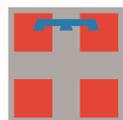
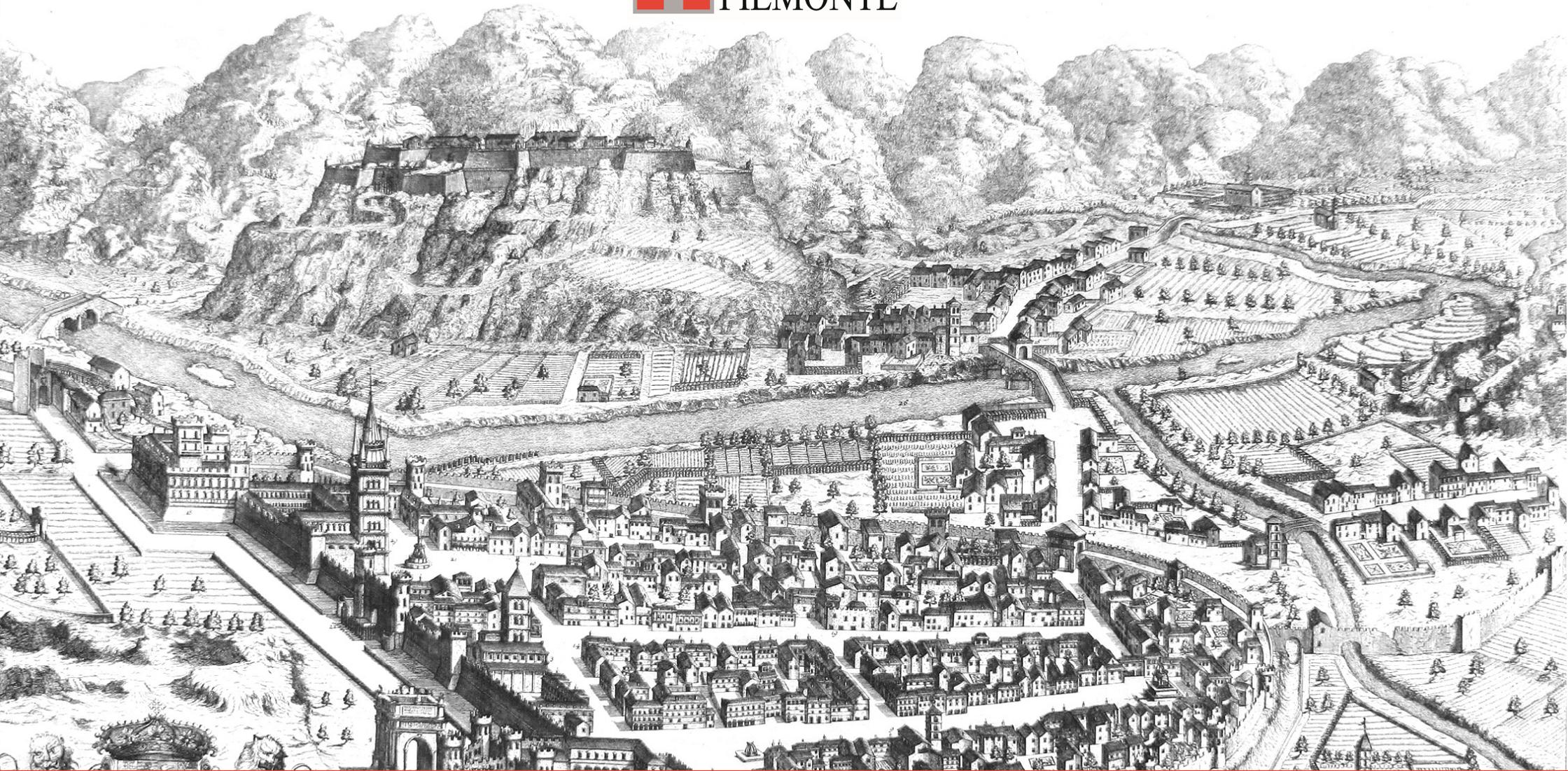




SEGUSIUM PRIMA AB ALPIBUS COTIIS CIVITAS

 REGIONE
PIEMONTE


ASCOM
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
TORINO E PROVINCIA



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI SUSÀ

PROGRAMMA STRATEGICO

1. Indice	1
2. Premessa	2
3. Ambito e denominazione del DUC	3
3.1 Il Distretto Urbano del Commercio di Susa	4
3.2 L'ambito territoriale del DUC di Susa	5
3.3 La denominazione e il logo del DUC di Susa	6
4. Modalità di gestione del DUC	6
4.1 La Cabina di Regia	6
4.2 Il Tavolo di Partenariato	7
4.3 Il Manager	8
5. La costituzione del Partenariato del DUC	10
5.1 Partner di 2° livello	11
5.2 Il percorso di costituzione del DUC	12
5.3 Le clip del Distretto Urbano del Commercio	14
6. Analisi delle problematiche afferenti ai comparti dell'area di riferimento	16
6.1 L'offerta commerciale di Susa	16
6.2 Questionario per gli operatori: risultati e sintesi	17
6.3 Punti di forza e di debolezza	22
7. Programmazione strategica del DUC	25
7.1 Le scelte e gli obiettivi strategici	25
7.2 Gli indirizzi programmatici	26
7.3 Azioni e strumenti del programma del DUC	27
8. Schede sintetiche delle azioni del DUC	30
9. Cronoprogramma delle azioni del DUC	49

2

Premessa

La Regione Piemonte ha promosso con l'art. 18 ter della Legge Regionale n. 28/99, modificata dall'articolo 51 della Legge Regionale n. 13 del 29/05/2020, i Distretti del Commercio, che possono essere Urbani o Diffusi, quali ambiti territoriali nei quali gli Enti Pubblici, i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati possono fare del commercio un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone il territorio. Gli obiettivi dei Distretti del Commercio sono finalizzati ad 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.

La Città di Susa, dopo aver intrapreso negli ultimi anni azioni materiali e immateriali di qualificazione degli ambiti storici della Città dove maggiormente è insediato il commercio in sede fissa e su suolo pubblico, ha posto la propria candidatura a Distretto Urbano del Commercio (DUC) con la partnership dell'Associazione Ascom Confcommercio Torino e Provincia come partner di primo livello del Protocollo di Intesa.

La Regione Piemonte ha accolto la candidatura della Città di Susa con D.D. n. 372 del 29/12/21 del competente Settore Regionale ad approvazione della specifica graduatoria.

A seguito della comunicazione di ammissione della Regione Piemonte, la Città di Susa ha avviato la seconda fase di costituzione del Distretto Urbano del Commercio, finalizzata alla stesura del Protocollo di Intesa e del Programma Strategico Triennale.

Il documento in oggetto rappresenta il predetto Programma Strategico Triennale che, opportunamente approvato unitamente al Protocollo di Intesa, costituisce la base per lo sviluppo delle azioni del costituito Distretto Urbano del Commercio.

Riferimenti normativi

L.R. n. 28/1999 e s.m.i.

D.G.R. 11 dicembre 2020, n. 23-2535

D.D. 29 dicembre 2021, n. 372

3 Ambito e denominazione del DUC

La Città di Susa è situata nel territorio occidentale della Città Metropolitana di Torino, alla confluenza del torrente Cenischia con la Dora Riparia; Susa è un comune le cui origini risalgono all'epoca romana (il suo nome latino è *Segusium*, da cui deriva la denominazione di *segusini* per i suoi abitanti) ed ebbe un ulteriore sviluppo in epoca medievale.



Susa è da sempre luogo di accesso all'omonima Valle ed è situata in area pedemontana a 54 km da Torino, a cui si arriva percorrendo le strade statali 24 e 25 oppure grazie all'autostrada 32 Torino - Bardonecchia; la posizione di Susa è considerata strategica essendo la Città localizzata sulla via da e per la Francia, a cui è collegata attraverso il valico del Moncenisio oppure attraverso il Traforo del Frejus. Il valico consente di entrare nella Région Rhône - Alpes, la cui prima città, Modane, è raggiungibile in circa 40 minuti, mentre attraverso la SP 216 del Monginevro, si arriva il Département des Haute Alpes la cui principale città, Briançon è raggiungibile in poco più di 1 ora d'auto. La prossimità con la Francia genera una particolarità che ha dei riflessi sul sistema distributivo del comune; è infatti una tradizione storicamente consolidata il fatto che molti cittadini francesi provenienti dalle regioni di confine si rechino a fare acquisti presso gli esercizi commerciali cittadini. Tale fenomeno è percepibile in modo particolare nella giornata di svolgimento del mercato settimanale ed è comprovata dalla normale abitudine dei commercianti segusini di tenere esposti cartelli informativi bilingue. La Città di Susa ha saputo, nel tempo, modulare la sua ricchezza economica, culturale, storica e architettonica, adattandosi ai contesti e ai periodi storici che ha attraversato. Ancora adesso vanta un impianto urbanistico che rispetta e valorizza il passato e che si è evoluto grazie alla presenza di una facoltosa classe legata

al commercio: un'evoluzione che ancora oggi pone le basi per le strategie e i programmi che l'Amministrazione della Città di Susa ha intenzione di promuovere attraverso l'approvazione del presente Programma Strategico Triennale.

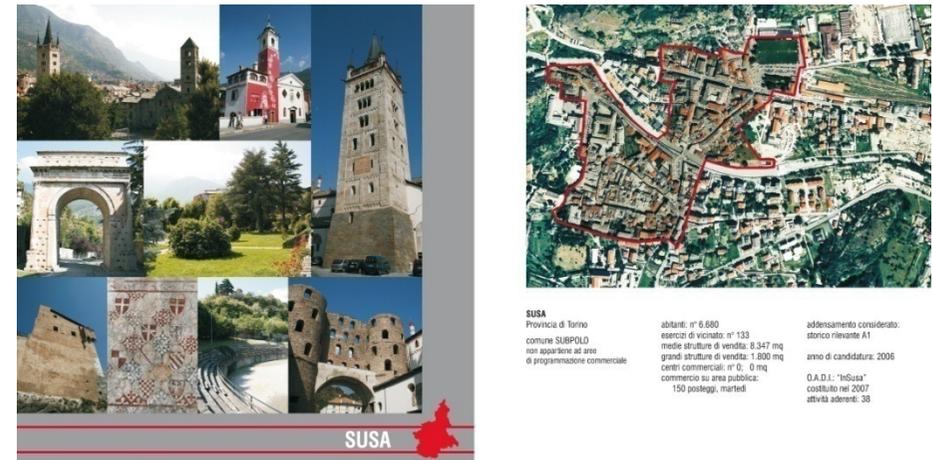
In questo contesto l'amministrazione Comunale ha individuato nel recupero e rilancio di tutto il territorio comunale (che coincide con la perimetrazione del Distretto Urbano del Commercio) e in particolare del centro storico cittadino uno degli obiettivi strategici del programma di mandato; riconoscendo al *commercio urbano* un ruolo fondamentale nella valorizzazione del territorio, ritenendo che la capacità di attrarre persone e interessi possa divenire volano di sviluppo anche per altre attività di impresa e consapevole di come la vocazione turistica della città sia strettamente legata allo sviluppo organico di un tessuto commerciale vario e di qualità, capace di creare condizioni piacevoli, confortevoli e ospitali per il visitatore.



3.1 Il Distretto Urbano del Commercio di Susa

La Città di Susa ha intrapreso il percorso di partenariato necessario alla costituzione del Distretto Urbano del Commercio della Città di Susa in continuità con la programmazione, passata e presente, della Città in materia commerciale.

Proprio la Città di Susa aveva portato a termine un Programma di Qualificazione Urbana (P.Q.U.) nel biennio 2007/2008: con ottimi risultati. Per questo motivo il P.Q.U. di Susa fu selezionato dalla Regione Piemonte tra le *best practice* e inserito nella pubblicazione, edita nel 2009, che celebrava i primi 10 anni di strategie in materia di commercio promosse dalla Regione Piemonte.



C. Rinaudo C. Salvatore. *Percorsi di valorizzazione del Commercio urbano in Piemonte*, L'Artistica Editrice, Savigliano, 1999.

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

L'Amministrazione ha creduto con molta convinzione in questa nuova opportunità promossa dalla Regione Piemonte per rivitalizzare e qualificare il comparto commerciale della Città, sfruttando le sinergie in costituzione, che in questo difficile momento possano fornire nuovi impulsi finalizzati a dare origine a risultati positivi e trainanti.

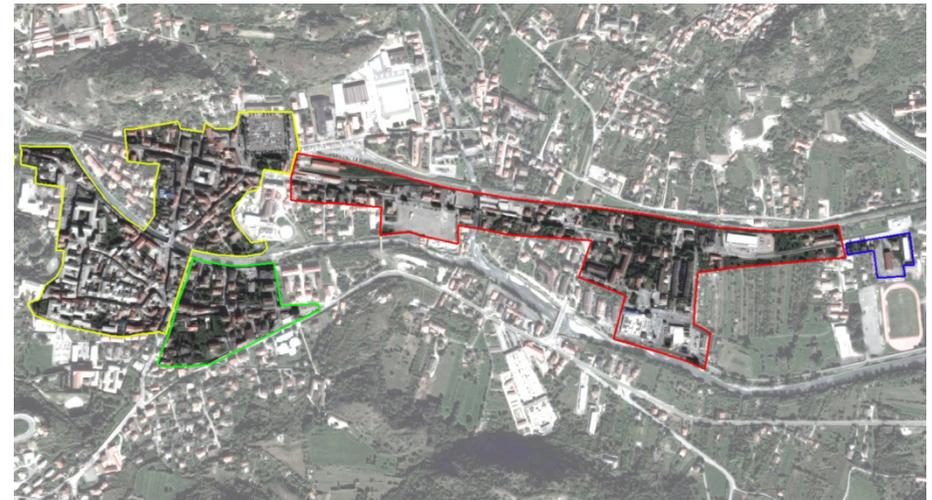
Il Distretto Urbano della Città di Susa dovrà essere lo strumento innovativo grazie al quale il commercio segusino potrà rigenerare, consolidando la propria presenza nella città e mantenendo le quote occupazionali in un momento storico difficile per le minacce portate dai canali di vendita alternativi e dalla pandemia covid-19, che segna profondamente questo periodo storico.

3.2 L'ambito territoriale del DUC di Susa

La perimetrazione del Distretto Urbano del Commercio di Susa è stata concertata e condivisa, considerando la presenza e la densità del commercio della Città.

Tuttavia l'Amministrazione, di concerto con l'Associazione Ascom Confcommercio Torino e Provincia, ha deciso di allargare la perimetrazione del Distretto a tutto il territorio della Città, con l'espressa volontà di non dimenticare nessuna porzione di territorio comunale e indirettamente ricomprendere tutte le attività commerciali presenti sullo stesso. Era ed è sottinteso che la maggior parte delle azioni previste dal presente piano ricadranno comunque nei *luoghi del commercio* classici.

I luoghi del commercio di Susa, evidenziati nell'immagine sottostante, sono l'Addensamento Storico Rilevante A1 (*giallo*) e il suo recente allargamento (*verde*) e la Localizzazione Commerciale Urbana Forte A3 (*rosso e blu*) localizzato lungo l'asse viario di Corso Stati Uniti e Corso Inghilterra.



3.3 La denominazione e il logo del DUC di Susa

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

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

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

Distretto Urbano del Commercio di Susa

Unitamente alla denominazione è stato elaborato anche un logo, redatto dalla società incaricata dalla Regione Piemonte, dedotto dal *format* che la Regione Piemonte ha formulato nei primi giorni di novembre.



4

Modalità di gestione del DUC

Le "Modalità di gestione" del Distretto Urbano del Commercio di Susa, finalizzate a garantire un'adeguata conduzione del Distretto stesso, sono organizzate come indicato all'articolo 9 del Protocollo di Intesa.

La gestione è demandata a due organi, opportunamente costituiti e così denominati:

- la Cabina di Regia;
- il Tavolo di Partenariato.

I due organi saranno supportati a livello operativo dalla figura del Manager di Distretto, già istituita e presente nei quattro mesi intercorsi tra l'ammissione della Regione Piemonte e l'effettiva costituzione del "Distretto Urbano del Commercio di Susa"

4.1 La Cabina di Regia

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

- supervisionare l'attuazione degli interventi previsti nel "Programma Strategico le di Intervento;
- programmare attività di valorizzazione del Distretto identificando ulteriori opportunità di sviluppo;
- approvare il Piano Operativo annuale condiviso con il Tavolo di Partenariato;
- impegnarsi a reperire risorse economiche e strumenti capaci di sostenere e sviluppare il Distretto in modo stabile nel tempo;
- svolgere le attività di monitoraggio e di valutazione previste nel Programma Strategico.

La Cabina di Regia è composta da:

- un rappresentante dell'Amministrazione Comunale;
- un rappresentante dell'Associazione Ascom Confcommercio Torino e Provincia;
- un rappresentante dell'Associazione Ascom Confcommercio Susa.

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

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

Il Manager partecipa all'attività della Cabina di Regia, ma non ha diritto di voto.

4.2 Il Tavolo di Partenariato

Il Tavolo di Partenariato è composto dai seguenti soggetti:

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

Il Tavolo di Partenariato è convocato a chiamata, dalla Cabina di Regia, almeno ogni sei mesi, con lo scopo di affrontare tematiche specifiche ritenute utili per il Distretto; al suo interno è presente la CCIAA di Torino (con il ruolo di consultazione sul coordinamento generale delle politiche per il commercio).

Il Tavolo di Partenariato ha il compito di:

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

Il Tavolo di Partenariato, al fine di raggiungere gli obiettivi specifici del Piano Strategico, propone le iniziative e le modalità di attuazione delle azioni da inserire nel Piano Operativo annuale che sarà poi approvato dalla Cabina

di Regia. Le decisioni del Tavolo di Partenariato sono prese a maggioranza.

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

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

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

4.3 Il Manager

Il Manager di Distretto ha il compito di supportare la Cabina di Regia, e il Tavolo di Partenariato nello sviluppo delle attività operative.

Le sue attività operative potranno riguardare le attività di coordinamento e coinvolgimento dei soggetti coinvolti, la convocazione di incontri e riunioni, la redazione dei verbali, le attività di comunicazione e le attività di monitoraggio. I requisiti minimi richiesti al Manager di

Distretto, all'occorrenza implementabili su indicazione della Cabina di Regia, sono:

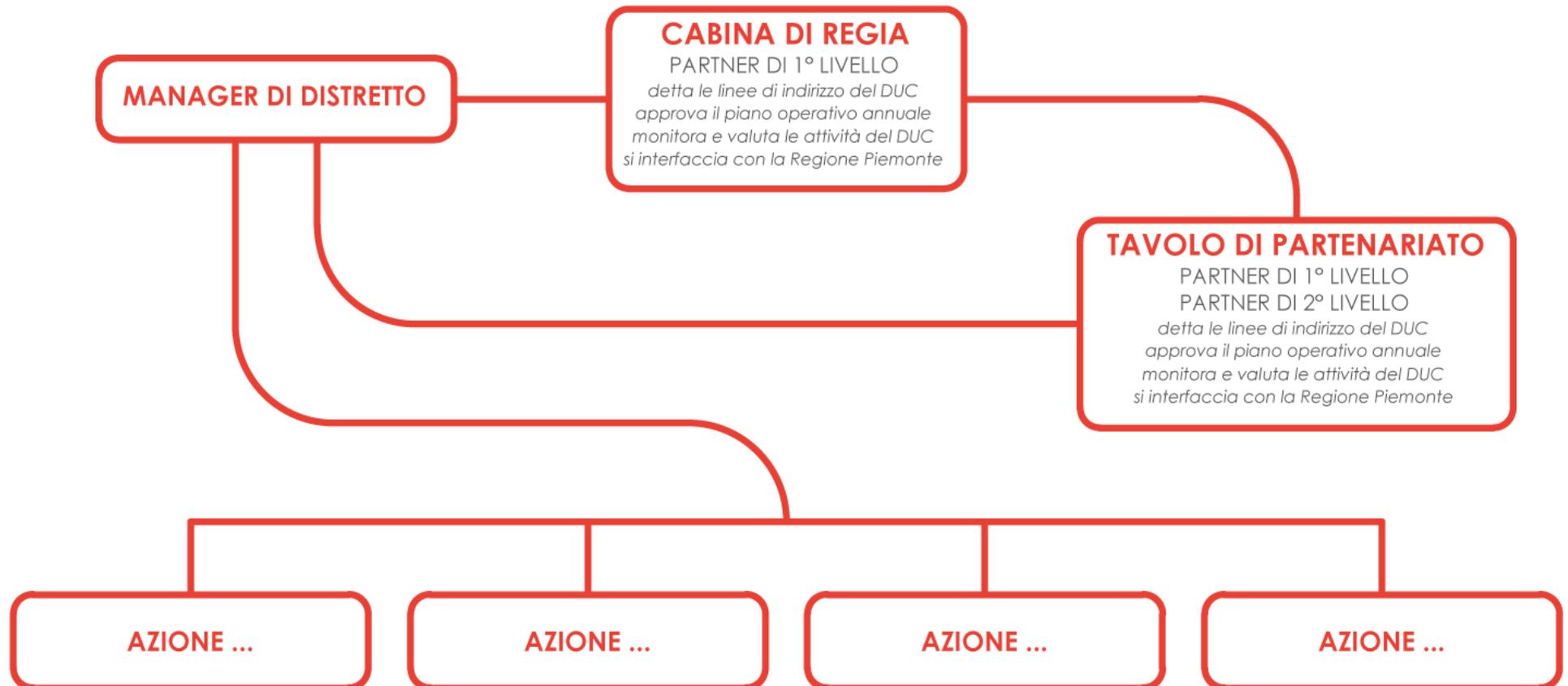
- requisiti di ordine generale per la stipulazione di contratti con la Pubblica Amministrazione;
- aver conseguito un adeguato titolo di studio;
- avere esperienza in materia di comunicazione e marketing, in particolare in ambito digitale (siti web, social media, digital marketing);
- avere esperienza in materia di marketing territoriale;
- avere esperienza in materia di progettualità e servizi a supporto delle imprese, in particolare per il commercio di vicinato;
- avere una comprovata conoscenza del tessuto economico dell'ambito territoriale incluso nel Distretto;
- avere cittadinanza italiana o dell'Unione europea, fatte salve le eccezioni di cui al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 7 febbraio 1994;
- non avere riportato condanne penali;
- non avere procedimenti penali in corso;
- non essere destinatario di provvedimenti che comportino l'applicazione di misure di prevenzione e di provvedimenti iscritti nel casellario giudiziale;
- non trovarsi nelle condizioni di incompatibilità ai sensi del D. Lgs. n. 39/2013;
- non ricoprire il ruolo di manager in più di due Distretti del Commercio.

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

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

- sviluppare e realizzare gli obiettivi e le priorità di intervento indicate nel Programma Strategico e nei piani operativi annuali;

- verificare la coerenza degli interventi rispetto agli obiettivi del Programma Strategico del DUC;
- sviluppare il partenariato del DUC;
- sviluppare le attività di gestione, coordinamento e verifica degli interventi previsti collaborando con il Tavolo di Partenariato;
- mantenere costantemente aggiornati i partner sull'efficacia delle azioni intraprese, sui risultati raggiunti e sugli sviluppi dell'azione coordinata tra le parti.



5 La costituzione del Partenariato del DUC

L'attuazione del processo di valorizzazione dell'ambito del Distretto Urbano del Commercio di Susa, si basa in prima istanza sulle motivazioni che hanno indotto la Città di Susa a intraprendere tale percorso in sinergia con l'Ascom Confcommercio di Torino e Provincia, sulle scelte degli obiettivi strategici, confermati rispetto alla prima fase di candidatura, sugli indirizzi programmatici che si intendono perseguire e sugli strumenti che si vogliono mettere in campo per porre in atto il processo di valorizzazione del citato territorio.

Il programma qui presentato rappresenta lo strumento che racchiude tutte queste peculiarità che sono state l'oggetto centrale di discussione e definizione nei 4 mesi necessari all'istituzione del Distretto Urbano del Commercio di Susa.

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

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

Questi si sono impegnati a promuovere gli indirizzi strategici e a definire le azioni e gli strumenti progettuali da mettere in campo per il DUC, e che erano stati oggetto di

candidatura nella prima fase della costituzione del Distretto.

I due partner di 1° Livello hanno contribuito, ognuno per la propria parte, alla definizione del Distretto Urbano del Commercio di Susa. I partner di primo livello hanno individuato il manager di distretto nella persona del dott. Fabrizio Bolla, funzionario dell'Ascom Confcommercio di Torino e Provincia, responsabile per i territori di Oulx e Susa. L'Amministrazione ha promosso la costituzione del Protocollo di Intesa e si è fatta promotrice dell'iniziativa.

Il ruolo della Città sarà fondamentale per l'area del DUC, con la promozione di azioni di valorizzazione per le realtà economiche che vi sono insediate in sinergia con l'Associazione di categoria individuata.

L'Associazione Ascom Confcommercio di Torino e Provincia è stata parte attiva per l'individuazione delle strategie di valorizzazione e promozione del Distretto e si è impegnata a sviluppare le analisi socio economiche (con questionari e interviste) e gli approfondimenti specialistici finalizzati alla stesura del Programma Strategico. Inoltre è stata l'artefice delle iniziative di formazione nei confronti degli attori del DUC (imprese del commercio, etc) con l'intento di coinvolgere il maggior numero di microimprese del territorio del Distretto Urbano del Commercio di Susa. A tal fine è stata promossa e messa in atto una campagna di comunicazione, promozione e marketing per il costituendo Distretto.

Durante la 1ª fase di candidatura erano stati individuati i Partner di 2º Livello che costituiscono un partenariato territoriale di eccellenza e che possono, condividendo gli obiettivi e le strategie individuate, concorrere quali stakeholder nel processo di sviluppo del DUC.

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

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

5.1 Partner di 2º livello

DENOMINAZIONE e indirizzo

Camera di Commercio di Torino

Via Carlo Alberto 16, Torino (To)

Unione Montana Valle Susa

Via Trattenero 15, Bussoleno (To)

Ascom Confcommercio Susa

Strada Stralale 24, Susa (To)

CNA. Artigianato e Piccola e Media Impresa

Piazza 3º reggimento Alpini 5, Susa (To)

Federazione provinciale Coldiretti

Via Pio VII 97, Torino (To)

Turismo Torino e Provincia

Via Maria Vittoria 19, Torino (To)

Associazione Turismo PRO SUSÀ

Corso Inghilterra 39, Susa (To)

Istituto Istruzione Superiore "Enzo Ferrari" di Susa

Corso Luciano Couvert 21, Susa (To)

Settimanale La Valsusa

Piazza San Giusto 6, Susa (To)

Giornale on line ValsusaOggi

Piazza del Moro 6/8, Susa (To)

Giornale on line L'agendaNews

Delegazione FAI Fondo Ambiente Italiano Valle Susa

Via Mazzini 1, Susa (To)

A.S.D. Guide Discovery Valsusa

Tesori d'Arte e Cultura Alpina

Via Mazzini 1, Susa (To)

5.2 Il percorso di costituzione del DUC

In seguito all'accreditamento da parte del competente settore della Regione Piemonte con D.D. n. 372 del 29 dicembre 2021 la Città di Susa ha predisposto con la collaborazione di Ascom Confcommercio di Torino e Provincia alcune azioni propedeutiche all'istituzione del Distretto Urbano del Commercio.

Nel rispetto del programma presentato in fase di candidatura, i primi 4 mesi sono stati caratterizzati dall'organizzazione di momenti di formazione e informazione tra le parti. Inoltre si sono tenuti diversi incontri tecnici, in presenza e virtuali, tra l'Amministrazione, l'Ascom e l'architetto Corrado Rinaudo, incaricato dall'Ascom stessa, estensore del presente programma strategico.

E' stato calendarizzato il piano di comunicazione ed è stata fatta pubblicità e promozione del DUC via social, via mail, via whatsapp oltre che con le tecniche tradizionali del porta a porta.

Quindi sono stati coinvolti i partner di 2° livello, con incontri singoli e collettivi tenuti dai partner di 1° livello, con il fine di coinvolgere gli stakeholder nel processo di sviluppo futuro. Infine il processo consultivo ha avuto come interlocutori le imprese commerciali e di somministrazione del territorio segusino.

Nella fase preliminare è stato fondamentale l'apporto dell'Ascom locale che ha posto in essere azioni di coinvolgimento delle microimprese commerciali, grazie ai materiali predisposti dal Cat.Com, il Centro di Assistenza Tecnica del Commercio di Ascom di Torino.

Il Manager di Distretto, incaricato per questa prima fase, rappresentato dalla figura del dott. Fabrizio Bolla, funzionario dell'Ascom Confcommercio di Torino e Provincia, responsabile per i territori di Oulx e Susa, ha svolto un'attività imprescindibile di raccordo, grazie alla conoscenza del territorio, delle attività commerciali, nonché dei partner di 2° livello.

La prima fase si è svolta nel mese di gennaio e febbraio, ed è stata propedeutica alla programmazione delle attività necessarie alla costituzione del Distretto: a seguito di questa fase si sono intensificati gli incontri finalizzati alla stesura del programma strategico.

Intanto è stata definita una *mailing list* di tutti gli attori coinvolti nel processo di valorizzazione del commercio del Distretto di Susa.

L'informazione è proseguita sui canali social più consueti ma anche riservando un'apposita sezione sul sito istituzionale della Città.



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

La Città di Susa e Ascom Susa hanno il piacere di informare tutte le imprese del territorio che la proposta di costituzione di Distretto del Commercio di Susa, presentata a marzo insieme ad Ascom Confcommercio Torino con l'obiettivo di sostenere e valorizzare le attività locali è stata ammessa a contributo dalla Regione Piemonte.

Il Distretto è uno strumento a disposizione delle Imprese e per questo la Città intende avviare un percorso di ascolto del vostro punto di vista rispetto ai bisogni delle imprese del commercio, dei servizi, del turismo e della somministrazione.

Partecipa all'incontro che si svolgerà presso la
SALA CONSIGLIARE
Via Palazzo di Città, 39 - SUSÀ

LUNEDÌ 7 MARZO alle ore 14,30

Conferma la tua partecipazione scrivendo alla mail
fbolla@ascomtorino.it o contattando
il numero 366.6099760

Nel mese di marzo e aprile si è proseguito presentando alle microimprese commerciali, agli imprenditori locali e alla cittadinanza interessata lo strumento messo in campo, con approfondimenti sulle caratteristiche e sui vantaggi DUC, sulle opportunità per la Città, facendo esempi pratici di esperienze concrete maturate in altre realtà, piemontesi o di più vasto raggio.

Il costituendo *Distretto Urbano del Commercio di Susa* ha organizzato 4 momenti destinati alla formazione degli operatori del settore commerciale e ai titolari delle microimprese presenti nell'ambito del DUC di Susa:

- 1) il 12 aprile si è tenuto il 1° corso di formazione denominato: *"COSA CAMBIA CON IL DUC? Fare rete tra le attività locali: come promuovere, comunicare e realizzare nel Distretto azioni per lo sviluppo delle imprese del territorio in chiave strategica"*.
- 2) il 19 aprile si è tenuto il 2° corso: *"FUTURO PROSSIMO. Elementi di accoglienza, tecniche di vendita e supporto alla clientela integrando la comunicazione digitale e i servizi alla clientela nel punto vendita fisico"*.
- 3) il 26 aprile si è tenuto il 3° corso: *"RETAIL REVOLUTION. Come integrare efficacemente i canali on-line e le metodologie off-line per essere pronti a rispondere all'approccio omnicanale dei propri clienti"*

4) il 3 maggio si è tenuto il 4° corso: "STORYTELLING E COMUNICAZIONE DIGITALE. Conoscere i social network più adatti alla propria impresa per una promozione efficace."



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

È nato il Distretto del Commercio di Susa!

Promosso dall'Amministrazione Comunale della Città di Susa con Ascom Confcommercio Torino e provincia per aiutare la tua impresa a crescere!

Partecipa ai prossimi incontri di formazione gratuita e scopri come il Distretto può migliorare il tuo lavoro!

I corsi si svolgeranno in PRESENZA (previa esibizione del green pass) ed ONLINE

COSA CAMBIA CON IL DUC?
Fare rete tra le attività locali: come promuovere, comunicare e realizzare nel Distretto azioni per lo sviluppo dell'impresa a del territorio in chiave strategica.
Docente: Federica FIORE
MARTEDI' 12 APRILE
ore 13,30 - 15,30
EVENTO IN PRESENZA PRESSO LA SALA CONSILIARE DEL COMUNE DI SUSÀ

FUTURO PROSSIMO
Elementi di accoglienza, tecniche di vendita e supporto alla clientela integrando la comunicazione digitale e i servizi alla clientela nel punto vendita fisico
Docente: Francesco DE GREGORIO
MARTEDI' 19 APRILE
ore 20,30 - 22,30
EVENTO ONLINE

RETAIL REVOLUTION
come integrare efficacemente i canali on-line e le metodologie off-line per essere pronti a rispondere all'approccio omnicanales dei propri clienti.
Docente: Francesco DE GREGORIO
MARTEDI' 26 APRILE
ore 20,30 - 22,30
EVENTO ONLINE

STORYTELLING E COMUNICAZIONE DIGITALE:
conoscere i social network più adatti alla propria impresa per una promozione efficace
Docente: Francesco DE GREGORIO
MARTEDI' 3 MAGGIO
ore 20,30 - 22,30
EVENTO ONLINE

RICHIEDI INFORMAZIONI

Per informazioni e per ricevere il link per la partecipazione on line :
366 6099760
fbolla@ascomtorino.it



5.3 Le clip del Distretto Urbano del Commercio

In questa prima fase sono state realizzate anche tre clip, pubblicate sui social e sul sito del Comune: i tre video hanno la finalità di sensibilizzare tutte le fasce di età attraverso una comunicazione accattivante e gradevole.

Clip: **Distretto Urbano del Commercio di Susa**



Brochure. **Distretto Urbano del Commercio di Susa**




DISTRETTO URBANO DI SUSÀ



E' nato il Distretto Urbano del Commercio di Susa!

I DISTRETTI DEL COMMERCIO rappresentano uno strumento innovativo per supportare il rilancio e la valorizzazione del commercio locale.
 Nascono su proposta di Regione Piemonte con la Legge Regionale 13/2020 per promuovere e finanziare la nascita di una politica territoriale nuova, che veda una collaborazione tra Imprese, Associazioni e Comune nella identificazione dei bisogni delle imprese della somministrazione, del commercio di prossimità e dei mercati e nella individuazione di possibili progettualità di rilancio.

Il Comune di Susa, in collaborazione con Ascom Confcommercio Torino e Provincia, nel mese di marzo 2021 ha colto l'occasione offerta dal primo bando di Regione Piemonte e ha presentato una propria candidatura per creare un 'DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO (DUC).

Come opera il Distretto del Commercio?
 Il DUC opera per lo sviluppo del territorio attraverso la crescita di competitività e il rafforzamento della rete commerciale di prossimità.

Il Distretto è uno strumento a disposizione degli attori del territorio per:

- ASCOLTARE le esigenze e i bisogni delle imprese, ma anche dei consumatori presenti sull'area e degli attori locali
- ANALIZZARE i punti di forza e le opportunità da valorizzare
- sviluppare una STRATEGIA comune di crescita, elaborata da Imprese, Comuni e attori locali per rivitalizzare e valorizzare le aree commerciali
- ELABORARE AZIONI COMUNI per attrarre utenza nei luoghi del commercio
- INTERVENIRE SU PIU' AMBITI che favoriscano il raggiungimento di obiettivi comuni, come ad esempio: la rigenerazione urbana, il marketing territoriale e l'attrattività, servizi per le imprese ed i cittadini, le semplificazioni amministrative, l'innovazione, la comunicazione, il sostegno alle imprese, ecc.
- REPERIRE FONDI per la realizzazione delle azioni che si vogliono portare avanti (bandi di contributo, risorse proprie, sponsorizzazioni).

Il tutto con un OBIETTIVO SPECIFICO: supportare le imprese del territorio!

Insieme per il territorio!

Oltre al Comune, Ascom Confcommercio Torino e Provincia anche gli Enti, le altre Associazioni e Operatori economici locali collaborano per identificare le esigenze, mettere insieme iniziative e coordinare le competenze per istituire un programma di interventi.

Il valore del progetto è la tua partecipazione!

Prendi parte agli incontri che stiamo organizzando sul territorio!

La collaborazione del maggior numero possibile di imprese permette di individuare le priorità delle esigenze e di trovare nuove idee per dare forma concreta al Distretto.

Gli obiettivi del Distretto:

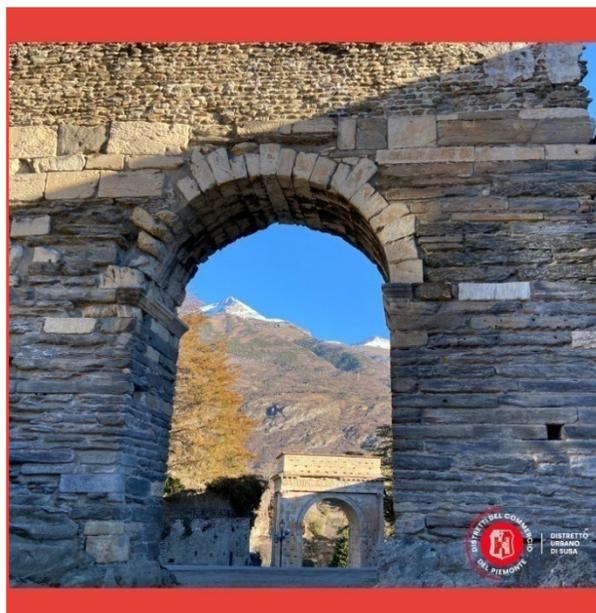
- rilanciare il comparto commerciale
- creare un'identità di Distretto
- promuovere iniziative finalizzate allo sviluppo complessivo dell'economia del territorio di Susa
- contrastare i fenomeni di desertificazione commerciale
- promuovere la qualificazione dei luoghi del commercio







DISTRETTO URBANO DI SUSÀ





DISTRETTO URBANO DI SUSÀ

PER INFORMAZIONI:

- ☎ 0122.648355
- ✉ commercio@comune.susa.to
- 📘 DUC Susa
- 🌐 Segui la sezione dedicata sul nostro sito:




6

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

La Città di Susa è individuata dalla D.C.R. 29.10.1999, n. 563-13414 e s.m.i. come "Comune subpolo della rete primaria". *"I comuni subpolo della rete primaria sono quelli che, pur rientrando nelle aree di gravitazione naturale dei poli della rete primaria, sono in grado di erogare servizi commerciali competitivi con quelli del polo della rete primaria, anche se per un numero limitato di funzioni. Nei comuni."* Nei comuni subpolo si rilevano, contemporaneamente, una notevole completezza merceologica dell'offerta e le potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive, in funzione dell'adeguamento dell'offerta alle preferenze dei consumatori.

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

6.1 L'offerta commerciale di Susa

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

La struttura dell'offerta commerciale della città di Susa è contraddistinta da una rete distributiva in grado di promuovere una proposta ricca e caratterizzata da un'elevata varietà e qualità: complessivamente la città di Susa vanta 123 esercizi di vicinato, a fronte di un numero di abitanti di poco inferiore alle 6.000 unità.

Sono presenti sul territorio di Susa inoltre 15 Medie Strutture di vendita che integrano l'offerta commerciale e 1 Grande Struttura di vendita. Gli esercizi di vicinato, nonostante la presenza della grande strutture di vendita, che comunque integra l'offerta commerciale, si mantengono dominanti nel comparto commerciale della Città di Susa.

Completa la ricca offerta di esercizi commerciale segusina la presenza di un mercato settimanale su area pubblica, il mercato del martedì in Piazza della Repubblica; inoltre sono presenti negli elenchi regionali due Fiere ultramensili di Primavera, che si terrà quest'anno il 5 giugno, e di Autunno, che avrà luogo il 25 settembre.

La struttura dell'offerta commerciale della Città si può così riassumere:

- 123 esercizi di vicinato, di cui: 13 alimentari
99 non alimentari
11 misti;
- 15 medie strutture di vendita, di cui: 9 non alimentari
6 miste
- 1 grande struttura di vendita: 1 miste
- 140 banchi, di cui: 26 alimentari
92 non alimentari
22 produttori agricoli
- 5 distributori di carburante;
- 6 edicole;
- 3 farmacie;
- 6 rivendite di generi di monopolio.

La rete distributiva del Comune di Susa è costituita da negozi di piccola e media dimensione, sinonimo di qualità, e che si caratterizza per determinare un assortimento dell'offerta ampio ma anche profondo. L'offerta commerciale presente soddisfa non solo la domanda locale ma accoglie anche importanti flussi turistici che hanno condotto le microimprese commerciali allo sviluppo di livelli di specializzazione merceologica.

Come in molte realtà piemontesi, con caratteristiche geografiche e storiche simili, Susa concentra la maggior

parte dei propri esercizi commerciali all'interno dell'Addensamento A.1, bacino storico del commercio tradizionale locale.

La Città di Susa completa l'offerta commerciale grazie alla presenza di numerosi esercizi di somministrazione, grazie allo sviluppo turistico e alla sensibilizzazione verso i prodotti tipici locali: si registrano infatti 44 esercizi di somministrazione, tra bar, ristoranti, gelaterie, pub, etc.

Infine la Città di Susa è dotata di una ricca dotazione di strutture ricettive, così definite:

- 9 strutture ricettive;
- 6 bed&breakfast;
- 2 locazioni turistiche;
- 2 agriturismo

per un totale complessivo di circa 450 posti letto.

6.2 Questionario per gli operatori: risultati e sintesi

La fase propedeutica all'istituzione del Distretto e alla redazione della relazione Programmatica triennale ha avuto un momento fondamentale nella somministrazione di un sondaggio online, sotto forma di questionario.

Il questionario articolato dal Cat.Com ha restituito risultati che hanno permesso ai partner di 1° livello di formulare il presente programma.

Le indicazioni inserite nella relazione sintetica di candidatura del Distretto Urbano del Commercio di Susa vengono ampiamente confermate dai commercianti che hanno risposto al questionario. Questa unitarietà di visione rafforza il Programma Strategico allegato al Protocollo di Intesa.

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

Il questionario è stato somministrato agli interessati nei quattro mesi di studio e preparazione del Programma. Il Distretto costituito continuerà, durante il triennio, a monitorare, con altri questionari più specifici e tematici, l'andamento dei desiderata e delle sensazioni dei commercianti e delle microimprese commerciali dell'ambito del DUC, costituendo la base di possibili adeguamenti del Programma Triennale.

Il questionario, composto da oltre 70 domande a risposta chiusa o aperta, ha fornito informazioni di carattere generale sulle imprese commerciali, sulla struttura dell'attività, sulla tipologia della clientela, entrando in valutazioni anche particolari delle caratteristiche riscontrate e indagando le tematiche proprie del Distretto. Gli argomenti più utili e quindi sviluppati nel Programma

Strategico, per i quali sono stati elaborati alcuni grafici esplicativi delle scelte delle imprese commerciali, riguardavano i seguenti argomenti:

- *Campagna di sensibilizzazione agli acquisti nelle attività locali*
- *Attivazione di canali digitali (piattaforma Internet, pagine/spazi sui canali social, servizi di messaggistica, ecc.) per restare in contatto/sviluppare l'interazione con l'utenza*
- *Rigenerazione di aree urbane ad alta densità commerciale (arredo urbano, sicurezza, accessibilità e parcheggi, eventi, manifestazioni ...)*
- *Valorizzazione delle eccellenze locali per fidelizzare/attrarre utenza (itinerari/percorsi/iniziative che uniscano cultura/natura e shopping)*
- *Politiche per il riuso dei locali sfitti, affinché non restino vuoti e non si crei desertificazione commerciale*
- *Strutturazione di servizi per l'utenza locale e i visitatori (consegne a domicilio, prenotazioni, cartellonistica, brochure e totem informativi, ecc.)*
- *Progettazione di attività/azioni per promuovere una maggiore valenza di sostenibilità ambientale e green per il territorio e le imprese locali*
- *Progettazione e pianificazione di azioni di marketing che identifichino le caratteristiche del territorio e della la sua offerta (Brand di territorio) per attrarre nuova utenza*
- *Progettazione e pianificazione coordinata di iniziative/eventi attrattivi nell'arco di ogni anno*
- *Avvio di iniziative di collaborazione di filiera tra imprese di categorie merceologiche differenti (commercio, agricoltura, artigianato, ...)*
- *Promuovere la partecipazione delle imprese ad un tavolo di confronto periodico tra Comune, partners del Distretto e Associazionismo locale per la programmazione di iniziative congiunte e coordinate*

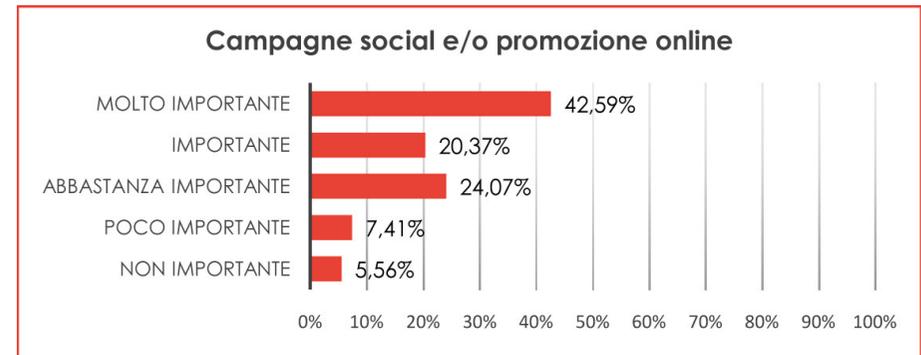
- *Progettazione di servizi/azioni per il sostegno alle imprese (semplificazione amministrativa a livello comunale, mitigazione/riduzione imposte locali, ecc.)*

Il confronto dei risultati, non in forma assoluta ma incrociando anche le risposte a domande diverse, ha evidenziato che i temi maggiormente sentiti dalle imprese commerciali riguardano:

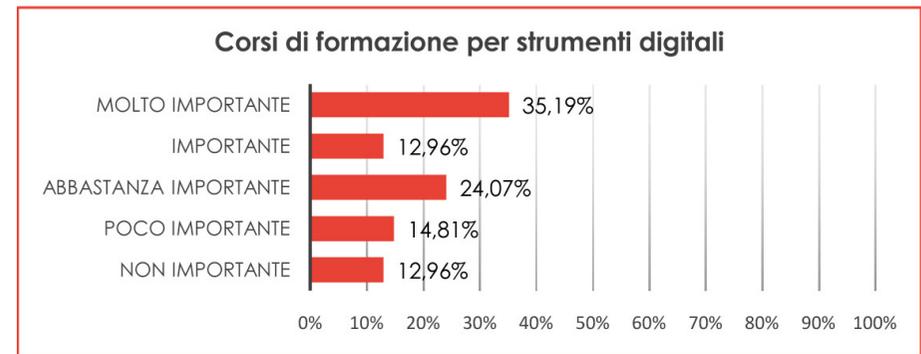
- sensibilizzazione e incentivo agli acquisti locali;
- attivazione di canali digitali per interagire con l'utenza;
- incremento degli interventi di rigenerazione urbana;
- valorizzazione delle eccellenze locali;
- strutturazione di servizi per l'utenza locale e i turisti;
- progettazione di azioni che identifichino il territorio;
- coinvolgimento nelle scelte decisionali di programmazione commerciale;
- progettazione di azioni a sostegno delle imprese commerciali;
- organizzazione di corsi relativi alle nuove tecniche di vendita, sia on-line che tradizionale.

Qui di seguito si evidenziano graficamente i risultati ottenuti per le categorie ritenute più importanti dagli operatori commerciali.

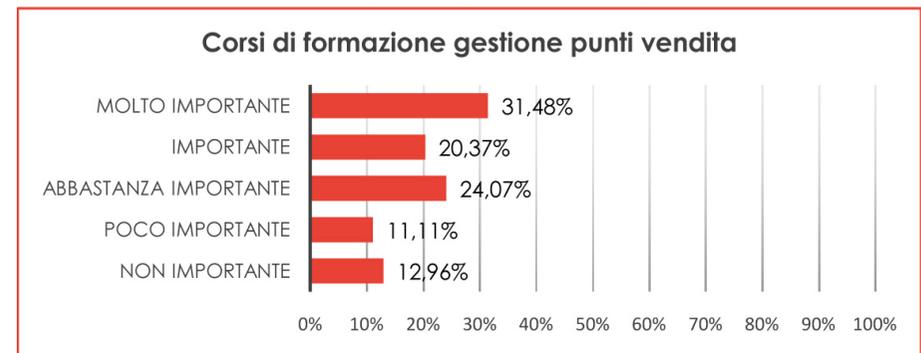
Campagne social e/o promozione online



Corsi di formazione per strumenti digitali



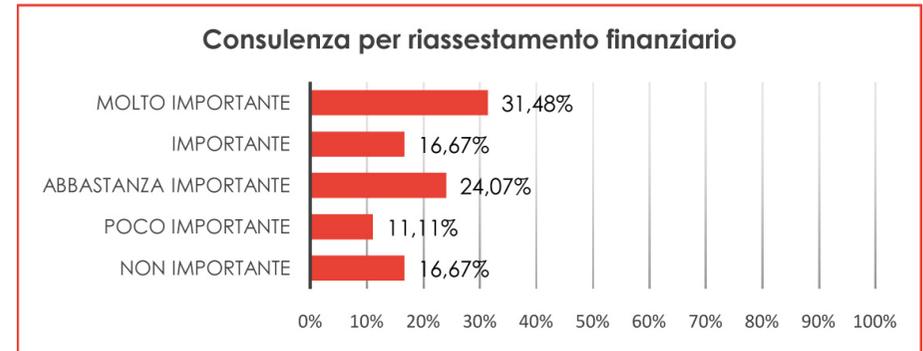
Corsi di formazione per la gestione dei punti di vendita



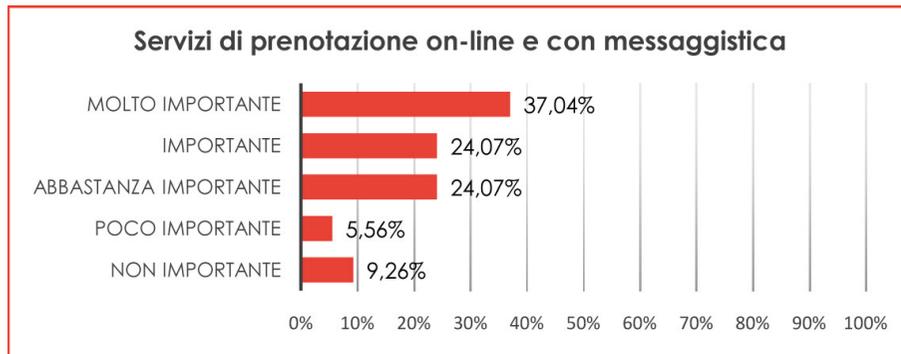
Organizzazione di servizi comuni



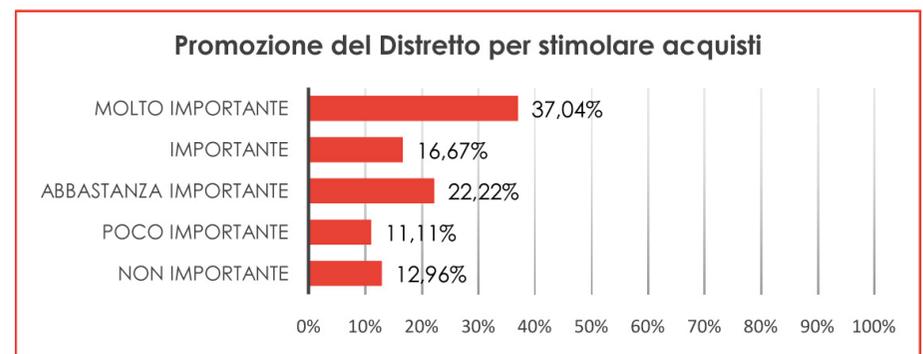
Consulenza per riassetto finanziario



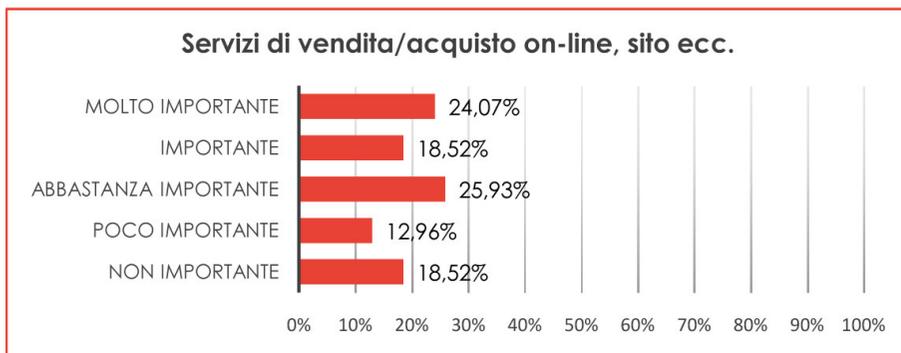
Servizi di prenotazione on-line e con messaggistica



Promozione del Distretto per stimolare acquisti



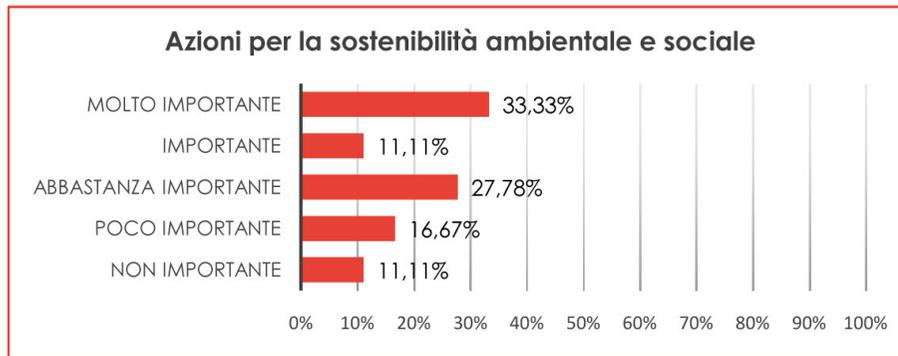
Servizi di vendita/acquisto on-line, sito ecc.



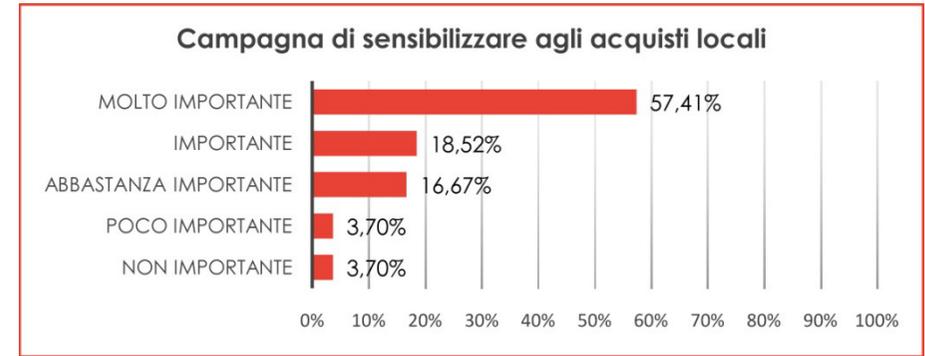
Animazione territoriale: eventi, sagre, ecc.



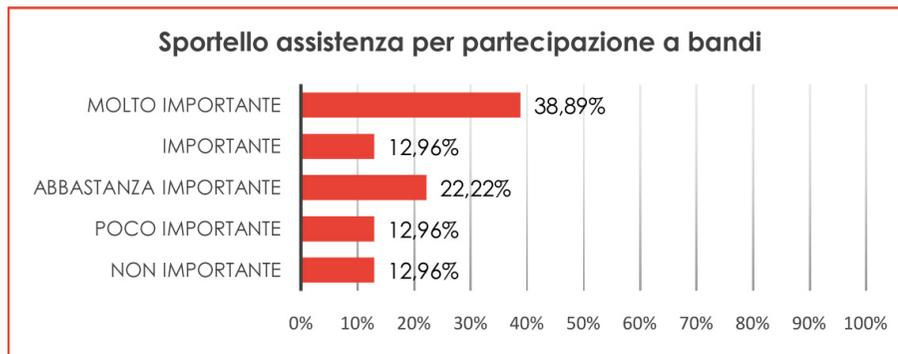
Azioni per la sostenibilità ambientale e sociale



Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali



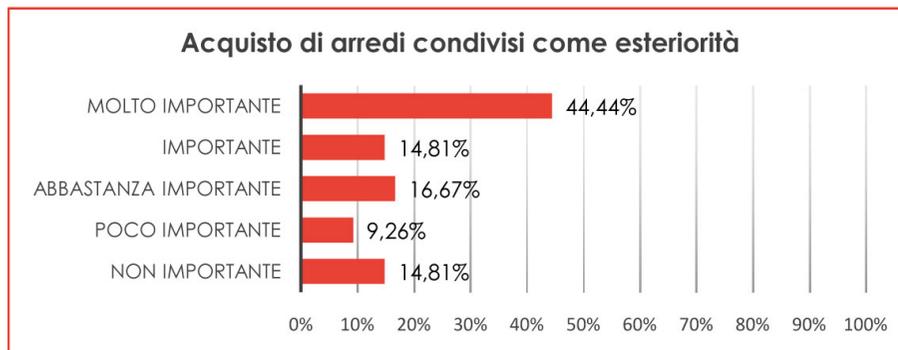
Sportello assistenza per partecipazione a bandi



Valorizzazione delle eccellenze locali



Acquisto di arredi condivisi come esteriorità dei negozi



6.3 Punti di forza e di debolezza

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

A seguito dell'analisi condotta sulle caratteristiche del territorio e del commercio di prossimità del costituendo Distretto Urbano del Commercio di Susa, condotta sotto differenti aspetti e nel rapporto con il territorio circostante, si è fatto ricorso a un'analisi S.W.O.T. semplificata, che consente di valutare i punti di forza, debolezza, le opportunità e le minacce.

L'analisi permette di effettuare alcune valutazioni in merito ai principali punti di forza della realtà commerciale di Susa che può essere definita sana e competitiva. La valutazione, non va dimenticato, deve essere relazionata, tuttavia, al particolare periodo storico caratterizzato dalla pandemia causata dal covid19, che si spera possa presto terminare.

Rispetto all'offerta commerciale e alle caratteristiche storiche culturali e sociali della Città di Susa emergono i seguenti punti di forza e di debolezza e le conseguenti opportunità e minacce.

Punti di forza

- Susa vanta un centro storico di gran pregio, ricco di monumenti e con un patrimonio storico-artistico concentrato proprio nell'ambito di maggior densità di esercizi di vicinato;
- il Distretto Urbano del Commercio di Susa registra una presenza consistente di attività che trattano prodotti di ottima qualità;
- durante la concertazione per la candidatura del Distretto Urbano del Commercio è emersa la buona completezza dell'offerta commerciale;
- la programmazione del Distretto può avvalersi della presenza di una rete commerciale forte e ben articolata;
- Susa vanta un buon livello di stabilità e resistenza della rete distributiva nel suo complesso. La solidità e la storicità di molte attività commerciali hanno consentito di limitare il numero delle cessazioni e l'incremento di locali sfitti;
- a riprova dell'ultimo punto a Usa esistono quattro attività commerciali storiche: il Panificio Favro (1870), Abbigliamento Da Castagna (1898), la Farmacia Canavoso (1940) e la Pasticceria Pietrini (1958);
- il commercio segusino gode di un buon posizionamento competitivo rispetto agli altri comuni del bacino di prossimità e rispetto all'altro comune subpolo dell'area (Bussoleno);

- completano l'offerta degli esercizi di vicinato un discreto numero di medie strutture che rafforza e completa l'offerta commerciale di Susa;
- tra i maggiori punti di forza si annovera il mercato settimanale del martedì che genera forte attrattività nei confronti dei residenti dei comuni limitrofi;
- la vocazione turistica di Susa garantisce un buon livello di accoglienza e di vivibilità del centro storico.

Punti di debolezza

- la rete commerciale forte e ben articolata, descritta nel presente Programma, sia per quanto riguarda gli esercizi di vicinato che per gli esercizi di somministrazione, risulta poco organizzato e necessita di un coordinamento in materia di promozione e orari anche in relazione alle manifestazioni promosse dalla Città;
- la scarsa propensione del commercio di prossimità ad attivare canali di promozione e vendita sui canali digitali dell'e-commerce;
- la presenza di un certo numero di locali sfitti che interrompono la continuità degli esercizi di vicinato che generano degrado urbano e decremento delle condizioni di sicurezza della Città di Susa;
- la necessità di completare il processo di recupero del patrimonio immobiliare del centro storico e dei luoghi del commercio storico, dovuto alla presenza di un

tessuto edilizio che soltanto negli ultimi anni ha iniziato a essere adeguatamente recuperato e valorizzato come supporto fondamentale al ricco patrimonio storico di cui è dotato nonché alle numerose attività economiche ivi localizzate;

- la presenza di un centro commerciale di circa 4000 mq a solo 15 minuti dal centro del comune di Susa;
- una certa staticità nei processi di consolidamento delle medie strutture che potrebbero concorrere a rafforzare ulteriormente il ruolo di centro commerciale naturale della Valle;
- una certa difficoltà nel dare una nuova connotazione al settore del commercio su area pubblica, finalizzato a contrastare l'offerta del mercato del comune di Bussoleno.

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

- l'ambito del Distretto è il cuore del commercio segusino, della vita sociale e dei servizi di pubblico interesse che innescano incrementi della fruizione della rete distributiva presente;
- la Città di Susa ha buone prospettive, dovute alle qualità del territorio, nello sviluppo dell'ambito turistico, dovuto anche all'incremento e all'espansione delle

- economie di prossimità* imposte dalla pandemia da covid19;
- la costituzione del Distretto Urbano del Commercio DUC rappresenta l'occasione di formare una partnership paritetica tra pubblico e privato;
 - il Distretto Urbano del Commercio della Città di Susa potrà partecipare a specifici bandi promossi dalla Regione Piemonte, riservati ai Distretti riconosciuti da apposito provvedimento regionale;
 - l'adozione da parte dell'Amministrazione Comunale di strategie di programmazione urbanistica-commerciale di supporto ai processi di sviluppo del commercio locale e condivisa con gli attori direttamente coinvolti attraverso un mirato processo di concertazione;
 - la partecipazione degli operatori commerciali alla qualificazione dei luoghi del commercio con interventi di riqualificazione sia in forma autonoma sia in forma associata delle esteriorità degli esercizi commerciali stessi;
 - la presenza di un Manager di Distretto è un'opportunità centrale nella programmazione regionale piemontese; il Manager dovrà essere il *facilitatore* di un processo di sviluppo condiviso, assemblando competenze diverse, cercando risorse, anche fuori dai canali istituzionali, e promuovendo una visione comune con progetti condivisi e condivisibili.

- Il contraltare alle opportunità sono le possibili *minacce*:
- crisi generale del sistema economico che colpisce le microimprese commerciali dovute alla concorrenza dell'e-commerce e, in questi ultimi due anni, alla pandemia del covid19;
 - aumento degli acquisti on-line, per i quali è necessario operare delle indagini approfondite tra i consumatori segusini;
 - forte aumento della competitività tra centri medi e piccoli in termini di offerte turistico culturali e ambientali.

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

7 Programmazione strategica del DUC

Il programma strategico pianificato e condiviso con tutti i soggetti che hanno manifestato l'interesse a partecipare, è frutto di collaborazioni già in corso.

La collaborazione tra ASCOM, CNA e Coldiretti è da tre anni il motore della creazione di un importante progetto di sviluppo territoriale per la Valle di Susa denominato INSI&ME: un percorso di animazione territoriale che ha interessato il territorio di tutta la Valle e che attraverso la firma di un Protocollo d'intesa ha definito delle linee strategiche finalizzate allo sviluppo socio-economico di questo territorio, ipotizzando la realizzazione di interventi materiali (infrastrutture) e immateriali a supporto dello sviluppo socio-economico dei settori agricolo, artigianale e turistico della Valle di Susa.

Queste partnership in essere hanno facilitato la messa in atto del futuro Distretto del Commercio Urbano di Susa.

7.1 Le scelte e gli obiettivi strategici

Le strategie messe in campo, quali cardini del Programma Strategico, costituiscono i principi su cui si basa la *governance del Distretto Urbano del Commercio di Susa*. Gli obiettivi strategici, individuati nella fase di candidatura, vengono confermati anche in virtù della concertazione con i partner di 2° livello e con i commercianti che hanno

partecipato agli incontri di formazione e informazione e ai corsi tenuti dagli specialisti del Cat.Com. Gli obiettivi strategici individuati sono:

1. *Favorire e sostenere il commercio di vicinato*

Favorire e sostenere il commercio di vicinato e quindi le micro e piccole imprese del commercio in sede fissa, al fine di garantire al cittadino consumatore servizi di prossimità.

2. *Ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali*

Ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali nei contesti urbani, a causa del quale si possono avere sia perdite dal punto di vista urbanistico, che culturale e identitario, oltreché il mancato presidio del territorio.

3. *Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio*

Favorire la ripresa del "Piano di Qualificazione Urbana", creato con la partecipazione a precedenti bandi regionali, attraverso la rivalutazione del Centro Commerciale Naturale e grazie a interventi di design urbano e di riqualificazione degli spazi pubblici, con particolare attenzione alla loro gestione, all'ampliamento di spazi esistenti per attività commerciali, alla riqualificazione del verde e dell'arredo urbano, all'accessibilità e alla sistemazione della

viabilità, alla predisposizione di attrezzature per servizi comuni;

- 4 *Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.*

7.2 Gli indirizzi programmatici

Gli indirizzi programmatici del Distretto Urbano di Susa, fondamentali per l'attuazione degli obiettivi strategici individuati e rappresentati nel paragrafo precedente, sono:

1. **Marketing territoriale e gestione del Distretto**
Valorizzare le qualità competitive del Distretto di Susa rendendolo riconoscibile e univoco nel contesto competitivo per creare una nuova immagine del commercio della Città, integrandolo con turismo, cultura e sociale. Il programma strategico del distretto sarà ricco di iniziative a carattere pubblico, privato e in forma associata.
2. **Qualificazione dei luoghi del commercio**
La rigenerazione degli ambiti urbani, con particolare attenzione ai locali sfitti, deve essere intesa come miglioramento dell'attrattività dei luoghi in cui vi è la presenza del commercio. Le azioni intraprese dalla

città segusina vanno proseguite anche come stimolo per investimenti da parte degli attori privati.

3. **Innovazione digitale delle microimprese commerciali**
Lo sviluppo del comparto commerciale deve prendere avvio da un'alfabetizzazione digitale quanto mai necessaria in questo periodo storico per contrastare la concorrenza che arriva dai canali digitali.
4. **Formazione e informazione alle imprese commerciali**
Fornire le competenze alle imprese commerciali tramite la formazione continua e l'informazione sulle possibili opportunità che offre il mercato e sull'avviamento al mondo imprenditoriale per la popolazione femminile e giovanile.
5. **Fidelizzazione della clientela attraverso l'educazione al consumo**
L'obiettivo è invertire il trend dei consumi passando dal globale alla prossimità, educando il consumatore al consumo consapevole dei prodotti locali (a km 0) al fine di limitare l'evasione dei capitali dal territorio, ridurre gli sprechi, i consumi e indirettamente anche i costi della logistica (Agenda 2030).
6. **Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche**
Programmazione di azioni di supporto per le microimprese commerciali necessarie a mitigare gli effetti del covid19 e pianificazione di azioni finalizzate alla promozione di fiscalità di vantaggio.

7.3 Azioni e strumenti del programma del DUC

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

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

0 Individuazione e nomina del Manager di Distretto, scelto dai partner di primo livello, come specificato nel Protocollo di Intesa.

A. Promuovere gli ambiti territoriali del Distretto Urbano del Commercio attraverso l'Individuazione della denominazione e del logo del Distretto, per garantirne la riconoscibilità anche al di fuori del contesto competitivo.

B. Redigere un Piano di comunicazione e di diffusione del Brand Susa e degli obiettivi del Distretto Urbano del

Commercio di Susa questa azione dovrà essere svolta, a partire dalla costituzione formale del Distretto e per tutta la durata di tutto il periodo del Programma Strategico Triennale.

C. Programmare interventi di qualificazione dei luoghi del commercio, in continuità con i lavori di riqualificazione già messi in atto negli ultimi anni.

D. Favorire interventi di riqualificazione dei fronti commerciali, assistendo le microimprese commerciali nella partecipazione ad appositi bandi, e promuovere progetti complessivi di riqualificazione del patrimonio edilizio privato del Centro Storico.

E. Realizzazione di arredo urbano dedicato ed esclusivo per gli ambiti del Distretto: gli elementi appositamente scelti o progettati dovranno essere distintivi e recare il logo del Distretto.

F. Promuovere progetti utili a mitigare la presenza dei locali sfitti, grazie al monitoraggio e alla promozione di azioni destinate alla riconversione, anche parziale, delle vetrine non in uso: vetrofanie a carico del Distretto, concertazione tra proprietari e possibili affittuari e/o acquirenti, utilizzo temporaneo come temporary shop.

G. Promuovere corsi di formazione e informazione degli attori principali del processo di valorizzazione del

commercio di Susa che forniscano modi e metodi per affrontare al meglio le difficoltà indotte dalla competitività del sistema commercio, in particolar modo quelli relativi all'e-commerce; i corsi cominceranno in modo più intenso nella prima fase di formazione del Distretto e successivamente in modo più regolare e costante nel tempo.

- H.** Promuovere l'innovazione digitale tra gli operatori commerciali; a tal proposito si potrà fare anche riferimento al *progetto* in corso di realizzazione tra CCIAA di Torino e le principali associazioni rappresentative del comparto commerciale provinciale, consistente in un portale tematico che sarà di ausilio alle imprese del commercio, in merito alla digitalizzazione dei servizi.
- I.** Promuovere l'educazione al consumo consapevole e dei prodotti locali grazie a incontri di formazione dedicate soprattutto alle giovani generazioni.
- J.** Promuovere lo sviluppo di politiche commerciali rivolte al riuso e all'economia circolare, grazie a specifici corsi e alla sensibilizzazione delle microimprese commerciali.
- K.** Promuovere l'applicazione di fiscalità di vantaggio, triennale con agevolazioni a scalare, per nuove

aperture, specialmente se comunicate da donne o giovani.

- L.** Ricognizione e accesso a possibili canali di finanziamento, di qualsiasi tipologia, comprese le aziende private sotto forma di sponsor: la ricerca di finanziamento sarà una delle prerogative del Manager di Distretto.
- M.** Promozione della mobilità dolce e del turismo sostenibile, per promuovere interventi, progettualità e iniziative volte a e migliorare la "mobilità sostenibile" già esistente nel Distretto Urbano di Susa.
- N.** Predisporre strumenti di monitoraggio che seguano lo stato di avanzamento del programma e che si adattino all'evolversi del programma stesso. Il controllo sull'attuazione delle azioni, sia materiali che immateriali, deve avvenire con regolarità per verificarne gli effetti e i risultati in corso d'opera e per poter eventualmente correggere le strategie e le azioni che riscontrino non adeguate.

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

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

Il ruolo del Manager di Distretto sarà centrale proprio nell'individuazione dei possibili canali di finanziamento.

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

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

8 Schede sintetiche delle azioni del DUC

AZIONE	0	Individuazione e nomina del Manager di Distretto
AZIONE	A	Individuazione della denominazione e del Logo del Distretto
AZIONE	B	Progetto di comunicazione e di diffusione del <i>brand</i> Susa
AZIONE	C1	Riqualificazione dei percorsi del commercio di Susa.
AZIONE	C2	Interventi di riqualificazione della Città di Susa e del suo territorio
AZIONE	D	Promuovere e coordinare gli interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali - PRIVATI
AZIONE	E	Realizzazione di arredo urbano esclusivo per gli ambiti del Distretto
AZIONE	F	Promuovere progetti utili a mitigare la presenza di locali sfitti
AZIONE	G	Organizzare corsi di formazione e informazione
AZIONE	H	Promuovere l'innovazione digitale tra gli operatori
AZIONE	I	Promuovere l'educazione al consumo consapevole
AZIONE	J	Promuovere lo sviluppo di politiche commerciali rivolte al riuso e all'economia circolare
AZIONE	K	Promuovere misure di fiscalità di vantaggio
AZIONE	L	Ricognizione e accesso a possibili canali di finanziamento
AZIONE	M	Promozione della mobilità dolce e del turismo sostenibile
AZIONE	N	Predisporre strumenti di monitoraggio dell'avanzamento del programma strategico

AZIONE	0	Individuazione e nomina del Manager di Distretto	
Obiettivo strategico	1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato		
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto		
Descrizione azione	<p>Il primo atto del Distretto Urbano del Commercio di Susa sarà finalizzato all'individuazione del Manager di Distretto. Il ruolo di manager nei mesi dell'istituzione del Distretto è stato un funzionario dell'Ascom, il dott. Fabrizio Bolla.</p> <p>Il Manager di Distretto che sarà nominato per la durata dei 3 anni relativi al Programma Strategico verrà individuato dai partner di primo livello e avrà il compito di supportare la Cabina di Regia, la Consulta e il Comitato di Gestione nello sviluppo delle attività operative.</p> <p>I requisiti minimi richiesti al Manager di Distretto, all'occorrenza implementabili su indicazione della Cabina di Regia, sono elencati nel Protocollo di Intesa e qui riassunti: requisiti di ordine generale per la stipulazione di contratti con la Pubblica Amministrazione; aver conseguito un adeguato titolo di studio; avere esperienza in materia di comunicazione e marketing, in particolare in ambito digitale (siti web, social media, digital marketing); avere esperienza in materia di marketing territoriale; avere esperienza in materia di progettualità e servizi a supporto delle imprese e in particolare del commercio di vicinato; avere una comprovata conoscenza del tessuto economico dell'ambito territoriale incluso nel Distretto; avere cittadinanza italiana o dell'Unione europea, fatte salve le eccezioni di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 7 febbraio 1994; non avere riportato condanne penali; non avere procedimenti penali in corso; non essere destinatario di provvedimenti che comportino l'applicazione di misure di prevenzione e di provvedimenti iscritti nel casellario giudiziale; non trovarsi nelle condizioni di incompatibilità ai sensi del D. Lgs. n. 39/2013; non ricoprire il ruolo di manager in più di due Distretti del Commercio.</p> <p>Il Manager dovrà gestire il DUC in conformità al Protocollo di Intesa e al presente Programma Strategico e compiere azioni, anche immateriali, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi programmati. Il Manager può dotarsi di una struttura operativa di supporto e ha in particolare il compito di: sviluppare e realizzare gli obiettivi e le priorità di intervento indicate nel Programma Strategico e nei piani operativi annuali; verificare la coerenza degli interventi rispetto agli obiettivi del Programma Strategico del DUC; sviluppare il partenariato del DUC; sviluppare le attività di gestione, coordinamento e verifica degli interventi previsti collaborando con il Comitato di Gestione; mantenere costantemente aggiornati i partner sull'efficacia delle azioni intraprese, sui risultati raggiunti e sugli sviluppi dell'azione coordinata tra le parti; verbalizzare le riunioni e le decisioni del Comitato di Gestione del Distretto Urbano del Commercio di Susa.</p>		
Investimento e risorse	24.000 €	Il costo complessivo triennale per il manager, che non sarà a tempo pieno, è stato stimato in 24.000 Euro. Il costo del Manager potrà essere variato in seguito a valutazioni dei partner di 1° livello.	
Cronoprogramma	2022	Il Manager sarà presente nella struttura del Distretto per l'intera durata del triennio. Si auspica che la Regione Piemonte possa stanziare delle risorse apposite per la figura del manager per i Distretti piemontesi.	
	2023		
	2024		

AZIONE	A	Individuazione della denominazione e del Logo del Distretto	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto	
Descrizione azione		<p>La prima azione, già posta in essere, durante la fase di costituzione del Distretto è riferita alla denominazione del Distretto stesso. La scelta della denominazione del Distretto è stato uno dei primi momenti di programmazione e condivisione messi in atto dalla governance di Distretto.</p> <p>Il confronto tra Comune e Ascom è stato proficuo e, dopo aver interpellato anche i partner di 2° livello e le imprese commerciali, si è valutata come migliore soluzione la semplicità e l'efficacia immediata che avrebbe garantito il mantenimento del termine Susa nella denominazione ufficiale.</p> <p>La scelta è stata influenzata anche dalla necessità che il DUC possa essere facilmente trovato sul web, senza possibilità di deviazioni e ambiguità nei risultati della ricerca. La denominazione ufficiale scelta è risultata essere:</p> <p style="text-align: center;">Distretto Urbano del Commercio di Susa</p> <p>Unitamente alla denominazione è stato elaborato anche un logo adattato al format della Regione Piemonte e che dovrà identificare tutti i Distretti del Piemonte. Il logo è stato sviluppato a partire dalle indicazioni della Regione e sarà portavoce delle peculiarità del Distretto Urbano del Commercio di Susa.</p>	
Destinatari		La denominazione e il logo saranno la carta di identità del Distretto e saranno fondamentali per attrarre in modo sistematico tutti i possibili fruitori degli ambiti del Distretto del Commercio Susa	
Strumenti	Il progetto di definizione del Logo sarà messa in atto grazie al contributo della Regione Piemonte e alla collaborazione messa in campo dalla Regione stessa con l'azienda incaricata di personalizzare il logo per tutti i Distretti del Commercio piemontesi.		
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Ascom Confcommercio di Torino e Provincia - stakeholder e imprese commerciali 		
Investimento e risorse	0,00 €	L'individuazione della denominazione è stata condotta nella 1ª fase di costituzione del Distretto I costi di progettazione del logo sono a carico della Regione Piemonte	
Cronoprogramma	2022	Tutte le iniziative dell'azione vanno completate nel più breve tempo possibile	
	2023	---	
	2024	---	

AZIONE	B	Progetto di comunicazione e di diffusione del <i>brand</i> Susa	
Obiettivo strategico	1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato		
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto		
Descrizione azione	<p>Un'azione prioritaria del nuovo Distretto Urbano del Commercio di Susa è costituita dalla stesura e dall'attuazione di un progetto di comunicazione strategico, finalizzato alla promozione e alla diffusione degli obiettivi del DUC di Susa. Il Distretto è già stato oggetto di una prima campagna di promozione messo in atto durante i primi 4 mesi di costituzione del Distretto ma dovrà essere riproposta con cadenza regolare per la durata del triennio e in particolar modo nel primo periodo successivo al riconoscimento del Distretto del Commercio di Susa e all'inizio delle attività programmate. Il progetto di comunicazione e diffusione del DUC saprà dare consapevolezza agli attori del processo di valorizzazione del commercio del Distretto stesso sulle potenzialità e sulle opportunità che possono essere assicurate grazie all'appartenenza a un Distretto del Commercio.</p> <p>L'azione proposta, promuovendo le finalità del DUC, dovrà incentivare la cooperazione e alla collaborazione dei diversi stakeholder a livello territoriale, attrarre gli operatori commerciali, le imprese locali, le varie associazioni presenti sul territorio, i diversi comitati presenti e ogni altro soggetto che potrà essere attore della promozione del territorio e del costituito Distretto.</p>		
Destinatari	<p>Il progetto di comunicazione sarà indirizzato a tutti i possibili fruitori del Distretto ma in particolar modo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - i cittadini segusini con il fine di ridurre le quote di evasione degli acquisti dalla Città; - i turisti, che scelgono la Valle di Susa come meta di svago; - le imprese che continuano a investire sul proprio patrimonio materiale e immateriale. 		
Strumenti	<p>Il progetto di comunicazione sarà orientato a una comunicazione fresca e immediata e sarà messa in atto grazie a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicazione via social, via web tramite newsletter; - progettazione e diffusione di materiale di comunicazione tradizionale: locandine, vetrofanie, cartellonistica, totem... - programmazione di un piano editoriale in collaborazione con i media locali 		
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Cabina di Regia - Tavolo di partenariato - Manager 		
Investimento e risorse	7.500 €	2.500 € per ogni annualità del programma triennale	
Cronoprogramma	2022	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma	
	2023	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma	
	2024	La comunicazione dovrà essere coordinata e continua per tutta la durata del Programma	

AZIONE	C1	Riqualificazione dei percorsi del commercio di Susa.	
Obiettivo strategico		3. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico		2. Qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione		<p>La Città di Susa ha intenzione di completare il complesso di interventi che hanno interessato gli ambiti del centro storico della Città: tra questi, Via Roma, finanziata con un PQU nel 2008, Piazza IV Novembre e Via al Castello. Questi interventi hanno costituito e sono tuttora interventi programmatici di grande qualità che hanno apportato importanti cambiamenti a Susa e che rappresentano la volontà dell'Amministrazione di valorizzare la propria Città.</p> <p>L'Amministrazione di Susa ha intenzione di proseguire la riqualificazione dei luoghi del commercio intervenendo sul percorso che unisce questi tre luoghi: il primo tratto di Via Mazzini, la pavimentazione del ponte, la sede viaria e di Piazza IV Novembre, Via XX Settembre e Piazza Trento.</p> <p>Il progetto diventa il trait d'union delle due anime commerciali di Susa, divise fisicamente dalla Dora Riparia e congiunte solo dal ponte oggetto di un importante progetto di allargamento proposto con il PNRR.</p> <p>L'intervento progettuale prevede il miglioramento dei collegamenti pedonali nel centro storico di Susa, raccogliendo attorno un solo cuore commerciale tutto il commercio di vicinato del centro storico della Città.</p>	
Destinatari		Il progetto oggetto della presente Azione avrà come destinatario principale la Città intera e le attività imprenditoriali in prossimità dell'area di intervento.	
Strumenti		Le intenzioni dell'Amministrazione sono rivolte alla ricerca degli opportuni finanziamenti per poter rendere esecutivo l'intervento di riqualificazione urbana in oggetto.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Comune di Susa - Cabina di Regia, come partner nella concertazione - Micro imprese commerciali e privati, come beneficiari dell'azione 	
Investimento e risorse	550.000 €	L'importo presunto del quadro economico è pari a 450.000 €. Il Comune intende partecipare ai bandi presenti e futuri promossi dalla Regione Piemonte sul tema della rigenerazione urbana, e di riqualificazione dei luoghi del commercio.	
Cronoprogramma	2022	Si prevede che la progettazione esecutiva, previa iscrizione nel Programma triennale delle OO.PP., possa essere completata durante la 2ª annualità del programma strategico e i lavori possano essere avviati nel 2023. La tempistica può variare, nel rispetto delle scadenze previste dal contributo ottenuto.	
	2023		
	2024		

AZIONE	C2	
Obiettivo strategico		3. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio
Indirizzo programmatico		2. Qualificazione dei luoghi del commercio
Descrizione azione		<p>Il territorio del Distretto Urbano del Commercio di Susa è stato oggetto di interventi a carattere materiale e immateriale che hanno interessato i luoghi del commercio. Nella scheda C1 si è fatto riferimento alle riqualificazioni urbane che hanno reso maggiormente attraenti gli ambiti in cui sono insediate le microimprese commerciali della Città.</p> <p>La Città di Susa ha programmato per il prossimo triennio (progetti inseriti nell'apposito programma triennale LLPP) diversi interventi che mirano a riqualificare altri ambiti della Città che possono comunque essere portatori di valore per la Città stessa e che si adattano perfettamente alle azioni che il Distretto Urbano del Commercio di Susa sta programmando per il primo triennio di vita del Distretto.</p> <p>Tra i progetti inseriti nel Programma Triennale delle Opere Pubbliche sono degni di menzione:</p> <p>"Progetto di rigenerazione urbana, parco archeologico Re Cozio"</p> <p>Il progetto si compone di una serie di proposte volte alla riqualificazione, riuso e alla rifunzionalizzazione ecosostenibile di aree e strutture pubbliche situate in adiacenza a Piazza Oddone. L'intervento si colloca in posizione centrale rispetto all'abitato e con grandi potenzialità attrattive sia per la popolazione valsusina sia in termini di afflusso turistico proveniente da altri paesi, in quanto di grande interesse naturalistico e storico.</p> <p>Il progetto di riqualificazione e rigenerazione urbana porterà a un nuovo utilizzo di un'area strategica ma al momento sottoutilizzata creando un luogo di socialità molto importante per la cittadina e contestualmente aprendo ai turisti una possibilità di alloggio, se pur temporaneo, per poter apprezzare gli importanti resti archeologici presenti a Susa e le bellezze del paesaggio e della cultura locale. Tutto questo favorendo l'accesso anche alle persone diversamente abili, e/o con ridotta capacità motoria, ai bambini e agli anziani.</p> <p>Cronoprogramma: 2023-2024 Investimento: 800.000 €</p> <p>"Riqualificazione e valorizzazione dei resti dell'antico tempio romano di Piazza Savoia"</p> <p>Il progetto di riqualificazione e valorizzazione dei resti dell'antico tempio romano di Piazza Savoia è finalizzato a risolvere in maniera definitiva l'impianto planimetrico di Piazza Savoia, che non ha avuto una sistemazione definitiva dopo gli scavi che hanno portato alla luce l'antico tempio romano. Il progetto prevede la valorizzazione dei citati resti archeologici e la fruizione degli spazi pubblici destinati a parcheggio nell'ambito delle strutture scolastiche che si dispongono sul fronte occidentale della piazza; infine è prevista la progettazione di un percorso di visita a valenza storica artistica e archeologica finalizzata allo sviluppo turistico della città.</p> <p>Cronoprogramma: 2023-2025 Investimento 1.000.000 €</p> <p>"Messa in sicurezza e riduzione pericolosità idraulica del fiume Dora Riparia e torrente Cenischia"</p> <p>Il progetto promuove una gestione sostenibile delle acque e del territorio lungo la Dora Riparia che oltre a risolvere le criticità legate a una possibile piena del fiume, possa consentire la rivitalizzazione delle aree urbane e lo sviluppo delle attività economiche su cui gravano i rischi idrogeologici che saranno grandemente mitigati a seguito degli interventi.</p>

	<p>Il progetto ha come opera cardine il rifacimento del ponte che collega Via Mazzini e Piazza IV Novembre, che opportunamente allargato consentirebbe un collegamento pedonale più agevole tra i due luoghi del commercio di Susa più importanti, Via Roma e il commercio che si estende dal ponte sino a Via al Castello (oggetto dell'azione C1 del presente programma).</p> <p>La realizzazione dell'investimento comporta un impatto positivo immediato sul modo del lavoro considerando l'occupazione generata dalle imprese impiegate nella realizzazione delle opere e del potenziale sviluppo urbanistico del territorio. La realizzazione degli interventi, migliorando la mobilità, pone le basi per eliminare una serie di vincoli sull'attività edificatoria e sull'insediamento di nuove attività economiche promuovendo la riconversione del patrimonio edilizio ed infrastrutturale esistente; in tal modo si stimola l'avvio di nuove attività produttive e la conversione ecologica dello stesso, evitando l'occupazione di suolo non edificato.</p> <p>La riduzione del rischio idrogeologico comporta come immediata conseguenza una consistente attenuazione delle probabilità di accadimento di eventi calamitosi che possono compromettere lo sviluppo economico delle attività di impresa, impegnando risorse pubbliche per la gestione dell'emergenza e la messa in sicurezza delle aree colpite che potrebbero, al contrario, essere direzionate verso investimenti e finanziamenti per l'incentivazione della ripresa economica e lo sviluppo imprenditoriale.</p> <p>Cronoprogramma: 2023-26 Investimento 10.000.000 €</p> <p>"Riqualificazione di un tratto di Corso Trieste"</p> <p>A seguito dell'acquisizione di un fabbricato privato in grave stato di degrado, l'Amministrazione promuove la riqualificazione dell'ambito individuato trasformando il sedime oggetto dell'intervento in una piccola piazza a prevalente destinazione pedonale, caratterizzata da arredo urbano, in linea con gli elementi proposti per il DUC, e ricca di verde pubblico. La piazzetta fungerà da collegamento tra Via Trieste e le vie pedonali del Centro Commerciale Naturale.</p> <p>Cronoprogramma: 2024-26 Investimento 450.000 €</p>
Destinatari	Il progetto oggetto della presente Azione avrà come destinatario principale la Città intera e le attività imprenditoriali in prossimità dell'area di intervento.
Strumenti	Le intenzioni dell'Amministrazione sono rivolte alla ricerca degli opportuni finanziamenti per poter rendere esecutivo l'intervento di riqualificazione urbana in oggetto.
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Comune di Susa - Cabina di Regia, come partner nella concertazione - Micro imprese commerciali e privati, come beneficiari dell'azione
Investimento e risorse	L'importo stimato per i tre interventi è pari a 12.250.000 €. Il Comune ha partecipato e intende partecipare ai futuri bandi del PNRR. I primi tre interventi sono stati candidati tra gli interventi del Recovery Plan.
Cronoprogramma	2022
	2023
	2024

AZIONE	D	Promuovere e coordinare gli interventi sulle esteriorità degli esercizi commerciali - PRIVATI	
Obiettivo strategico		3. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico		2. Qualificazione dei luoghi del commercio 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		<p>La qualificazione dei luoghi del commercio, come nell'accezione promossa dalla Regione Piemonte, passa anche attraverso la riqualificazione dei fronti commerciali. I fronti commerciali sono caratterizzati da precisi elementi costruttivi, costituiti dalle facciate, dalle vetrine, dalle insegne e dall'arredo fisso e mobile che possono caratterizzare un negozio o un'attività di somministrazione. Un ruolo strategico nella valorizzazione dei <i>luoghi del commercio</i> è attribuita alle esteriorità degli esercizi presenti nell'area di programmazione.</p> <p>Sulla scorta delle esperienze precedenti promosse dalla Regione Piemonte si è voluto proporre un'azione che aveva avuto molto seguito. L'Azione riguarda i piani terra degli edifici dove è localizzato il commercio di vicinato di Susa; le azioni ammesse a contributo, conformi ai documenti programmatici del Comune sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il rifacimento delle facciate degli esercizi; - rifacimento delle insegne, dell'illuminazione e delle tende; - sistemazione delle vetrine; - sistemazione dei chioschi e dei dehors. <p>Il DUC sarà parte attiva per agevolare le microimprese commerciali a partecipare a specifici bandi. Questo processo di rigenerazione potrà innescare altri interventi di recupero sul patrimonio costruito esistente di proprietà privata, attraverso ulteriori lavori di restauro e manutenzione anche delle facciate e sulle cortine edilizie.</p>	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono le microimprese commerciali, di somministrazione, e i titolari di autorizzazione di vendita che non sia all'ingrosso.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono le progettualità proposte dai privati e gli strumenti urbanistici che regolano gli elementi oggetto degli interventi.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Cabina di Regia - Tavolo di partenariato - Manager - Micro imprese commerciali e privati, come beneficiari 	
Investimento e risorse		max 30.000€ ognuno	Si presume che l'intervento possa avere un costo <u>massimo</u> di 30.000 € per ogni beneficiario. Il Comune potrà scontare i costi di occupazione del suolo pubblico, ma si ritiene che l'Azione sia attuabile, in modo sistematico, solo con un contributo a carico di un Ente sovraterritoriale (Regione Piemonte).
Cronoprogramma	2022	Il cronoprogramma dell'azione sarà definito contestualmente alla pubblicazione di un apposito bando da parte di un Ente pubblico sovraterritoriale, su iniziativa della Cabina di Regia e attuato dal Manager di Distretto di concerto con gli uffici comunali.	
	2023		
	2024		

AZIONE	E	Realizzazione di arredo urbano esclusivo per gli ambiti del Distretto	
Obiettivo strategico		3. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 2. Qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione		<p>La posa in opera di elementi di arredo urbano costituisce una delle azioni che apportano maggior beneficio in termini di riqualificazione urbana.</p> <p>L'azione prevede la posa di arredo urbano univoco, che rappresenti il Distretto Urbano del Commercio e che in seguito alla prima fornitura venga continuato negli anni a seguire.</p> <p>L'arredo scelto sarà caratterizzato dal logo del Distretto e verrà installato all'interno della perimetrazione del Distretto stesso.</p> <p>L'arredo urbano rappresenta uno strumento fondamentale per il miglioramento dell'attrattività di un contesto urbano, il cui rinnovamento costante nel corso del tempo, con l'installazione di nuovi elementi più funzionali, si impone come una qualificazione strategica delle aree pubbliche.</p> <p>L'intervento proposto prevede l'utilizzo di tipologie di elementi di arredo urbano già utilizzate nel contesto del centro storico di Susa, ma identificativi del Distretto Urbano del Commercio di Susa.</p> <p>La scelta di posizionamento dell'arredo sarà curata dal Manager di Distretto sentita la Cabina di regia e il tavolo tematico che sarà istituito appositamente per gli argomenti relativi al decoro urbano della Città.</p>	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono indirettamente le microimprese commerciali e di somministrazione ma soprattutto gli abitanti di Susa nel complesso.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da una progettazione unitaria dell'intervento e, a seguito dell'aggiudicazione dei lavori, la posa in opera degli elementi scelti.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Tavolo di Partenariato - Manager 	
Investimento e risorse		50.000 € + 20.000 €	Si presume che l'intervento possa avere un costo indicativo di circa 50.000 €. La copertura finanziaria dell'opera sarà definita in base alle risorse disponibili che verranno messe in campo dalla governance e dagli stakeholder auspicando che la cifra possa essere integrata da finanziamenti pubblici regionali.
Cronoprogramma	2022	L'intervento è previsto per la prima annualità del programma strategico per un importo di 50.000 Euro	
	2023	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.	
	2024	Si presume che l'azione descritta possa essere riproposta anche nelle annualità successive.	

AZIONE	F	Promuovere progetti utili a mitigare la presenza di locali sfitti	
Obiettivo strategico		2. Ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali 3. Promuovere e programmare la qualificazione dei luoghi del commercio	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 2. Qualificazione dei luoghi del commercio 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		<p>Le ricognizioni effettuate nell'ambito del Distretto di Susa hanno evidenziato la presenza di locali commerciali sfitti: una situazione per ora non grave che deve però essere arginata prima che possa diventare endemica e abituale. Il contrasto alla desertificazione commerciale può avere effetti positivi sulla capacità attrattiva del Distretto di Susa e specifiche azioni utili al contenimento dell'effetto saranno messe in azione dalla Città con l'aiuto del Distretto Urbano del Commercio. Le azioni che vanno messe in campo sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - effettuare il censimento e l'individuazione planimetrica dei locali commerciali sfitti; - mettere in contatto i proprietari degli sfitti con imprenditori di possibili attività commerciali, anche temporanee; - utilizzare le vetrine sfitte come vetrine promozionali del Distretto (vetrofanie, pubblicità, ecc.); - realizzare installazioni per eventi temporanei e promozionali dei vari stakeholder del territorio; - fornire consulenze specifiche, da parte del DUC, per le attività che intendono insediarsi in locali sfitti; - favorire l'inserimento di attività commerciali che possano completare l'offerta merceologica, a seguito di una ricognizione delle attività presenti nel Distretto; - proporre fiscalità di vantaggio a chi occupa locali sfitti (per quanto e come); - avviare un sistema di promozione dei locali sfitti con priorità per i luoghi strategici. 	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono i proprietari dei locali sfitti e i possibili imprenditori che intendono insediarsi in questi locali. Indirettamente sono destinatari tutte le microimprese commerciali e di somministrazione che gravitano in prossimità di locali sfitti che vengono riutilizzati	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti dal censimento dei locali sfitti e dalla costituzione di un tavolo tematico tra i vari attori del processo di mitigazione dei locali sfitti.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager 	
Investimento e risorse	15.000 €	Si presume che l'intervento possa avere un costo indicativo di circa 5.000 € medi per anno, con una spesa maggiore durante la prima annualità. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà definita nei primi incontri della Cabina di Regia. Il costo potrà essere assorbito parzialmente dai proprietari dei locali sfitti, quale contributo iniziale.	
Cronoprogramma	2022	La ricognizione sarà effettuata negli ultimi mesi del 2022. A partire dal mese di settembre 2022 verrà convocato il tavolo tematico che scandirà nel tempo le azioni da mettere in campo. L'azione avrà durata triennale senza soluzione di continuità, e secondo le necessità.	
	2023		
	2024		

AZIONE	G	Organizzare corsi di formazione e informazione	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 4. Formazione e informazione alle imprese commerciali 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		L'azione prevista dal Programma Strategico è finalizzata al rafforzamento delle competenze degli imprenditori delle microimprese commerciali e di somministrazione, ma sarà aperta a tutti coloro che sono parte attiva del processo di valorizzazione del Distretto del Commercio. La crescita professionale e imprenditoriale è garantita dai percorsi di formazione e informazione e dalla personalizzazione di servizi riservati alle imprese e agli addetti del settore della distribuzione di prossimità. I temi saranno personalizzati secondo le esigenze dei fruitori e potranno riguardare il tema del lavoro e reinserimento al lavoro, imprenditorialità femminile e giovanile. La scelta delle tematiche da proporre potranno essere individuate nel questionario che Cat.Com ha sottoposto ai commercianti integrato da altri questionari più specifici. Tra i temi proposti ha avuto grande richiesta l'innovazione digitale a cui è riservata una scheda-azione specifica.	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutte le microimprese commerciali e di somministrazione e gli attori del processo di costituzione del Distretto.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. Sarà in ogni caso possibile seguire gli incontri formativi via web.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager 	
Investimento e risorse	12.000 €	L'azione ha un costo presunto di 12.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Susa e si auspica con un contributo della Regione Piemonte	
Cronoprogramma	2022	I corsi di formazione e di informazione saranno organizzati nei locali messi a disposizione dal Comune di Susa e saranno continui sui 3 anni di programmazione. La formazione per essere efficace deve essere di tipo "continuo" come avviene per tutte le categorie professionali	
	2023		
	2024		

AZIONE	H	Promuovere l'innovazione digitale tra gli operatori commerciali	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 3. Innovazione digitale delle microimprese commerciali 4. Formazione e informazione alle imprese commerciali 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		La formazione e informazione può e deve avere una declinazione privilegiata per i temi legati al digitale. L'azione formativa è rivolta a tutti gli operatori commerciali interessati presenti all'interno della perimetrazione del DUC ed è finalizzata alla sensibilizzazione e all'educazione digitale. Si prevedono azioni volte a sostenere la digitalizzazione delle imprese interessate tramite la condivisione di saperi e tecnologie utili a innovare i processi e i servizi del tessuto commerciali. Un'attenzione particolare dovrà essere rivolta alla gestione di un eventuale sito aziendale, ai nuovi canali di comunicazione social e agli strumenti che la rete può offrire. La formazione potrà anche assistere le imprese seguendone l'inserimento nel progetto della Camera di Commercio di Torino "Digitalesottocasa" che prevede attività di animazione del territorio del Distretto. Gli incontri saranno occasione di incontro e di confronto fra i vari operatori del settore coinvolti, che potranno confrontarsi sull'esperienza formativa, aumentando il loro senso di appartenenza al DUC di Susa.	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutte le microimprese commerciali e di somministrazione e gli attori del processo di costituzione del Distretto.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. Sarà in ogni caso possibile seguire gli incontri formativi via web.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager 	
Investimento e risorse	12.000 €	L'azione ha un costo presunto di 12.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Susa e si auspica con un contributo della Regione Piemonte	
Cronoprogramma	2022	I corsi di formazione e di informazione saranno organizzati nei locali messi a disposizione del Comune di Susa e saranno continui sui 3 anni di programmazione. La formazione per essere efficace deve essere di tipo "continuo" come avviene per tutte le categorie professionali	
	2023		
	2024		

AZIONE	I	Promuovere l'educazione al consumo consapevole e dei prodotti locali	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 4. Formazione e informazione alle imprese commerciali 5. Fidelizzazione della clientela attraverso l'educazione al consumo 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		L'azione immateriale proposta è finalizzata all'attivazione di corsi e incontri in collaborazione con gli istituti scolastici della Città di Susa. I temi oggetto degli incontri formativi saranno l'educazione al consumo consapevole e responsabile, la sostenibilità ambientale e i principi dell'economia circolare. Tali pratiche conducono direttamente all'acquisto dei prodotti locali, valorizzando le imprese di prossimità. La consapevolezza dei giovani consumatori può inoltre diventare occasione di confronto e di riflessione sia a scuola che in famiglia. L'obiettivo è porre in relazione il mondo della scuola e dei ragazzi con le realtà del commercio di prossimità di Susa. L'azione intende promuovere anche il consumo dei prodotti agricoli locali grazie alla collaborazione con Coldiretti. Si dovrà incentivare la popolazione residente all'acquisto di prodotti agricoli locali e l'inserimento degli stessi in tutta la filiera turistica al fine di dare priorità al prodotto a Km zero. Lo sviluppo dell'economia circolare potrà infatti avvenire tramite la valorizzazione del rapporto tra sostenibilità e acquisto di prossimità, mediante comportamenti d'acquisto virtuosi e/o incentivi alla diffusione di prodotti locali o a filiera corta.	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono gli studenti di tutti gli ordini e grado e le loro famiglie. Le ricadute dell'azione potranno essere di vantaggio per le microimprese commerciali di Susa.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione riguardano la preparazione della documentazione necessaria alla docenza e alla disponibilità di locali dove poter tenere gli incontri. In particolare si ritiene che queste azioni potranno essere tenute nei locali messi a disposizione delle scuole che parteciperanno al progetto.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Istituti scolastici di Susa - Manager 	
Investimento e risorse	9.000 €	L'azione ha un costo presunto di 9.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Susa e si auspica con un contributo della Regione Piemonte	
Cronoprogramma	2022	La promozione dell'educazione al consumo consapevole sarà organizzata nei locali messi a disposizione del Comune di Susa o dalle scuole partecipanti al progetto. L'attività di promozione sarà ripetuta per tutti i 3 anni del programma e calendarizzata sentiti gli istituti scolastici	
	2023		
	2024		

AZIONE	J	Promuovere lo sviluppo di politiche commerciali rivolte al riuso e all'economia circolare	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 4. Formazione e informazione alle imprese commerciali 5. Fidelizzazione della clientela attraverso l'educazione al consumo 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		Un'azione immateriale utile al comparto commerciale di prossimità è costituita dalla incentivazione alle politiche del riuso e al sostegno dell'economia circolare. Come specificato nella relazione semplificata di candidatura a Distretto presso al Regione Piemonte, il Distretto intende collaborare con l'I.I.S. Enzo Ferrari e con CNA per organizzare corsi di formazione professionale finalizzati alla formazione di tecnici in grado di intervenire sugli apparecchi che necessitano di riparazioni; sarà compito di Ascom invece curarne i progetti per la loro rimessa sul mercato commerciale. Verranno anche studiate politiche per il lavoro (transizione, reinserimento) e per il mantenimento dei livelli occupazionali e l'orientamento all'autoimprenditorialità. Grande attenzione sarà data a logistica e servizio e alla valorizzazione, anche mediante tecnologie e soluzioni innovative, di servizi alla clientela in un'ottica di rafforzamento della relazione di prossimità.	
Destinatari		Il destinatari indiretti dell'azione sono le microimprese commerciali e di somministrazione o chi ne avrà diritto dalla regolamentazione della misura stessa messa in atto dalla Città di Susa.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale della Città e sono già previsti dalla specifica normativa.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Tavolo di partenariato - Manager 	
Investimento e risorse	9.000 €	L'azione ha un costo presunto di 9.000 € complessivi per i 3 anni di programma. La copertura finanziaria dell'iniziativa sarà a carico della Città di Susa e si auspica con un contributo della Regione Piemonte	
Cronoprogramma	2022	La promozione dell'educazione al consumo consapevole sarà organizzata nei locali messi a disposizione del Comune di Susa o dalle scuole partecipanti al progetto. L'attività di promozione sarà ripetuta per tutti i 3 anni del programma e calendarizzata sentiti gli istituti scolastici	
	2023		
	2024		

AZIONE	K	Promuovere misure di fiscalità di vantaggio	
Obiettivo strategico	1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 2. Ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali		
Indirizzo programmatico	1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche		
Descrizione azione	<p>Un'azione immateriale utile al comparto commerciale di prossimità è costituita dalla incentivazione all'insediamento di nuove aperture commerciali ed eventualmente favorire subentri, grazie alla promozione di misure di fiscalità di vantaggio.</p> <p>La misura potrebbe essere messa in atto con esenzioni parziali sui primi 3 anni di insediamento sulle tasse gestite dall'Amministrazione e su cui c'è flessibilità amministrativa: sgravio dell'IMU, dispense sul costo di costruzione, esonero dell'occupazione suolo pubblico, ecc.</p> <p>In questa azione la Cabina di Regia del Distretto Urbano del Commercio si pone come parte attiva, sentite le esigenze del comparto commerciale per definire di concerto con la Città di Susa le specifiche misure di fiscalità di vantaggio.</p>		
Destinatari	Il destinatari indiretti dell'azione sono le microimprese commerciali e di somministrazione o chi ne avrà diritto dalla regolamentazione della misura stessa messa in atto dalla Città di Susa.		
Strumenti	Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale della Città e sono già previsti dalla specifica normativa.		
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Tavolo di partenariato - Manager 		
Investimento e risorse	- - - €	I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono propri della pianificazione e della programmazione territoriale di una Città e sono spesso insiti nelle retribuzioni dei funzionari dell'Ente stesso.	
Cronoprogramma	2022	La concertazione per le tematiche relative alla pianificazione urbanistica, territoriale e commerciale, oggetto della presente azione, sarà attivata secondo le indicazioni della Cabina di Regia.	
	2023		
	2024		

AZIONE	L	Ricognizione e accesso a possibili canali di finanziamento	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 2. Ridurre il fenomeno della dismissione degli usi commerciali 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Marketing territoriale e gestione del Distretto 6. Sostegni alle imprese e supporto alle attività economiche	
Descrizione azione		<p>Il Distretto Urbano del Commercio di Susa potrà continuare la propria attività per il periodo di programmazione, ma anche al termine del primo triennio, se saprà cogliere le occasioni di finanziamento che i mercati propongono. I programmi promossi dalla Regione Piemonte sono finanziati da sempre con bandi e incentivi. Tuttavia il Distretto di Susa dovrà promuovere delle attività finalizzate alla ricerca di fondi e capitali diversi.</p> <p>Il primo canale da indagare è certamente riferito alle sponsorizzazioni che le imprese del territorio potranno elargire al Distretto per la promozione del territorio stesso. Anche le microimprese commerciali potranno essere partecipi, come spesso succede, autotassandosi o stabilendo delle quote annuali di investimento per il Distretto stesso. I canali che andranno certamente scandagliati conducono alle Fondazioni bancarie, ai Fondi UE, alla Camera di Commercio e certamente alla Regione Piemonte che ha promosso la formazione dei Distretti e quindi dovrà certamente sostenerli finanziariamente.</p>	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutti gli attori del Distretto di Susa ma soprattutto la struttura stessa del Distretto che se saprà veicolare finanziamenti nelle proprie disponibilità potrà mettere in atto il presente programma e integrarlo con altre azioni ritenute importanti, sorte nel prosieguo delle attività del Distretto stesso.	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da un attento monitoraggio dei possibili canali di finanziamento.	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager - Consulenti in materia 	
Investimento e risorse		6.000 €	I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono stimati in 6.000 euro per il triennio iniziale e comprendono spese di vacanza e per consulenze specifiche in tema di finanziamenti pubblici e privati.
Cronoprogramma		2022	La ricerca di possibili canali di finanziamento dovrà essere perpetrata per tutta la durata del Distretto. Molto spesso i canali di finanziamento hanno durata e scadenze a breve termine che quindi dovranno essere intercettate il prima possibile
		2023	
		2024	

AZIONE	M	Promozione della mobilità dolce e del turismo sostenibile	
Obiettivo strategico		1. Favorire e sostenere il commercio di vicinato 4. <i>Sviluppare 3 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, nello specifico i punti 9 Imprese, Innovazione e Infrastrutture, 11 Città e Comunità sostenibili, 12 Consumo e Produzione responsabili.</i>	
Indirizzo programmatico		1. Gestione del Distretto e Marketing territoriale 2. Qualificazione dei luoghi del commercio	
Descrizione azione		<p>Il territorio segusino è ricco di percorsi alternativi alla viabilità veicolare e la Città di Susa intende promuovere una rete di ciclovie adatte all'uso quotidiano che consentano di accedere dai luoghi di residenza ai maggiori poli attrattori della città.</p> <p>In collaborazione con l'A.S.D. Guide Discovery Valsusa e il FAI Fondo Ambiente Italiano Delegazione di Susa l'azione prevede lo sviluppo di progetti finalizzati allo sviluppo del turismo sostenibile, in particolare quello legato alla bicicletta, con la creazione di un sistema di qualità che unisca la pratica sportiva e la scoperta dell'immenso patrimonio culturale della Città di Susa. La vocazione turistica come città d'arte continuerà a essere valorizzata anche attraverso le normative regionali vigenti, che otterranno ancora maggiore attenzione nello sviluppo di tali progetti.</p> <p>La transizione ambientale, la tutela del paesaggio e dell'ambiente urbano dovranno funzionare come leva di rafforzamento dell'attrattività commerciale e/o turistica locale, di incremento della qualità della vita e di miglioramento delle condizioni di salute della popolazione.</p> <p>Lo sviluppo di un sistema di mobilità dolce persegue i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) favorire modalità di spostamento sostenibili e rispettose all'ambiente; b) porre al centro della programmazione la tematica ambientale e della sostenibilità anche a vantaggio degli esercizi commerciali locali; c) consolidare i percorsi ciclopedonali esistenti, completando i collegamenti tra i vari percorsi già individuati e utilizzati; d) promuovere il cicloturismo, il turismo sostenibile e il turismo slow; e) valorizzare e mettere in connessione itinerari e percorsi già esistenti arricchendo l'offerta di servizi e di esperienze da vivere nel Distretto. 	
Destinatari		Il destinatari dell'azione sono tutti i cittadini, i cicloturisti e indirettamente anche gli esercizi commerciali	
Strumenti		Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti dalle progettualità che i comuni unitamente al Distretto metteranno in campo	
Soggetti coinvolti		<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager 	
Investimento e risorse	---	€	L'investimento necessario sarà valutato di volta in volta a seconda dell'intervento in progetto
Cronoprogramma	2022	Il cronoprogramma di una misura complessa non può essere prevista senza margini di errore piuttosto marcati: la definizione di percorsi outdoor appare di facile realizzazione mentre le interconnessioni con la viabilità ordinaria necessitano di progetti per essere valutate compiutamente.	
	2023		
	2024		

AZIONE	N	Predisporre strumenti di monitoraggio dell'avanzamento del programma strategico
Obiettivo strategico		Il monitoraggio riguarda indistintamente tutti gli obiettivi strategici, perché costituisce uno dei fattori essenziali al raggiungimento degli obiettivi stessi.
Indirizzo programmatico		Il monitoraggio come per gli obiettivi coinvolge tutti gli indirizzi programmatici stabiliti dal Programma Strategico Triennale.
Descrizione azione		<p>Il Distretto Urbano del Commercio di Susa intende dotarsi di un opportuno sistema di valutazione (monitoraggio) delle azioni previste dal Programma Strategico Triennale. La capacità di misurazione dei risultati ottenuti è un parametro fondamentale nella valutazione dell'efficacia delle azioni previste e proposte dal DUC.</p> <p>Allo stesso modo il monitoraggio è utile a comprendere se le azioni siano state utili a soddisfare gli obiettivi strategici che il DUC si è posto nel presente Programma strategico. Questa lettura infatti può servire a rivedere o a ripensare le modalità con la quale sono state poste in essere le azioni e se le azioni fossero effettivamente utili al raggiungimento degli obiettivi stesso.</p> <p>Il monitoraggio dovrà essere costituito da strumenti semplici e immediati, con un sistema di controllo e verifica snello. La costituzione dei tavoli di lavoro tematici dovrà servire anche a stabilire quali possano essere le azioni di monitoraggio a seconda delle tematiche e delle azioni che saranno oggetto dei singoli tavoli tematici.</p> <p>Ogni tavolo di lavoro e il manager, deputato anche al monitoraggio del DUC, potranno assumere come regole di base del monitoraggio le seguenti linee:</p> <ul style="list-style-type: none"> - verificare l'effettiva realizzazione delle azioni proposte, nel rispetto delle tempistiche riportate nella programmazione e sollecitare gli attori in caso di inerzia; - tenere aggiornati con frequenti rapporti gli attori del Distretto sull'effettivo stato di avanzamento e segnalare condizioni di inerzia o di inefficienza; - proporre integrazioni alle azioni previste solo se migliorative degli obiettivi posti alla base dello stesso Programma Strategico; - verificare se i risultati raggiunti assecondano gli obiettivi prefissati. <p>In generale alcuni elementi di lettura potrebbero essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - valutare l'incremento del numero di esercizi di vicinato per valutarne l'effettiva crescita; - valutare l'eventuale avvicendamento degli esercenti commerciali rispetto alla zona interessata dalle azioni. - valutare l'incremento del rinnovamento dei locali a uso commerciale all'interno della perimetrazione del DUC. <p>Un altro canale utile al monitoraggio è dato dal numero di pratiche edilizie riguardanti i locali commerciali, l'aumento delle pratiche edilizie relative al commercio è spesso proporzionale alle pratiche di tutto l'edificato di una città.</p> <p>Le tempistiche di un corretto monitoraggio sono subordinate a una prima lettura del contesto della Città di Susa. È necessario fornire una fotografia attendibile dello stato di salute del comparto commerciale della Città per poterlo confrontare di anno in anno e stabilire se il percorso intrapreso è corretto.</p> <p>Il questionario predisposto dal Cat.Com in sede di costituzione è una buona base da cui partire per poter ottenere un confronto continuo durante il percorso temporale del Distretto. Il SUAP del Comune sarà un partner fondamentale per leggere le evoluzioni del commercio della Città e del Distretto Urbano del Commercio di Susa e del suo ambito territoriale.</p>

	<p>Le altre letture fondamentali per un corretto monitoraggio dovranno essere messe in campo da ogni tavolo tematico, con la collaborazione delle Associazioni di categoria presenti in Città; queste possono essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - censimento relativo alla partecipazione delle imprese commerciali alle varie iniziative di formazione e informazione e agli eventi programmati e promossi sul territorio del DUC; - valutazione dell'indice di soddisfazione degli aderenti ai percorsi formativi proposti e agli eventi promossi con questionari dedicati e specifici; - verifica di quante microimprese commerciali hanno aderito alle iniziative di promozione e di animazione organizzate negli ambiti del DUC; - valutazione a campione del grado di soddisfacimento degli aderenti alle iniziative proposte; - redazione di interviste utili a valutare il livello di soddisfazione dei consumatori all'interno della perimetrazione del DUC con questionari; - valutazione della capacità attrattiva del DUC con indagini di mercato da proporre ai frequentatori, ai residenti e agli operatori economici; - valutazione dell'attività di branding e la promozione del DUC on line quantificando il numero di follower sui social e il numero di utilizzatori dei social utilizzati per la promozione del DUC. <p>Sarà compito del Manager trasmettere i risultati ai tavoli tematici e alla Cabina di Regia e con cadenza annuale al competente settore della Regione Piemonte, tramite una relazione sull'andamento dei lavori, segnalando eventuali variazioni nel programma delle azioni previste.</p>	
Destinatari	<p>Il destinatari dell'azione sono tutti gli attori del Distretto di Susa ma soprattutto la struttura stessa del Distretto che se saprà leggere correttamente i risultati del monitoraggio potrà opportunamente correggere la programmazione. del DUC.</p>	
Strumenti	<p>Gli strumenti necessari alla realizzazione dell'azione sono costituiti da indagini, questionari, verifiche sul campo, raccolta dati presso gli uffici comunali, ecc.</p>	
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Città di Susa - Cabina di Regia - Manager - Consulenti in materia 	
Investimento e risorse	7.500 €	<p>I costi necessari alla realizzazione della presente azione sono stimati in 7.500 euro per il triennio iniziale e comprendono spese di vacanza e per consulenze specifiche in tema di finanziamenti pubblici e privati.</p>
Cronoprogramma	2022	<p>Il monitoraggio andrà gestito con cadenza almeno semestrale; ma è scontato che le indagini di mercato andranno fatte nel momento in cui vengono effettuate delle azioni sul territorio del DUC. Di fatto l'attività di monitoraggio è continua per tutta la durata del programma strategico.</p>
	2023	
	2024	

