratterizzare l'offerta turistica di Chieri come esperienza distintiva, attraente e sicura per i visitatori che punti sulla qualità dell'accoglienza, sulla valorizzazione del patrimonio storico, artistico, culturale e ambientale del territorio.

7.2 Gli indirizzi programmatici

Gli indirizzi programmatici del Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri, fondamentali per l'attuazione degli obiettivi strategici individuati e rappresentati nel paragrafo precedente, possono essere così esplicitati:

1. Marketing territoriale e gestione del Distretto

Messa in valore delle qualità distintive e competitive del Distretto, valorizzando la Città, nelle sue peculiari qualità, integrando il comparto commerciale con il connubio tra un turismo d'arte, enogastronomico e di prossimità, per rendere riconoscibile e qualificare la Città di Chieri non solo nel proprio contesto competitivo ma anche a livello regionale e oltre.

Il Marketing del territorio deve promuovere e sviluppare la capacità attrattiva degli ambiti interessati con iniziative di carattere pubblico, privato e in forma associativa o di partenariato: in questo contesto il Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri diventa il network che deve rafforzare, promuovere e diffondere la propria immagine sui mercati competitivi.

2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio

L'obiettivo è promuovere la riqualificazione di alcune aree del Distretto oggi dequalificate affinché diventino maggiormente attrattive per cittadini e imprese, perseguendo una migliore qualità urbana, come possibile volano per investimenti privati sulle aree

stesse. Interventi più generali sull'intero territorio del Distretto dovranno comunque essere coordinati con i progetti già realizzati e concertati con i partner interessati. Un'attenzione particolare va posta al recupero dei locali commerciali sfitti, favorendo il contatto tra le proprietà e le imprese commerciali.

3. Educazione al consumo consapevole, promuovendo la prossimità rispetto alla globalizzazione

Promuovere un'educazione al consumo consapevole e sostenibile finalizzata alla promozione del commercio locale come servizio essenziale della comunità, per la salvaguardia delle peculiarità produttive territoriali e riportando al centro dello sviluppo la prossimità in luogo della globalità (Agenda 2030).

4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto

Programmare azioni di supporto al comparto commerciale, anche in ragione della congiuntura socioeconomica in atto, applicando fiscalità di vantaggio.

5. Formazione individuale e educazione alla competitività del sistema, anche grazie all'alfabetizzazione digitale.

Fornire le competenze alle imprese commerciali tramite la formazione continua e l'informazione sulle possibili opportunità che offre il mercato tradizionale, sul corretto uso dei social network e sulla diffusione della cultura imprenditoriale tra la popolazione femminile e giovanile.

6. *Regolamentazione e tutela dei servizi commerciali*

Il Distretto potrà monitorare la coerenza e l'integrazione tra la pianificazione urbanistica e territoriale e gli indirizzi in materia di insediamenti commerciali, facendosi promotore di buone pratiche.

7.3 Azioni e strumenti del programma del DUC

Gli obiettivi concertati tra i partner stabili del Distretto Urbano del Commercio della Città di Chieri e il processo di studi e condivisioni dei programmi tra i partner del Distretto sono stati utili alla sottoscrizione del Protocollo di Intesa che contiene le linee strategiche della governance del Distretto e ha individuato i ruoli operativi all'interno dello stesso. Gli stessi obiettivi sono stati fondamentali per la definizione degli indirizzi programmatici, citati precedentemente, e per l'individuazione delle azioni e degli strumenti del programma del DUC.

Gli strumenti e le azioni che il Distretto promuove nell'arco temporale del presente Programma Strategico sono:

A. Mettere in valore le azioni programmate e gli eventi legati all'animazione del territorio con un calendario condiviso, con la collaborazione dei partner di 2° livello che mettono al servizio del Distretto le capacità, le conoscenze e la loro esperienza. La Città

di Chieri ospita un vivace panorama di eventi, molti dei quali localizzati all'interno dell'area individuata del Distretto. L'organizzazione di manifestazioni in Città, se da un lato esige spazi urbani accoglienti e decorosi, dall'altro porta consistenti flussi di visitatori, anche occasionali, e turisti nei luoghi del commercio; questo pone in stretta relazione la gestione della Città con l'organizzazione degli eventi stessi. Il Distretto del Commerci potrà incrementare il numero di manifestazioni presenti sul territorio e dovrà essere tra i promotori degli eventi già presenti nel Chierese.

- B.** Programmare e promuovere interventi di riqualificazione urbana nei luoghi del commercio attivandosi nell'individuazione di bandi specifici, anche e non solo promossi dalla Regione Piemonte. La promozione della qualificazione dei luoghi del commercio si attua con interventi sia di natura pubblica sia di natura privata. Il Distretto potrà promuovere e coordinare, di concerto con gli uffici comunali, anche gli interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali.
- C.** Continuare la posa di elementi di arredo urbano, qualificanti il contesto commerciale.
- D.** Promuovere progetti utili a mitigare la presenza dei locali sfitti, quali l'installazione di vetrofanie di promozione del Distretto, l'insediamento di temporary shop, l'insediamento di attività aggregative sociali e culturali, favorendo il colloquio tra proprietari e microimprese commerciali o con i potenziali imprenditori di domani.

- E.** Organizzare corsi di formazione e informazione degli attori principali del processo di valorizzazione del commercio della Città di Chieri, che possano fornire indicazioni e consigli utili ad affrontare le difficoltà indotte dalla competitività del sistema commercio della grande distribuzione o dell'e-commerce.
- F.** Promuovere l'innovazione digitale tra gli operatori commerciali; anche mediante la condivisione tra gli operatori di piattaforme ad hoc per l'erogazione di servizi e fidelizzazione della clientela.
- G.** Promuovere l'educazione al consumo consapevole grazie a incontri di formazione dedicate soprattutto alle giovani generazioni.
- H.** Implementare la pratica della concertazione nelle future pianificazioni urbanistiche e territoriali, di cui il DUC Di Chieri potrà essere partner consultivo, nonché nell'ambito dell'acquisizione di riconoscimenti volti a valorizzare le eccellenze storiche (mercato, caffè, negozi).
- I.** Promuovere misure di fiscalità di vantaggio nel caso di nuove aperture o subentri con esenzioni a scalare sui tre anni della programmazione del Distretto sulle tariffe gestite dalle municipalità: abbattimento del costo riferito all'occupazione suolo pubblico, sgravio dell'IMU sulle nuove aperture, dispense sul costo di costruzione se dovuto, oppure nel caso di interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali.
- J.** Ricognizione e accesso a possibili canali di finanziamento, anche da parte di aziende private sotto forma di sponsor: la ricerca di finanziamento sarà una delle prerogative del Manager di Distretto.
- K.** Predisporre strumenti di monitoraggio che seguano lo stato di avanzamento del programma e che si adattino all'evolversi del programma stesso. Il controllo sull'attuazione delle azioni, sia materiali che immateriali, deve avvenire con regolarità per verificarne gli effetti e i risultati in corso d'opera e per poter eventualmente correggere le strategie e le azioni che riscontrino non adeguate.

Le azioni sinteticamente sopra elencate sono inserite nel Programma Strategico Triennale allegato al Protocollo di Intesa, approvato con apposita Deliberazione.

Con l'avvio del Distretto, gli attori facenti parte della Cabina di Regia, del Comitato di Gestione e della Consulta del Commercio e delle attività di Produttive, anche a seguito dell'individuazione della figura del Manager di Distretto, daranno avvio alle azioni e al reperimento delle coperture economiche necessarie all'attuazione delle stesse azioni previste.

Il ruolo del Manager di Distretto sarà centrale proprio nell'individuazione dei possibili canali di finanziamento, alcuni dei quali già individuati nelle somme messe a disposizione dall'Amministrazione di Chieri.

La riuscita di quante più possibili azioni indicate nel Programma Strategico triennale sarà l'obiettivo principale del citato Manager e della Cabina di Regia

Nelle pagine successive sono evidenziate, tramite schede sintetiche, le Azioni individuate dai partner di 1° livello tramite la condivisione e le suggestioni fornite dai partner di 2° livello e dai commercianti che hanno risposto al questionario e alle sollecitazioni pervenute nei corsi di formazione organizzati dell'Associazione Ascom Confcommercio di Torino e Provincia, partner stabile del Distretto Urbano del Commercio di Chieri.

8 Schede sintetiche delle azioni del DUC

AZIONE	TITOLO	Scheda esistente	Nuova scheda
AZIONE A1	Attività di comunicazione e di diffusione del brand Chieri	X	
AZIONE A2	Creazione Albo imprese storiche e riconoscimento del mercato storico locale		X
AZIONE A3	Valorizzazioni produzioni enogastronomiche d'eccellenza locale		X
AZIONE B	Valorizzazione di eventi e manifestazioni dell'ambito distrettuale. Programma e calendario unico	X	
AZIONE C	Riqualificazione urbana di spazi pubblici ad elevata vocazione commerciale	X	
AZIONE D	Attivazione regime d'aiuto alle imprese per la realizzazione d'interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali	X	
AZIONE E1	Installazione elementi di arredo urbano in continuità con gli interventi già completati	X	
AZIONE E2	Valorizzazione delle aree mercatali urbane		X
AZIONE F	Realizzazione di progetti a contrasto e mitigazione degli "sfitti commerciali"	X	
AZIONE G	Attività formative e informative	X	
AZIONE H1	Innovazione digitale tra gli operatori	X	
AZIONE H2	Analisi dei flussi di frequentazione distrettuale		X
AZIONE I	Educazione al consumo consapevole	X	
AZIONE J	Aggiornamento pianificazioni urbanistiche e territoriali d'interesse commerciale	X	
AZIONE K	Misure di fiscalità di vantaggio	X	
AZIONE L	Ricognizione e accesso a canali di finanziamento	X	
AZIONE M	Monitoraggio attività distrettuali	X	
GOVERNANCE	REDAZIONE DEL NUOVO PROGRAMMA STRATEGICO DISTRETTUALE		X
EVENTI	REALIZZAZIONE EVENTI E MANIFESTAZIONI	X	

Azione A1

AZIONE	A1	Attività di comunicazione e di diffusione del brand Chieri
Obiettivo strategico	1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 2. Rafforzare l'attrattività Distrettuale 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità	
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto	
Descrizione azione	Un'azione prioritaria del Distretto Urbano del Commercio di Chieri è costituita dalla stesura e dall'attuazione di un progetto di comunicazione strategico, finalizzato alla promozione e alla diffusione degli obiettivi del DUC di Chieri. Il Distretto è già stato oggetto di una prima campagna di promozione messa in atto durante i primi tre anni di operatività, ma dovrà essere riproposta con cadenza regolare per la durata del successivo triennio e in particolar modo all'inizio delle attività programmate. Il progetto di comunicazione e diffusione del DUC saprà dare consapevolezza agli attori del processo di valorizzazione del commercio del Distretto stesso sulle potenzialità e sulle opportunità che possono essere assicurate grazie all'appartenenza a un Distretto del Commercio. L'azione proposta, promuovendo le finalità del DUC, dovrà incentivare la cooperazione e alla collaborazione dei diversi stakeholder a livello territoriale, attrarre gli operatori commerciali, le imprese locali, le varie associazioni presenti sul territorio, i diversi comitati presenti e ogni altro soggetto che potrà essere attore della promozione del territorio e del costituito Distretto.	
Destinatari	Il progetto di comunicazione sarà indirizzato a tutti i possibili fruitori del Distretto ma in particolar modo a: - i cittadini chieresi con il fine di ridurre le quote di evasione degli acquisti dalla Città; - i turisti, che stanno scegliendo sempre con maggiore continuità i territori del chierese come meta di svago; - le imprese che continuano a investire sul proprio patrimonio materiale e immateriale.	
Strumenti	Il progetto di comunicazione sarà orientato a una comunicazione fresca e immediata e sarà messa in atto grazie a: - programmazione di un piano editoriale - comunicazione via social, realizzazione di campagne informative dedicate (rispetto a specifici target d'utenza, rispetto ad eventi singoli, o su tematiche particolari,..) - progettazione e diffusione di materiale di comunicazione tradizionale: locandine, vetrofanie, cartellonistica, mediante i pannelli informativi installati nel corso del primo triennio di operatività	
Soggetti coinvolti	- Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager	
Investimento e risorse	24.000 €	8.000 € per ogni annualità del programma triennale
Cronoprogramma	2025	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma
	2026	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma
	2027	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma

Azione A2

AZIONE	A2	Creazione Albo imprese storiche e riconoscimento del mercato storico locale
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 2. Rafforzare l'attrattività Distrettuale 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto
Descrizione azione		Il Distretto promuoverà la valorizzazione del tessuto imprenditoriale con l'istituzione di un Albo delle imprese storiche e mediante la registrazione all'albo regionale dei mercati storici del mercato di piazza Dante. L'attività è volta a censire, riconoscere e valorizzare le attività commerciali, artigianali e di servizio che, per continuità e radicamento nel territorio, rappresentano un patrimonio di storia, cultura e identità locale. Il Distretto vuole, da un lato, riconoscere ufficialmente, anche con premiazioni ed attestati, il valore del lavoro svolto, creando momenti di incontro, in cui si possa rafforzare il rapporto tra le imprese e stimolare la creazione della rete, che è fondamentale per il buon esito delle attività del Distretto. Si vuole così incentivare la conservazione delle attività storiche e rafforzare il senso di appartenenza al Distretto e stimolando l'orgoglio identitario delle imprese. Dall'altro intende dare visibilità alle storie delle imprese, raccontando il prezioso lavoro svolto di generazione in generazione e i cambiamenti che hanno posto in essere, facendolo così diventare strumento di formazione per altri operatori, più giovani e con meno esperienza, dando infine agli imprenditori storici un ruolo di testimone e custode del contesto urbano in cui opera. Si punterà a stimolare iniziative promozionali e progettualità condivise tra imprese storiche e nuove generazioni di imprenditori e favorire il turismo esperienziale e culturale, legato alle tradizioni produttive e commerciali locali. L'albo sarà gestito dal Distretto, le imprese potranno presentare domanda di iscrizione sulla base di specifici requisiti che verranno identificati, come ad esempio: - attività continuativa sul territorio, - mantenimento della sede storica o continuità generazionale, - valore riconosciuto in termini di memoria storica, - valorizzazione delle eccellenze locali. A seguito della verifica dei requisiti, le imprese selezionate verranno iscritte all'Albo e riceveranno un Attestato di Riconoscimento rilasciato dal Distretto, che potrà essere esposto presso la sede aziendale. Inoltre, potranno essere valorizzate attraverso iniziative promozionali dedicate (es. mappa delle imprese storiche, itinerari tematici, campagne di comunicazione, eventi celebrativi). Si andrà così a consolidare il ruolo del Distretto come soggetto promotore della memoria e dell'identità economica locale. Con altre modalità, ma uguali finalità, si procederà all'ottenimento del riconoscimento regionale di mercato storico per il mercato settimanale di piazza Dante, a riscontro della funzione dello stesso e del ruolo di motore economico della rete commerciale locale.
Destinatari		Il progetto di comunicazione sarà indirizzato a tutti i possibili fruitori del Distretto ma in particolar modo a: - i cittadini chieresi con il fine di ridurre le quote di evasione degli acquisti dalla Città; - i turisti, che stanno scegliendo sempre con maggiore continuità i territori del chierese come meta di svago; - le imprese che continuano a investire sul proprio patrimonio materiale e immateriale.
Strumenti		Gli strumenti saranno rappresentati dalle registrazioni d'interesse storico realizzate: i locali storici, le imprese ed il mercato di piazza Dante.

Soggetti coinvolti	- Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager	
Investimento e risorse	4.500 €	4.500,00 € in totale, l'intervento sarà realizzato dalla Cabina di Regia, con il supporto del Manager del Distretto.
Cronoprogramma	2025	Le azioni previste saranno attuate nelle prime due annualità.
	2026	
	2027	

Azione A3

AZIONE	A3	Valorizzazioni produzioni enogastronomiche d'eccellenza locale
Obiettivo strategico	1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 2. Rafforzare l'attrattività Distrettuale 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità	
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto	
Descrizione azione	Il Distretto promuoverà collaborazioni con il Distretto del Cibo del Chierese e del Carmagnolese volte alla valorizzazione dei seguenti tre asset: - i prodotti d'eccellenza locale - le imprese delle filiere connessi alle produzioni d'eccellenza locali - gli ambiti territoriali di produzione delle eccellenze locali Il Distretto del Cibo del Chierese e Carmagnolese, riconosciuto nel 2022 come primo distretto del cibo della Regione Piemonte, promuove numerose attività per valorizzare le eccellenze agroalimentari locali, sostenere lo sviluppo territoriale e preservare il paesaggio rurale. Nello specifico le collaborazioni potranno riguardare: - valorizzazione dei prodotti tipici - Eventi e manifestazioni - Educazione e sostenibilità (fattorie didattiche, progetti di sensibilizzazione...) - Promozione territoriale e governance	
Destinatari	Il progetto di comunicazione sarà indirizzato a tutti i possibili fruitori del Distretto ma in particolar modo a: - i cittadini chieresi con il fine di ridurre le quote di evasione degli acquisti dalla Città; - i turisti, che stanno scegliendo sempre con maggiore continuità i territori del chierese come meta di svago; - le imprese che continuano a investire sul proprio patrimonio materiale e immateriale.	
Strumenti	Gli strumenti saranno rappresentati dalle registrazioni d'interesse storico realizzate: i locali storici, le imprese ed il mercato di piazza Dante.	
Soggetti coinvolti	- Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager	
Investimento e risorse	24.000 €	24.000,00 € in totale, l'intervento sarà realizzato avvalendosi della collaborazione di consulenti specializzati.
Cronoprogramma	2025	Le azioni previste saranno distribuite su tutte tre le annualità.
	2026	
	2027	

Azione B

AZIONE	B	Valorizzazione di eventi e manifestazioni dell'ambito distrettuale. Programma e calendario unico	
Obiettivo strategico	1.Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 2.Creazione dell'Identità di Distretto: il brand Chieri 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità		
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto		
Descrizione azione	La fase di analisi e la concertazione con i partner ha evidenziato che spesso l'ambito del Distretto di Chieri e del suo intorno geografico sono caratterizzati dall'organizzazione e dallo svolgimento di manifestazioni che spesso sono si tengono nello stesso periodo dell'anno (a volte nello stesso giorno) e che comunicate in modo autonomo senza coordinamento. Il Distretto può avere un ruolo fondamentale di coordinamento e sintesi di tutte le manifestazioni e può assumere il ruolo di megafono mediatico, contribuendo alla diffusione sui propri canali tematici che possono raggiungere, se coordinati con profitto, tutti i fruitori/clienti delle microimprese commerciali. La soluzione alla molteplicità e alla complessità delle azioni e delle manifestazioni di Chieri può avvenire grazie alla stesura di un Calendario condiviso e completo. La realizzazione di un calendario unico e condiviso costituisce il primo atto di coordinamento stabile tra gli eventi dei vari promotori e favorisce la percezione del Distretto come entità unitaria e omogenea. Inoltre, la stesura del calendario incrementa la collaborazione tra Enti e associazioni che rappresenta una delle missioni del Distretto stesso.		
Destinatari	Il Programma degli eventi e delle manifestazioni unico e condiviso è indirizzato a tutti i possibili fruitori del Distretto e alle associazioni e alle aziende che sul territorio del Distretto operano		
Strumenti	Il Programma degli eventi e delle manifestazioni unico e condiviso è diffuso da tutti gli attori che operano sul territorio di Chieri con i canali di informazione prevista dal Progetto di comunicazione e di diffusione del brand Chieri: via social, via web, tramite newsletter, con locandine, cartellonistica, totem informativi e con la programmazione di un piano editoriale in collaborazione con il "Corriere di Chieri", partner di 2° livello del Distretto		
Soggetti coinvolti	- Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager - Partner di 2° livello - altri stakeholder del territorio		
Investimento e risorse	12.000 €	4.000 € per ogni annualità del programma triennale	
Cronoprogramma	2025	Il calendario viene formulato nell'ultimo trimestre dell'anno precedente alla sua validità e aggiornato secondo le necessità, ogni qualvolta ci siano aggiornamenti o inserimenti di nuove manifestazioni non previste in fase di stesura. La prima edizione del Calendario è stata stilata al termine del 2024 (validità 2025).	
	2026		
	2027		

Azione C

AZIONE	C	Riqualificazione urbana di spazi pubblici ad elevata vocazione commerciale	
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extra commerciali Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico		2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione		L'Amministrazione di Chieri intende proseguire l'iniziativa avviata nel recente passato (Piazza Duomo (2015), Piazza Mazzini (2015), Piazzetta Oasi (2015), Piazza Cavour (2020), Piazza Cardinal Martini (2021) e il parcheggio di Via della Pace (2021)) di riqualificazione di spazi pubblici d'interesse dal punto di vista commerciale, per la presenza nelle vicinanze di rilevanti concentrazioni di esercizi commerciali, quali ad esempio Piazza Silvio Pellico, Piazza Dante,...	
		Ciascun intervento si dovrà connotare non solamente dal punto di vista estetico degli spazi, ma anche dal punto di vista del miglioramento della funzionalità, accessibilità, sicurezza per l'utenza degli stessi, nonché favorendo il contrasto e la mitigazione degli effetti dei cambiamenti climatici in atto.	
Destinatari		Il progetto oggetto della presente Azione avrà come destinatario principale la Città intera, le attività imprenditoriali in prossimità delle aree di intervento, i residenti, i fruitori occasionali.	
Strumenti		La riqualificazione di spazi pubblici segue iter codificati che possono variare in funzione degli strumenti attuativi degli interventi, a seconda che vedano coinvolti un partenariato pubblico o misto pubblico-privato, saranno pertanto specificati in modo puntuale sulla base delle specifiche determinazioni dell'Amministrazione.	
Soggetti coinvolti		- Comune di Chieri - Cabina di Regia, come partner nella concertazione - Micro imprese commerciali e privati, come beneficiari dell'azione	
Investimento e risorse		300.000 €	Il Comune intende partecipare ai bandi presenti e futuri promossi dalla Regione Piemonte sul tema della rigenerazione urbana, e di riqualificazione dei luoghi del commercio (la cifra riportata è assolutamente indicativa).
Cronoprogramma		2025	La tempistica, al momento da definire, varierà in funzione delle scadenze previste dai contributi che saranno ottenuti.
		2026	
		2027	

Azione D

AZIONE	D	Attivazione regime d'aiuto alle imprese per la realizzazione d'interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extracommerciali Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio
Indirizzo programmatico		2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio 4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto
Descrizione azione		La qualificazione dei luoghi del commercio, come nell'accezione promossa dalla Regione Piemonte, passa anche attraverso la riqualificazione dei fronti commerciali. I fronti commerciali sono caratterizzati da precisi elementi costruttivi, costituiti dalle facciate, dalle vetrine, dalle insegne e dall'arredo fisso e mobile che possono caratterizzare un negozio o un'attività di somministrazione. Un ruolo strategico nella valorizzazione dei luoghi del commercio è attribuito alle esteriorità degli esercizi presenti nell'area di programmazione. Sulla scorta delle esperienze precedenti promosse dalla Regione Piemonte si è voluto proporre un'azione che aveva avuto molto seguito. L'Azione riguarda i piani terra degli edifici dove è localizzato il commercio di vicinato di Chieri; le azioni ammesse a contributo, conformi ai documenti programmatici del Comune sono: il rifacimento delle facciate degli esercizi; rifacimento delle insegne, dell'illuminazione e delle tende; sistemazione delle vetrine; sistemazione dei chioschi e dei dehors. Particolare attenzione sarà posta all'innovazione tecnologica delle dotazioni delle attività commerciali al fine di migliorarne la sostenibilità ambientale e finanziaria. Il DUC sarà parte attiva per agevolare le microimprese commerciali a partecipare a specifici bandi. Questo processo di rigenerazione potrà innescare altri interventi di recupero sul patrimonio costruito esistente di proprietà privata, attraverso ulteriori lavori di restauro e manutenzione anche delle facciate e sulle cortine edilizie.
Destinatari		I destinatari dell'azione sono le microimprese commerciali, di somministrazione, e i titolari di autorizzazione di vendita al dettaglio.
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono le progettualità proposte dai privati e gli strumenti urbanistici che regolano gli elementi oggetto degli interventi. L'Amministrazione comunale pubblicherà un bando sulla base dell'esperienza mutuata dalla precedente programmazione
Soggetti coinvolti		- Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager - Micro imprese commerciali e privati, come beneficiari
Investimento e risorse	max 30.000€ ognuno	Si presume che l'intervento possa avere un costo <u>massimo</u> di 30.000 € per ogni beneficiario. Il Comune potrà scontare i costi di occupazione del suolo pubblico, ma si ritiene che l'Azione sia attuabile, in modo sistematico, solo con un contributo a carico di un Ente sovra territoriale (Regione Piemonte).
Cronoprogramma	2025 2026 2027	Il cronoprogramma dell'azione sarà definito contestualmente alla pubblicazione di un apposito bando da parte di un Ente pubblico sovra territoriale, su iniziativa della Cabina di Regia e attuato dal Manager di Distretto di concerto con gli uffici comunali.

Azione E1

AZIONE	E1	Installazione elementi di arredo urbano in continuità con gli interventi già completati
Obiettivo strategico	4. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico	2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione	La posa in opera di elementi di arredo urbano costituisce una delle azioni che apportano maggior beneficio in termini di riqualificazione urbana. Negli anni la Città di Chieri ha completato diversi interventi caratterizzati dalla posa di arredo urbano, coordinato, finanziati anche mediante le risorse regionali dedicate ai distretti. La posa dell'arredo urbano riguarderà gli ambiti del DUC e in particolar modo le zone identificate e accorpate all'Addensamento A1 nella perimetrazione del DUC: Strada Andezeno e Via Riva L'intervento proposto prevede l'utilizzo di tipologie di elementi di arredo urbano già utilizzate nel contesto del centro storico di Chieri, nonché azioni di place making ed urbanistica tattica che con costi più contenuti possono contribuire a modificare in modo migliorativo gli ambiti d'intervento.	
Destinatari	I destinatari dell'azione sono indirettamente le microimprese commerciali e di somministrazione ma soprattutto gli abitanti di Chieri in generale.	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da una progettazione unitaria dell'intervento e, a seguito dell'aggiudicazione dei lavori, la posa in opera degli elementi scelti.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager	
Investimento e risorse	30.000 €	Si presume che l'intervento possa avere un costo indicativo di almeno 30.000 €. La copertura finanziaria dell'opera sarà definita in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo dalla governance e dagli stakeholder auspicando che la cifra possa essere integrata da finanziamenti pubblici regionali e non.
Cronoprogramma	2025	L'intervento è previsto per la prima annualità del programma strategico.
	2026	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.
	2027	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.

Azione E2

AZIONE	E2	Valorizzazione delle aree mercatali urbane
Obiettivo strategico	4. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico	2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione	L'intervento si compone di una pluralità di azioni volte alla valorizzazione degli spazi dedicati alle attività commerciali su area pubblica all'interno dell'ambito distrettuale: - installazione di pannelli informativi (maxi schermo led wall), situati nei punti strategici del mercato e della città. - realizzazione di corsie colorate sulla pavimentazione per differenziare le fila (in piazza Europa) dei banchi, al posto delle semplici lettere. - segnaletica stradale nei punti di maggior passaggio cittadino che dovrà comunicare i giorni dei mercati e orari. - realizzazione di insegne promozionali e direzionali, di grande evidenza, in tutti i punti di accesso ai mercati cittadini (stile Torino Mercati). - realizzazione di banner che gli operatori possano esporre sui banchi con la dicitura "Mercati di Chieri". - attivazione di un servizio navetta di collegamento del mercato con i principali parcheggi cittadini.	
Destinatari	I destinatari dell'azione sono indirettamente le microimprese commerciali su area pubblica.	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da una progettazione unitaria dell'intervento e, a seguito dell'aggiudicazione dei lavori, la posa in opera degli elementi scelti.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Comitato di Gestione - Manager - Imprese	
Investimento e risorse	50.000 €	Si presume che l'intervento possa avere un costo indicativo di almeno 50.000 €. La copertura finanziaria dell'opera sarà definita in base alle risorse disponibili che verranno introdotte dalla governance e dagli stakeholder auspicando che la cifra possa essere integrata da finanziamenti pubblici regionali e non.
Cronoprogramma	2025	L'intervento è previsto per la prima annualità del programma strategico.
	2026	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.
	2027	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.

Azione F

AZIONE	F	Realizzazione di progetti a contrasto e mitigazione degli “sfitti commerciali”
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 4. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio
Indirizzo programmatico		2. Rigenerazione degli spazi urbani e qualificazione dei luoghi del commercio 4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto
Descrizione azione		Le ricognizioni effettuate nell'ambito del Distretto di Chieri, nel corso del precedente triennio, hanno evidenziato la presenza di locali commerciali sfitti: una situazione per ora non grave che deve però essere arginata prima che possa diventare endemica e abituale. Il contrasto alla desertificazione commerciale può avere effetti positivi sulla capacità attrattiva del Distretto di Chieri e specifiche azioni utili al contenimento dell'effetto saranno messe in azione dalla Città con l'aiuto del Distretto Urbano del Commercio. Le azioni che possono essere introdotte sono numerose e diversificate, sulla base di precedenti sperimentazioni. 1. Mappatura e monitoraggio degli sfitti • Censimento degli immobili inutilizzati: realizzazione di una mappa dinamica, anche digitale, degli esercizi sfitti o sottoutilizzati in rapporto al mix commerciale. • Osservatorio locale del commercio: analisi periodica dei flussi, della domanda e dell'offerta commerciale, con focus sulle mutazioni della rete di vendita da mettere in relazione con gli sfitti. Entrambi gli strumenti dovrebbero utilizzare un metodo comune di rilevazione e degli indicatori comuni di misurazione che potrebbero essere oggetto di linee guida da prodursi nel laboratorio 2025 a cura di Labins, almeno per i DUC. 2. Uso temporaneo e negozi a tempo • Convenzioni tra enti locali e proprietari: per la concessione a titolo agevolato o gratuito di spazi per attività temporanee (commercio, artigianato, eventi, coworking) • Boutiques à l'essai / Temporary stores: attivazione di negozi in prova per nuovi imprenditori, con canoni calmierati o sostenuti da fondi pubblici. 3. Strumenti urbanistici e patrimoniali • Strumenti di intervento fondiario: acquisto o affitto di locali sfitti da parte del Comune per rimetterli sul mercato con finalità sociali o economiche. Un esempio possono essere i centri polifunzionali che Regione Piemonte ha sostenuto negli anni con i PQU e i PIR e che ora possono trovare nuove forme di applicazione. Un altro esempio interessante sono le Botteghe dei Servizi che Regione Piemonte ha sostenuto nel 2023 per i comuni montani con meno di 5.000 abitanti. • Zonizzazione commerciale: regolamentazioni urbanistiche che incentivino o tutelino la presenza di servizi di prossimità in zone sensibili, scoraggiando il cambio di destinazione d'uso dei piani terra. Attenzione alla possibilità di unire più negozi per creare delle medie strutture di vendita che facciano da ancora al mix commerciale esistente. Indifferenza funzionale dei piani terra. 4. Incentivi per nuove aperture • Voucher e contributi a fondo perduto: per l'apertura di attività nei locali sfitti, con particolare attenzione a giovani, donne e imprese innovative. Eventuali contributi sul modello delle Botteghe dei Servizi per unire all'esercizio di vicinato anche erogazione di servizi mancanti da parte del comune (necessaria analisi dei servizi mancanti). • Sgravi fiscali e bonus locazione: per proprietari e locatari che sottoscrivano contratti di lunga durata a canoni concordati. Potrebbe essere utile trovare il modo di incentivare i proprietari che intendono intervenire sui loro locali per rimetterli sul mercato magari

	attraverso interventi di efficientamento impiantistico ed energetico (verificare possibilità di prestiti agevolati con istituti bancari). 5. Riattivazione dei piani terra e rigenerazione estetica • Progetti di facciata e arredo urbano: interventi coordinati per migliorare l'estetica delle vetrine, l'illuminazione e la segnaletica. • Ristrutturazione energetica/ambientale: fondi per il miglioramento delle prestazioni ambientali dei locali (coibentazione, impianti, domotica). Muri verdi per il contrasto delle isole di calore. Uso del verde per il miglioramento dell'aria. Verifica di possibilità di contributo per imprese, finanziamento a tasso agevolato per proprietari. • Arte urbana e vetrine attive (Camouflage): installazioni artistiche e creative negli sfitti per mantenerli vivi nella percezione pubblica. 6. Animazione territoriale e comunicazione • Campagne di marketing urbano: azioni coordinate per promuovere il commercio locale e la responsabilità dell'atto di acquisto attraverso storytelling, mappe interattive, itinerari tematici. • Eventi e attivazioni temporanee: mercati tematici, festival del commercio, laboratori, esposizioni nei locali sfitti per aumentarne l'attrattività. 7. Nuovi usi e mix funzionale • Terzi luoghi nei locali sfitti: coworking, biblioteche di quartiere, portinerie di comunità, laboratori artigiani, sportelli sociali, servizi turistici, servizi culturali, servizi educativi, servizi sanitari, spazi di socialità in contrasto alle isole di calore, etc. • Innovazione d'uso: insediamento di edge data center, sportelli digitali, spazi per servizi collettivi (es. punti ritiro merci, locker), in chiave multifunzionale, nuovi servizi innovativi, start-up. 8. Partenariati • Accordi con istituti bancari, fondi immobiliari, società di gestione, associazioni di agenzie immobiliari, etc: per la gestione condivisa di programmi di rivitalizzazione. • Società miste e fondi immobiliari urbani: per intervenire sulla proprietà dei locali sfitti o per garantire una gestione flessibile del patrimonio. 9. Formazione e accompagnamento • Incubatori e acceleratori locali: per sostenere la nascita di nuove imprese legate al commercio e all'artigianato di servizi, ai servizi di prossimità. • Sportelli per l'impresa: assistenza tecnica, mentoring e orientamento all'avvio di attività in locali sfitti • Formazione attraverso Academy del Commercio 10. Misurazione d'impatto e governance • Indicatori di rigenerazione commerciale: sviluppo di KPI grazie al laboratorio 2025 di Labins per misurare l'andamento degli sfitti, la soddisfazione degli utenti, il valore economico e sociale generato. • Osservatorio regionale degli sfitti e del commercio: rilancio dell'osservatorio regionale con il contributo del sistema camerale e dell'insieme dei DC Una strategia efficace per contrastare la desertificazione commerciale non può limitarsi alla gestione delle emergenze, ma deve investire nella riattivazione dell'identità urbana, nell'innovazione dell'offerta commerciale e nel coinvolgimento delle comunità locali. La "cassetta degli attrezzi" del Distretto del Commercio deve essere flessibile, adattabile e integrata, capace di mettere in rete soggetti pubblici e privati attorno a una visione condivisa di città viva, inclusiva e sostenibile. Gli sfitti commerciali sono una criticità endemica che non può essere risolta una tantum con iniziative concentrate in un preciso arco temporale, ma deve essere gestita con continuità.
--	--

Destinatari	I destinatari dell'azione sono i proprietari dei locali sfitti e i possibili imprenditori che intendono insediarsi in questi locali. Indirettamente sono destinatari tutte le microimprese commerciali e di somministrazione che gravitano in prossimità di locali sfitti che vengono riutilizzati	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti dal censimento dei locali sfitti e dalla costituzione di un tavolo tematico tra i vari attori del processo di mitigazione dei locali sfitti.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Tavolo tematico - Manager	
Investimento e risorse	25.000 €	Si presume che l'intervento possa avere un costo indicativo di circa 25.000 € medi per anno, con una spesa maggiore durante la prima annualità. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà definita nei primi incontri della Cabina di Regia. Il costo sarà assorbito parzialmente dai proprietari dei locali sfitti, quale contributo iniziale.
Cronoprogramma	2025	La ricognizione sarà effettuata nei primi mesi del 2022. A partire dal mese di giugno 2022 verrà convocato il tavolo tematico che scandirà nel tempo le azioni da mettere in campo. L'azione avrà durata triennale senza soluzione di continuità, e secondo le necessità.
	2026	
	2027	

Azione G

AZIONE	G	Attività formative e informative
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		3. Educazione al consumo consapevole, promuovendo la prossimità rispetto alla globalizzazione 5. Formazione individuale e educazione alla competitività del sistema
Descrizione azione		L'azione prevista dal Programma Strategico è finalizzata al rafforzamento delle competenze degli imprenditori delle microimprese commerciali e di somministrazione, ma sarà aperta a tutti coloro che sono parte attiva del processo di valorizzazione del Distretto del Commercio. La crescita professionale e imprenditoriale è garantita dai percorsi di formazione e informazione e dalla personalizzazione di servizi riservati alle imprese e agli addetti del settore della distribuzione di prossimità. I temi saranno personalizzati secondo le esigenze dei fruitori e potranno riguardare il tema del lavoro e reinserimento al lavoro, imprenditorialità femminile e giovanile. La scelta delle tematiche da proporre potrà essere individuata nel corso delle successive fasi attuative. Tra i temi di maggior rilievo è l'innovazione digitale applicata ai sistemi di comunicazione e fidelizzazione della clientela.
Destinatari		I destinatari dell'azione sono tutte le microimprese commerciali e di somministrazione e gli attori del processo di costituzione del Distretto.
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. Sarà in ogni caso possibile seguire gli incontri formativi via web.
Soggetti coinvolti		- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager
Investimento e risorse	12.000 €	L'azione ha un costo presunto di 12.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Chieri e si auspica con un contributo della Regione Piemonte
Cronoprogramma	2025	I corsi di formazione e di informazione saranno organizzati nei locali messi a disposizione dal Comune di Chieri e saranno continui sui 3 anni di programmazione. La formazione per essere efficace deve essere di tipo "continuo" come avviene per tutte le categorie professionali
	2026	
	2027	

Azione H1

AZIONE	H1	Innovazione digitale tra gli operatori
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		3. Educazione al consumo consapevole, promuovendo la prossimità rispetto alla globalizzazione 5. Formazione individuale e educazione alla competitività del sistema
Descrizione azione		La formazione e informazione può e deve avere una declinazione privilegiata per i temi legati al digitale. L'azione formativa è rivolta a tutti gli operatori commerciali interessati presenti all'interno della perimetrazione del DUC ed è finalizzata alla sensibilizzazione e all'educazione digitale. Si prevedono azioni volte a sostenere la digitalizzazione delle imprese interessate tramite la condivisione di saperi e tecnologie utili a innovare i processi e i servizi del tessuto commerciali. Un'attenzione particolare dovrà essere rivolta alla gestione di un eventuale sito aziendale, ai nuovi canali di comunicazione social e agli strumenti che la rete può offrire. La formazione potrà anche assistere le imprese seguendone l'inserimento nel progetto della Camera di Commercio di Torino "Digitale sottocasa" che prevede attività di animazione del territorio del Distretto. Gli incontri saranno occasione di incontro e di confronto fra i vari operatori del settore coinvolti, che potranno confrontarsi sull'esperienza formativa, aumentando il loro senso di appartenenza al DUC di Chieri. A livello applicativo l'innovazione digitale trova particolare interesse rispetto alle seguenti tematiche: Logistica urbana Fidelizzazione della clientela
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutte le microimprese commerciali e di somministrazione e gli attori del processo di costituzione del Distretto.
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. Sarà in ogni caso possibile seguire gli incontri formativi via web.
Soggetti coinvolti		- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager
Investimento e risorse	45.000 €	L'azione ha un costo presunto di 12.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Chieri e si auspica con un contributo della Regione Piemonte
Cronoprogramma	2025	I corsi di formazione e di informazione saranno organizzati nei locali messi a disposizione del Comune di Chieri e saranno continui sui 3 anni di programmazione. La formazione per essere efficace deve essere di tipo "continuo" come avviene per tutte le categorie professionali
	2026	
	2027	

Azione H2

AZIONE	H2	Analisi dei flussi di frequentazione distrettuale
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 5. Formazione individuale e educazione alla competitività del sistema
Descrizione azione		Obiettivo è quello di dotarsi di uno strumento che permetta di analizzare i flussi delle persone all'interno del Distretto, per pianificare le azioni sia da parte delle Amministrazioni che degli operatori economici. Si tratta di una soluzione innovativa di analisi dei flussi per i "decision making" del Distretto; la soluzione, nel rispetto della privacy dei cittadini, si basa sull'utilizzo di dati provenienti dalle connessioni con le celle telefoniche e relativi ai movimenti della popolazione forniti dagli operatori telefonici. I dati, opportunamente elaborati, permettono di stimare la presenza, il comportamento e la provenienza dei visitatori sull'area di riferimento, secondo KPIs predefiniti. Ciò consentirà, in primo luogo, di effettuare analisi di baseline scenario sulla situazione e le performance del Distretto del Commercio – in termini di frequentazione e animazione – valutando la dinamica dei flussi verso le attività commerciali, ed ex post le performance degli eventi e manifestazioni previste. A ciò si aggiungerà l'analisi sulla frequentazione delle aree urbane che consentirà ai Comuni e al Distretto di conoscere i comportamenti dei cittadini e dei turisti per migliorarne l'offerta di servizi, e alle imprese di sapere la dimensione dei flussi di visitatori in specifiche zone. Il servizio è finalizzato all'analisi dei flussi di mobilità pedonale nelle aree a vocazione commerciale e prevede il monitoraggio dei seguenti KPIs: - data/aggregazione temporale; - punto di interesse (piazza, via, ecc.); - classifica dei punti di interesse con indicazione dei gruppi prevalenti di visitatori; - confronto dei punti di interesse e definizione della quota di mercato della zona commerciale; - numero di visite e visitatori giornalieri; - distribuzione delle visite per giorno e fascia oraria; - numero di visitatori per provenienza (residente, provinciale, regionale, nazionale, straniero); - permanenza nell'area di interesse; - frequenza di visita; - penetrazione del bacino di utenza per microzona/quartiere; - caratteristiche socio-demografiche (genere, nazionalità, range di età, ecc.); - capacità di spesa dei visitatori italiani; - tipologia di SIM (consumer/business).

	Uno strumento di analisi dei flussi dei cittadini basato sull'uso dei cellulari consente, quindi, di monitorare, sia pure con un certo lag temporale, la mobilità delle persone in specifiche zone e aree delle città. Mediante alcuni specifici parametri (numero di persone in una specifica cella per un certo intervallo temporale) sarà possibile: - Offrire strumenti per valutare l'impatto e misurare l'efficacia di eventi e iniziative di varia natura sul sistema economico e turistico locale. - Contribuire alla definizione di politiche attive e strategie di rilancio per le aree urbane a vocazione commerciale. - Offrire agli operatori economici dati utili per ottimizzare orari di apertura, strategie di marketing e investimenti. - Creare un sistema di benchmarking territoriale, confrontando le performance delle diverse zone.	
Destinatari	I destinatari dell'azione sono l'Amministrazione comunale e il sistema delle microimprese commerciali e di somministrazione.	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione sono l'applicazione di un sistema di monitoraggio delle utenze locali mediante le celle dei telefoni.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager - Imprese	
Investimento e risorse	35.000 €	L'azione ha un costo presunto di 35.000 € complessivi per i un anno di sperimentazione. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Chieri e si auspica con un contributo della Regione Piemonte
Cronoprogramma	2025	L'intervento sarà attuato il secondo anno e comunque per un intero anno solare.
	2026	
	2027	

Azione I

AZIONE	I	Educazione al consumo consapevole
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 3. Educazione al consumo consapevole, promuovendo la prossimità rispetto alla globalizzazione 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		3. Educazione al consumo consapevole, promuovendo la prossimità rispetto alla globalizzazione 5. Formazione individuale e educazione alla competitività del sistema,
Descrizione azione		L'azione immateriale proposta è finalizzata all'attivazione di corsi e incontri in collaborazione con gli istituti scolastici della Città di Chieri. I temi oggetto degli incontri formativi saranno l'educazione al consumo consapevole e responsabile, la sostenibilità ambientale e i principi dell'economia circolare. Tali pratiche conducono direttamente all'acquisto dei prodotti locali, valorizzando le imprese di prossimità. La consapevolezza dei giovani consumatori può inoltre diventare occasione di confronto e di riflessione sia a scuola che in famiglia. L'obiettivo è porre in relazione il mondo della scuola e dei ragazzi, propensi ad andare ad acquistare a Torino, con le realtà del commercio di prossimità di Chieri. Parallelamente si intende sensibilizzare i giovani sul tema della cultura che l'Amministrazione di Chieri sostiene con varie iniziative. Un tema di particolare interesse da sviluppare in collaborazione con il locale Museo del Tessile è quello inerente all'impatto del settore tessile dal punto di vista ambientale e del fatto che abitudini di acquisto più attente all'aspetto della sostenibilità dei prodotti possano orientare gli operatori del settore retail a scelte maggiormente rispettose dell'ambiente. Il progetto mira a colmare il divario informativo e di accessibilità nel consumo consapevole, attraverso un percorso educativo mirato e la collaborazione tra gli attori chiave del territorio. Il coinvolgimento delle nuove generazioni e dei commercianti locali è fondamentale per lo sviluppo di un mercato più equo e trasparente. Strategia e attività Il progetto si articolerà in una serie di attività rivolte sia ai consumatori che agli esercenti, a titolo esemplificativo: ● laboratori nelle scuole secondarie di secondo: sessioni formative condotte da esperti per approfondire il funzionamento della filiera produttiva e le dinamiche del commercio equo. ● workshop informativi: attività mirate a fornire strumenti e conoscenze per diventare consumatori consapevoli. ● workshop sull'impatto sociale e ambientale degli acquisti nella grande distribuzione: attraverso spettacoli teatrali, performance artistiche, attività immersive e interattive tramite app, simulazioni e supporti multimediali. ● interventi di influencer e content creator: in presenza o online, per affrontare tematiche ambientali legate al consumo sostenibile e coinvolgere maggiormente i giovani ● coinvolgimento di associazioni, organizzazioni ed enti locali e nazionali: per portare testimonianze dirette e approfondimenti sul tema della sostenibilità → Equogarantito realtà nazionale con snodi a livello locale potrebbe occuparsi della formazione sia degli studenti che dei commercianti al fine di smascherare ciò che sta dietro la filiera produttiva della grande distribuzione, in particolare riportando l'esperienza maturata mediante la campagna Abiti Puliti relativa al settore del tessile e del fast fashion. ● elaborazione di un kit didattico informativo: che includa linee guida sulle buone pratiche di acquisto, il consumo responsabile, l'impatto ambientale delle scelte di consumo, l'importanza di comprare da filiere locali, corte e trasparenti, link utili per scoprire le alternative etiche e sostenibili di acquisto sia online che nei negozi fisici, guida ai materiali sostenibili ed equo solidali.

Destinatari	Il destinatari dell'azione sono gli studenti di tutti gli ordini e grado e le loro famiglie, nonché gli esercenti locali del settore retail. Le ricadute dell'azione potranno essere di vantaggio per le microimprese commerciali di Chieri	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. In particolare si ritiene che queste azioni potranno essere tenute nei locali messi a disposizione delle scuole che parteciperanno al progetto.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Istituti scolastici di Chieri - Manager - Influencer e content creator mappatura (aliceful, ggalaska, carotilla, cotoncri) - Associazioni di categoria del commercio equo e solidale, qual è ad esempio Equo Garantito - Associazioni del terzo settore impegnate nel recupero e riutilizzo di capi d'abbigliamento usato anche (es. ass. Emmaus) per supportare la formazione e la sensibilizzazione del territorio.	
Investimento e risorse	25.000 €	L'azione ha un costo presunto di 25.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Chieri e si auspica con un contributo della Regione Piemonte
Cronoprogramma	2025	La promozione dell'educazione al consumo consapevole sarà organizzata nei locali messi a disposizione del Comune di Chieri o dalle scuole partecipanti al progetto. L'attività di promozione sarà ripetuta per tutti i 3 anni del programma e calendarizzata sentiti gli istituti scolastici
	2026	
	2027	

Azione J

AZIONE	J	Aggiornamento pianificazioni urbanistiche e territoriali d'interesse commerciale	
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio	
Indirizzo programmatico		6. Regolamentazione e tutela dei servizi commerciali	
Descrizione azione		L'aggiornamento degli strumenti di urbanistica commerciale è di competenza delle Amministrazioni comunali. La Città di Chieri ha avviato da diverso tempo politiche di concertazione con diversi soggetti individuati preliminarmente per le tematiche di pianificazione urbanistica e territoriale. L'istituzione del Distretto Urbano del Commercio di Chieri può perfezionare le metodologie di concertazione già intraprese dalla Città. A tal fine l'istituzione di un apposito tavolo tematico renderà più semplice e lineare il processo di concertazione oggi in atto. L'aggiornamento continuo degli strumenti urbanistici, volti alla valorizzazione del contesto urbano, si configura come un passaggio necessario, e si configura quindi come un'azione immateriale strategica per far crescere lo standard qualitativo dell'offerta commerciale della Città di Chieri, sia dal punto di vista dei futuri interventi di riqualificazione di iniziativa privata sia per incrementare l'attrattività dell'ambito del Distretto Urbano del Commercio. Nello specifico del prossimo triennio la pratica potrebbe trovare concreta applicazione oltre che nell'aggiornamento di atti della programmazione commerciale volto ad efficientare l'attività d'impresa, con particolare riguardo a quelle correlate all'economia di prossimità: es. Regolamento comunale del commercio su aree pubbliche, Criteri comunali per l'insediamento degli esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, Piano della logistica urbana,...	
Destinatari		I destinatari indiretti dell'azione sono le microimprese commerciali e di somministrazione.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale e di una Città e sono già previsti dalla specifica normativa.	
Soggetti coinvolti		- Città di Chieri - Cabina di Regia - Tavolo tematico - Manager	
Investimento e risorse		15.000 €	Il costo complessivo nel triennio potrà attestarsi su 15.000,00 € necessari alla realizzazione della presente azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale di una Città e vengono stanziati preliminarmente alle variazioni urbanistiche ritenute necessarie.
Cronoprogramma	2025	La concertazione per le tematiche relative alla pianificazione urbanistica, territoriale e commerciale, oggetto della presente azione, sarà attivata secondo le necessità che emergeranno durante il primo triennio di costituzione del Distretto Urbano del Commercio.	
	2026		
	2027		

Azione K

AZIONE	K	Misure di fiscalità di vantaggio
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 3. Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extracommerciali
Indirizzo programmatico		4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto 6. Regolamentazione e tutela dei servizi commerciali
Descrizione azione		Un'azione immateriale utile al comparto commerciale di prossimità è costituita dalla incentivazione all'insediamento di nuove aperture commerciali ed eventualmente favorire subentri, grazie alla promozione di misure di fiscalità di vantaggio. In questa azione la Cabina di Regia del Distretto Urbano del Commercio si pone come parte attiva, sentite le esigenze del comparto commerciale per definire di concerto con la Città di Chieri le specifiche misure di fiscalità di vantaggio.
Destinatari		Il destinatari indiretti dell'azione sono le microimprese commerciali e di somministrazione o chi ne avrà diritto dalla regolamentazione della misura stessa messa in atto dalla Città di Chieri.
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale della Città e sono già previsti dalla specifica normativa.
Soggetti coinvolti		- Città di Chieri - Cabina di Regia - Tavolo tematico - Manager
Investimento e risorse	---	I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale di una Città e sono spesso insiti nelle retribuzioni dei funzionari dell'Ente stesso.
Cronoprogramma	2025	La concertazione per le tematiche relative alla pianificazione urbanistica, territoriale e commerciale, oggetto della presente azione, sarà attivata secondo le indicazioni della Cabina di Regia.
	2026	
	2027	

Azione L

AZIONE	L	Ricognizione e accesso a canali di finanziamento
Obiettivo strategico		1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 3. Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extra commerciali 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto
Descrizione azione		Il Distretto Urbano del Commercio di Chieri potrà continuare la propria attività per il periodo di programmazione, al termine del secondo triennio, se saprà cogliere le occasioni di finanziamento che i mercati propongono. I programmi promossi dalla Regione Piemonte sono finanziati da sempre con bandi e incentivi. Tuttavia il Distretto di Chieri dovrà promuovere delle attività finalizzate alla ricerca di fondi e capitali diversi. Il primo canale da indagare è certamente riferito alle sponsorizzazioni che le imprese del territorio potranno elargire al Distretto per la promozione del territorio stesso. Anche le microimprese commerciali potranno essere partecipi, come spesso succede, autotassandosi o stabilendo delle quote annuali di investimento per il Distretto stesso. I canali che andranno certamente scandagliati conducono alle Fondazioni bancarie, ai Fondi UE, alla Camera di Commercio e certamente alla Regione Piemonte che ha promosso la formazione dei Distretti e quindi dovrà certamente sostenerli finanziariamente.
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutti gli attori del Distretto di Chieri ma soprattutto la struttura stessa del Distretto che se saprà veicolare finanziamenti nelle proprie disponibilità potrà mettere in atto il presente programma e integrarlo con altre azioni ritenute importanti, sorte nel prosieguo delle attività del Distretto steso.
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da un attento monitoraggio dei possibili canali di finanziamento.
Soggetti coinvolti		- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager, quest'ultimo dovrà coordinare la ricerca e l'utilizzo delle risorse finanziarie al fine di ottimizzarne l'uso mediante complementarità ed integrazioni multisettoriali
Investimento e risorse	6.000 €	I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono stimati in 6.000 euro per il triennio iniziale e comprendono spese di vacanza e per consulenze specifiche in tema di finanziamenti pubblici e privati.
Cronoprogramma	2025	La ricerca di possibili canali di finanziamento dovrà essere perpetrata per tutta la durata del Distretto. Molto spesso i canali di finanziamento hanno durata e scadenze a breve termine che quindi dovranno essere intercettate il prima possibile
	2026	
	2027	

Azione M

AZIONE	M	Monitoraggio attività distrettuali
Obiettivo strategico		Il monitoraggio riguarda indistintamente tutti gli obiettivi strategici, perché costituisce uno dei fattori essenziali al raggiungimento degli obiettivi stessi.
Indirizzo programmatico		Il monitoraggio come per gli obiettivi coinvolge tutti gli indirizzi programmatici stabiliti dal Programma Strategico Triennale.
Descrizione azione		Il Distretto Urbano del Commercio di Chieri intende dotarsi di un opportuno sistema di valutazione (monitoraggio) delle azioni previste dal Programma Strategico Triennale. La capacità di misurazione dei risultati ottenuti è un parametro fondamentale nella valutazione dell'efficacia delle azioni previste e proposte dal DUC. Allo stesso modo il monitoraggio è utile a comprendere se le azioni siano state utili a soddisfare gli obiettivi strategici che il DUC si è posto nel presente Programma strategico. Questa lettura, infatti, può servire a rivedere o a ripensare le modalità con la quale sono state poste in essere le azioni e se le azioni fossero effettivamente utili al raggiungimento degli obiettivi stesso. Il monitoraggio dovrà essere costituito da strumenti semplici e immediati, con un sistema di controllo e verifica snello. La costituzione dei tavoli di lavoro tematici dovrà servire anche a stabilire quali possano essere le azioni di monitoraggio a seconda delle tematiche e delle azioni che saranno oggetto dei singoli tavoli tematici. Ogni tavolo di lavoro e il manager, deputato anche al monitoraggio del DUC, potranno assumere come regole di base del monitoraggio le seguenti linee: - verificare l'effettiva realizzazione delle azioni proposte, nel rispetto delle tempistiche riportate nella programmazione e sollecitare gli attori in caso di inerzia; - tenere aggiornati con frequenti rapporti gli attori del Distretto sull'effettivo stato di avanzamento e segnalare condizioni di inerzia o di inefficienza; - proporre integrazioni alle azioni previste solo se migliorative degli obiettivi posti alla base dello stesso Programma Strategico; - verificare se i risultati raggiunti assecondano gli obiettivi prefissati. In generale, alcuni elementi di lettura potrebbero essere: - valutare l'incremento del numero di esercizi di vicinato per valutarne l'effettiva crescita; - valutare l'eventuale avvicendamento degli esercenti commerciali rispetto alla zona interessata dalle azioni. - valutare l'incremento del rinnovamento dei locali a uso commerciale all'interno della perimetrazione del DUC. Un altro canale utile al monitoraggio è dato dal numero di pratiche edilizie riguardanti i locali commerciali, l'aumento delle pratiche edilizie relative al commercio è spesso proporzionale alle pratiche di tutto l'edificato di una città. Le tempistiche di un corretto monitoraggio sono subordinate a una prima lettura del contesto della Città di Chieri. E' necessario fornire una fotografia attendibile dello stato di salute del comparto commerciale della Città per poterlo confrontare di anno in anno e stabilire se il percorso intrapreso è corretto.

	Il questionario predisposto ASCOM Confcommercio in sede di costituzione è una buona base da cui partire per poter ottenere un confronto continuo durante il percorso temporale del Distretto del commercio della Città e del Distretto Urbano del Commercio di Chieri e del suo ambito territoriale. Le altre letture fondamentali per un corretto monitoraggio dovranno essere messe in campo da ogni tavolo tematico, con la collaborazione delle Associazioni di categoria presenti in Città; queste possono essere: - censimento relativo alla partecipazione delle imprese commerciali alle varie iniziative di formazione e informazione e agli eventi programmati e promossi sul territorio del DUC; - valutazione dell'indice di soddisfazione degli aderenti ai percorsi formativi proposti e agli eventi promossi con questionari dedicati e specifici; - verifica di quante microimprese commerciali hanno aderito alle iniziative di promozione e di animazione organizzate negli ambiti del DUC; - valutazione a campione del grado di soddisfacimento degli aderenti alle iniziative proposte; - redazione di interviste utili a valutare il livello di soddisfazione dei consumatori all'interno della perimetrazione del DUC con questionari; - valutazione della capacità attrattiva del DUC con indagini di mercato da proporre ai frequentatori, ai residenti e agli operatori economici; - valutazione dell'attività di branding e la promozione del DUC on line quantificando il numero di follower sui social e il numero di utilizzatori dei social utilizzati per la promozione del DUC. Sarà compito del Manager trasmettere i risultati ai tavoli tematici e alla Cabina di Regia e con cadenza annuale al competente settore della Regione Piemonte, tramite una relazione sull'andamento dei lavori, segnalando eventuali variazioni nel programma delle azioni previste.	
Destinatari	Il destinatari dell'azione sono tutti gli attori del Distretto di Chieri ma soprattutto la struttura stessa del Distretto che se saprà leggere correttamente i risultati del monitoraggio potrà opportunamente correggere la programmazione. del DUC.	
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da indagini, questionari, verifiche sul campo, raccolta dati presso gli uffici comunali, ecc.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager	
Investimento e risorse	9.000 €	I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono stimati in 9.000 euro per il triennio iniziale e comprendono spese di vacanza e per consulenze specifiche in tema di finanziamenti pubblici e privati.
Cronoprogramma	2025	Il monitoraggio andrà gestito con cadenza almeno semestrale; ma è scontato che le indagini di mercato andranno fatte nel momento in cui vengono effettuate delle azioni sul territorio del DUC. Di fatto l'attività di monitoraggio è continua per tutta la durata del programma strategico.
	2026	
	2027	

Governance

GOVERNANCE		REDAZIONE DEL NUOVO PROGRAMMA STRATEGICO DISTRETTUALE
Obiettivo strategico	La redazione del nuovo Programma strategico riguarda indistintamente tutti gli obiettivi strategici, perché costituisce uno dei fattori essenziali al raggiungimento degli obiettivi stessi.	
Indirizzo programmatico	La redazione del Programma strategico coinvolge tutti gli indirizzi programmatici stabiliti dal Programma Strategico Triennale.	
Descrizione azione	Il presente aggiornamento della programmazione distrettuale, stante i tempi e le risorse ridotte, ha assunto un carattere interlocutorio rispetto alla definizione di un nuovo strumento operativo che presumibilmente dovrà dirigere ed accompagnare l'azione distrettuale oltre il 2027. Pertanto, è necessario prevedere con largo anticipo le modalità di elaborazione di una nuova pianificazione, affinché la sua efficacia possa avere nuovamente un'incidenza significativa nell'evoluzione dell'esperienza distrettuale. L'intervento dovrà prevedere un approccio placed based ed un'ampio coinvolgimento degli stake holder locali. Lo strumento dovrà essere funzionale all'utilizzo di strumenti digitali di condivisione e gestione. Il Programma dovrà correlarsi alle altre politiche pubbliche avviate dall'Amministrazione di Chieri, rappresentando per le stese un punto di convergenza ed integrazione.	
Investimento e risorse	18.500,00 €	Costo stimato per la realizzazione del nuovo programma strategico, comprensivo di realizzazione d'indagini propedeutiche alla sua elaborazione
Cronoprogramma	2025	Da realizzare nell'ultimo anno del triennio a conclusione del secondo periodo di programmazione
	2026	
	2027	

Eventi

EVENTI	EVENTI E MANIFESTAZIONI
Obiettivo strategico	1. Dare un impulso positivo all'economia e all'occupazione del sistema commercio 3. Incoraggiare la crescita, lo sviluppo e gli investimenti, anche extra commerciali 5. Sviluppare un modello di turismo consapevole e di prossimità
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 4. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche del Distretto
Descrizione azione	La Città di Chieri ospita un vivace panorama di eventi, molti dei quali localizzati all'interno dell'area individuata del Distretto. L'organizzazione di manifestazioni in Città, se da un lato esige spazi urbani accoglienti e decorosi, dall'altro porta consistenti flussi di visitatori, anche occasionali, e turisti nei luoghi del commercio; questo pone in stretta relazione la gestione della Città con l'organizzazione degli eventi stessi. I flussi generati evidenziano la relazione tra turismo e commercio e la necessità che i due settori collaborino, per il bene comune e il reciproco sviluppo, nell'organizzazione delle rispettive iniziative. Fra gli eventi fieristici, le sagre e le manifestazioni in programma, presenti nell'area oggetto di programmazione, emergono, nel rispetto della classificazione riportata nel calendario regionale, la Fiera di San Martino e la manifestazione "Di Freisa in Freisa". La "Fiera di San Martino" si svolge con cadenza annuale nel mese di novembre nel centro storico e in piazzale Monti: coinvolge i settori agricoltura, enogastronomia, artigianato. Storicamente localizzata al di fuori del centro storico, è stata ricollocata, con il consenso dei commercianti, negli ambiti del centro storico e quindi nel Distretto del Commercio. La manifestazione "Di Freisa in Freisa" è la vetrina del vino locale: si svolge con cadenza annuale nel mese di giugno nel centro storico e coinvolge i settori enogastronomico e artigianale. Entrambe le manifestazioni sono strutturate in modo da prevedere, oltre all'esposizione, momenti di incontro, cultura, eventi, che registrano sempre adesioni di un grande numero di estimatori. Nel cospicuo calendario delle manifestazioni chieresi, localizzate all'interno del Distretto, spiccano inoltre la Festa della Birra Artigianale della Provincia di Torino e del Rubatà (giugno) e la Festa Bianca e Rossa (luglio), una notte bianca con i negozi aperti: entrambe le manifestazioni sono organizzate dal Comune con la collaborazione dell'Ascom locale e della Pro Loco. Il calendario chierese è ricco di altre iniziative: festival, mostre, rievocazione storiche, spettacoli, rassegne teatrali, etc. La Città di Chieri ha promosso (DGC 31/2021) la pubblicazione di un bando finalizzato alla concessione di contributi, per un totale complessivo superiore ai 50.000 euro, a favore di progetti e iniziative legati ai seguenti temi: - promozione della cultura e dell'arte, nella forma delle arti visive e delle arti sceniche; - divulgazione di temi di ambito scientifico, umanistico, letterario con cicli di conferenze; - iniziative a favore dei giovani quali concerti, djset, arene estive; - promozione e valorizzazione del territorio e dei prodotti tipici; - supporto all'attività di animazione e/o eventi su aree oggetto di Patti di Condivisione. - Inoltre, la Città di Chieri ha promosso e realizzato il portale "Turismo Chieri" finalizzato alla promozione e all'accoglienza turistica, proponendo visite guidate, materiali illustrativi, suggerendo percorsi di visita originali e informando sugli orari di apertura delle strutture chieresi, etc.

	È legata al turismo l'iniziativa promossa da Fiavet, Ascom e dal Comune in cui la Città di Chieri è stata oggetto di un corso, riservato agli agenti di viaggi, sul tema del turismo di prossimità. nelle terre chieresi, per favorire lo sviluppo, oltre che del comparto turistico, anche delle attività economiche del territorio. È stata l'occasione per illustrare le eccellenze culturali, storico-artistiche, architettoniche ed enogastronomiche della Città chierese, valorizzando altresì le realtà commerciali cittadine che saranno protagoniste dei futuri percorsi di visita. La Città di Chieri, infine, è tappa fondamentale di diversi "percorsi" turistici, condivisi con i comuni contermini, che insistono sul territorio allargato del Chierese e che sono volti ad ampliare l'offerta turistica e conseguentemente la fruizione della Città da parte di visitatori occasionali. I percorsi maggiormente noti e degni di menzione sono: - la Strada di Colori e Sapori, di cui Chieri è capofila, finalizzata alla promozione delle emergenze paesaggistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio che si esplica attraverso la realizzazione di rassegne ed eventi, la valorizzazione della mobilità dolce, la realizzazione di materiale informativo, videoguide, siti web, etc. - il Cammino di Don Bosco, dedicato alla figura del Santo sociale che collega i poli salesiani, Castelnuovo Don Bosco, Chieri e Torino ripercorrendo gli ambiti che il Santo percorreva a piedi con i suoi ragazzi; - la Strada Reale dei Vini Torinesi, un progetto territoriale che riunisce pubblico e privato di valorizzazione delle produzioni enologiche; - il Cammino delle Colline del Po, promosso dall'Ente Aree Protette Po Piemontese, che valorizza i percorsi collinari tra Chieri e Pino Torinese; - i Percorsi Ciclabili Sicuri da Chieri al Po, di cui Chieri è capofila e con la partnership di Cambiano, Moncalieri, Santena e Trofarello e che intende promuovere il completamento e la messa in sicurezza di una rete di ciclovie adatte all'uso quotidiano che consentano di accedere dai luoghi di residenza alle stazioni ferroviarie e ai maggiori poli attrattori mettendo in rete i tratti di pista ciclabile già realizzati ma privi di continuità. Il Comune di Chieri, infine, è partner del Distretto del Cibo del Chierese e del Carmagnolese. L'importanza dell'agricoltura nel territorio chierese è comprovata dalla grande qualità dei prodotti agricoli coltivati sul territorio di riferimento e dalle metodologie di coltivazione utilizzate.	
Destinatari	Il destinatari dell'azione sono tutti gli attori del Distretto di Chieri e in particolare le microimprese commerciali.	
Soggetti coinvolti	- Città di Chieri - Cabina di Regia - Manager - Altri soggetti dediti alla promozione del territorio compresi i partner di 2° livello	
Investimento e risorse	600.000 €	La Città di Chieri ha investito circa 150.000 euro in manifestazioni per il 2021: 40.000 € per la manifestazione "Di Freisa in Freisa" e 60.000 € per La "Fiera di San Martino", più altre risorse per manifestazioni minori
Cronoprogramma	2025	Le spese previste per i prossimi anni sono assimilabili al totale investito nel 2021: 200.000 € per ogni annualità. La cifra complessiva per il triennio potrebbe quindi essere compresa tra 600.000 e 650.000 €. La presente stima è stata dedotta e confermata dagli uffici preposti rispetto alle coperture dell'ultimo quinquennio.
	2026	
	2027	



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI CHIERI

AGGIORNAMENTO PROGRAMMA STRATEGICO PERIODO 2025-2027