

**REGIONE PIEMONTE
CITTÀ METROPOLITANA DI TORINO**



CITTÀ DI MONCALIERI

DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

*D.G.R. 11 dicembre 2020, n. 23-2535 Legge regionale 28/1999, articolo 18 ter.
Approvazione dei criteri e delle modalità per l'individuazione, il funzionamento
e la costituzione dei Distretti del Commercio
e per l'accesso all'agevolazione regionale per l'istituzione*

*D.D. 23 dicembre 2020, n. 396 L.R. n. 28/1999 e s.m.i. – D.G.R. 23-2535
dell'11/12/2020 – Bando per l'accesso all'agevolazione regionale relativa all'istituzione
dei Distretti del Commercio*

RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
ARCH. NICOLA PALLA

RELAZIONE SINTETICA DI FATTIBILITÀ

SOTRECO SNC

INDICE

1	ANALISI TERRITORIALE	4
1.1	INQUADRAMENTO DEL TERRITORIO COMUNALE	4
1.2	INDIVIDUAZIONE DEL DISTRETTO	7
1.2.1	LA STRUTTURA COMMERCIALE.....	8
1.2.2	ATTIVITÀ STORICHE.....	11
1.2.3	ATTRATTIVITÀ TURISTICA.....	13
1.2.4	ACCESSIBILITÀ.....	16
1.2.5	QUALITÀ URBANA.....	19
1.2.6	INTERVENTI A SOSTEGNO DEL COMMERCIO.....	22
1.2.7	ANIMAZIONE E FREQUENTAZIONE DEI LUOGHI.....	24
1.2.8	LA STRUTTURA DEL PARTENARIATO.....	27
1.2.9	COORDINAMENTO TERRITORIALE	29
1.2.10	VALUTAZIONE DELLE POSSIBILI ALTERNATIVE.....	32
1.2.11	POTENZIALITÀ DI SVILUPPO	34
1.2.12	CONCLUSIONI.....	35
1.3	EVOLUZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE	38
2	PROGRAMMA	40
2.1	MOTIVAZIONI	40
2.2	SCELTE E INDIRIZZI:.....	40
2.3	ATTORI	44
2.4	STRUMENTI PROGETTUALI	44
3	QUADRO SINTETICO	49
4	QUADRO ECONOMICO	52
	ALLEGATO.....	53
	AREA DI PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE	53
	COMUNI POLO	56
	BACINO DI GRAVITAZIONE.....	59

PREMESSA

Con la Delibera di Giunta della Regione Piemonte 11 dicembre 2020, n. 23-2535 e con la successiva pubblicazione della Determina Dirigenziale 23 dicembre 2020, n. 396, è stato approvato il **Bando per l'accesso all'agevolazione regionale relativa all'istituzione dei Distretti del Commercio** che, ai sensi dell'articolo 18^{ter} della Legge Regionale n. 28/1999 e s.m.i., sono definiti quali " *ambiti territoriali nei quali gli enti pubblici, i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle imprese commerciali, anche attraverso interventi integrati per lo sviluppo dell'ambiente urbano di riferimento*". Si tratta di polarità commerciali in grado di creare strumenti di *governance* per uno sviluppo sostenibile del territorio e per la realizzazione di programmi e di interventi a favore della competitività dei luoghi del commercio.

Il Comune di Moncalieri, di concerto con le associazioni di categoria del settore commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale, intende proporre il riconoscimento e l'istituzione, all'interno del proprio territorio comunale, di un **Distretto Urbano del Commercio (DUC)**, predisponendo e approvando la presente **Relazione sintetica di fattibilità**, parte integrante e sostanziale della domanda di partecipazione al bando.

1 ANALISI TERRITORIALE

Il Comune di Moncalieri, con i suoi **56.737 abitanti** calcolati all'inizio del 2020, presenta **singolarmente** la proposta di individuazione, all'interno del territorio di competenza, di un distretto ai sensi dell'articolo 18^{ter} della Legge Regionale n. 28/1999 e s.m.i., prospettando pertanto il riconoscimento di un **Distretto Urbano del Commercio (DUC)**.

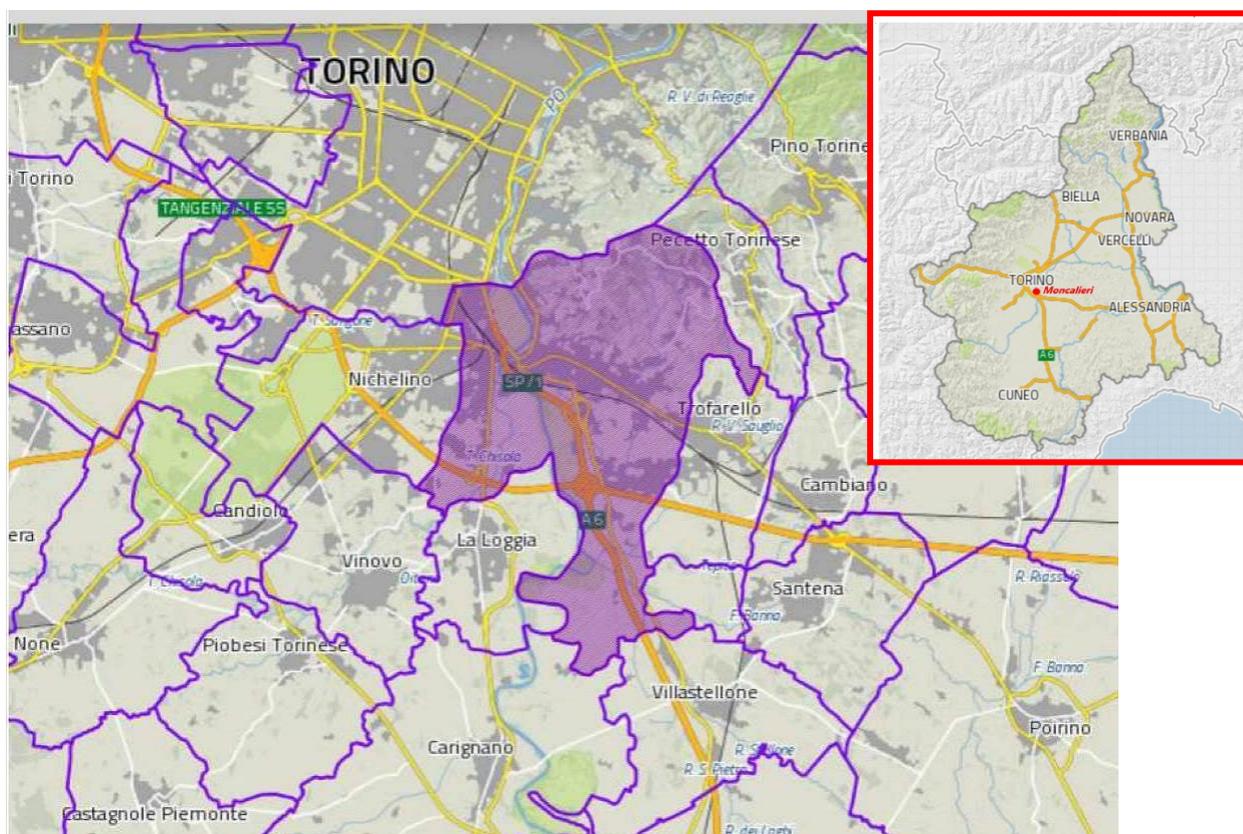
La scelta del dimensionamento e posizionamento del distretto è derivata da un'attenta valutazione delle caratteristiche del territorio e delle sue potenzialità di sviluppo e crescita, ed è stata calibrata rispetto a elementi quali identità dei luoghi e capacità commerciale.

La presente *Relazione*, in questo capitolo intitolato *Analisi territoriale*, raccoglie e sintetizza le analisi compiute, al fine di ricercare il **miglior dimensionamento e posizionamento del distretto** tra le varie alternative possibili, in funzione degli elementi caratteristici dell'offerta commerciale, economica, turistica del territorio comunale, della sua attrattività, della sua struttura, organizzazione e articolazione, tenendo altresì conto delle relazioni che tali fattori hanno con quanto esiste negli altri territori con cui il Comune compete dal punto di vista dell'offerta commerciale.

1.1 INQUADRAMENTO DEL TERRITORIO COMUNALE

Il Comune di Moncalieri appartiene all'area della Città metropolitana di Torino e comprende un vasto territorio posto in prima cintura, a sud-est del capoluogo piemontese.

Inquadramento territoriale



Il Comune confina:

- a nord con Torino,
- a est con Pecetto Torinese, Trofarello, Cambiano,
- a sud con Villastellone e Carignano,
- a occidente con La Loggia, Vinovo e Nichelino.



Il suo territorio si estende in parte in pianura e in parte in collina e presenta un profilo altimetrico che varia dai 217 metri sul livello del mare nella parte più bassa, in corrispondenza dei principali corsi fluviali del **Po**, del Chisola e del Sangone, ai 715 metri della parte collinare più alta del **Colle della Maddalena**.

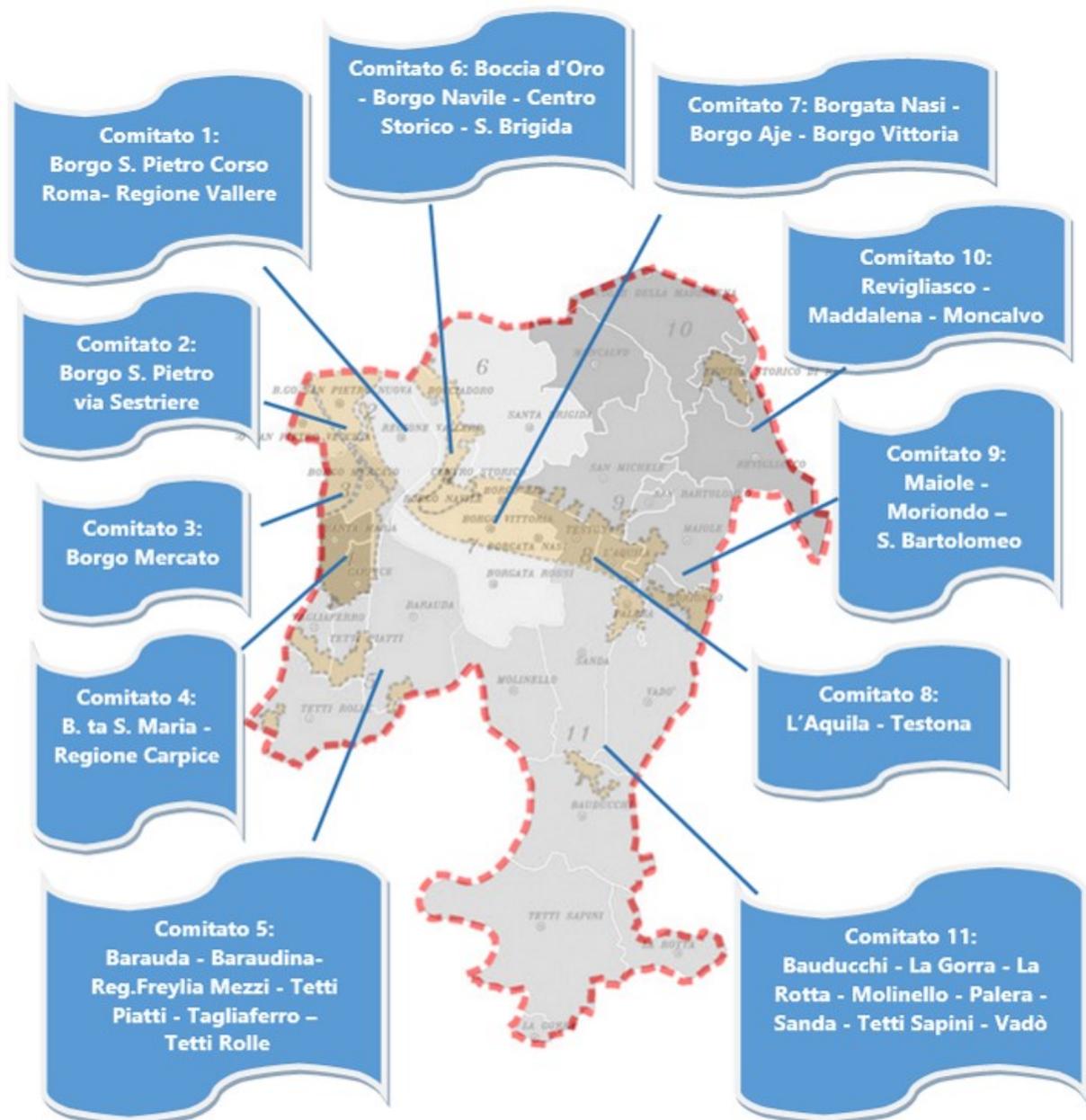
L'innesto della Tangenziale sud di Torino e della SP 71 con le autostrade A6 (Torino-Savona) e A21 (Torino-Piacenza) è sia di forte impatto sul territorio, sia occasione di rapido collegamento con la città capoluogo e il resto del Piemonte.

Il **nucleo storico della Città**, urbanisticamente ben riconoscibile nelle sue forme medioevali, è posto sullo sperone sud-occidentale della Collina torinese, la cui base è lambita dal Po. L'insieme delle case e delle chiese sono dominate dalla mole ben visibile e ben riconoscibile del Castello.

L'insieme dell'abitato si sviluppa in continuità con il centro storico, allungandosi per lo più verso sud est, in direzione di Trofarello, lungo la S.R. 29 che collega Torino alla Liguria e in parte verso Ovest, al di là del fiume Po, in contiguità con Nichelino e Torino.

Forte autonomia identitaria è mantenuta da **Revigliasco**, storico borgo collinare, inglobato solo dal 1928 nel territorio moncalierese, situato a 400 m. s.l.m. in direzione di Chieri, in prossimità di Pecetto.

Numerose sono **le frazioni e le borgate** che si sono sviluppate in momenti storici diversi, con una forte individualità storica e sociale e che oggi, pur se in gran parte inglobate in un unicum con il centro abitato, si sono organizzate in **11 Comitati con valore consultivo per l'Amministrazione**:



Moncalieri, nel censimento 2020 registrava **56.737 abitanti**, primo comune per popolazione dopo Torino, e quinto comune del Piemonte per numero di residenti, superando in questa graduatoria alcuni capoluoghi di provincia.

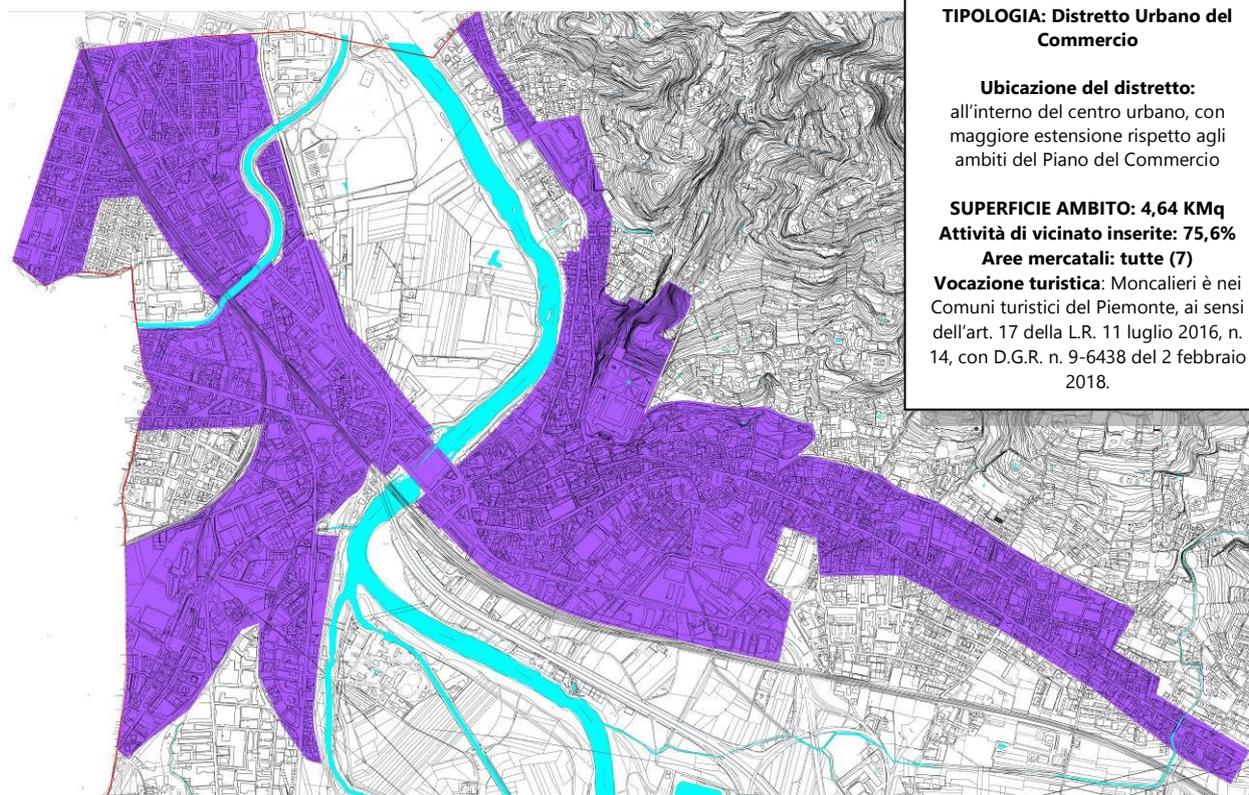
Dal punto di vista produttivo, l'industria, in primo luogo legata alla meccanica, si è sviluppata e si è qualificata anche in direzione della ricerca, della prototipazione dell'auto e del design industriale: la vocazione industriale della Città oggi si esprime con evidenza, ma, sapientemente, sono state anche conservate diverse specializzazioni nell'orticoltura e nella floricoltura. Orti e serre punteggiano ancora la collina e quelle borgate che hanno mantenuto la loro antica attitudine.

1.2 INDIVIDUAZIONE DEL DISTRETTO

Il **Distretto Urbano del Commercio (DUC)** che ci si accinge a definire si sovrappone a gran parte del centro abitato di Moncalieri.

Nelle analisi che seguono si illustra la complessità che caratterizza questo territorio e si espongono le motivazioni che hanno portato alla definizione del perimetro del DUC nella configurazione sotto riportata.

Punto di partenza sono stati gli *ambiti commerciali* individuati dal Piano del Commercio adottato dal Comune di Moncalieri e illustrati nel paragrafo successivo. Il Distretto Urbano del Commercio amplia la superficie, rispetto ai suddetti ambiti, andando a inglobare gran parte dell'area che funzionalmente gravita su di essi, coinvolgendo gli attrattori che hanno parte vitale nel sistema.



Le motivazioni principali del perimetro proposto per il DUC sono quindi legate all'**identità dei luoghi** (tenendo conto che Moncalieri ha una fisionomia multi-sfaccettata per caratteristiche fisiche, strutturali, storiche) e alla volontà di comprendere la gran parte della **capacità commerciale** del Comune, sia in termini di strutture fisse sia di strutture temporanee in area pubblica, quali fiere e mercati.

Per ovvie ragioni di mancanza di contiguità non compare nella perimetrazione (e di conseguenza nella presente trattazione) il borgo di Revigliasco, così come altre caratteristiche borgate presenti sul territorio comunale di Moncalieri.

1.2.1 LA STRUTTURA COMMERCIALE

Secondo la **DCR 191-43016 del 20 novembre 2012**, che classifica i comuni piemontesi in funzione delle caratteristiche della rete distributiva, della dotazione dei servizi, delle condizioni socioeconomiche e di consistenza demografica, **Moncalieri** si configura come un **Comune Polo** della rete regionale, essendo dotato di una notevole completezza merceologica dell'offerta e delle potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive, in funzione dell'adeguamento dell'offerta alle preferenze dei consumatori

Moncalieri
Comune POLO

Moncalieri: sistema commerciale POLICENTRICO

Moncalieri nacque nel medioevo come fulcro in un importante sistema viario e punto di attraversamento del fiume Po. Questa sua naturale conformazione, a metà tra pianura e collina e tra una sponda e l'altra del fiume, creò da subito un **doppio nucleo commerciale**: quello del Centro Storico (con la Via Maestra-via s. Martino e Piazza Maggiore- Piazza Vittorio Emanuele II) sulla collina e quello del Borgo Mercato con il Foro Boario, in pianura al di là del fiume (il cuore delle attività era costituito, oltre che dal mercato del bestiame bovino e dalla contrattazione degli animali da lavoro, dalla vendita di cereali, di canapa, di bachi da seta e specialmente di ortaggi, frutta, olio e vino. Una grande tettoia serviva da riparo per il bestiame e da luogo per la compravendita. Circondavano la piazza strutture di servizio con stallaggio e trattorie, alcune delle quali sono ancora attive. Il Foro fu poi dismesso negli anni Novanta del secolo scorso, dopo secoli di vita e di fama come mercato tra i più notevoli del Piemonte).

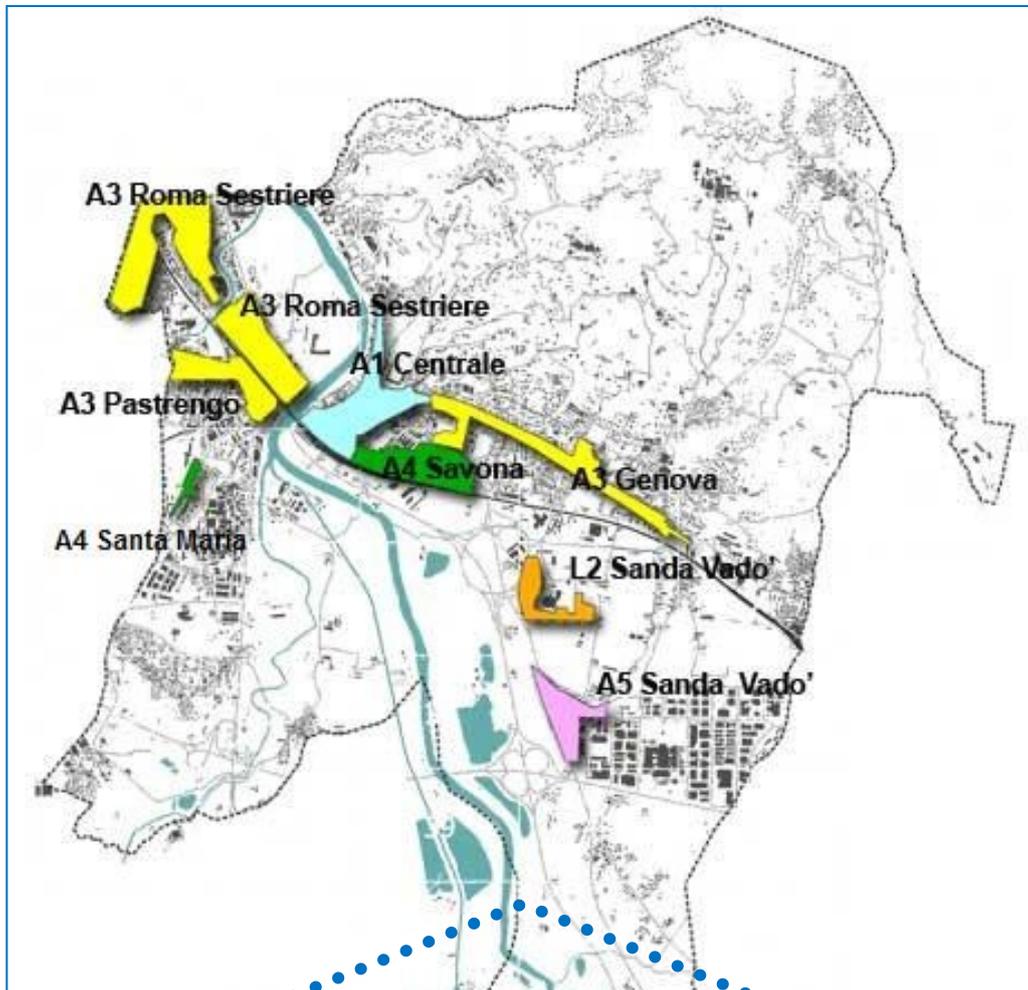
A partire dall'Ottocento il **centro storico** si ampliò e strutturò lungo la strada di collegamento tra Torino, Asti e Genova (la Strada Reale di Genova), insediando case e servizi ai due lati dell'asse di traffico principale e nel Novecento attività commerciali e artigianali qui si svilupparono soprattutto in Borgo Aje.

Il nucleo commerciale sulla sponda sinistra del Po, nel corso del Novecento, oltre al **Borgo Mercato** si popolò su quella zona di aperta campagna, fertile di produzioni di cereali, viti e ortaggi che andava verso Torino e Nichelino: gli assi di corso Roma, via Sestrière, corso Trieste e via Pastrengo si svilupparono come nastri commerciali senza soluzione di continuità con Torino e Nichelino. Industrie e attività artigianali nacquero in prossimità del torrente Sangone e ancora oggi caratterizzano il tessuto urbanistico che risulta non armoniosamente conformato.

In Borgata Santa Maria negli anni Cinquanta del Novecento sorse un quartiere operaio che fu oggetto di riqualificazione negli anni Novanta.

La struttura commerciale che si è venuta a posizionare sul territorio nel corso del tempo si è addensata, in strutture prevalentemente a filamento, lungo le direttrici di accesso e le vie di transito verso il capoluogo torinese.

Le caratteristiche storiche e morfologiche, che hanno dato origine a questo sistema complesso e policentrico di addensamento commerciale sul territorio di Moncalieri, sono la base della definizione del Piano del Commercio, punto di partenza fondamentale per il delineamento del Distretto Urbano del Commercio.



PIANO DEL COMMERCIO:

Addensamenti individuati secondo gli artt. 12-13-14 della D.C.R. 563/13414 e s.m.i:

- **A1 Addensamento storico rilevante** è costituito dall'insieme di esercizi ubicati nell'ambito della zona urbana centrale storica così come definita dall'art. 24 della L.R. 56/77
- **A3 Addensamento commerciale forte** individuato dalla continuità commerciale degli esercizi esistenti
- **A4 Addensamento commerciale minore** individuato dalla continuità commerciale degli esercizi esistenti
- **A5 Addensamento commerciale extraurbano** individuato lungo assi di traffico di scorrimento e non su strade di distribuzione interna

COMPOSIZIONE DELLA STRUTTURA COMMERCIALE

La rete commerciale di Moncalieri presenta nel suo complesso una elevata numerosità e una buona completezza tipologica di offerta di commercio al dettaglio in sede fissa, integrata da numerosi **mercati ambulanti e da altre attività para ed extra commerciali** di servizio.

Nel 2018, ultimo anno che le statistiche della Regione Piemonte restituiscono per consentire confronti tra ambiti territoriali differenti, si può rilevare che la rete distributiva della Città presentava un numero di **969 esercizi commerciali di vicinato, 54 medie strutture e 6 esercizi di grande dimensione**.

Il **Distretto Urbano del Commercio** evidenzia la sua capacità di aggregare l'offerta di commercio e di servizi presentando una situazione sintetizzata nello schema a lato.

I valori espressi confermano quanto si può intuitivamente pensare, con una elevata presenza di negozi di dimensioni modeste (vicinato) concentrati nelle aree urbane del Distretto, mentre più la dimensione degli esercizi aumenta maggiore è la richiesta di spazio con la conseguenza che la loro ubicazione tende a privilegiare le aree extra urbane.

Praticamente oltre il 70% delle attività commerciali e di servizio presenti a Moncalieri si concentrano negli addensamenti del Distretto Urbano del Commercio, ambito nel quale esprimono un elevato livello sinergico anche gli altri servizi pubblici e privati che insieme fanno di Moncalieri un polo attrattivo importante nel contesto dell'Area di Programmazione Commerciale torinese.

Anche il commercio su area pubblica evidenzia una elevata propensione a posizionarsi in questo ambito, con la presenza di tutti i mercati.

L'integrazione del comparto commerciale con altri settori economici, quale **turismo, artigianato e servizi** avviene in ogni ambito in maniera differente e, se turismo e servizi hanno una influenza più rilevante in quello che nel piano del commercio è definito come *Addensamento storico rilevante* e sue immediate vicinanze, quello dell'artigianato è diffuso sull'intero distretto.

TIPOLOGIE per dimensione	% presenze nel DUC
Vicinato	75,6%
Medie	53,8%
Grandi	30,0%
Totale	73,9%

TIPOLOGIE per qualità	% presenze nel DUC
Pubblici esercizi	64,9%
Monopolio	80,0%
Parrucchieri/estetisti	83,5%
Giornali	62,0%
Farmacie	78,6%
Totale	71,4%

Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Comune di Moncalieri

1.2.2 ATTIVITÀ STORICHE

Moncalieri può vantare **una delle più antiche fiere del Piemonte**, istituita nel XIII secolo, nonché uno dei più antichi mercati. I Subiè (fischietti) rimandano alla fiera commerciale istituita da Amedeo V di Savoia nel 1286: si svolgeva alla fine del mese di ottobre di ogni anno e fu per secoli una delle più grandi fiere del Piemonte.

Dal XIII secolo al 1993 il Foro Boario (attuale Borgo Mercato) è stato sede delle compravendite di bestiame, che avevano il loro culmine nella Fiera del Bue Grasso (all'inizio degli anni Novanta del secolo scorso il mercato moncalierese venne inglobato in quello di Carmagnola, con la conseguente chiusura del Macello). Il cuore delle attività era costituito, oltre che dal mercato del bestiame bovino e dalla contrattazione degli animali da lavoro, anche dalla vendita di cereali, di canapa, di bachi da seta e specialmente di ortaggi, frutta, olio e vino, tutto proveniente dalla campagna locale. Una grande tettoia serviva da riparo per il bestiame e da luogo per la compravendita. Circondavano la piazza strutture di servizio con stallaggio e **trattorie, alcune delle quali sono ancora attive.**

Le tipicità locali trovano forte espressione nelle attività commerciali quali **macellerie, trattorie e ristoranti** ove gustare le specialità alimentari moncalieresi: queste sono distribuite omogeneamente su tutto il territorio comunale, nel centro storico come nelle borgate.

La vitalità di questo settore commerciale si manifesta nella presenza sul territorio delle seguenti iniziative:

- l'**Associazione dei Macellai** (promotrice di eventi come "*Sua maestà il bollito*", fiera che si svolge a ottobre nel centro storico e Borgo Navile);
- la Venerabile "**Confraternita dla Tripa' d Muncalè**", nata il 20 Dicembre 1969, dall'iniziativa di un gruppo di amici moncalieresi, amanti della buona e genuina cucina locale che si ispirarono alla Trecentesca "*Magnifica Comunità dei Trippal*" che per secoli ebbe il primato nella confezione della specialità locale di un insaccato cotto detto "Tripa' d Muncalè" del quale la città va ancora giustamente orgogliosa.

A proposito di trippa, la Fiera Nazionale della Trippa di Moncalieri si svolge ogni primo fine settimana di ottobre negli spazi dell'ex Foro Boario, attualmente Palaexpo di Moncalieri, a Borgo Mercato; è stata ideata e portata avanti da Luca e Paolo Casto e ora dai loro successori; richiama un pubblico numerosissimo



ormai da tutto il Piemonte, ma anche dall'Italia e dall'estero; vanta selezionati stand gastronomici con specialità che accompagnano la cucina di un venticinque quintali di trippa alla savoiarda in un enorme pentolone.

Nel centro storico, e soprattutto in piazza Vittorio Emanuele, troviamo negozi che hanno mantenuto tratti della tradizione: il più antico è sicuramente la Farmacia presente nel Palazzo Solaro, che prende il nome dalla *Regia farmacia Maldini*, nel luogo dove già nel 1690 era presente la bottega di uno speziale (pregevoli sono gli arredi settecenteschi e i vasi e le scatole ottocenteschi).

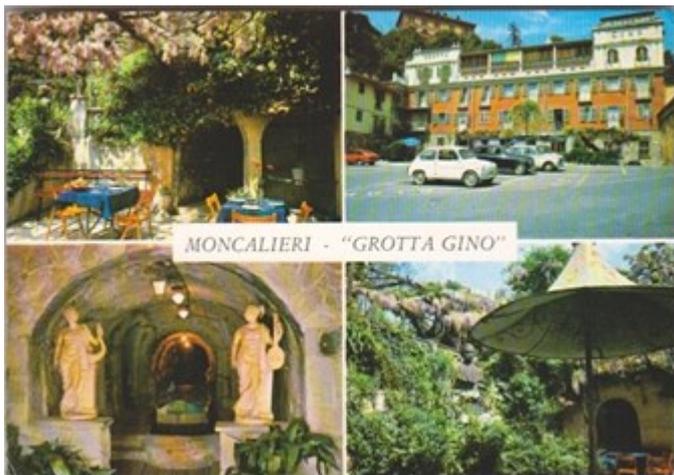


Altro locale storico è la Pasticceria Rivetti, posizionata sull'angolo di Piazza Vittorio Emanuele con via S. Martino.

Degne di nota per la lunga tradizione sono anche la Macelleria Ligorio e l'Ottica Autelli, sempre sulla piazza principale.

Tra i locali storici della ristorazione è senza dubbio interessante citare il **ristorante "Grotta Gino"**, ai confini tra il centro storico e l'Ospedale.

Lorenzo Gino, tra il 1855 e il 1885, scavò un canale per far fronte alla necessità di far defluire l'acqua da un terreno che aveva ereditato (qui si trovava, tra l'altro, la grande ghiacciaia della Città): doveva rendere agibile il laboratorio da falegname che stava costruendo. Aprì poi, invece, un ristorante, caratteristico per la grotta scavata nel tufo, lunga 50 metri, abbellita da curiose statue raffiguranti personaggi storici e buffi giochi d'acqua azionati da leve nascoste.

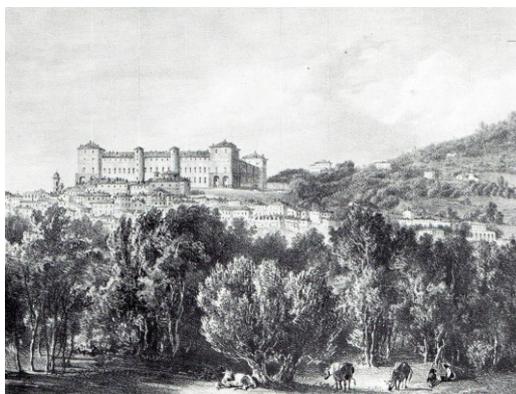


Il ristorante "Grotta Gino" diventò molto famoso nella prima metà del Novecento, oltre che per la cucina, anche per le feste da ballo che vi si tenevano, in una sala dall'acustica eccellente.

1.2.3 ATTRATTIVITÀ TURISTICA

L'attrattività turistica non può prescindere dalla conoscenza, seppur minima, della storia che ha dato origine e sviluppo a Moncalieri. Di seguito se ne delineano brevemente i tratti principali.

Brevi cenni storici



Veduta di Moncalieri – E. Gonin 1834

L'atto ufficiale della **nascita di Moncalieri** come libero comune risale storicamente all'**11 novembre 1230**: gli abitanti di Testona, per difendersi dai Chieresi, scelgono di stanziarsi in questo luogo in quanto maggiormente difendibile e punto di controllo fondamentale di attraversamento del fiume Po.

Moncalieri si costituì quindi nel periodo particolare in cui si stava affermando, sia in Italia che in Europa, il ceto mercantile. Fu proprio in quell'epoca che si instaurò una condizione mai verificatasi prima di allora: il prestigio di vivere in città, con

diritti e stato giuridico qualitativamente superiore al vivere in campagna.

Gli elementi fondativi della città medioevale furono, secondo i canoni: il castello in posizione elevata, una via maestra, una piazza con palazzi di prestigio e l'edificio religioso più importante.

Con i **Savoia** Moncalieri conobbe il massimo splendore, e divenne un punto chiave del sistema difensivo che circondava Torino. Alla fine del Quattrocento un principe tedesco, **Bernardo di Baden Baden**, morì di peste tra le mura cittadine; in seguito ad alcuni miracoli, venne beatificato e divenne patrono di Moncalieri. Fino al Cinquecento il comune controllava un vasto territorio e ospitava molti ordini religiosi, fra i quali i Templari, i frati dell'Ordine Carmelitano e i frati Cappuccini. Nel Seicento Moncalieri poteva già fregiarsi del titolo di *Città* che le fu dato dal re Carlo Emanuele I in occasione delle nozze del figlio Vittorio Amedeo I svoltesi nel 1619 proprio a Moncalieri.

Nel 1682 i Savoia inseriscono Moncalieri nel loro "manifesto" del *Theatrum Sabaudiae* e utilizzano il castello per lo più come residenza estiva. Vittorio Emanuele II qui stabilisce la sua dimora prediletta



Moncalieri da *Theatrum Sabaudiae*, 1682

Il borgo subì più volte l'aggressione della peste, oltreché gli assalti degli eserciti nemici, tuttavia conservò le sue cariche comunali, diede vita alle sue Tradizioni, tuttora esistenti, come la Fiera del bue grasso e la Fëra dij Subièt, il Grande mercato del venerdì (istituito da Amedeo V nel 1286), sviluppò l'arte tessile e l'allevamento dei bovini, incrementò la rete commerciale, aumentò il numero dei mulini operanti sul Po, produsse un ottimo olio, vini pregiati e praticò la bachicoltura; nello stesso tempo si arricchì di monumenti, chiese e di scenografiche ville collinari, soprattutto nel 1600-'700, modificando in parte l'originaria fisionomia medioevale.

Pagine decisive della storia vennero scritte nel Castello: durante il Risorgimento ci fu il famoso Proclama di Moncalieri (20 novembre 1849 con il quale il re scioglieva la Camera dei Deputati e faceva approvare alla nuova Camera il trattato di pace con l'Austria). Qui vennero educate le menti dei rampolli reali attraverso l'istituzione del **Real Collegio Carlo Alberto**. La Moncalieri ottocentesca fu dimora prediletta di Vittorio Emanuele II: durante questo secolo oltre l'attività tessile si incrementò l'antica tradizione di laterizi, nacquero fabbriche di zolfanelli e di biciclette, si sviluppò l'industria alimentare e sorse la fonderia Limone vicino al Sangone.

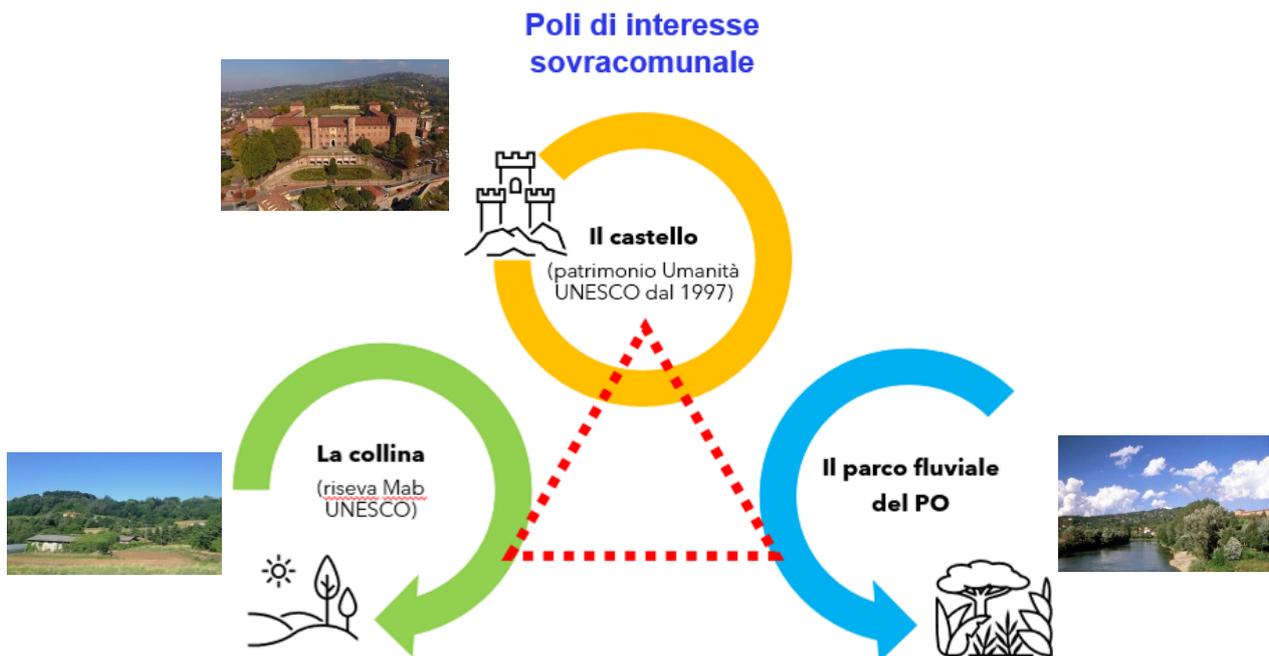
Il Comune di Moncalieri, nell'Ottocento e agli inizi del Novecento, tempi in cui nacque la villeggiatura in località limitrofe alla città, fu meta privilegiata di soggiorno ai fini di svago per gli abitanti del capoluogo Piemontese: ne sono testimonianza le cartoline storiche.



MONCALIERI:
luogo di villeggiatura
soprattutto per i
Torinesi agli inizi del
secolo scorso

Moncalieri oggi

Oggi la situazione della attrattività turistica di Moncalieri è cambiata e vede allargare i propri orizzonti: negli ultimi decenni Torino in particolare e il Piemonte tutto in generale hanno scoperto una dimensione nuova e stanno investendo nel turismo con ottimi e sempre migliori risultati. Moncalieri per la sua vicinanza a Torino, per il **Castello Reale**, inserito nelle residenze sabaude dichiarate **Patrimonio dell'Umanità UNESCO nel 1997**, per la **collina** (porzione della collina torinese, riconosciuta **Riserva MaB UNESCO-Man and Biosphere**, per il rapporto virtuoso tra uomo e pianura), per esser parte del **Parco Fluviale del Po**, gode di elementi privilegiati di attrattività che le consentono di far parte con bilancio positivo del forte rilancio turistico di cui sopra, anche nei confronti del turismo straniero.



Dati interessanti sulla situazione turistica sono riportati, relativamente all'anno 2018, sul sito <http://relazione.ambiente.piemonte.it>: nell'anno in questione sono stati registrati a Moncalieri **108.448 turisti, dei quali circa un terzo stranieri.**

La potenzialità di Moncalieri nei confronti del turismo può avere ancora alti margini di sviluppo per le seguenti ragioni:

- l'intensità turistica registrata nel 2018, ovvero la presenza di turisti in rapporto ai residenti è pari a 1,94, meno della metà del valore rilevato a Torino in cui tale rapporto è 4,36. Si immagina che la capienza ricettiva possa essere ancora agevolmente ampliata
- il Castello di Moncalieri, inserito nel circuito delle Residenze Sabaude, è stato per lungo tempo chiuso al pubblico a causa di un incendio sviluppatosi in un torrione nel 2008. I restauri sono stati parziali. La riapertura al pubblico, avvenuta nel 2017, è solo su prenotazione. Dal 1927 è sede di distaccamenti militari: oggi l'edificio è in parte occupato dalla sede del 1° Reggimento Carabinieri Piemonte; se da una parte l'utilizzo da parte dell'Arma ne garantisce la manutenzione, dall'altra ne limita la fruibilità.
- **le bellezze di Moncalieri non si limitano al solo castello: il centro storico di impianto medioevale conserva numerose testimonianze architettoniche del suo luminoso passato. Le chiese (che conservano quadri di rilevante importanza in campo artistico), i palazzi, le più antiche borgate, le ville storiche che in quantità pullulano sulla collina sono tutti elementi che nel connubio con le qualità enogastronomiche locali possono essere maggiormente valorizzate e rese accessibili a un pubblico sempre più ampio e possono fungere da attrattore all'interno del Distretto Urbano del Commercio.**



Castello Reale



Piazza Vittorio Emanuele



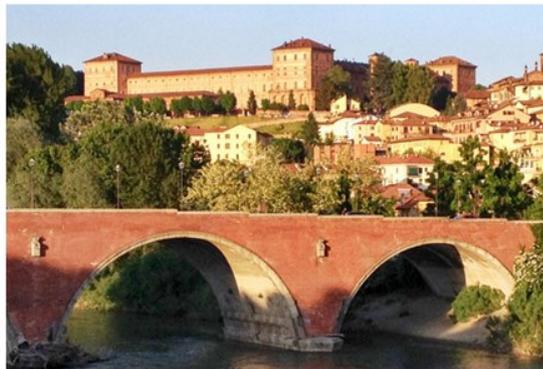
Real Collegio Carlo Alberto



Porta Navina



Convento di San Giuseppe



Santa'Egidio



Santa Maria di Testona



Chiesa di San Francesco



Chiesa di Santa Croce



Palazzo Gianazzo di Pamparato



Palazzo Comunale



Santa Maria della Scala



Oratorio del Gesù



Castelvecchio

Nel DUC trovano collocazione numerosi elementi di attrattività turistica, soprattutto nel Centro storico: essi creano sinergia positiva con il sistema commerciale e ne costituiscono elemento di caratterizzazione.

1.2.4 ACCESSIBILITÀ

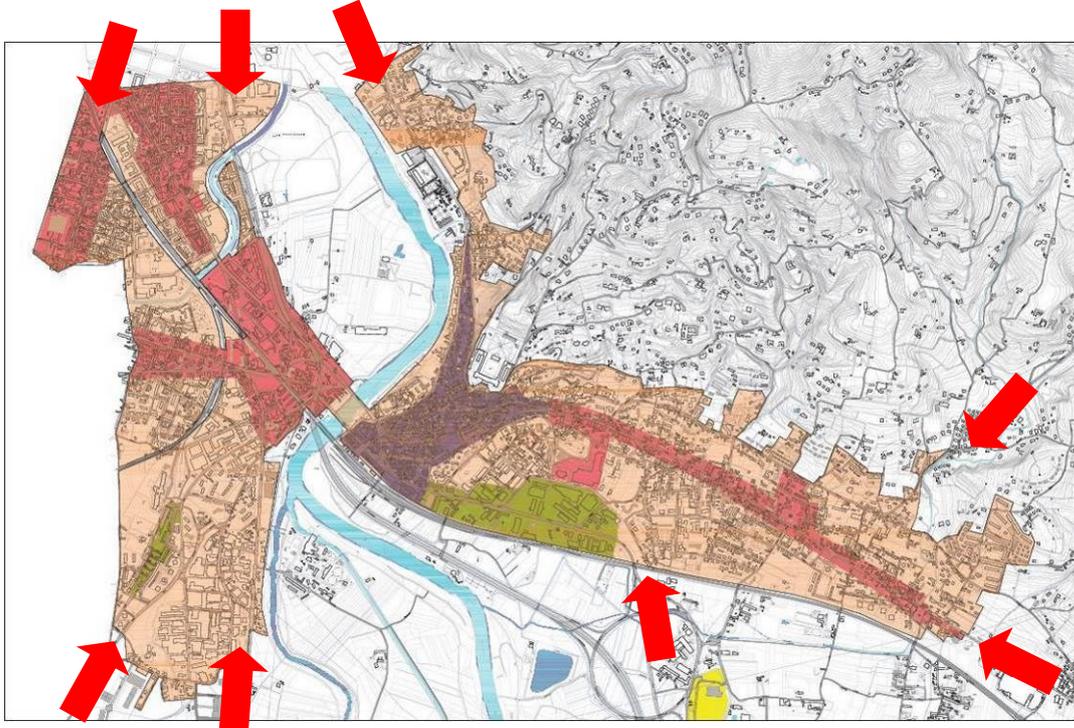
STRADE E AUTOSTRADE

La città di Moncalieri posta al confine con Torino e ai piedi meridionali della collina torinese, vede sul suo territorio la presenza del più importante nodo del sistema autostradale torinese. Vi confluiscono l'autostrada da Savona (sud) e quella da Piacenza-Genova (est) e prende inizio la tangenziale che collega le vallate del pinerolese, la val di Susa, l'aeroporto di Caselle, la Valle d'Aosta e Milano.

Se da un lato questa presenza contribuisce a facilitarne il collegamento con tutti questi ambiti, dall'altro la presenza della "sopraelevata", collegamento a scavalco del Po e della ferrovia verso Torino, può causare un superamento del Distretto.

Al Distretto Urbano del Commercio si può però arrivare utilizzando otto direttrici principali, quattro provenienti da nord, una da est e tre da sud, che si inseriscono nel contesto urbano del Distretto.

LE STRADE DI ACCESSO



FERROVIA

Il Distretto Urbano del Commercio è servito dalla linea ferroviaria Genova Alessandria Torino, e vede la presenza della stazione principale del Comune.

Oggi la stazione ferroviaria di Moncalieri (insieme a quella del Sangone) è ben collegata alle stazioni di Torino Porta Nuova, Porta Susa e Lingotto, facendo parte del Servizio Ferroviario Metropolitano di Torino (SFM).

Il SFM, che potrebbe essere maggiormente potenziato con l'aumento delle fermate dei treni che passano da Moncalieri, offre un collegamento fra le diverse zone del Torinese e delle contigue province di Cuneo e Asti.

Se da un lato le stazioni ferroviarie sono presidi che facilitano gli scambi e le comunicazioni con il territorio, dall'altra però la presenza in superficie della linea ferroviaria rappresenta un ostacolo alla permeabilità tra le zone, condizionando nel tempo lo sviluppo urbano che ha seguito tale importante cesura.

Esiste un progetto per migliorare e garantire il collegamento del parcheggio del Movicentro, posizionato nei pressi della stazione ferroviaria, con il Centro. Tale collegamento permetterà di rendere maggiormente fruibile questo mezzo di trasporto a cui andrebbe aggiunta, con un intervento da parte delle FS, una maggiore frequenza delle fermate dei treni che transitano per la stazione di Moncalieri.

LINEE BUS URBANI

Il Comune è dotato di numerose linee urbane e suburbane che collegano i diversi rioni con il centro storico e con altri comuni confinanti (Torino, Nichelino, Trofarello e Cambiano).

Di queste almeno dieci linee urbane servono il Distretto e lo collegano con le parti più periferiche e con le borgate del Comune, oltre che con Torino e Santena.

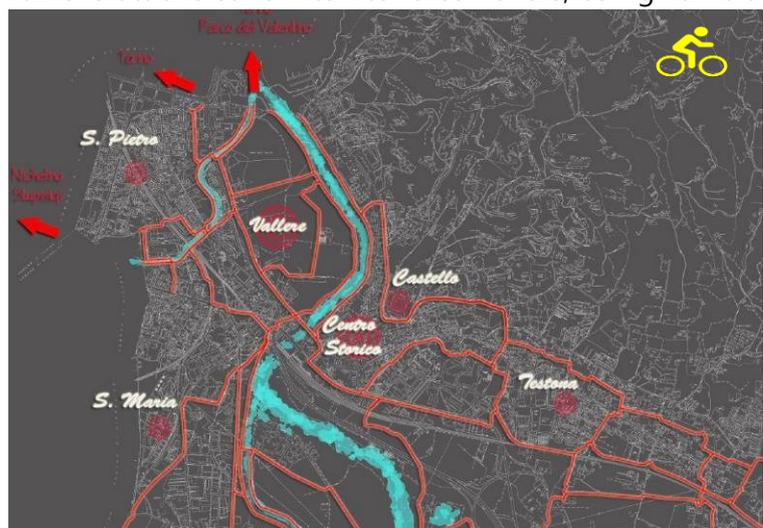


PISTE CICLABILI

La città di Moncalieri è dotata di una fitta rete di piste ciclabili che uniscono gli ambiti naturalistici posti lungo le sponde fluviali che attraversano il territorio comunale, con gli ambiti più strettamente urbani, consentendo di percorrere diversi chilometri in zone protette raggiungendo molte parte del territorio comunale, collegandosi con il sistema di piste ciclabili presenti nei comuni contermini quali Torino, Nichelino, La Loggia e Trofarello.

Alcuni tratti del sistema di piste ciclabili presenti nel Comune, che interessano il Distretto Urbano del Commercio, sono però solamente individuate a livello cartografico in

quanto nella realtà non esistono percorsi protetti, anche se progetti in fase di studio (come il PINQUA) prevede che in alcuni tratti di strada vengano posti i limiti dei 30 km/h per salvaguardare i ciclisti.



Al momento non esistono neppure aree attrezzate con stalli per il parcheggio di questi mezzi e con eventuali dispositivi per la ricarica dei mezzi elettrici.

PARCHEGGI

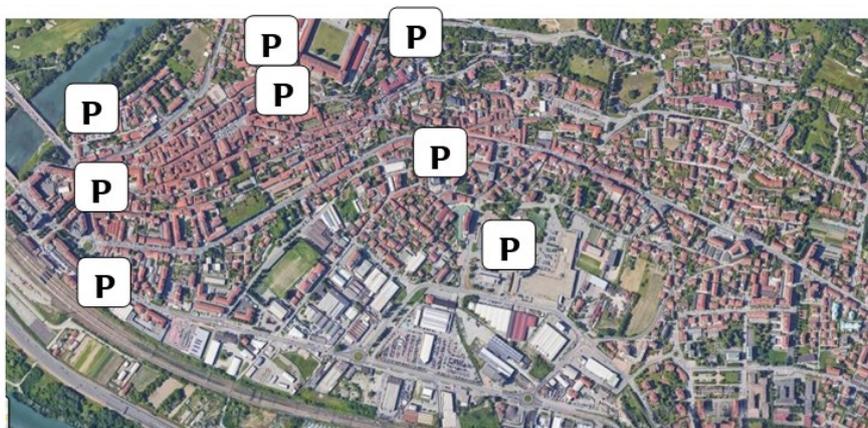
Nel Comune esistono due tipologie di parcheggio regolamentato:

- la prima a pagamento (zone blu) attive dalle ore 8,00 alle ore 20,00 di tutti i giorni feriali (a esclusione del mese di agosto) situata nel centro storico e in particolare in: Piazza Caduti della Libertà, Via San Martino, Via Carlo Alberto, Piazza Baden Baden, Via Santa Croce, Via Alfieri, Piazza Umberto I, Piazza Amedeo Ferdinando, Viale Porta Piacentina (lato numeri pari)
- la seconda è rappresentata dalle zone in cui è consentita la sosta a tempo (disco orario) con varia collocazione nella città: Viale Stazione (da Via Martiri a Piazza Caduti per la Libertà), Via Carlo Alberto, Piazza Failla, tratti di Via Cavour, Via Tenivelli (da Via del Ballo a Strada Revigliasco), Via Sestriere (da Via N. Palli a Strada Castello di Mirafiori)

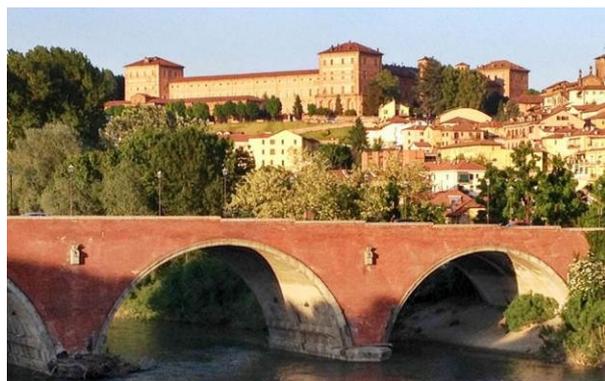
Il Centro Storico è anche servito da un parcheggio multipiano con 289 posti auto che vede due ingressi: uno in via Alfieri e l'altro su Strada Torino, posizione che permette di svolgere un servizio importante per l'accessibilità ai servizi commerciali e non, presenti nella parte "alta" del Comune.

Nell'intorno del centro storico è comunque possibile trovare luoghi organizzati dove è possibile parcheggiare le autovetture in maniera gratuita.

PARCHEGGI LIBERI



1.2.5 QUALITÀ URBANA



La **cesura naturale** data dal corso fluviale è accentuata dall'imponente **snodo viario** con varie gerarchie che si sviluppa proprio nel punto che dovrebbe fungere da cucitura tra le due zone del Centro Storico e di Borgo Mercato.

A destra del fiume, la presenza della collina e del centro storico danno a questa parte di città un aspetto certamente ridente e caratteristico.

A sinistra del fiume, invece, nonostante la storicità del luogo, caratterizzato da sempre dalla presenza di un'area mercatale, l'addensamento urbano, più recente, è meno connotato, e si configura più come una estensione della periferia di Torino.

Tuttavia, l'amministrazione ha cercato di creare unitarietà al contesto generale soprattutto per mezzo dell'arredo urbano, costituito da panchine, cestini dei rifiuti e transenne.



In alcuni ambiti di maggior rilievo (quali il centro storico e l'area antistante il Castello) tali elementi hanno trovato connotazioni più idonee al contesto.

Nel centro storico i lampioni, con appoggio a terra, ove possibile, o sistemati sui muri delle facciate delle case, hanno il disegno classico ma stilizzato e dotato di tecnologia a led.

La tecnologia led è presente in gran parte dell'illuminazione pubblica moncalierese e presto lo sarà nella totalità.

Le fioriere poste in prossimità del castello e di alcune chiese hanno forma cubica e sono per lo più in legno.

La percezione che si ha del territorio urbano di Moncalieri è molto diversa tra le due porzioni di città che stanno a destra e a sinistra del fiume Po.



La visuale da Borgo Mercato verso il centro storico è ostacolata dalla presenza della sopraelevata dell'ingresso alla tangenziale



Dal punto di vista dell'arredo urbano il **centro storico** manifesta un'attenzione maggiore alla qualità urbana: qui le vie più caratteristiche sono rese ben riconoscibili grazie alla lastricatura del sedime in tozzetti di porfido e marciapiedi in lastre in pietra di Luserna. La scelta estetica ben si adatta al contesto urbano. Nelle vie più strette il percorso pedonale è evidenziato solo dal diverso materiale rispetto

alla carreggiata, scelta coerente con l'accessibilità veicolare, ma che crea sicuramente qualche **problema di sicurezza per i pedoni**.

Nella Piazza Vittorio Emanuele, un piacevole disegno a losanga realizzato con i due materiali, porfido e pietra di Luserna, segna l'importanza di questo spazio pubblico, vero cuore identitario di Moncalieri. Di recente qui si è voluto dare



maggior risalto alla tradizionale funzione aggregativa, grazie all'individuazione, tramite panchine e fioriere, di una passerella che corre lungo tutta la mezzogiorno dell'ampia piazza. Purtroppo, la scelta di mantenere il

parcheggio, pur se molto utile per il raggiungimento dei negozi del centro storico, crea forte disarmonia con il contesto e il traffico veicolare crea sicuramente disagio ai pedoni che percorrono o si riuniscono nella piazza.



Il Comune ha individuato percorsi turistici di visita e i principali monumenti sono individuati e descritti per mezzo di totem resi ben riconoscibili grazie a logo e all'uniformità grafica

Per quanto Moncalieri appaia una città verde, grazie alla presenza della collina, del Parco del Castello, del Parco delle Vallere, dell'ampia campagna intorno, e grazie alla tipologia abitativa che spesso prevede presenza di verde privato, tuttavia sono rari, all'interno della grande estensione del centro abitato, gli **spazi verdi pubblici**, soprattutto quelli attrezzati. Bisogna comunque riconoscere che l'amministrazione negli ultimi anni è stata molto attenta a curare aiuole, e fioriere, a inserire panchine e alberi e a identificare spazi di ritrovo (pur con i limiti della scarsa fruibilità dovuta al traffico veicolare, quando questi sono collocati in prossimità delle vie di maggiore scorrimento). I giardini di piazza Argiroupoli, a Testona, di via Juglaris, a Santa Maria e di via Galimberti, in Borgo San Pietro sono stati rivisti e riattrezzati nel 2017.

Un progetto di giardini inclusivi è in corso di realizzazione in borgata Nasi, a Borgo San Pietro e sul lungo Po Abellonio.

Con il progetto **Pinqua** (Programma innovativo nazionale per la qualità dell'abitare), il Comune di Moncalieri sta mettendo in essere numerose strategie per la riqualificazione delle periferie che potranno ben **integrarsi con il presente DUC**.



Uno dei punti di forza del Pinqua sarà il rafforzamento dei percorsi ciclabili su tutto il territorio comunale.

In previsione di questa azione, e per una maggiore accessibilità sostenibile del Distretto Urbano del Commercio, saranno sicuramente da prevedere spazi idonei alla sosta con stalli per le biciclette per ora presenti in prossimità della stazione ferroviaria per il Movicentro.

Alcuni interventi previsti dal Progetto Pinqua che hanno ricadute sulla valorizzazione della rete commerciale

- Interventi per lo sviluppo e la diffusione della mobilità elettrica – predisposizione aree per installazione postazioni
- Istituzione della Zona 30 e deimpermeabilizzazione parcheggi in zona Corso Trieste
- Riqualificazione ciclabile Via Bosso e rifacimento passerella ciclopedonale su Corso Trieste
- Nuova ciclabile di Corso Roma da Stazione Ferroviaria a nuovo capolinea Metropolitana M1
- Fibra ottica e Wi-fi pubblico
- Interventi e azioni per favorire la diffusione e l'incremento delle competenze digitali e di accompagnamento alla cittadinanza attiva (SUPerDigit - Sportello Unico per la Digitalizzazione di cittadini ed imprese)
- Progetto www.tutticonnessi.it (Sostegno alla Scuola + Riutilizzo e sostenibilità + Solidarietà sociale)
- Interventi per la realizzazione e la riqualificazione degli spazi di aggregazione e dei beni architettonici dei quartieri coinvolti: Centro Polifunzionale Outdoor (Riqualificazione Piazza D'Alleo); Riqualificazione impianti sportivi Santa Maria (rugby); Riqualificazione Parco Lungo Po Abellonio

1.2.6 INTERVENTI A SOSTEGNO DEL COMMERCIO

Un asse di intervento che, in questi ultimi anni, ha impegnato parte delle risorse comunali riguarda azioni di sostegno alle imprese commerciali e alle attività produttive presenti sul territorio.

“Progetto insediamento imprese nel Centro Storico di Moncalieri”

Nell'anno 2017 l'Amministrazione comunale, in accordo con le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative delle imprese, ha promosso un progetto denominato “*Progetto insediamento imprese nel Centro Storico di Moncalieri*”, con lo scopo di favorire e migliorare l'accoglienza e l'attrattiva dell'offerta commerciale del centro storico della Città, attraverso la concessione di **contributi a fondo perduto** (€ 15.000,00 su tre anni) a favore di imprese commerciali e artigianali che intendevano **aprire o trasferire la propria attività nel Centro Storico di Moncalieri**. Sono state ammesse a contributo quattro delle sette imprese che hanno partecipato al bando (1a edizione 2017-2019), il quale è stato successivamente riaperto nei termini (2a edizione 2018-2020): tre delle sei domande presentate sono state inizialmente ammesse a contributo, con un conseguente ampliamento del numero per scorrimento della graduatoria.

Valorizzazione delle attività agricole

In attuazione del Protocollo d'Intesa sottoscritto il 27.6.2017 tra la Città di Moncalieri e la Federazione Provinciale Coldiretti di Torino, per l'attuazione di un programma di azione per lo sviluppo del territorio, la promozione della multifunzionalità in agricoltura e della filiera agricola italiana e la valorizzazione del settore primario dell'agricoltura, nel corso dell'anno **2018** sono state realizzate le seguenti iniziative:

- Progetto SMART Moncalieri (Sostenibilità Mercati Agricoltura) - Federazione Provinciale Coldiretti di Torino, approvato con DGC 258/2018, contributo € 20.000;
- Allestimento sperimentale del mercato di "Campagna Amica" in borgo Navile, viale della Stazione - Federazione Provinciale Coldiretti di Torino, approvato con DGC 114/2018: mercato con cadenza settimanale, il lunedì dalle 14 alle 19 fino a fine dicembre 2018. L'orario pomeridiano è stato voluto per venire incontro alle esigenze di conciliazione dei tempi fra lavoro-famiglia e per promuovere il mercato quale luogo di interazione fra produttori e consumatori

Nel corso dell'anno **2019** sono state realizzate le seguenti iniziative:

- Progetto Moncalieri Città Rigenerativa comprensivo dell'organizzazione e allestimento del Villaggio Coldiretti presso il Castello di Moncalieri – Coldiretti Torino – D.G.C. n. 341/2019 – contributo € 90.000,00.

“Progetto insediamento imprese sugli assi commerciali”

Riprendendo l'impianto della precedente iniziativa, l'Amministrazione ha avviato l'iter per l'attivazione di un analogo bando mirato a sostenere, mediante l'erogazione di un **contributo a fondo perduto** di € 7.500, l'avvio di nuove attività d'impresa commerciali e artigianali anche nelle altre aree della Città con vocazione commerciale, identificabili con gli **addensamenti** commerciali definiti ai sensi dell'Allegato A alla D.C.R. n. 191-43016 del 20.11.2012, procedura poi sospesa a causa dell'emergenza sanitaria imposta dal COVID-19.

APP "Moncalieri in Vetrina"

Nell'anno 2019, è stato avviato un processo mirato a costruire un'anagrafe delle attività economiche che operano sul territorio di Moncalieri, da mettere a disposizione del pubblico e

delle stesse imprese su una **app** gratuita, con il fine di incentivare il commercio e promuovere il territorio.

Sostegni economici erogati alle attività economiche in ragione dell'emergenza COVID-19

A seguito dell'emergenza sanitaria, il Comune di Moncalieri ha promosso una specifica misura per la concessione di **contributi a fondo perduto *una tantum***, a sostegno delle microimprese che operano sul territorio comunale, la cui attività è stata sospesa per effetto dei provvedimenti di contenimento dell'emergenza epidemiologica, al fine di sostenere le spese straordinarie legate al rispetto delle misure di contrasto e contenimento del Covid-19 che gli operatori commerciali hanno dovuto affrontare con la riapertura delle attività in sicurezza (adeguamento e sanificazione dei locali, acquisto DPI, potenziamento dell'e-commerce, formazione del personale). Mediante l'utilizzo di una piattaforma dedicata, per presentare la richiesta di aiuto economico, sono state raccolte le domande: 428 imprese sono state ammesse al contributo, con un'assegnazione di € 625.589,00 su € 700.000,00 stanziati.

Altre iniziative

Nell'ambito delle iniziative a sostegno del commercio e, nello specifico, della sicurezza è utile ricordare l'intervento realizzato con bando della Prefettura per l'installazione di un impianto di videosorveglianza con un centinaio di punti di controllo.

Il Comune di Moncalieri, come dimostrato dagli interventi già messi in atto, crede fortemente nel commercio di prossimità come occasione di rilancio economico, sociale e culturale, pertanto, al di là dell'esito del presente bando, continuerà a investire risorse in tal senso.

L'opportunità della creazione del Distretto Urbano del Commercio è sicuramente un'occasione di creare un valido coordinamento, completamento e ampliamento delle azioni già intraprese grazie a un sistema più strutturato e forte che può permettere operazioni maggiormente diffuse e bilanciate sull'intera area.

1.2.7 ANIMAZIONE E FREQUENTAZIONE DEI LUOGHI

“La Città di Moncalieri è meta culturale e turistica in crescita, non solo per l’indotto del circuito delle Residenze Sabaude, ma anche grazie alla Biblioteca Civica (propulsore di cultura, arte, accessibilità e innovazione tecnologica, tra i più importanti nella Città Metropolitana Torinese), all’eccellente programmazione teatrale e di danza delle Fonderie Limone (Teatro Stabile di Torino) e del Teatro Matteotti, agli eventi e alle attività culturali organizzati nei diversi ambiti urbani”.

una città,
tanti luoghi

L’offerta di servizi, animazioni, eventi, attività culturali si articola in alcuni temi portanti: l’immagine riportata nella pagina successiva prova a restituire in maniera sintetica le diverse componenti di questa offerta, che contribuiscono a delineare l’identità di Moncalieri.

Le iniziative sono realizzate grazie alla collaborazione dell’Amministrazione comunale con i numerosissimi Enti e Associazioni che operano nel territorio, con più di 200 organizzazioni del cosiddetto Terzo Settore riconosciute dal Comune.

Moncalieri è dunque un luogo o, meglio, un insieme di luoghi altamente frequentato dai suoi abitanti e dalla popolazione proveniente dai dintorni, che trovano qui occasioni per il passeggio, l’intrattenimento, il consumo enogastronomico e l’acquisto, oltre che la presenza di numerosi sedi di servizi pubblici e privati.

Il tipo di offerta e qualità dei servizi di somministrazione e dei negozi è emblematico dell’identità dei diversi ambiti in un rapporto semiotico: nel centro storico e in collina è ancora oggi possibile trovare alcuni alberghi, trattorie, ristoranti nati all’inizio del Novecento per il turismo domenicale, così come sono sopravvissute alcune trattorie sorte sin dai tempi più antichi nel Borgo Mercato, a servizio delle attività di vendita mercatali e fieristiche. A completare l’offerta sono stati progressivamente aperti pubblici esercizi “di quartiere” funzionali ai nuovi ambiti residenziali e locali tipici della movida in punti strategici, con attrattività extraterritoriale.

Come nel passato, la città ha dunque conservato una struttura policentrica e “specializzata” a livello insediativo e, di riflesso, commerciale: l’asse centrale della città storica resta via San Martino con la sua attestazione in piazza Vittorio Emanuele II, famose anche per la presenza di “botteghe” dal sapore medievale e per essere i luoghi prediletti per la passeggiata (pur non sempre agevole per il traffico veicolare e per il forte dislivello) e per l’acquisto “di affezione” (mentre sono col tempo perse le funzioni commerciali lungo la via “dei Campagnini o Macellai – attuale via Alfieri – e nella “piazzetta del burro” – Piazza Umberto I).

luoghi per
consumi e
acquisti di
affezione

Piazza Caduti della Libertà, epicentro dell’antico borgo Navile, sviluppatosi fuori le mura urbane intorno al punto di imbarco e di attraversamento del Po, è, per antonomasia, la piazza del via-vai: «ci sono studenti che aspettano il pullman sotto la pensilina, ragazzi che gustano il gelato seduti sul muretto, persone che si affollano verso l’edicola o turisti che si avviano verso Porta Navina» (estratto da *Guida Turistico Emozionale di Moncalieri*) e la rete commerciale e della somministrazione è strutturata per rispondere a tutte queste funzioni, in sinergia col contiguo viale di via Stazione.

luoghi per
consumi e
acquisti di
comodità

Lungo gli assi di accesso alla città e nelle numerose borgate l’offerta commerciale ha una identità meno definita, qualificandosi soprattutto per essere una rete per il servizio di base alla popolazione residente, con qualche eccezione per medie e grandi strutture di vendita di attrattività quasi provinciale, localizzati tuttavia negli addensamenti e nelle localizzazioni extraurbane.

I TEMI PORTANTI DELL'OFFERTA



Ambiti "urbani" con più alta vocazione commerciale (tralasciando dunque le strutture di medie-grandi dimensioni) vedono spesso compresenti quegli elementi di attrazione/animazione riconducibili ai temi individuati: **ogni micro-polarità è dotata di un proprio carattere distintivo e il loro insieme interconnesso genera l'identità del Distretto.**

I LUOGHI DELL'OFFERTA

(rielaborazione su mappa estratta da Guida Turistico Emozionale di Moncalieri)



1 Piazza Vittorio Veneto e sedi
2 Parco Le Vallere
3 Famija Moncalereisa
4 Frazione Revigliasco
5 Ex Foro Boario
6 Centro Polifunzionale
7 Casa Zoe
8 Teatro Matteotti

9 Piazza Caduti Libertà
10 Fonderie Limone
11 Castello e Giardino delle Rose
12 Terrazza multipiano
13 Centro Storico
14 Esercizio com/som
15 Esercizio com/som
16 Polisportiva

17-25 Ciclovìa
18 Museo dei Subjèt
19 Colle Maddalena /percorsi
20 Esercizio com/som
21 Mercato Antiquariato
22 Biblioteca

a Addensamento A.1 centro
b Addensamento A4 Savona
c Addensamento A3 Genova
d Addensamento A4 S. Maria
e Addensamento A3 Roma Sestiere
f Addensamento A3 Pastrengo

CURIOSITÀ:

Le **Fonderie Teatrali Limone**, nel Borgo Mercato sul confine con Nichelino, sono un centro di produzione artistica di forte impulso alla vita culturale di Torino, Moncalieri e del circondario, un polo aperto alla progettazione e alla elaborazione delle idee e, insieme, strumento di aggregazione e di sviluppo culturale, produttivo e commerciale.

Casa Zoe, localizzata in Salita Padre Denza è un progetto promosso dalla Cooperativa Sociale Educazione Progetto, insieme alle Ass. Si può Fare - gr. Orimaghi, Ass. Teatrulla, e alla Coop. Ker E.C. È un progetto sperimentale, sostenuto dalla Città di Moncalieri, dalla Compagnia di San Paolo, dalla Fondazione CRT con servizi e ludoteca per famiglie.

Il Parco delle Vallere, localizzato lungo le rive del Po, è attraversato da percorsi pedonali, equestri, ciclabili ed è dotato di un campo da golf e di una cascina oggi sede del polo del Parco Fluviale del Po Torinese, con il Centro Regionale di Documentazione delle Aree Protette (sede di ricerche relative alla vita e alla storia del Po di spazi assegnati anche a esposizioni, convegni, didattica e spettacoli all'aperto).

1.2.8 LA STRUTTURA DEL PARTENARIATO

La proposta di individuazione del DUC nasce dall'**Accordo** ai sensi del comma 3 dell'art. 18^{ter} della L.R. n. 28/1999, che l'Amministrazione comunale sigla con le due associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative del commercio a livello provinciale:

ASCOM

CONFESERCENTI

con il sostegno anche della **Camera di Commercio di Torino** e Provincia.

accordo

Durante il percorso di confronto tra le parti per l'individuazione del Distretto, l'Amministrazione Comunale ha avviato una fase di concertazione con i soggetti potenzialmente coinvolgibili alla sua realizzazione, organizzando, nonostante la difficoltà imposta dalle correnti misure di contenimento dell'emergenza epidemiologica, degli incontri.

A un primo appuntamento, tenutosi il 9 marzo 2021, oltre ai rappresentanti dell'ASCOM, della CONFESERCENTI, hanno partecipato i delegati locali della **FEDERAZIONE PROVINCIALE COLDIRETTI TORINO** e il presidente dell'**ANPIT** Piemonte

manifestazioni
di interesse

(ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER L'INDUSTRIA ED IL TERZIARIO), i quali, a fronte della presentazione dell'iniziativa, si sono dichiarati interessati a partecipare in maniera attiva e collaborativa. In questa prima seduta sono state altresì coinvolte anche associazioni con culturali-promozionali che collaborano con l'Amministrazione

finalità

all'organizzazione di Eventi e nello specifico: **Proloco Moncalieri** (organizza *Moncalieri Experience*, eventi per il gemellaggio con la città di Baden Baden, coorganizza la Fiera dij Subiè e Sua Maestà il Bollito); **Famija Moncaliereisa** (organizza concerti e "Fuochi Barocchi" durante Festa Patronale, e la Mostra "Presepi dal Mondo"); **Associazione Luca Casto Onlus** (organizzatrice fino a oggi della Fiera Nazionale della Trippa che lascerà il testimone alla neonata Associazione per la Valorizzazione della Trippa 'd Muncalè); **Associazione Casa Malta** (organizza il Mercato tematico dell'Antiquariato, ogni prima domenica del mese nel centro storico). In tutti è emersa la volontà a contribuire, per la parte più vicina alle proprie competenze ed esperienze, alla valorizzazione del Distretto, come ribadito anche negli incontri organizzati successivamente.

Il numero dei potenziali aderenti è sicuramente importante, facendo anche riferimento all'elenco redatto ai sensi dell'art.2 del "Regolamento per la disciplina e valorizzazione dell'associazionismo nel territorio comunale..." approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n.47 del 18.03.1994, relativo alle circa **200 associazioni** che operano sul territorio nel settore dello sport, nel settore cultura, nel settore ricreativo, nel settore sociale. Da segnalare, per quanto riguarda le associazioni di operatori del commercio costituitesi per lo sviluppo e la valorizzazione del settore, l'**Associazione Macellai di Moncalieri** (coorganizzatrice della Fiera dij Subiè e Sua Maestà il Bollito), che rappresenta un settore commerciale che ha diffusione capillare ed è un'eccellenza della rete commerciale del distretto.

associazioni
potenziali attori

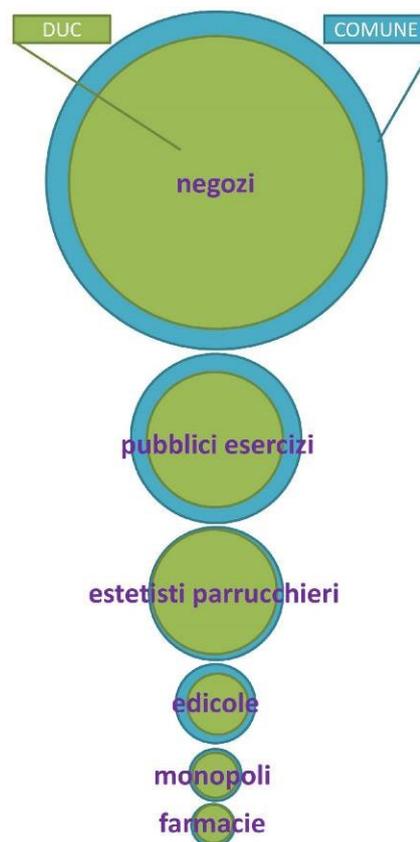
imprese
commerciali
del DUC

Nella fase di predisposizione del Protocollo di Impresa dovrà dunque essere svolta un'intensa attività di accompagnamento alla **costruzione del partenariato**, che coinvolga anche le associazioni dei consumatori, le Fondazioni, le proprietà immobiliari, i cittadini, ma soprattutto le **imprese commerciali e paracommerciali localizzate nel Distretto**.

Secondo una rilevazione risalente a qualche anno fa (da aggiornare in fase di predisposizione del Programma Strategico), dei circa 930 esercizi localizzati nel Comune, quasi **690 sono localizzati negli addensamenti del Distretto**: un rapporto analogo può essere rilevato anche per gli altri settori (circa 150/230 pubblici esercizi; 16/20 generi di monopolio; 120/140 estetisti e parrucchieri; 30/50 edicole; 11/14 farmacie), con una potenzialità di coinvolgimento sicuramente importante, se opportunamente catalizzata attorno al progetto, grazie al contributo delle associazioni di categoria e all'attività di accompagnamento sostenuta dal manager del Distretto.

In questa prima fase, anche a seguito dei problemi posti dall'emergenza epidemiologica, è stato possibile condividere il progetto con un numero limitato di esercenti.

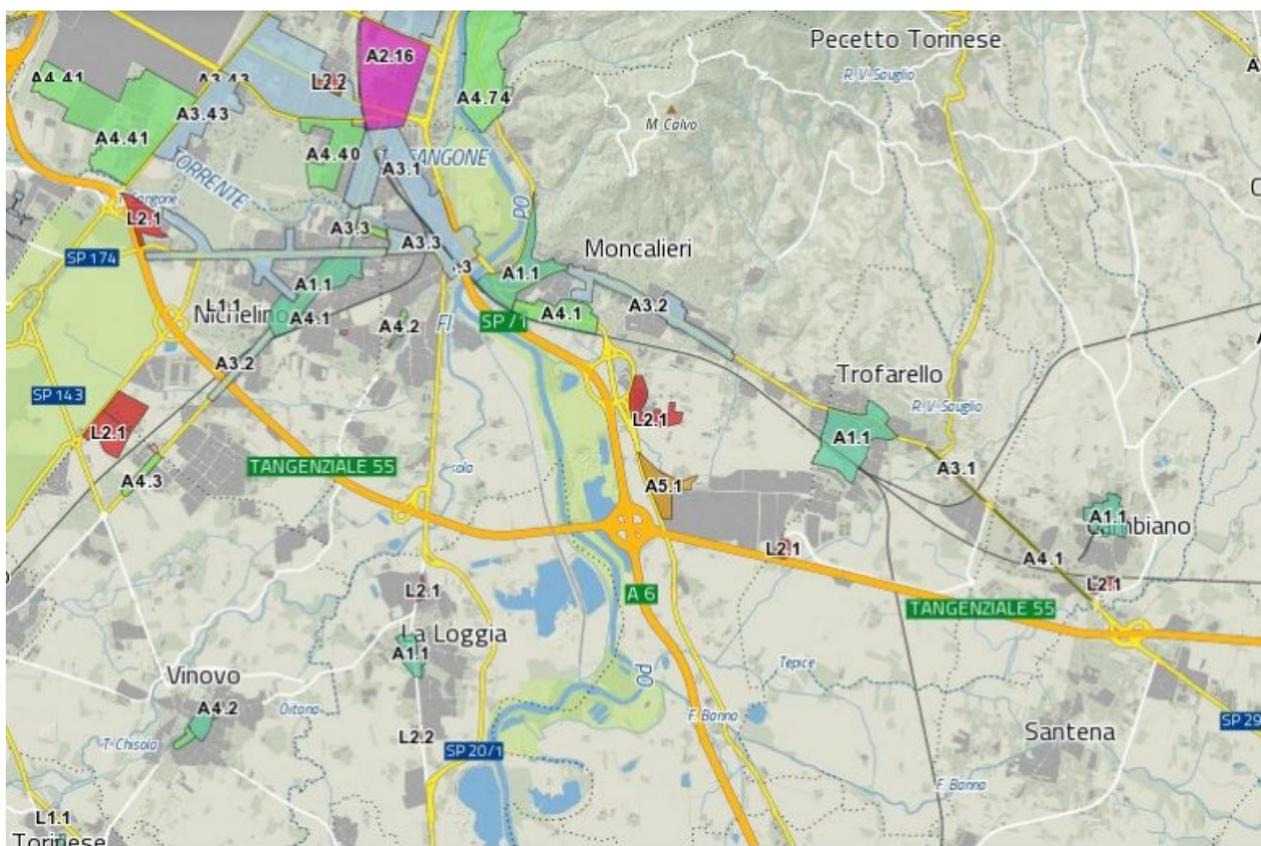
Alla presente istanza vengono allegate le **manifestazioni di interesse** di varie associazioni promozionali e culturali che sono motore di divulgazione dell'iniziativa. Le associazioni di categoria che partecipano in varia modalità all'accordo sono rappresentative di un gran numero di imprese.



1.2.9 COORDINAMENTO TERRITORIALE

Un Distretto Urbano del Commercio si confronta però non solo autoreferenziandosi ma confrontandosi con il contesto commerciale che opera nel territorio più o meno circostante.

I comuni che si ubicano intorno a Moncalieri si sono dotati dei Criteri di programmazione per il settore commerciale riconoscendo le diverse zone nelle quali rendere possibile l'insediamento di medie o grandi strutture. L'immagine riportata di seguito consente di avere un quadro sintetico delle zone riconosciute, il cui livello indica la potenzialità insediativa del commercio e la conseguente presumibile competitività dei diversi luoghi del commercio.



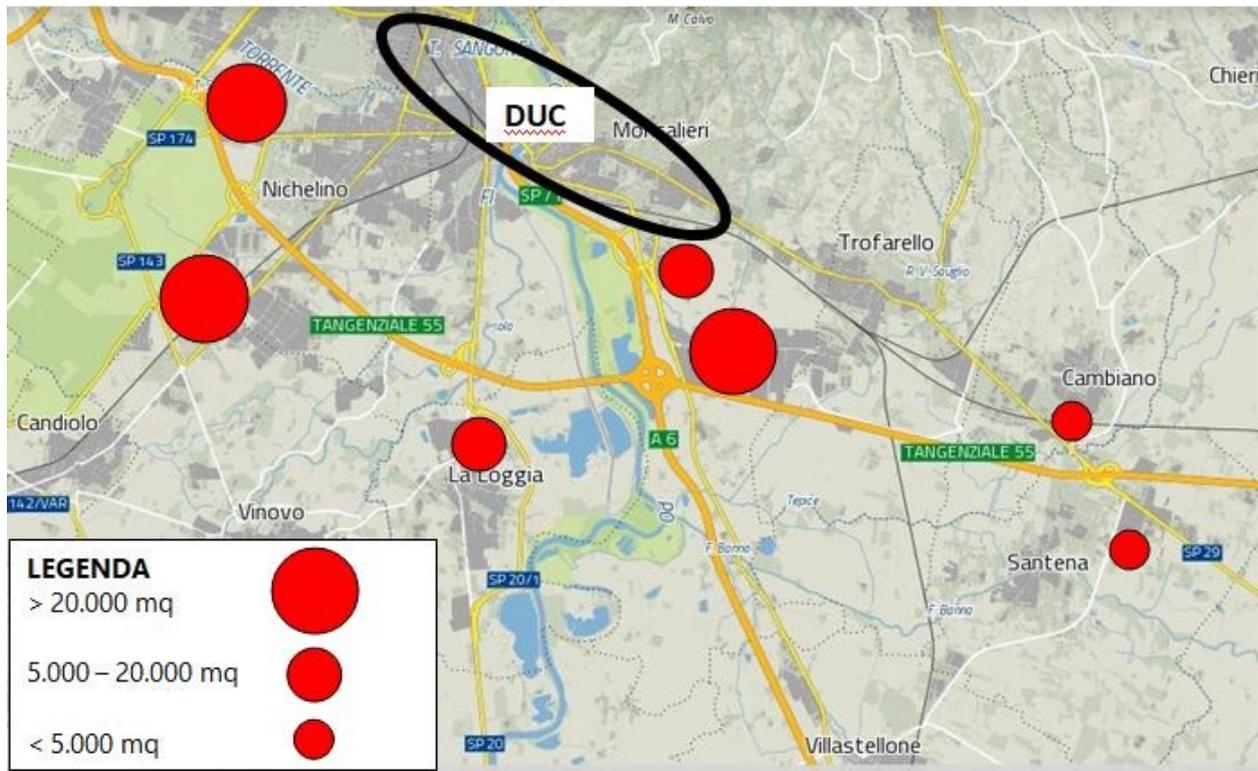
Fonte: Geo Portale Regione Piemonte

Oltre alle classiche zone urbane, che individuano gli addensamenti di negozi e servizi, spiccano sul territorio le localizzazioni urbano periferiche L.2, ambiti potenziali di insediamento di grandi strutture.

Sono presenti, oltre che a Moncalieri, anche a Nichelino, a Vinovo, a La Loggia e a Cambiano, mentre Santena non ha comunicato la sua programmazione.

L'intero territorio limitrofo a quello di Moncalieri vede quindi la presenza di zone commerciali che possono ospitare lo sviluppo della rete distributiva con capacità attrattive anche a carattere sovra comunale.

Proprio in relazione alla programmazione si può osservare dall'immagine seguente la posizione e l'importanza dei diversi luoghi del commercio "artificiale" che si sono venuti a posizionare in maniera puntuale nelle immediate vicinanze della rete distributiva moncalierese e che possono pertanto influire sulla sua efficienza e sulla attrattività.



L'immagine, oltre alla presenza di competitori importanti, evidenzia il fatto che Moncalieri possiede una dotazione di commercio di grande dimensione che non ha nulla da invidiare rispetto ad altri comuni vicini, confermando che l'offerta di tale tipologia è ben presente sul territorio.

Nella messa in opera di strategie di qualificazione e sviluppo della rete commerciale il Distretto dovrà operare, su alcuni ambiti, in coordinamento con le politiche distributive dei comuni contermini.

Tale aspetto è di fondamentale importanza per quei settori urbani che sono cresciuti in **contiguità a quartieri appartenenti ad altri confini amministrativi**, senza soluzione di continuità. In particolare, gli assi di **corso Roma, via Sestriere e via Pastrengo** sono la naturale continuazione di altrettanti assi appartenenti ai comuni di **Nichelino e Torino** (con il quale condivide parte dei fronti di piazza Bengasi): l'edificazione, per epoca di realizzazione e per tipologia costruttiva, è omogenea, e la caratterizzazione della rete distributiva rende gli ambiti non differenziabili per ripartizione amministrativa. L'utilizzo degli esercizi commerciali presenti in questi ambiti è spesso equivalente e interscambiabile, in quanto il livello dell'offerta è omogeneo e comparabile.

Questa condizione presenta aspetti che non sempre si possono definire positivi, in quanto a una uniformità fisica non corrisponde sovente una uniformità delle scelte e delle politiche amministrative dei diversi comuni (si veda ad esempio l'illuminazione pubblica o le tipologie di arredo urbano, che sullo stesso asse si modificano al cambio del comune).

Il Distretto è dunque chiamato ad avviare azioni di **coordinamento tra i tre comuni**, per individuare soluzioni conformi lungo gli spazi commerciali, a prescindere dai confini amministrativi: fornire una immagine comune della rete distributiva presente nei tre comuni aumenterebbe l'attrattività commerciale, arginando la dispersione verso i luoghi del commercio "artificiali" posti all'esterno dei contesti urbanizzati. In

**continuità
nastro
commerciale**

**COORDINAMENTO
POLITICHE DI
QUALIFICAZIONE**

questo caso, oltre a politiche coordinate legate alla riqualificazione urbana dei luoghi, azioni sinergiche su piattaforme digitali potrebbero riversare effetti positivi sulle reti distributive qui presenti.

Altro aspetto che dovrà richiedere un approccio intercomunale riguarda l'**organizzazione della logistica** a seguito dell'attivazione del **capolinea della linea Metropolitana 1 ubicato in piazza Bengasi**, in quella porzione del comune di Torino su cui gravita tutta l'area urbanizzata omogenea venutasi a realizzare tra Nichelino, Moncalieri e Torino.

fermata della
Metro

L'occasione di disporre di un punto fondamentale per la mobilità del sistema interno metropolitano, se ben gestito e organizzato, può rappresentare un elemento di sviluppo delle opportunità commerciali della rete qui localizzata. È però necessario che si attuino programmi coordinati, al fine di non scaricare sugli ambiti più deboli le negatività che questa polarizzazione potrebbe causare: si pensi al problema della sosta delle autovetture che raggiungeranno, dal territorio circostante, la stazione della metropolitana e che dovranno trovare idonee aree per la sosta di lungo periodo, che vanno concordate tra tutte le amministrazioni e gli attori coinvolti.

Il Distretto dovrà pertanto avere un ruolo propositivo nell'individuare soluzioni che evitino la saturazione degli spazi di sosta, non solo per i residenti, ma anche e soprattutto per le attività economiche presenti sugli assi che adducono a piazza Bengasi.

soluzioni di
mobilità
sostenibile

La nuova fermata della Metropolitana è, d'altro canto, una opportunità per il Distretto, che diventa facilmente raggiungibile da Torino, mediante l'**uso di mezzi di mobilità sostenibili**, a parità di quanto oggi offerto dalla **fermata lungo la linea ferroviaria** in corrispondenza della stazione.

L'esistenza di **nodi di interscambio** tra il traffico privato e pubblico, nel collegare il centro metropolitano con il Distretto di Moncalieri, va valorizzata e comunicata con politiche coordinate tra i vari soggetti; è inoltre auspicabile un miglioramento del servizio già esistente, aumentando il numero di fermate presso la stazione di Moncalieri, in modo da fornire un più ampio spettro di scelte e da invogliare l'utilizzo di questo sistema di trasporto. Ovviamente oltre all'incremento delle fermate dei treni in transito diventa necessario consentire un adeguato e comodo superamento della linea ferroviaria, per permettere la fruizione in sicurezza del parcheggio realizzato nel Movicentro.

COORDINAMENTO
POLITICHE MOBILITA'

1.2.10 VALUTAZIONE DELLE POSSIBILI ALTERNATIVE

Le analisi sinora svolte hanno cercato di analizzare quelle componenti commerciali, economiche, culturali, sociali che possono avere rilevanza nella caratterizzazione del distretto e nella definizione del suo dimensionamento e posizionamento, delineando una gamma di **possibili alternative**, che è stata valutata al fine della scelta della configurazione finale.

Sono state vagliate diverse ipotesi e si è considerata, per ciascuna, la **capacità di risposta rispetto ai seguenti obiettivi**, definiti dalla DGR 11 dicembre 2020, n. 23-2535 emessa in attuazione dell'art.18 *ter* della L.R. n.28/1999:

- sostenere e rilanciare il commercio con strategie sinergiche di sviluppo economico e di risposta a necessità in particolari momenti di emergenze economiche e sociali, quali l'attuale emergenza Covid-19;
- creare un sistema strutturato e organizzato territorialmente, capace di polarizzare le attività commerciali, unitamente ad altri soggetti portatori di interesse, quali il Comune, le organizzazioni imprenditoriali, le imprese, le proprietà immobiliari e i consumatori.

Rielaborando quanto riportato nel dettaglio della succitata deliberazione, sono stati individuati i seguenti **macro-obiettivi** ed è stata attribuita una valutazione sul raggiungimento dell'obiettivo da parte di ciascun ambito prefigurato, con una scala che va da 0 a 3:

0 = obiettivo non raggiungibile

1 = obiettivo raggiungibile in maniera non soddisfacente

2 = obiettivo raggiungibile

3 = obiettivo raggiungibile con successo

	Distretto coincidente con centro storico	Distretto coincidente con addensamenti commerciali	Distretto comprendente addensamenti e spazi socialità	Distretto coincidente con intero territorio comunale	Distretto diffuso a rilevanza intercomunale
SOSTENERE E RILANCIARE IL COMMERCIO LOCALE COME PRESIDIO DEL TERRITORIO					
garantire servizi di prossimità per il consumatore	0 = pochi consumatori serviti	2 = raggiunti abitanti che gravitano su assi commerciali	3 = aumentare livello del servizio di prossimità per tutti residenti	2 = fronti non configurabili per nastri commerciali e rarefazione	1 = sbilanciamento e frazionamento offerta in ambiti extracomunali
creare alternativa a GDO	1 = ridotta attrattività e competitività commerciale	2 = massa commerciale di buon livello	2 = massa commerciale di buon livello	1 = inserimento di aree non significative	1 = difficoltà a strutturare l'offerta alternativa
fare sistema con commercio su area pubblica	1 = relazione solo con 1 delle 7 aree mercatali	2 = relazione con 6 delle 7 aree mercatali	3 = relazione con tutte le aree mercatali	2 = relazione con tutti i mercati, ma distanza tra luoghi	2 = concorrenza tra mercati in stesso giorno
garantire livelli occupazione	1 = poca disponibilità di offerta	2 = buona disponibilità di offerta	2 = buona disponibilità di offerta	2 = buona disponibilità di offerta	2 = buona disponibilità di offerta
fornire risposta a emergenze COVID-19	0 = dimensione limitata non corrispondente a fabbisogno	2 = relazione non sempre immediata con residenze	3 = legame tra popolazione e luoghi del commercio	3 = legame tra popolazione e luoghi del commercio	1 = superamento dei confini comunali
CONTRIBUIRE AL RILANCIO DELL'IDENTITÀ DEI LUOGHI					
ridurre dismissione commerciali e garantire presidio territori	2 = interessa porzione limitata del territorio	2 = interessa porzione limitata del territorio	3 = consente riqualificazione di aree dismesse funzionali a potenziare la rete	1 = dispersione territoriale extraurbana	1 = dispersione territoriale
riqualificare sedi naturali attività economiche e commercio	1 = esclusione della maggior parte del tessuto economico e commerciale	3 = incorpora quasi interamente le sedi naturali	3 = incorpora quasi interamente le sedi naturali	1 = inserimento di aree non significative	1 = dimensione fuori scala
costruire identità dei luoghi	1 = esclusione di luoghi di identificazione	2 = mancanza di alcuni elementi di identificazione	3 = intervento complessivo su componenti identitarie	2 = presenza di numerose aree produttive e vuoti urbani	0 = difficoltà di identificazione
CREARE UNO STRUMENTO DI GOVERNANCE DEL TERRITORIO					
creare sistema territoriale	0 = dimensione non significativa ad attivare sinergie	1 = esclusione di <i>partner</i> portatori di sistema di valori e capacità di presa territoriale	2 = possibilità di mettere in campo tutte le forze disponibili	2 = possibilità di mettere in campo tutte le forze disponibili	1 = difficoltà di coordinamento
sviluppare know how	0 = dimensione poco significativa per attingere a più competenze	1 = dimensione che limita interrelazioni tra sistemi	2 = disporre di competenze e conoscenze di vario livello	2 = disporre di competenze e conoscenze di vario livello	2 = disporre di competenze e conoscenze di vario livello
attivare politiche e servizi comuni	1 = limitatezza dell'intervento	2 = perdita di alcuni attori con ruoli da protagonisti	3 = attivazione di tutte le forze su dimensione congrua di intervento	1 = attivazione di tutte le forze in campo, su area troppo estesa	1 = difficoltà di coordinamento
VALUTAZIONE	8	21	29	19	13

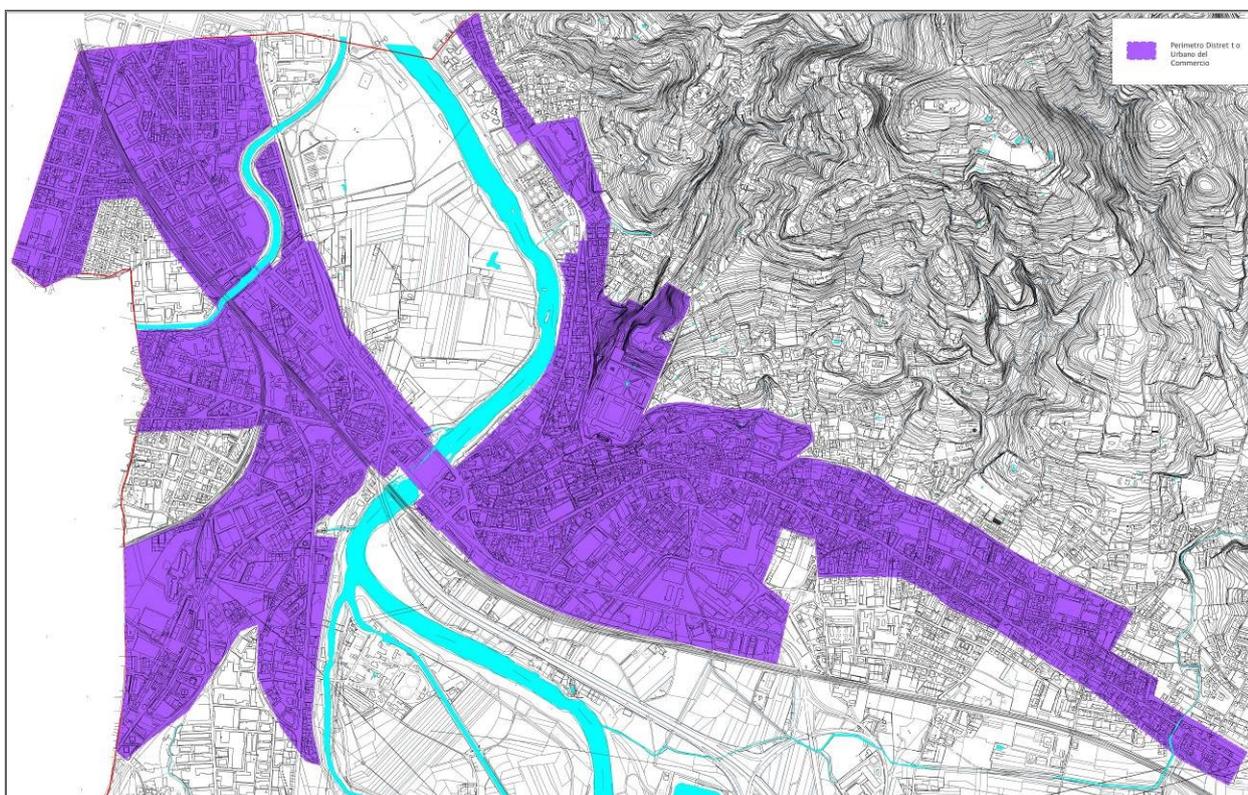
La soluzione che sembra meglio perseguire le finalità poste è quella di un **distretto urbano del commercio che comprende addensamenti commerciali e spazi di socialità e residenza che sostanziano il nastro dei negozi**: la rete commerciale "naturale" ha dunque necessità di essere integrata con l'insieme dei sistemi economici, sociali, culturali che compongono lo spazio urbano, poiché da queste relazioni deriva il senso della sua **identità**, della sua capacità di **resilienza** e la possibilità di contribuire in maniera **sostenibile allo sviluppo del territorio**.

Ambito	Descrizione	Positività	Negatività	Azioni e potenzialità di sviluppo
DUC	Il distretto è formato da diversi ambiti che si sono sviluppati da un bicentrismo commerciale che storicamente si è creato tra le due sponde del fiume Po: da un lato il centro storico, dall'altro il Borgo Mercato. Dai due nuclei si sono sviluppate direttrici commerciali sui principali assi di comunicazione viaria e di sviluppo urbano	Il distretto ha grande attrattività sotto vari punti di vista (commerciale, turistico, culturale). Vivacità per la presenza di molteplici associazioni e iniziative condivise con l'Amministrazione	Ambito vario e con molteplici aspetti e problematicità da affrontare e da coordinare.	Da operare un'approfondita indagine conoscitiva che analizzi bene l'adeguata risposta della struttura commerciale alle necessità di chi vive e frequenta le varie parti della città. L'identità dei luoghi che è forte nel rapporto tra abitanti e ambiti è immateriale e deve trovare modi per essere esternalizzata. Costruire un'idea di commercio sostenibile, resiliente e innovativo
Centro storico	Agglomerato urbano di impianto medioevale, da sempre sede di attività commerciali essendo snodo importante di strade e punto fondamentale di attraversamento del fiume Po	Attrattività elevata in termini di offerta dei servizi e qualità degli esercizi commerciali, forte interesse storico e architettonico anche a livello sovra- comunale	Difficile accessibilità: molto in pendenza, con traffico elevato, aree pedonali assenti	Il centro storico può migliorare la sua immagine di centro vivo migliorandone l'accessibilità con attenzione a differenziare percorsi pedonali da quelli veicolari. Occorre favorire azioni che mantengano alto il livello dell'offerta commerciale
Asse via Cavour, via Tenivelli, Str. Genova e Testona	Zona di espansione che unisce Moncalieri a Testona, allungandosi verso Trofarello. Direttrice storica di unione tra Piemonte e Liguria. Presenta attività commerciali di quartiere alternate alla presenza di strutture di medie dimensioni	Presenta elementi di interesse e di qualità architettonica, come la biblioteca nell' ex fabbrica Saffa , e punti di aggregazione come chiese e strutture sportive , centri commerciali	Elevata lunghezza del fronte commerciale. Poco piacevole da frequentare pedonalmente per marciapiedi limitati e intenso traffico veicolare	Migliorare gli spazi di aggregazione intervenendo nei tratti dove il commercio è più diversificato, allargando i marciapiedi e creando viabilità alternativa con punti di sosta
Corso Savona	Prosecuzione dell'asse di uscita dalla tangenziale, zona di espansione di commercio non di vicinato e con bacino di utenza sovracomunale.	L'asse di corso Savona è un importante incanalatore di flussi dalla tangenziale verso Moncalieri	Poca presenza di vicinato e poca residenza di supporto e traffico sostenuto	Creare interconnessione con gli altri ambiti
Borgo Mercato/ Via Pastrengo e Santa Maria	Borgo Mercato, storicamente area di fiera del bestiame, ha ampi spazi liberi per accogliere manifestazioni su area pubblica. Via Pastrengo S. Maria è quartiere operaio sorto durante la II guerra mondiale per i dipendenti dell'industria automobilistica. A metà degli anni '90 è stato oggetto di ampia riqualificazione che ha dato l'odierno aspetto	Borgo mercato ha una vitalità legata alle fiere più che a negozi stanziali (soprattutto trattorie) Presenza delle Fonderie Limone trasformate in Teatro con attività culturale qualificante di ampio raggio	Zona disomogenea e sfrangiata con alternanza di spazi industriali e residenziali. Forte impatto della sopraelevata della tangenziale.	La zona della fiera può essere resa meno anonima e fruibile anche quando non c'è alcuna attività. Questo spazio può trovare sinergia con le proposte culturali delle Fonderie Limone e creare connessione con Santa Maria. Necessità di mantenere vivo l'aspetto commerciale in Santa Maria
Borgo S. Pietro Corso Roma/via Sestriere	È la zona più popolosa di Moncalieri. Più gravitante su Torino che sulla città di cui è parte. Si sviluppò a partire dagli inizi del Novecento in una zona di fertile campagna. Oggi è ricca di attività commerciali sugli assi di Corso Roma, via Sestriere . Nell'Ottocento fu importante snodo di traffici grazie alla presenza della ferrovia sulla direttrice Torino Saluzzo (odierna via Sestriere e antica Strada Reale di Nizza)	Forte identità sulle singole vie che si sono sviluppate in epoche diverse sulle direttrici di connessione con Torino e Nichelino. La presenza dell'attività commerciale è predominante forse anche per la grande popolosità	La zona è divisa in due dalla Ferrovia. Non c'è un'identità specifica dei luoghi. Alta competitività delle strutture commerciali di medie e grandi dimensioni	Necessità di verifica che l'offerta commerciale sia adeguata alla richiesta dovuta alla densità abitativa. Scongiorare chiusure delle attività commerciali con politiche di supporto ed incentivazione

1.2.12 CONCLUSIONI

Dai dati e dalle considerazioni sinora raccolte, si è dunque arrivati a definire il **Distretto Urbano del Commercio del Comune di Moncalieri**, che assume la configurazione disegnata nella planimetria sottostante.

INDIVIDUAZIONE DEL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO



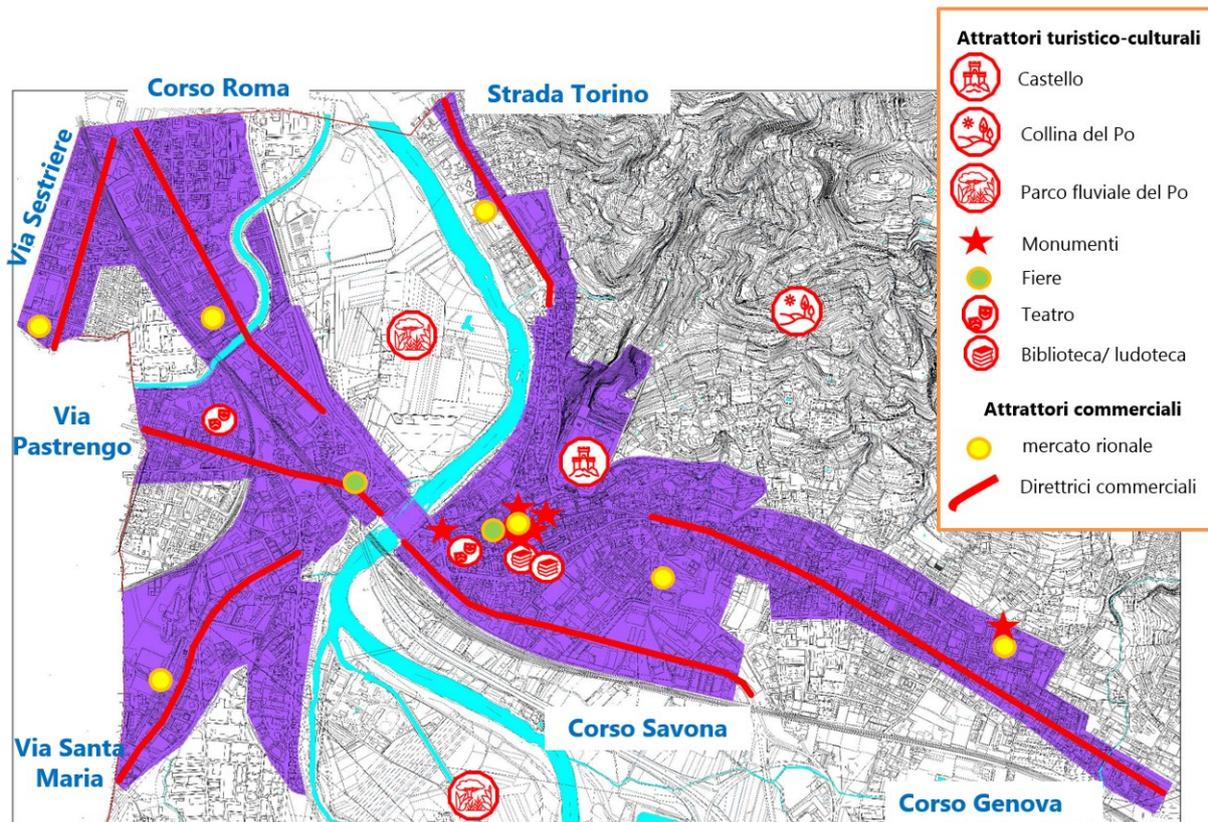
La ricerca del miglior dimensionamento e posizionamento si è basata su un processo logico che portasse alla luce tutti quegli elementi che costruiscono l'**identità del distretto** e la sua **capacità commerciale**: spazi apparentemente diversi e frammentati (collina vs pianura, centro storico vs "periferia", nastro commerciale vs insediamenti residenziali, ecc.) hanno mostrato invece di "vivere" grazie a relazioni complesse tra gli ambiti, nel rispetto di quelle che sono le identità, le funzioni e le vocazioni dei singoli luoghi.

**identità e
capacità
commerciale**

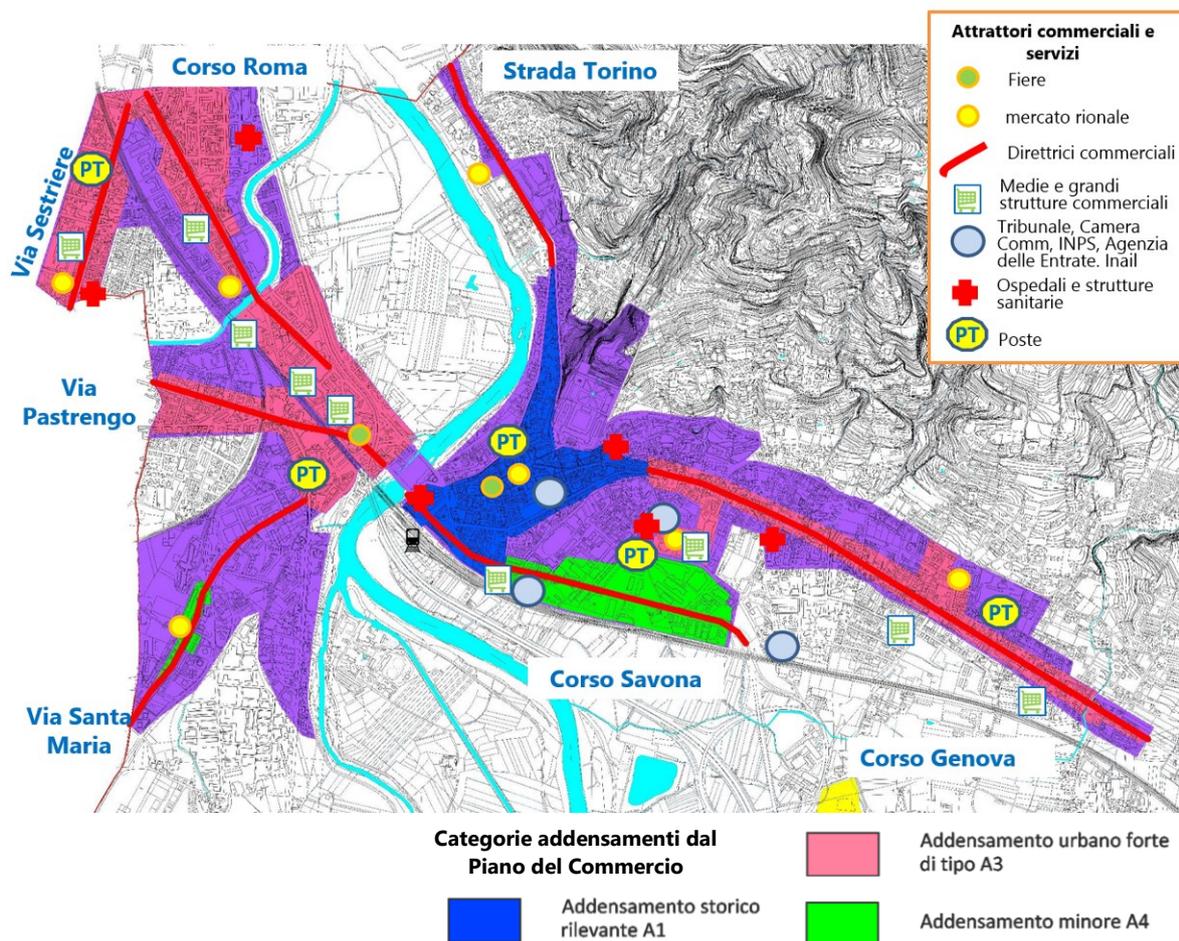
Inoltre, il Distretto è stato visto come uno **strumento di governance dell'intero sistema commerciale urbano** - tralasciando dunque gli insediamenti extraurbani - in grado di creare una **visione condivisa e sostenibile dello sviluppo locale**, tendente al mantenimento della rete commerciale di prossimità nelle sue diverse configurazioni e di risposta alle necessità, a volte contingibili e urgenti, poste dal vivere cittadino.

**strumento di
governance del
territorio**

IDENTITÀ DEL DISTRETTO



CAPACITÀ COMMERCIALE DEL DISTRETTO



Quali **caratteristiche e vocazioni** ha il distretto così individuato?

Il DUC di Moncalieri è l'insieme delle micro-polarità urbane intese come **sistema complesso**: oltre al centro storico, raccoglie tutte le aree all'interno del tessuto residenziale che hanno una connotazione commerciale da recuperare/valorizzare, rappresentate ciascuna non solo dalla "linea" dei negozi, ma dal sistema urbano che le anima.

caratteristiche e vocazione del DUC

Nasce, infatti, da un approccio che riconosce il valore della biodiversità non solo all'ambiente naturale, ma anche a quello antropizzato, dove ciascuno diventa portatore di esigenze, di capacità e competenze che contribuiscono, nel mutuo relazionarsi, al funzionamento del sistema.

A fronte dei limiti dimostrati dalla città accentrata e proiettata interamente sulla valorizzazione del centro, particolarmente evidenti nella fase di emergenza sanitaria che ha sconvolto il mondo, si propone un **nuovo modello di sviluppo sostenibile**, dove ogni spazio deve tendere a garantire qualità della vita, soprattutto e inizialmente per chi ci abita, poiché è a partire da questa autenticità, correttamente comunicata, che si crea anche attrattività per chi proviene da fuori.

Il sistema commerciale del DUC (da riqualificare dove esistente, da attivare dove carente) si candida a mantenere e potenziare il suo ruolo di presidio del territorio, strutturandosi per fornire servizi di base in tutti gli ambiti, e diventare volano di dinamiche non solo economiche, ma anche sociali e culturali.

Tale operazione è possibile grazie alla **forte caratterizzazione territoriale del distretto**, poiché:

- si avvantaggia di un sistema di relazioni già consolidato (comune-associazioni, rete commerciale-fruitori, elementi di attrattività-frequentatori, memoria-fruizione dei luoghi, ecc.);
- consente di potenziare le connessioni tra le diverse componenti (rete commerciale e della somministrazione; attività paracommerciali e servizi pubblici; offerta turistica e culturale, ecc.);
- sfrutta le diverse qualità urbane e assetti viabilistici funzionali ai diversi tipi di fruizione del distretto (non solo pedonale, ma anche veicolare);

e alla **forte identità culturale**, generata dalla presenza di beni culturali e paesaggistici, dal vissuto storico e dalla continua proposta di occasioni di conoscenza e crescita.

1.3 EVOLUZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE

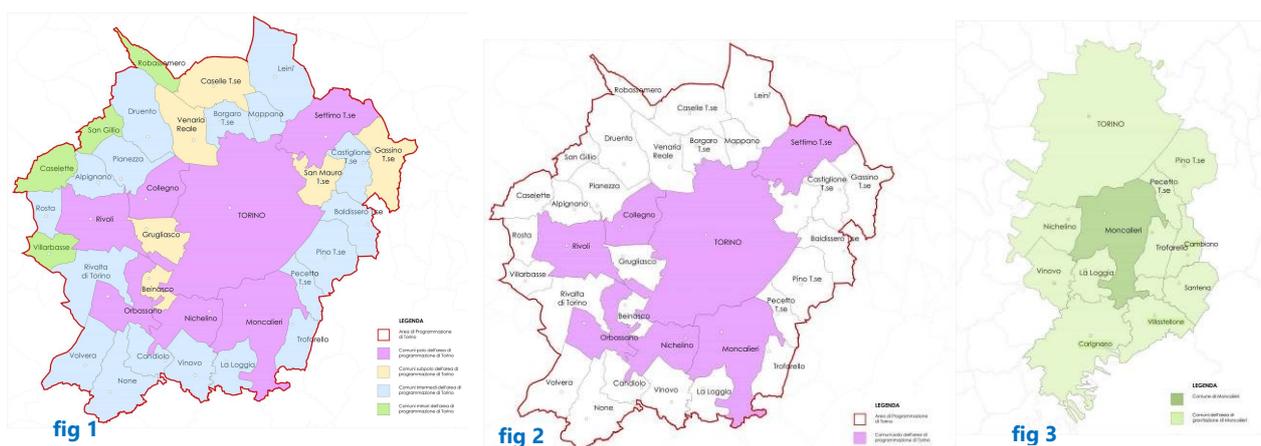
La programmazione per il settore commerciale definita dalla Regione Piemonte ha individuato come fattore portante dell'ammodernamento e del riequilibrio del settore distributivo la competitività tra "luoghi del commercio" più che tra le semplici strutture e tipologie distributive.

Il territorio nel quale si vanno a ubicare le strutture commerciali e gli altri servizi definiscono l'importanza e l'attrattività di quel luogo nei confronti di altri ambiti che le distanze possono porre come direttamente competitivi.

L'esame, che si effettua per comprendere meglio le caratteristiche e le potenzialità di un luogo del commercio oltre che la messa a confronto con le realtà esistenti in un dato momento, deve verificare anche l'evoluzione che è avvenuta nel corso del tempo nei sistemi per i quali si realizza il paragone.

Nel caso in esame si è ritenuto opportuno porre a confronto quanto è variato per le tre tipologie del vicinato, delle medie e delle grandi strutture in un periodo temporale di circa vent'anni, suddiviso tra il 2001 – 2010 e tra il 2010 – 2018, negli ambiti territoriali identificati come:

- l'Area di Programmazione Commerciale di Torino (fig 1),
- i Comuni Polo presenti nella suddetta Area (fig 2)
- Bacino di Gravitazione, insieme di comuni che gravitano su Moncalieri (fig.3).



L'analisi che viene riportata in ALLEGATO consente di rilevare come la rete distributiva di Moncalieri sia cresciuta in questi due decenni a ritmi differenti, con valori molto elevati nel primo decennio, per assestarsi su valori di crescita più contenuti nel secondo.

Se questa considerazione è valida per le medie e per le grandi strutture, che, dopo lo sviluppo impetuoso dei primi dieci anni del nuovo millennio, hanno di fatto ridotto il tasso di sviluppo nel secondo, per il vicinato occorre invece evidenziare che i tassi di crescita sono rimasti elevati e abbastanza costanti, a indicare che vi erano delle possibilità di crescita che hanno invogliato gli operatori a insediarsi sul territorio, a denotare **un tessuto sociale ed economico vivo**.

In conclusione, si può dire che la rete commerciale di Moncalieri in questa ultima ventina di anni ha visto una tenuta del comparto della piccola distribuzione con una crescita numerica degli esercizi di vicinato, insieme a un elevato incremento della presenza di medie e grandi strutture nel primo decennio del 2000 con una crescita molto più moderata di questo comparto nel secondo decennio.

Anche le altre attività commerciali e di servizio hanno visto incrementare la loro presenza sul territorio comunale e in particolare nelle parti di esso ove maggiore era la concentrazione,

anche se non si possono riscontrare che in rari casi delle forme di aggregazione funzionale quanto piuttosto delle presenze disposte lungo gli assi viari più importanti, privilegiando gli acquisti da parte di una clientela di passaggio, senza evidenziare particolari spazi che possono invogliare il passeggio e la permanenza del consumatore nell'effettuare le sue azioni di acquisto.

Nell'allegato al presente documento si riportano le analisi e i calcoli effettuati.

2 PROGRAMMA

Le analisi sinora effettuate hanno consentito di riconoscere e individuare un DUC dotato di identità e attrattività commerciale: a partire da queste, si prova ora a delineare quali scelte, indirizzi, attori e strumenti progettuali si intenderanno mettere in campo allo scopo rendere il Distretto uno **strumento organizzativo di progettualità da realizzare sul territorio** (rimandando comunque alla successiva fase di stesura del Programma Strategico l'approfondimento delle linee di intervento e azioni, sulla scorta di un'analisi più dettagliata e strutturata).

2.1 MOTIVAZIONI

Il Distretto Urbano del Commercio di Moncalieri nasce come risposta ad alcune problematiche riscontrate nel territorio comunale, schematicamente riassunte nell'elenco sottostante:

- i luoghi del commercio "naturali" stanno progressivamente perdendo la capacità di rispondere alle esigenze dei consumatori a causa non solo della **concorrenza della grande distribuzione organizzata**, sorta ormai da anni nel territorio comunale, ma anche del recente incremento di **acquisti on-line**, aumentato in maniera esponenziale per le restrizioni imposte per il contenimento del COVID19.

- questo aspetto è parte di un più ampio processo culturale di **perdita dell'identità dei luoghi**, generato anche dal mutare delle modalità delle relazioni sociali: le fasce di popolazione più avvezza a usare strumenti informatici trovano spesso "nell'etere" il proprio punto di incontro e confronto; la maggiore possibilità di spostamento porta a cercare altrove le occasioni di svago e intrattenimento, con un aprioristico disinteressamento per l'offerta locale. La città perde dunque la funzione di luogo di sedimentazione del vissuto quotidiano, di luogo "sicuro", non attivando quelle azioni di "cura" che ogni cittadino dovrebbe invece avere per lo spazio che abita.

- i limiti di questo approccio sono emersi in maniera esplosiva a fronte della pandemia scoppiata in questi ultimi mesi, che ha portato alla luce **bisogni di relazioni, di disponibilità di beni primari, di spazi che restituiscano "senso" al vivere cittadino e ricompongano l'identità dell'essere umano quale "animale sociale"**.

- nel Comune, come l'analisi ha in parte rilevato, esiste un **grandissimo "giacimento"** da cui attingere per ricucire i rapporti tra il cittadino (anche nella sua veste di portatore di esigenze di acquisto da soddisfare) e città: il patrimonio culturale e paesaggistico, la presenza di associazioni che fungono da presidio dei territori, gli interventi e le azioni di qualificazione dell'ambiente urbano sono elementi fondanti di resilienza e di possibile sviluppo del Comune.

- la **rete commerciale** ha un ruolo prioritario come **presidio dei luoghi, costruttore di identità e propulsore economico**: è pertanto necessario **attivare uno strumento di sviluppo innovativo del settore commerciale, individuato nel DUC**.

perché il DUC?

2.2 SCELTE E INDIRIZZI:

Il Distretto Urbano del Commercio si pone l'obiettivo di **creare un partenariato stabile che costruisca un proprio sistema di valori condiviso** (ragionando, ad esempio, sul tema di **umanesimo digitale**), da comunicare e poi da perseguire nel settore di propria competenza, ossia la **valorizzazione dei luoghi del commercio**.

Gli obiettivi da raggiungere dovranno essere puntualmente definiti e concertati nella predisposizione del Programma strategico e nelle fasi propedeutiche alla sottoscrizione del Protocollo d'Intesa, tenendo come riferimento i seguenti **indirizzi**, fissati dal bando regionale.

sostenere e rilanciare il commercio locale come presidio del territorio

favorire e sostenere il commercio di vicinato e quindi le micro e piccole imprese del commercio in sede fissa, nell'ottica anche di garantire al cittadino consumatore servizi di prossimità in un momento di forte presenza della grande distribuzione organizzata; favorire la creazione dei cosiddetti "centri commerciali naturali", ritenendo che essi possano costituire una reale alternativa alla grande distribuzione organizzata; sviluppare la competitività dei "centri commerciali naturali", assicurando complementarietà e integrazione con le attività di vendita su area pubblica; mantenere il livello di occupazione; rispondere, nell'immediato, alle necessità imposte dal COVID, ecc.

contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi

ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nei contesti urbani, a causa del quale si può avere una forte perdita identitaria, dunque culturale in senso lato; valorizzare i luoghi del commercio attraverso la riqualificazione di ambiti naturali del commercio urbano, sedi naturali di attività commerciali ed economiche in senso lato; sostenere e contribuire al rilancio dell'identità dei luoghi e percorsi naturali del commercio, ecc.

creare uno strumento di governance del territorio

creazione di un sistema strutturato e organizzato territorialmente; creare un sistema di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del distretto; promuovere l'aggregazione fra operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni, ecc

segundo il principio, emerso già in questa fase di analisi finalizzata alla definizione del DUC, che sia necessario, da una parte, **specializzare i luoghi in funzione della propria vocazione commerciale**, dall'altra, **attivare politiche sinergiche che ricompongano l'identità del Distretto nella sua interezza**.

Per le evidenze che sono già emerse, grazie anche al contributo delle associazioni, sia quelle di categoria, che quelle riconducibili al Terzo Settore, sono state individuate delle possibili **linee di intervento** che, innestandosi su una progettualità già avviata in questi ultimi anni dall'amministrazione comunale, potrebbero contribuire a rendere immediatamente operativo il Distretto, soprattutto se avallate dagli esiti della successiva Programmazione Strategica.

Tema della digitalizzazione

- ✓ interventi volti alla realizzazione di servizi innovativi fra gli operatori dell'area e a vantaggio dei consumatori;
- ✓ iniziative comuni per l'adozione di modalità alternative di organizzazione delle vendite, in affiancamento al canale fisico tradizionale (progetti di consegna delle merci a domicilio e creazione di un sistema organizzato e agile per la distribuzione delle merci, anche a favore della popolazione anziana o fragile);
- ✓ progetti sinergici con settori quali il turismo, la cultura e l'arte, etc. volti alla valorizzazione del territorio del distretto attraverso la predisposizione di opportuni itinerari.

Tema del sostegno agli esercizi di prossimità

- ✓ interventi di sostegno per la competitività dei centri commerciali naturali (anche con supporto economico alle imprese);
- ✓ adozione di nuove modalità strutturali, organizzative e operative per l'adeguamento delle attività alle nuove esigenze di sicurezza e protezione (a fronte dell'emergenza sanitaria in atto).

Tema della qualificazione urbana

- ✓ interventi inerenti il design urbano e gli spazi pubblici, con particolare attenzione alla all'arredo urbano (dehors e segnaletica/arredo smart), all'accessibilità e alla sistemazione della viabilità (marciapiedi e illuminazione pubblica).

Tema della comunicazione e marketing

- ✓ azioni di promozione finalizzate esclusivamente alla rivitalizzazione della rete distributiva e ad aumentarne l'attrattività;
- ✓ formazione, informazione e servizi di accompagnamento degli imprenditori e degli addetti del settore della distribuzione;
- ✓ progetti sinergici con settori quali il turismo, la cultura e l'arte, etc. volti alla valorizzazione del territorio del distretto attraverso la predisposizione di opportuni itinerari.

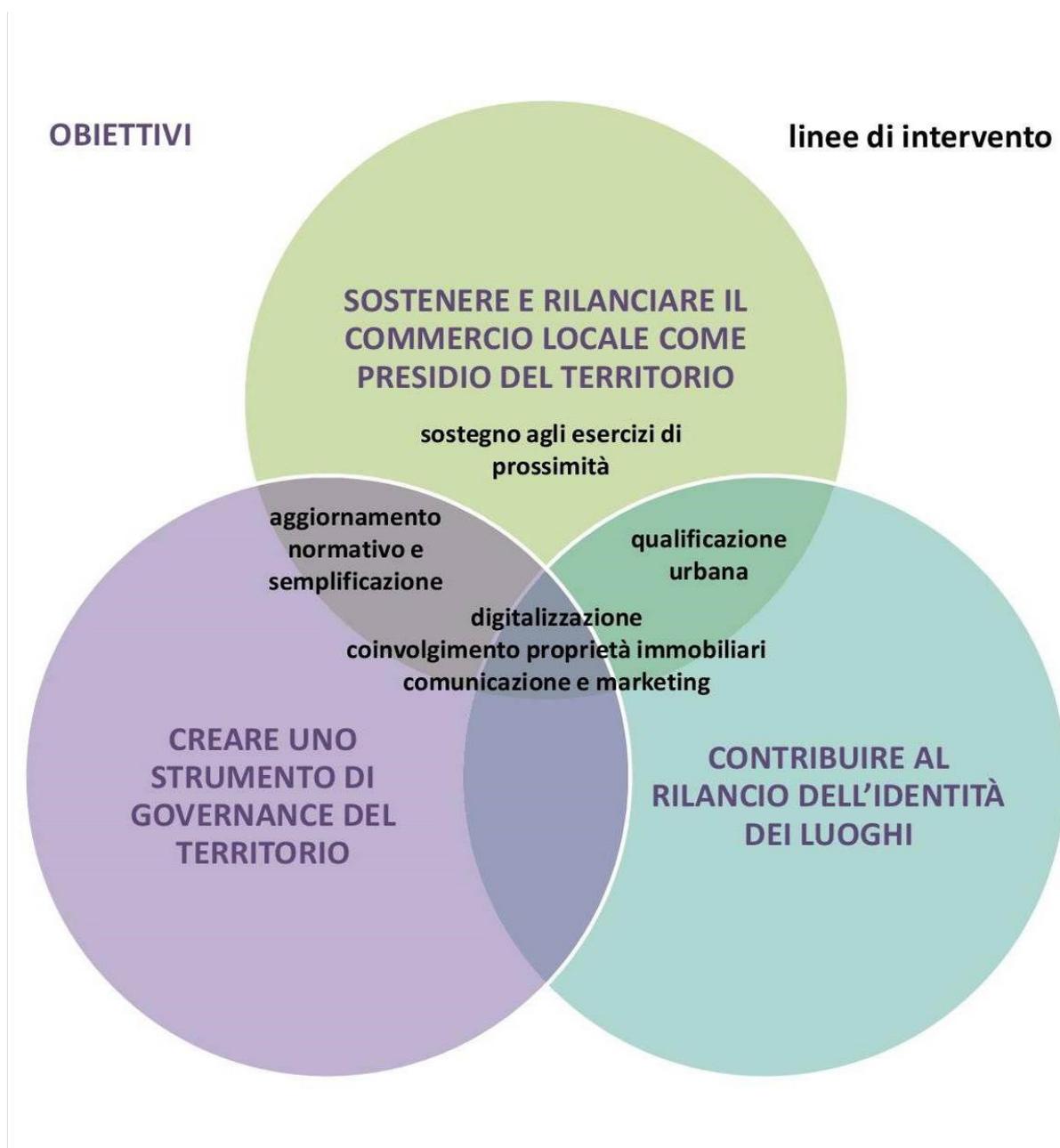
Tema del coinvolgimento delle proprietà immobiliari

- ✓ politiche attive sul riuso degli spazi sfitti;
- ✓ misure di fiscalità di vantaggio per promuovere iniziative o progettualità compatibili con la tutela e promozione dell'ambiente urbano.

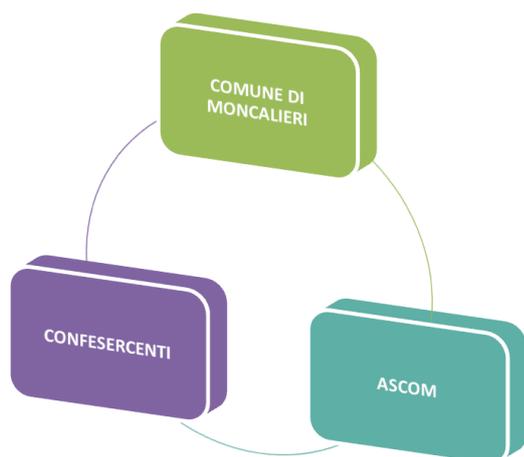
Tema dell'aggiornamento normativo e delle politiche insediative nel Distretto

- ✓ adeguamento delle politiche insediative nel Distretto;
- ✓ significative semplificazioni amministrative per l'area di distretto;
- ✓ iniziative in tema di welfare aziendale e coinvolgimento di imprese e utenza su tematiche di benessere sociale.

Nel grafico successivo è evidenziato come ciascuna linea di azione vada a soddisfare il raggiungimento degli obiettivi prefissati: alcuni assi perseguono contemporaneamente più fini (vedi aree di intersezione) e, giustamente, gli interventi sono "sbilanciati" sull'obiettivo "Sostenere e rilanciare il commercio locale come presidio del territorio", che è la ragion d'essere della costituzione del distretto del commercio.



2.3 ATTORI



L'operatività del DUC di Moncalieri sarà tanto più efficace, quanto più ampio è il consenso ottenuto dall'iniziativa e quanto maggiori sono le forze messe in campo per il raggiungimento degli obiettivi, definiti e condivisi con il programma strategico.

Come già in precedenza evidenziato, la platea è sicuramente ampia: oltre al ruolo prioritario delle **associazioni di categoria** coinvolti assieme all'amministrazione nella sottoscrizione dell'**Accordo** che da input alla procedura di riconoscimento del distretto, il Comune ha già

trovato un valido sostegno in alcune delle numerose **associazioni del Terzo Settore**, attive sul territorio, ed è concreta la possibilità di accrescere ulteriormente il numero di adesioni.

Inoltre, il progetto sulla realizzazione del distretto ha ottenuto il *placet* della **Camera di Commercio di Torino e Provincia**, e della **Federazione Provinciale Coldiretti Torino** che potranno offrire il loro contributo, grazie anche all'esperienza di collaborazione maturata in questi ultimi anni con l'attivazione di un tavolo permanente di concertazione con l'amministrazione per definire le politiche di intervento sul sistema commerciale del territorio.

È comunque imprescindibile l'appoggio e l'apporto delle **imprese commerciali, e non**, presenti nel distretto, poiché è partendo dal basso che si creano strumenti di *governance* del territorio e si individuano azioni calibrate sulle realtà che le ha promosse.

In questo processo, che dovrebbe dapprima portare alla sottoscrizione del Protocollo di Intesa, e poi alla realizzazione nel medio e lungo periodo delle iniziative previste, è necessario il supporto di una competenza tecnica che possa svolgere attività di **accompagnamento al partenariato**, che possa cooperare assieme al **manager del distretto** per l'allargamento delle adesioni.

partenariato

2.4 STRUMENTI PROGETTUALI

Per l'attivazione del Distretto Urbano del Commercio è necessario individuare delle strategie sinergiche di sviluppo economico mediante la redazione e condivisione di un **Programma strategico di interventi**.

programma strategico

Tale strumento dovrà essere articolato in due parti definite:

1. analisi del DUC come un sistema complesso inserito in un ambiente di riferimento, valutando i seguenti aspetti:

- caratterizzazione commerciale dell'area (con rilievo puntuale delle attività - quali esercizi commerciali, pubblici esercizi, attività artigianali, paracommerciali, ricettive, finanziarie, assicurative, servizi, ecc. -, delle esteriorità, delle vetrine sfitte, dei vuoti urbani, ecc.), anche mediante interviste mirate;
- censimento delle attività produttive in sofferenza economica in caso di eventi calamitosi o emergenze perduranti e verifica dei *trend* di crescita della rete commerciale ed economica, anche in funzione delle singole merceologie;

- analisi puntuale degli interventi di qualificazione e dell'arredo urbano già realizzati, onde verificare quali siano gli interventi strutturali da implementare ai fini della fruizione e valorizzazione dell'area;
- analisi puntuale dei flussi generati sia dalla rete commerciale, che dalle altre attività esistenti nel territorio (ad esempio attrattori culturali, eventi e manifestazioni, vari servizi pubblici, ecc) e dell'interrelazione tra gli stessi, al fine di verificare in che modi e con quali tempi i luoghi del commercio siano frequentati;
- analisi del sistema della viabilità e delle modalità di fruizione degli spazi.

con ulteriori approfondimenti che potranno essere richiesti *in itinere*.

2. piano strategico degli interventi che, partendo dall'analisi dei punti di forza e di debolezza del sistema, formalizzi obiettivi, linee di intervento e azioni da realizzare nel **primo triennio** di operatività del DUC o da perseguire con **attività di medio-lungo periodo**.

Rispetto alle azioni realizzabili, come già precedentemente esposto, si è provato a delineare un quadro di **azioni** coerenti con l'idea di sviluppo del distretto commerciale e con la sua caratterizzazione spaziale. I temi individuati, infatti, contribuiscono a delineare il perimetro "di senso" dell'azione del distretto, anche nell'ottica di ottimizzazione delle risorse disponibili, in continuità con progettualità già esistenti sul territorio: si pensi, ad esempio, all'intervento sulla digitalizzazione, che potrà essere efficace solo se esteso all'intera scala territoriale del distretto, al pari delle altre azioni. Per gli aspetti legati alla qualificazione degli spazi mediante interventi strutturali o di arredo urbano, si procederà nel breve periodo con progetti più puntuali, all'interno di un quadro di valorizzazione complessivo del distretto da attuare nel lungo periodo.

TEMI	Descrizione	Intervento su distretto	Interventi puntuali
Tema della digitalizzazione	<p>interventi volti alla realizzazione di servizi innovativi fra gli operatori dell'area e a vantaggio dei consumatori</p> <p>iniziative comuni per l'adozione di modalità alternative di organizzazione delle vendite, in affiancamento al canale fisico tradizionale (progetti di consegna delle merci a domicilio e creazione di un sistema organizzato e agile per la distribuzione delle merci, anche a favore della popolazione anziana o fragile)</p> <p>progetti sinergici con settori quali il turismo, la cultura e l'arte, etc. volti alla valorizzazione del territorio del distretto attraverso la predisposizione di opportuni itinerari</p>	✓	
Tema del sostegno agli esercizi di prossimità	<p>interventi di sostegno per la competitività dei centri commerciali naturali (anche con supporto economico alle imprese);</p> <p>adozione di nuove modalità strutturali, organizzative e operative per l'adeguamento delle attività alle nuove</p>	✓	



	esigenze di sicurezza e protezione (a fronte dell'emergenza sanitaria in atto)		
Tema della qualificazione urbana	interventi inerenti il design urbano e gli spazi pubblici, con particolare attenzione alla all'arredo urbano (dehors e segnaletica/arredo smart), all'accessibilità e alla sistemazione della viabilità (marciapiedi e illuminazione pubblica)	✓ dehors segnaletica e arredo smart	✓ Marciapiedi, illuminazione e riqualificazione lungo gli assi commerciali
Tema della comunicazione e marketing	azioni di promozione finalizzate esclusivamente alla rivitalizzazione della rete distributiva e ad aumentarne l'attrattività formazione, informazione e servizi di accompagnamento degli imprenditori e degli addetti del settore della distribuzione progetti sinergici con settori quali il turismo, la cultura e l'arte, etc. volti alla valorizzazione del territorio del distretto attraverso la predisposizione di opportuni itinerari	✓	
Tema del coinvolgimento delle proprietà immobiliari	politiche attive sul riuso degli spazi sfitti misure di fiscalità di vantaggio per promuovere iniziative o progettualità compatibili con la tutela e promozione dell'ambiente urbano	✓	
Tema dell'aggiornamento normativo e delle politiche insediative nel Distretto	adeguamento politiche insediative significative semplificazioni amministrative per l'area di distretto; iniziative in tema di welfare aziendale e coinvolgimento di imprese e utenza su tematiche di benessere sociale	✓	

In concomitanza all'analisi dovrà essere implementata **l'attività di accompagnamento al partenariato**: in questa prima fase l'idea di costituzione del distretto è partita dalla collaborazione tra la **pubblica amministrazione** e le **associazioni di categoria**, oltre che da alcune associazioni del Terzo Settore operative sul territorio: queste strutture hanno anche un ruolo divulgativo e di leva presso i propri associati, ai fini della costruzione di una idea di sviluppo condivisa.

Su questo aspetto occorrerà lavorare ulteriormente soprattutto su tre fronti:

- aumentare la base del consenso, coinvolgendo nel processo il più ampio e rappresentativo numero di attori, portatori di interessi e di capacità;
- far emergere la percezione che attualmente ciascuno ha rispetto ai punti di forza e debolezza del sistema e delle opportunità/minacce che ne derivano;

- elaborare collegialmente l'idea di sviluppo futuro del Distretto, gli obiettivi, le strategie e le linee di azione, affinché ciascuno possa sentirsi partecipe e responsabile della sua valorizzazione.

Anche l'esito di questo processo deve essere poi raccolto nel Programma Strategico, che diventa parte sostanziale del **Protocollo d'Intesa** sottoscritto tra tutte le parti aderenti al Distretto e avente una validità temporale di almeno tre anni.

Per la formalizzazione di questo documento, che dovrà essere prodotto nell'arco di **quattro mesi**, occorre altresì che le parti coinvolte definiscano le modalità di gestione del Distretto, individuando i soggetti che espletano le seguenti funzioni:

- **funzioni di indirizzo politico strategico**, che potrebbero essere attribuite ai rappresentanti delle parti aderenti;
- **funzioni operative**, che potrebbero vedere impegnato, da una parte, un organo di gestione avente responsabilità organizzative, dall'altra, una figura manageriale con funzione di coordinamento e sostegno operativo e progettuale del distretto.

Il Protocollo di Intesa dovrà dunque stabilire l'ordinamento del Distretto, le modalità di scelta dei suoi organi, le modalità di scelta del manager di Distretto, il suo profilo e le sue competenze, le modalità di coinvolgimento di altri soggetti ecc.

Affinché non si produca uno scollamento tra quanto definito nel Programma Strategico e le scelte che il Distretto vorrà compiere in fase di realizzazione degli interventi, è importante che il **partenariato stabile** partecipi attivamente alla costruzione del Programma, cercando sin dalle prime fasi il supporto di quelle forze che troveranno rappresentatività all'interno degli organi di indirizzo politico e di gestione del futuro distretto.

A tal proposito, al fine di rafforzare la capacità operativa del Distretto, i soggetti che si impegnano nella sua realizzazione, mediante sottoscrizione dell'Accordo di cui all'art. 18^{ter} comma 3 della L.R. n. 28/1999, hanno concordato di fare ricorso alla figura del **manager del Distretto**, con le seguenti modalità: nella fase che porta alla sottoscrizione del Protocollo, tale ruolo sarà rivestito dal personale dipendente del Comune di Moncalieri, come dimostrato dalla documentazione da allegare all'istanza di partecipazione al Bando; successivamente, in linea con l'arco temporale di realizzazione del protocollo e con la caratterizzazione curriculare ivi stabilita, sarà individuato un soggetto esterno a cui conferire un incarico libero professionale.

Al manager di distretto competono le seguenti funzioni:

- fornire un contributo in fase di predisposizione del Programma Strategico e aggiornare l'analisi strategica del mercato/territorio di riferimento nel triennio di operatività per confermare/riformulare ipotesi di obiettivi di sviluppo a lungo termine;
- effettuare la gestione delle attività/servizi del Distretto commerciale;
- sviluppare il partenariato del Distretto commerciale;
- effettuare il monitoraggio/valutazione delle attività/servizi realizzati nel Distretto commerciale.

Ai fine di arrivare alla sottoscrizione del Protocollo di Intesa è necessario che le parti definiscano le modalità di finanziamento delle attività, una volta chiarite le opportunità offerte dai finanziamenti regionali e dalla disponibilità di fondi pubblici e privati.

protocollo
d'intesa

manager del
Distretto

piano di
marketing e di
comunicazione

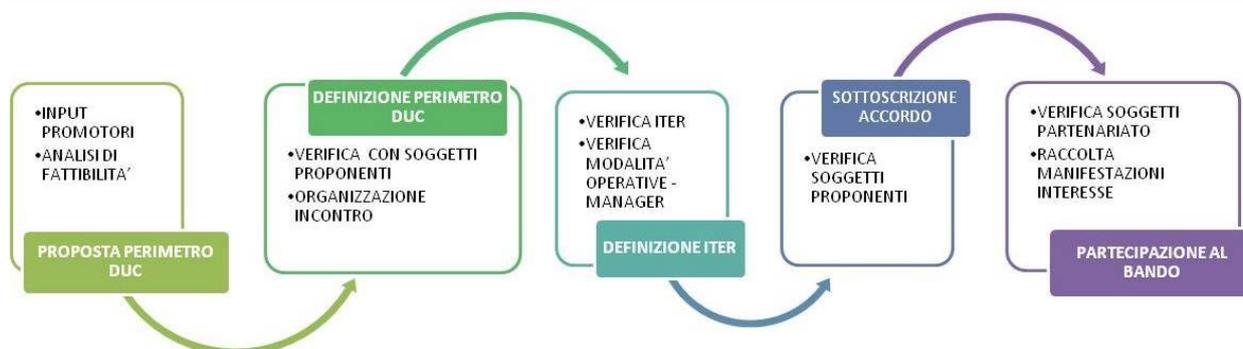
Un ultimo strumento progettuale che si intende mettere in campo per l'attivazione del distretto è la definizione di un **piano di marketing e di comunicazione**, mirato al raggiungimento di due obiettivi:

- formare e coinvolgere il più significativo numero di soggetti chiamati a essere parte attiva nella realizzazione del distretto;
- informare il più ampio e vario numero di persone dell'esistenza del Distretto e dei suoi elementi di attrazione.

Tale aspetto è di fondamentale importanza per garantire il successo di questa iniziativa, perché può essere considerato uno strumento valido per la costruzione dell'identità del luogo e per **comunicare l'idea di sviluppo futura prevista per il Distretto**. Rientra in questa progettualità il definire la denominazione del Distretto e la scelta del *brand* da comunicare, anche mediante lo strumento del logo, così come la campagna pubblicitaria e di promozione necessaria per arrivare alla sottoscrizione del Protocollo d'Intesa, informando poi del compimento dell'iniziativa.

3 QUADRO SINTETICO

Per la stesura della **relazione di fattibilità** si è seguito un iter indicativamente riassumibile con il diagramma sotto riportato:



A seguito di un auspicabile accreditamento ai sensi del bando regionale, per la costituzione del distretto e l'avvio della sua attività, si prevede l'attivazione di **quattro percorsi**, finalizzati, da una parte, alla stesura del programma strategico degli interventi; dall'altra, al coinvolgimento del più ampio numero di soggetti nella sottoscrizione del Protocollo di Intesa (che dovrà essere inviato ai competenti uffici regionali **entro 4 mesi** dall'eventuale accreditamento), ossia:

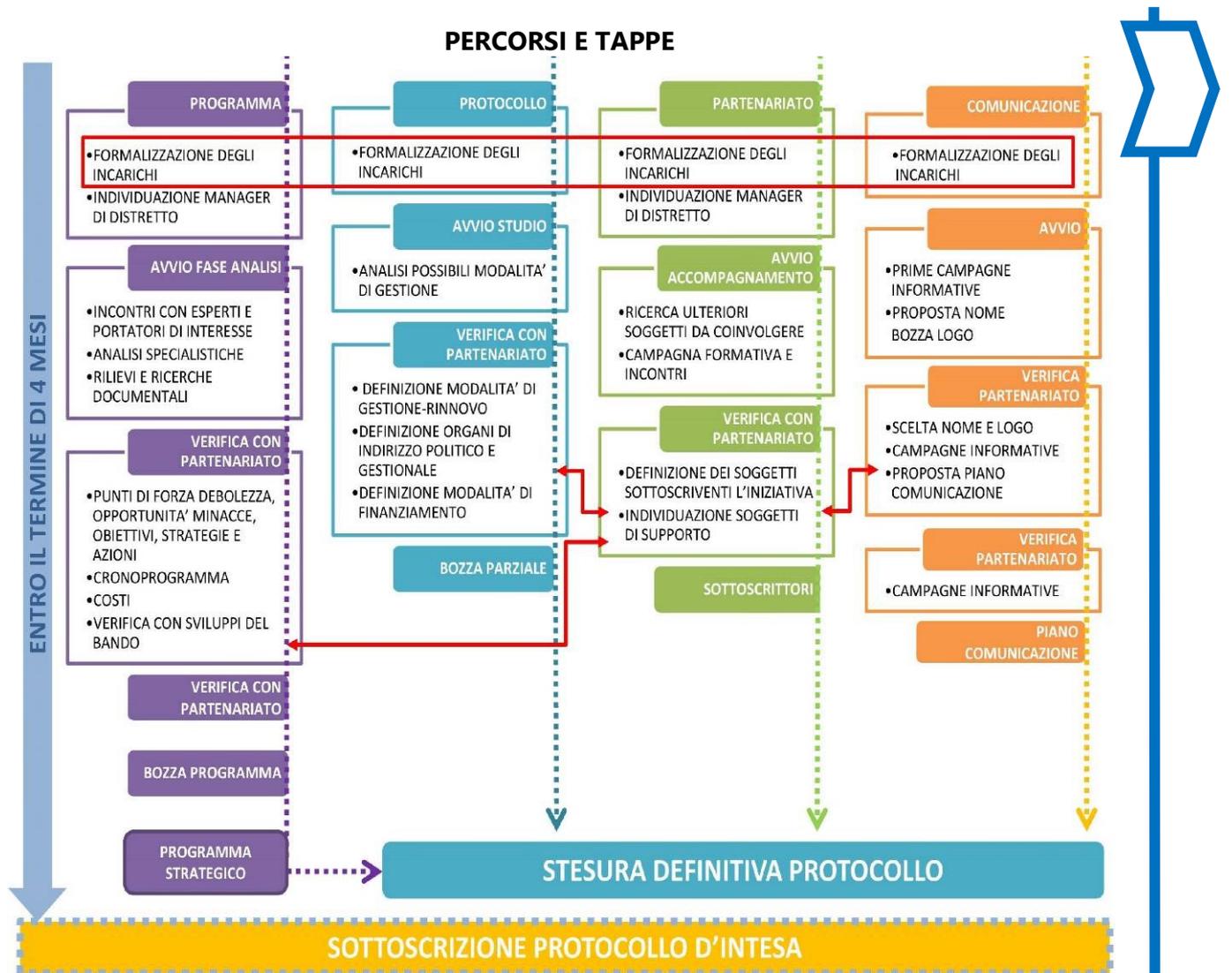
4 percorsi

- 1 stesura e approvazione del **Programma Strategico**;
- 2 stesura e sottoscrizione, da parte dei soggetti aderenti all'iniziativa, del **Protocollo d'Intesa**, che dovrà anche recepire le strategie elaborate nel precedente documento;
- 3 definizione dei soggetti che formalizzano il **partenariato** mediante la sottoscrizione del protocollo, grazie agli esiti dell'attività di accompagnamento;
- 4 elaborazione di un primo piano di **comunicazione** finalizzato alla promozione dell'iniziativa e a coinvolgere il più alto numero di soggetti sottoscrittori l'Intesa e promuovere, in una seconda fase, la conoscenza dell'esistenza del Distretto.

Tali percorsi sono naturalmente **interconnessi** e devono prevedere azioni a volte concomitanti, a volte conseguenti, a volte cicliche: ad esempio, la comunicazione sull'esistenza dell'iniziativa è propedeutica all'allargamento della base del partenariato, che sottoscrive poi l'Intesa, così come l'elaborazione delle strategie da mettere in atto deve comunque scaturire dalla collaborazione di tutti gli attori coinvolti nel processo.

In questa fase è dunque necessaria un'importante azione di coordinamento tra i vari soggetti impegnati nei diversi percorsi e si prevede che la figura del **manager del Distretto** intervenga sin da subito a organizzare i processi e a indirizzare eventuali scelte strategiche, anche per garantire continuità con quanto si dovrà porre in atto dopo la sottoscrizione del Protocollo (che prevede almeno un esercizio triennale).

Nella figura seguente si è provato a dividere "a tappe" ciascun percorso, pur nella consapevolezza degli incroci esistenti e della necessità di ritornare su alcune, in termini di *feed back*.



Inoltre, sono stati evidenziati gli obiettivi che i promotori intendono raggiungere con l'attivazione del DUC, sebbene l'individuazione puntuale delle linee di intervento e delle azioni sarà definito successivamente al possibile accreditamento del Distretto, con la redazione e condivisione del Programma Strategico degli interventi.

OBIETTIVI

SOSTENERE E
RILANCIARE IL
COMMERCIO
LOCALE COME
PRESIDIO DEL
TERRITORI

Tema della
digitalizzazione

Tema della
qualificazione
urbana

Tema della
comunicazione e
marketing

Tema del sostegno
agli esercizi di
prossimità

Tema del
coinvolgimento delle
proprietà immobiliari

Tema
dell'aggiornamento
normativo e delle
politiche insediative
nel Distretto

CONTRIBUIRE
AL RILANCIO
DELL'IDENTITÀ
DEI LUOGHI

Tema della
digitalizzazione

Tema della
qualificazione
urbana

Tema della
comunicazione e
marketing

Tema del
coinvolgimento delle
proprietà immobiliari

CREARE UNO
STRUMENTO
DI
GOVERNANCE
DEL
TERRITORIO

Tema della
digitalizzazione

Tema della
comunicazione e
marketing

Tema del
coinvolgimento delle
proprietà immobiliari

Tema
dell'aggiornamento
normativo e delle
politiche insediative
nel Distretto



4 QUADRO ECONOMICO

Proposta di definizione del quadro economico di spesa delle iniziative propedeutiche all'individuazione e costituzione del Distretto Urbano del Commercio, al suo avvio e alla predisposizione di un programma strategico di interventi:

AZIONI	Preventivo
Spese per la predisposizione del programma strategico di interventi per il Distretto del Commercio (DUC), comprensive di analisi diagnostiche, approfondimenti specialistici, ecc.	15.000,00€
Spese per la definizione e sottoscrizione del protocollo d'intesa obbligatorio necessario all'individuazione, funzionamento e costituzione del Distretto del Commercio, comprensive di attività di accompagnamento al partenariato, consulenze specialistiche, attività di informazione, ecc	2.000,00€
Spese di formazione, di comunicazione e di marketing territoriale per il coinvolgimento del maggior numero possibile di imprese del commercio nell'esperienza del Distretto del Commercio e per la promozione dell'iniziativa	4.000,00€
Spese di incarico di un manager di Distretto (figura reperita inizialmente nell'organico del Comune, con dichiarazione di intenti del Sindaco)	4.000,00€
IPOTESI TOTALE	25.000,00€

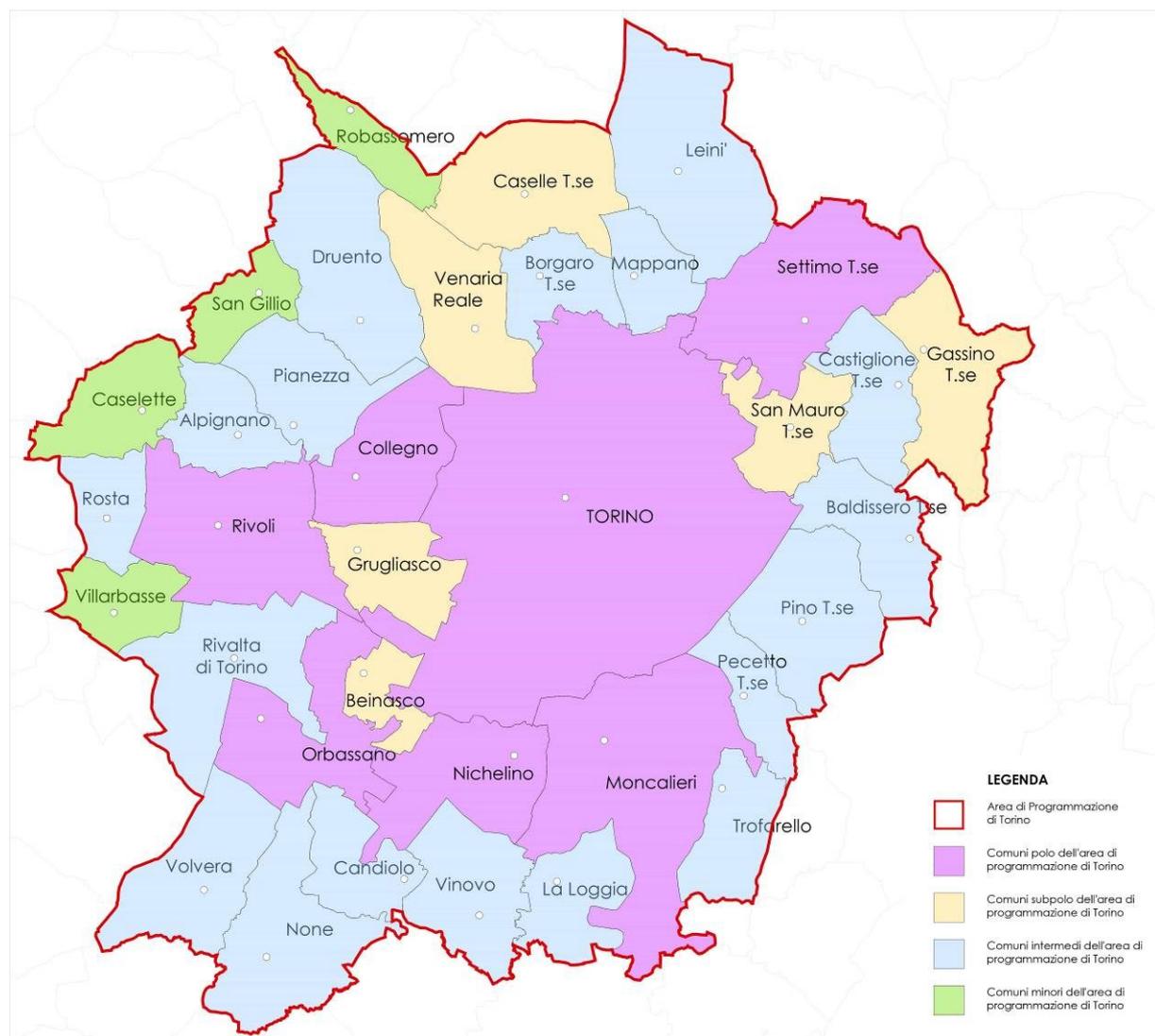
ALLEGATO

Area di Programmazione Commerciale

Gli Indirizzi di Programmazione regionale definiscono l'Area di Programmazione Commerciale Metropolitana quale l'ambito territoriale delimitato dal centro metropolitano di Torino (comune attrattore), dai comuni con esso confinanti e da altri comuni circostanti, per un totale di 33 comuni posti a corona di Torino, centro attrattore per tutta una serie di funzioni, tra cui quella commerciale.

L'estensione territoriale del capoluogo, con la sua densità abitativa elevata, ha portato la presenza delle attività distributive a livelli molto elevati, anche se negli ultimi anni la corona di grandi strutture che si sono posizionate in aree più consone (per facilità di fruizione e per valori immobiliari più convenienti) ha di fatto attivato una competitività che ha coinvolto la rete torinese insieme alla diminuzione della popolazione in cerca di ambiti più vivibili.

La dimensione di quest'area è sicuramente troppo elevata per ritenere che la rete distributiva di Moncalieri possa esprimere degli effetti nei confronti di comuni come Settimo Torinese o Rivoli (e viceversa), ma si è considerato ugualmente tale ambito per avere un quadro di riferimento il più ampio possibile.

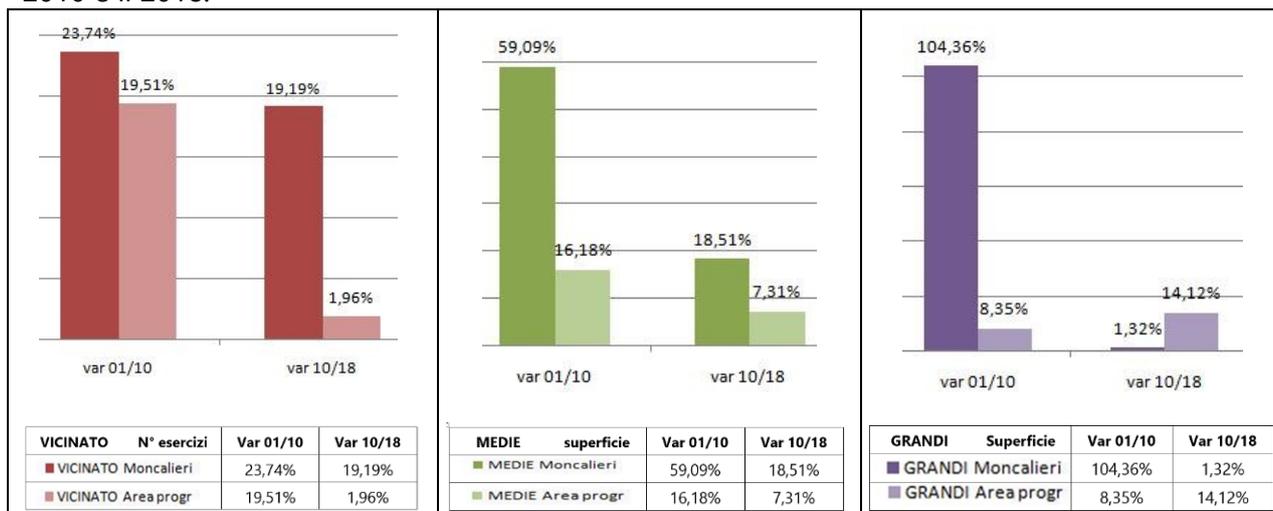


L'immagine appena riportata rileva la composizione dell'Area di Programmazione Commerciale di Torino, con evidenziato il livello gerarchico dei comuni appartenenti, ove il viola indica i comuni Polo, il giallo i comuni sub polo, l'azzurro i comuni intermedi e il verde i comuni minori.

Anche il Comune di Moncalieri ha partecipato a questa modifica evolutiva della rete distributiva dell'area di programmazione, mostrando una elevata dinamicità del proprio sistema.

Si può subito evidenziare infatti come la rete distributiva di Moncalieri in valori assoluti sia cresciuta negli anni dal 2001 al 2018 in maniera nettamente superiore rispetto a quanto accaduto nella Area di Programmazione, con andamenti diversi nel primo decennio rispetto al secondo preso in considerazione.

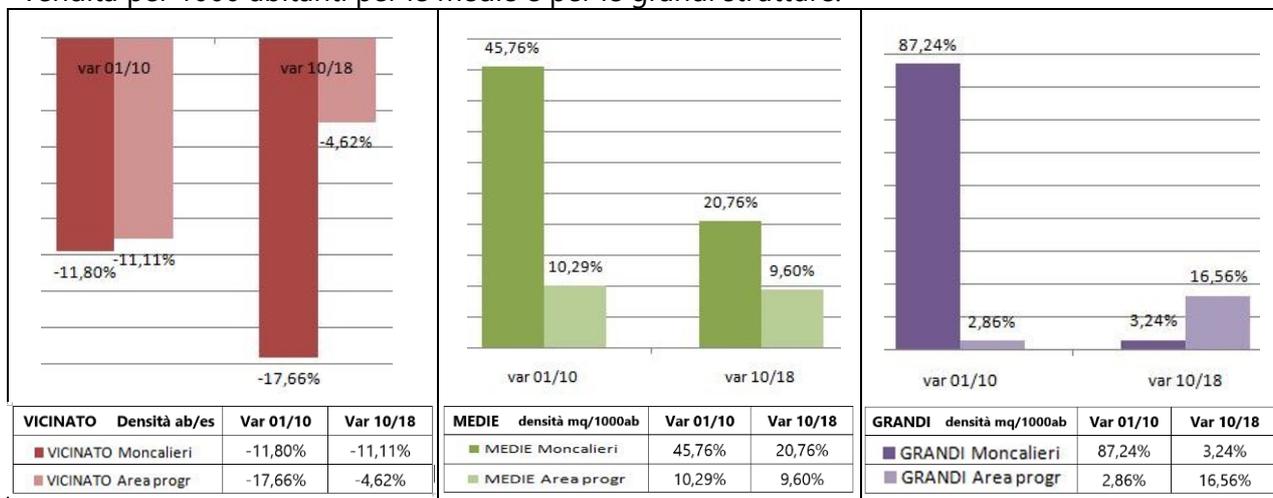
Si riportano di seguito le **variazioni percentuali del numero di esercizi di vicinato e della superficie di vendita** delle medie e delle grandi strutture avvenute tra il 2001 e il 2010 e tra il 2010 e il 2018.



Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

A una crescita percentualmente superiore riscontrabile a Moncalieri rispetto all'area di programmazione per il vicinato e per le medie, le grandi strutture invece mostrano una inversione di tendenza con un incremento maggiore intervenuto nell'area di programmazione nell'ultimo decennio preso in considerazione.

Analoga situazione la si riscontra nel momento in cui si prendono in considerazione i **valori relativi alle densità**, riportando la variazione percentuale tra il 2001 e il 2010 e tra il 2010 e il 2018 dei valori delle densità degli abitanti per esercizio nel caso del vicinato e della superficie di vendita per 1000 abitanti per le medie e per le grandi strutture.



Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

Si è assistito a una crescita molto elevata di Moncalieri rispetto all'Area di Programmazione nel primo decennio preso in considerazione e una ulteriore crescita però più contenuta nel secondo decennio, con una espansione delle grandi strutture maggiore complessivamente nell'area.

Il vicinato ha visto decrescere in maniera importante il valore nel secondo decennio, indice di una crescita degli esercizi di piccole dimensioni nonostante la crescita intervenuta nelle altre due tipologie.

L'analisi condotta fino ad ora prende in considerazione solo i valori assoluti che si possono riscontrare nei due ambiti territoriali esaminati, senza però evidenziare i rapporti di forza esistenti.

Si sono volute pertanto prendere in esame le variazioni del peso percentuale che i valori del numero di esercizi di vicinato e la superficie delle medie e delle grandi strutture fanno riscontrare tra Moncalieri e l'ambito di riferimento dell'Area di Programmazione Commerciale.

Questa elaborazione consente di individuare nel corso del lasso temporale dei due decenni presi in esame, quale è stata la modifica intervenuta nel peso dell'elemento che si sta analizzando, fornendo la variazione intervenuta.

Più alto è il valore assunto dalla percentuale, maggiore è il fenomeno che si è verificato in quel periodo di tempo.

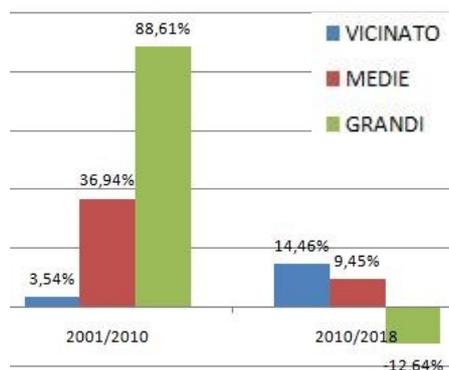
Il primo confronto lo si è fatto mettendo in relazione il peso del numero di esercizi di vicinato e la superficie di vendita delle medie e delle grandi strutture presenti a Moncalieri rispetto a quelle dell'Area di Programmazione Commerciale.

Si rileva che mentre nel primo decennio considerato tutte tre le tipologie hanno fatto verificare un aumento del peso del Comune rispetto al complesso dell'Area di Programmazione con percentuali anche molto elevate, in particolare per le grandi strutture, nel decennio successivo a un incremento del peso percentuale del vicinato si è assistito a una diminuzione contenuta per le medie strutture mentre le grandi hanno perso nettamente peso rispetto all'Area.

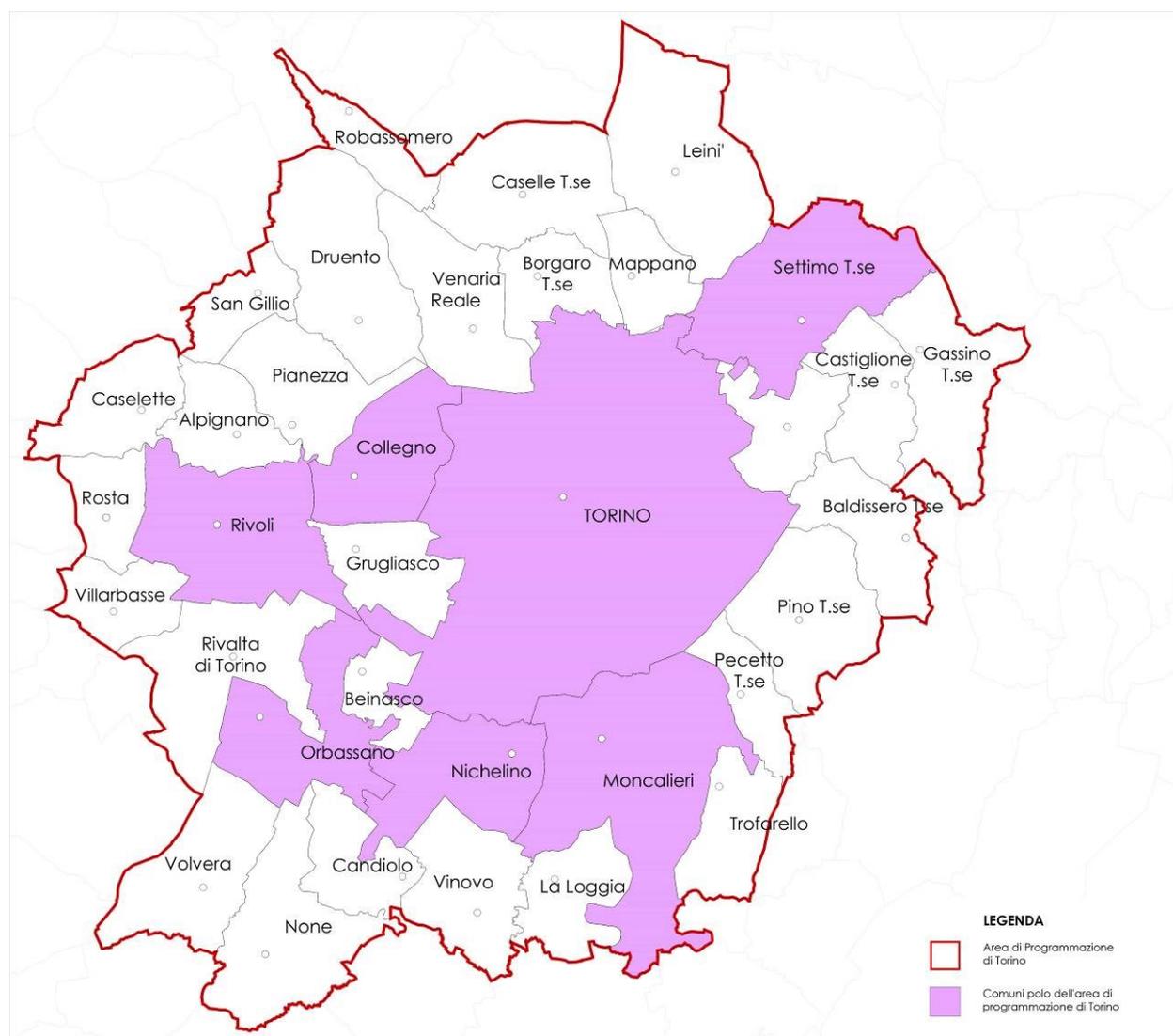
VARIAZIONE PERCENTUALE DEL PESO PROPORZIONALE DI MONCALIERI SU AREA PROGRAMMAZIONE TRA IL 2001 E IL 2010 E TRA IL 2010 E IL 2018

APC	anno 2001	anno 2010	anno 2018	2001/2010	2010/2018
ES VICINATO	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	3,37%	3,49%	4,08%	3,54%	14,46%
SV MEDIE	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	3,84%	5,26%	5,81%	36,94%	9,45%
SV GRANDI	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	5,60%	10,57%	9,38%	88,61%	-12,64%

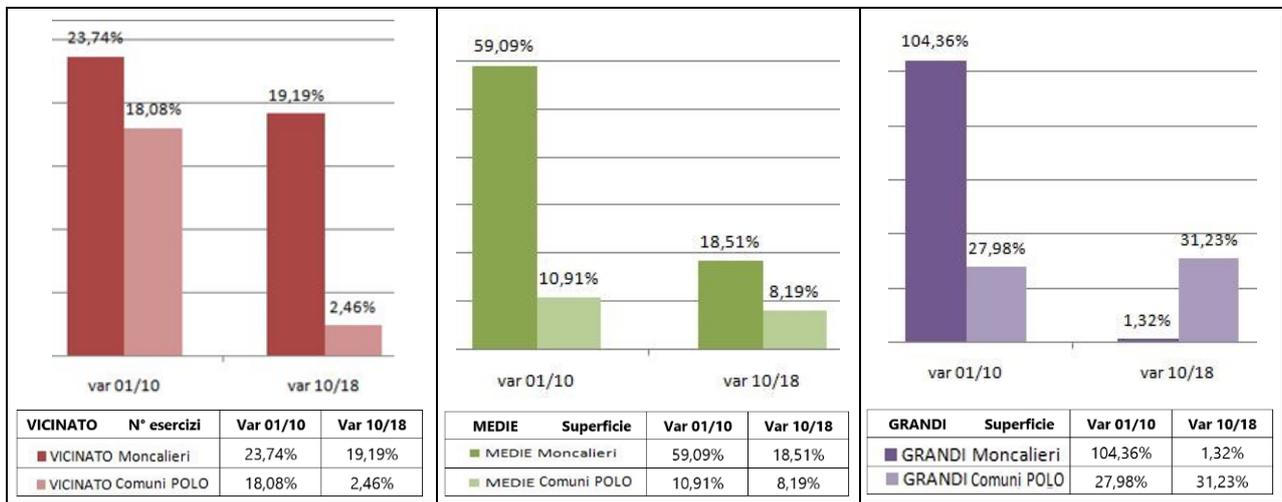
Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri



All'interno dell'Area di Programmazione Commerciale di Torino, oltre al capoluogo che viene classificato a parte come comune metropolitano, sono presenti altri 6 comuni classificati come Polo e più precisamente Moncalieri, Settimo Torinese, Collegno, Rivoli, Orbassano e Nichelino.



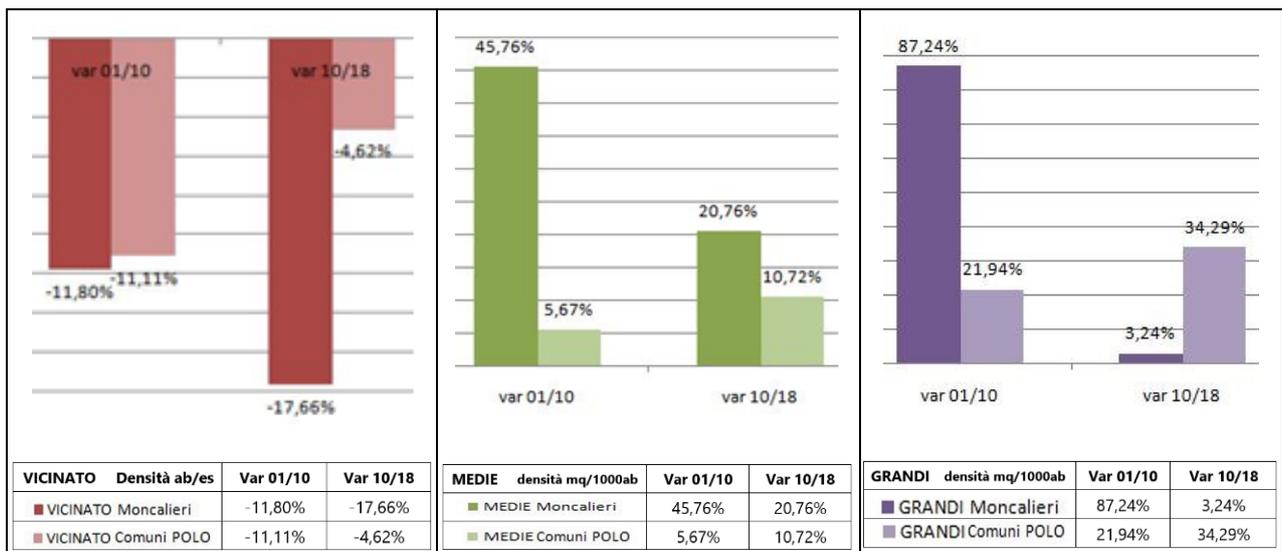
Se si va a confrontare quanto è successo a Moncalieri rispetto ai comuni di pari livello gerarchico appartenenti all'Area di Programmazione di Torino, la situazione non si discosta particolarmente, evidenziando un situazione di generale uniformità con l'eccezione delle grandi strutture che sono aumentate nei comuni polo in maniera considerevole solo nell'ultimo decennio rispetto a quanto accaduto a Moncalieri, che ha presentato un raddoppio nelle presenze di queste strutture distributive nel primo decennio con una logica fermata nel secondo.



Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

Anche i rapporti di densità seguono lo stesso andamento evidenziando una crescita dei negozi di piccole dimensioni così come avvenuto per le medie strutture mentre le grandi dopo la crescita esponenziale del primo decennio considerato hanno presentato un tasso di crescita molto più modesto rispetto ai comuni di pari livello gerarchico.

In pratica lo sviluppo di questa tipologia è avvenuto più presto a Moncalieri rispetto agli altri comuni di pari livello gerarchico.



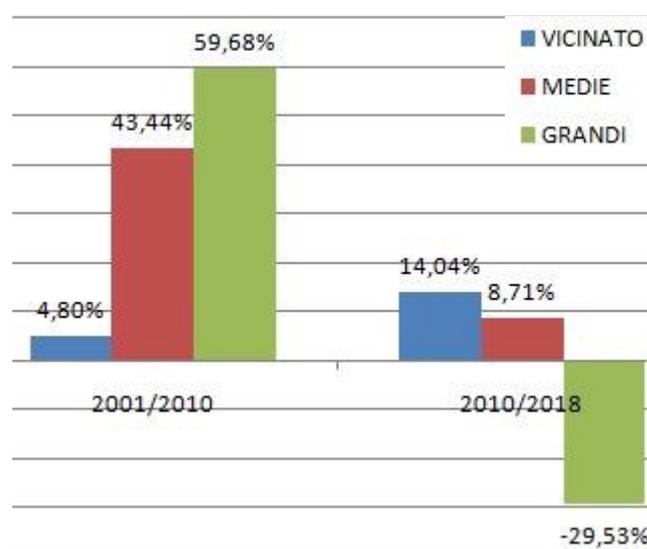
Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

Anche per questa ripartizione territoriale si sono calcolate le variazioni percentuali del peso proporzionale tra la rete di Moncalieri e quella presente nei comuni di pari livello gerarchico (comuni Polo).

VARIAZIONE PERCENTUALE DEL PESO PROPORZIONALE DI MONCALIERI SUI COMUNI POLO TRA IL 2001 E IL 2010 E TRA IL 2010 E IL 2018

POLO	anno 2001	anno 2010	anno 2018	2001/2010	2010/2018
ES VICINATO	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	3,81%	3,99%	4,64%	4,80%	14,04%
SV MEDIE	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	4,61%	6,62%	7,25%	43,44%	8,71%
SV GRANDI	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	10,96%	17,49%	13,51%	59,68%	-29,53%

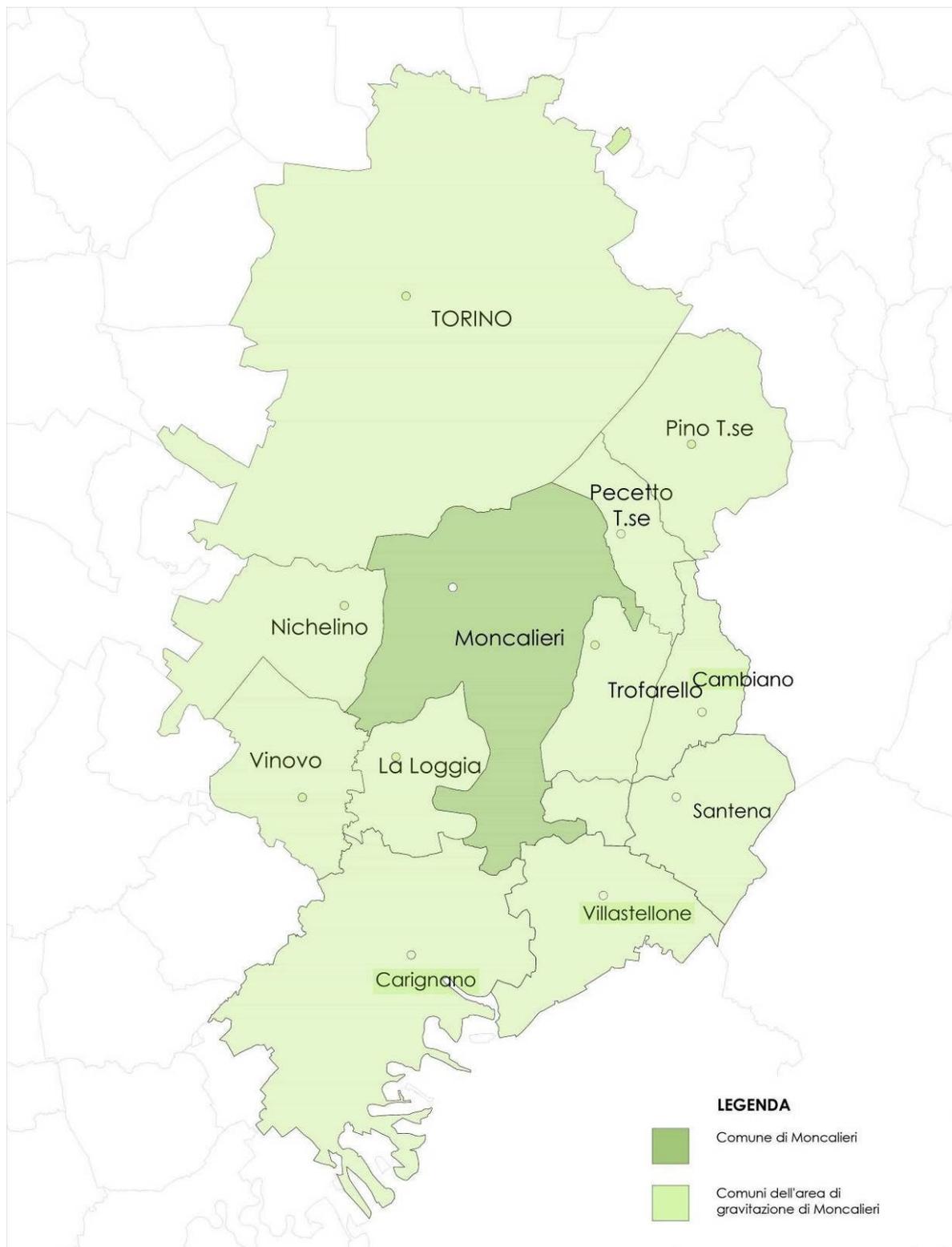
Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri



Interessante è soffermarsi sul dato relativo al confronto con i comuni Polo, da dove si può osservare che le grandi superfici hanno evidenziato nel decennio 2001/2010 una variazione del peso "solo" del 60% circa (le altre due tipologie si attestano sull'80/90%) indicando che nei comuni polo dell'area di programmazione lo sviluppo di questi esercizi è stato importante o quanto meno a Moncalieri non si è espresso su valori elevati.

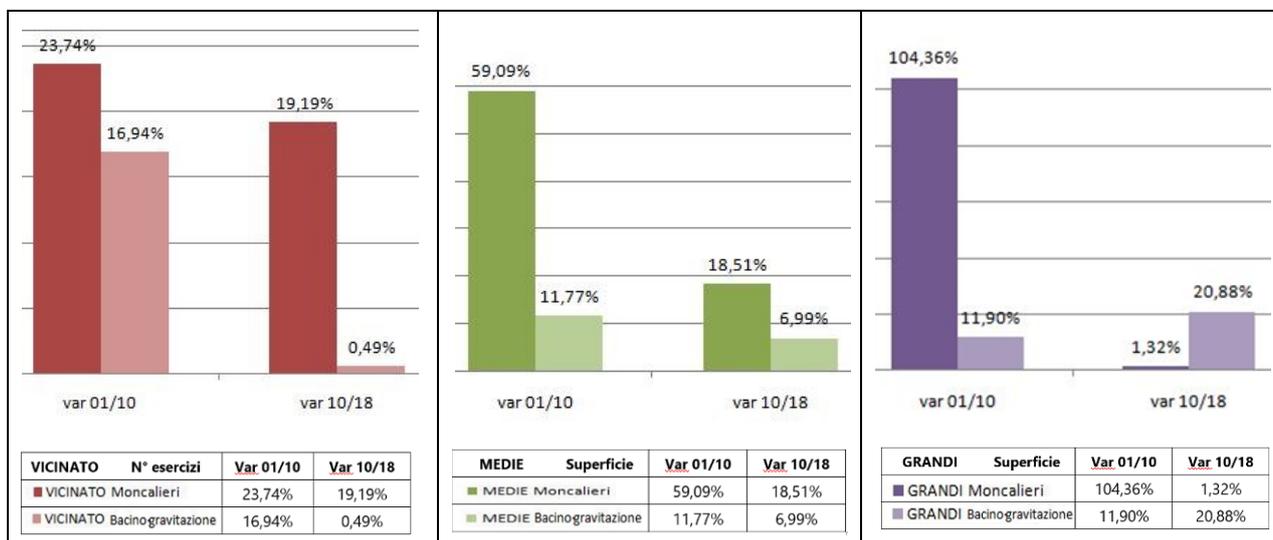
Bacino di Gravitazione

Per circoscrivere l'ambito di analisi a una porzione di territorio maggiormente legato sia per abitudini che per vicinanza, si è definito un Bacino di Gravitazione che comprende i seguenti comuni: Cambiano, Carignano, La Loggia, Moncalieri, Nichelino, Pecetto Torinese, Santena, Torino, Trofarello, Villastellone e Vinovo.



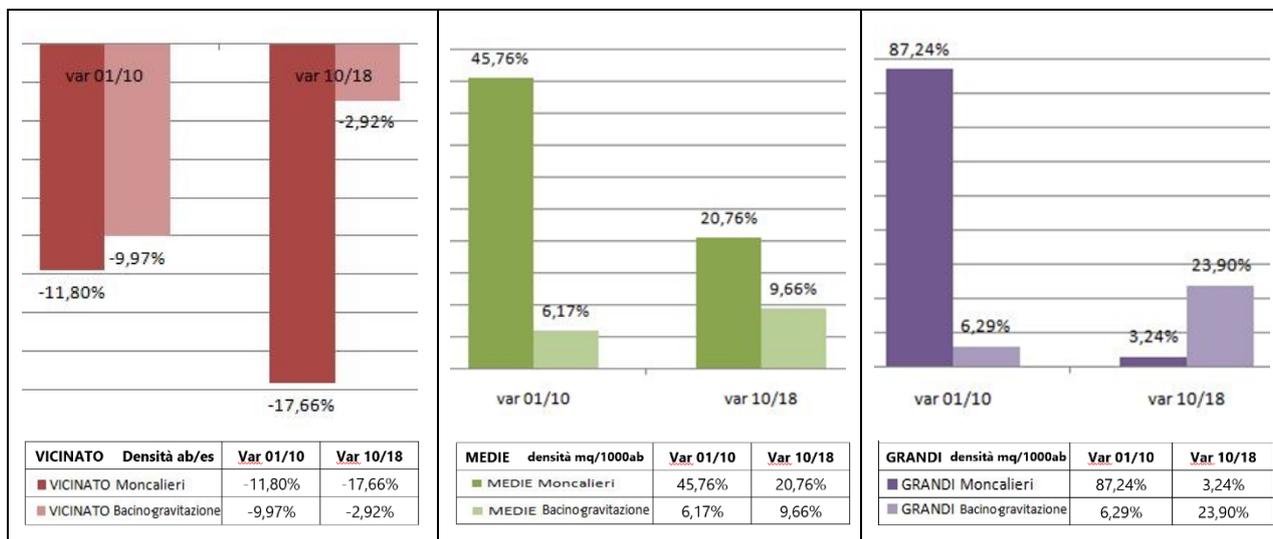
Analoghe elaborazioni sono quindi state effettuate per questo insieme di riferimento, da cui sono scaturiti i dati riportati qui sotto.

Si può subito rilevare che mentre per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture Moncalieri continua a mantenere percentuali di sviluppo molto elevate, le grandi strutture anche per questa ripartizione territoriale fanno riscontrare una crescita decisamente superiore nell'ultimo decennio rispetto a quella riscontrabile a Moncalieri, che per contro nel decennio precedente ha visto raddoppiare la superficie di questa tipologia rispetto a quanto successo nel bacino di riferimento.



Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

Analogamente anche le densità, sia relative agli abitanti per punto vendita che alla superficie per 1.000 metri quadrati, non possono che seguire l'andamento dello sviluppo avvenuto negli ambiti territoriali messi confronto.



Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

Anche i confronti effettuati tra Moncalieri e i comuni appartenenti al suo Bacino di Gravitazione per quanto riguarda la variazione del peso percentuale delle diverse tipologie distributive nei due decenni considerati, esprimono un andamento coerente con gli altri ambiti territoriali sopra esaminati.

VARIAZIONE PERCENTUALE DEL PESO PROPORZIONALE DI MONCALIERI SUI COMUNI DEL BACINO DI GRAVITAZIONE TRA IL 2001 E IL 2010 E TRA IL 2010 E IL 2018

BACINO	anno 2001	anno 2010	anno 2018	2001/2010	2010/2018
ES VICINATO	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	4,04%	4,28%	5,07%	5,82%	15,68%
SV MEDIE	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	4,99%	7,11%	7,87%	42,34%	9,73%
SV GRANDI	Peso proporz	Peso proporz	Peso proporz	var peso proporz	var peso proporz
Moncalieri	13,39%	24,45%	20,49%	82,63%	-19,30%

Fonte: elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Osservatorio del Commercio e Comune di Moncalieri

