

# Provincia

PROVINCIA@ECO.BG.IT  
www.ecodibergamo.it/cronaca/section/

## Distretti, un pieno da 12 milioni per il commercio

**Il decennale.** Grazie alle risorse regionali e alle intese degli operatori oltre 1.200 iniziative a favore dei negozi

ANDREA TAIETTI

Dalle feste con musica e animazione in strade e piazze alla comunicazione via internet, dall'arredo urbano alle iniziative di marketing. Questi e altri ancora i frutti del lavoro dei distretti commerciali che operano nella nostra provincia ormai da un decennio e hanno prodotto più di 1.200 iniziative sul territorio.

Il tutto è avvenuto grazie al lavoro coordinato tra i vari Comuni, le associazioni di categoria e i commercianti, che lavorando insieme hanno ottenuto notevoli risultati, opponendosi alla desertificazione dei centri storici e valorizzando le caratteristiche tradizionali e culturali dei singoli territori rappresentati.

Nel 2008 la Regione Lombardia approvò il primo bando per promuovere i «Distretti del commercio per la competitività e l'innovazione dei sistemi distributivi nelle aree urbane della Lombardia» mettendo in campo risorse per 22,5 milioni di euro.

**Bandi e risorse**

Nei successivi 10 anni sono stati approvati altri 5 bandi dalla Regione, volti alla promozione di distretti del commercio, dei Duc (distretti urbani del commercio costitui-

ti un singolo Comune con più di 15 mila abitanti) e dei Did (distretti diffusi di rilevanza intercomunale, che hanno un Comune capofila e altri aggregati).

In totale i 6 bandi hanno messo a disposizione risorse per 85 milioni di euro. In Lombardia sono sorti 200 distretti (53 Duc e 147 Did) coinvolgendo 827 Comuni su

**In Lombardia si contano 200 distretti che operano in 827 comuni**

**I fondi sono andati in buona parte per arredo urbano e migliore accessibilità**

1.546 (oltre il 50% dei municipi lombardi), oltre il 60% dei punti vendita di vicinato, più di 7 milioni di cittadini su un totale di 9,8 milioni e oltre 91 mila imprese commerciali al dettaglio di vicinato.

**Il 14% dei Distretti lombardi**

La partecipazione è stata molto positiva anche nella

Bergamasca. Secondo i dati forniti dall'Ascom di Bergamo, in questi primi dieci anni sono nati 29 distretti, 4 Duc e 25 Did, che risultano essere il 14% del totale della Lombardia. Questi 29 distretti sono riusciti a coinvolgere 133 comuni, su 244 bergamaschi totali, quindi superando addirittura il 50%, oltre il 60% dei punti vendita di vicinato e più di mille operatori privati.

**La squadra dei pionieri**

I primi distretti bergamaschi a sorgere, già nel 2008, sono stati il Duc Bergamo, il Duc Treviglio e il Did Le cinque terre della Val Gandino, con capofila Gandino. L'ultimo a prendere vita è stato, invece, il Did Castelli e Fontanili della Bassa, con capofila Cologno al Serio.

I distretti del commercio sono così diventati una modalità di valorizzazione territoriale per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare dinamiche economiche, sociali e culturali. Dalla Regione sono stati destinati ai distretti della Bergamasca oltre 12 milioni di euro in 10 anni. Insieme a questi, sono entrati nelle casse dei distretti ulteriori fondi arrivati da altri tipi di investitori, come le amministrazioni comunali, le Camere di commercio, i singoli impren-

mercianti capaci di essere protagonisti nei propri territori».

Dopo 10 anni siamo a un giro di boa: «I distretti devono camminare con le loro gambe, diventando soggetti autonomi nella gestione delle attività». L'idea è che possano anche «diventare motori di uno sviluppo complessivo che valorizzi tutti gli aspetti dell'attrattività bergamasca (cultura, turismo, bellezze ambientali e prodotti tipici)», secondo una logica coordinata di marketing territoriale», prosegue Ghidotti.

Gli esiti indubbiamente positivi di questi anni vengono evidenziati anche da Confesercenti: «L'istituzione dei distretti è stata un'ottima decisione», conferma la presidente Elena Fontana. Che adesso è pronta anche

## Schianto sulla statale a Rogno Gravissimo un ventenne

In gravissime condizioni un ventenne, di Sovero, coinvolto in un incidente stradale a Rogno.  
**A pagina 23**



### I distretti del commercio in Bergamasca dal 2008 a oggi

DISTRETTO	CAPOFILA	CONTRIBUTI
■ Colline Orobianche	Almenno San Salvatore	248.800,00
■ Bassoserio	Alzano Lombardo	292.600,00
■ Area Antegnante	Antegnate	273.200,00
■ Bergamo Centro	Bergamo	1.307.000,00
■ Bonate Sopra	Bonate Sopra	235.500,00
■ Isola Bergamasca	Calusco D'adda	420.000,00
■ Civate al Piano	Civate Al Piano	228.900,00
■ Alta Val Seriana - Clusone	Clusone	695.800,00
■ Curno	Curno	320.000,00
■ 525	Dalmine	523.400,00
■ Le cinque terre di Val Gandino	Gandino	602.700,00
■ Lovere, Bossico e Castro	Lovere	324.000,00
■ Area Zingonia	Osio Sotto	604.100,00
■ Piazza Brembana	Piazza Brembana	250.000,00
■ Ville e Torri dell'Isola	Ponte San Pietro	530.700,00
■ Romano di Lombardia	Romano Di Lombardia	444.200,00
■ Fontium et Mercatorum	San Pellegrino Terme	618.100,00
■ Dal Sebino all'Oglio	Sarnico	507.700,00
■ Dall'Altopiano Selvino Aviatice	Selvino	381.000,00
■ Seriate	Seriate	463.200,00
■ Morusalba	Stezzano	479.600,00
■ Tavernola Bergamasca	Tavernola Bergamasca	250.000,00
■ Treviglio	Treviglio	487.300,00
■ Asta del Serio	Valbondione	589.400,00
■ Honio	Vertova	522.800,00
■ Valle di Scalve	Vilminore Di Scalve	257.600,00
■ Valle Brembana*	Zogno	347.100,00
■ Valle Imagna	Comunità Montana Valle Imagna	480.000,00
■ Distretto Castelli e fontanili della bassa	Cologno Al Serio	0,00
	<b>TOTALE</b>	<b>12.684.700,00</b>

Fonte: Ascom Bergamo



A spasso per negozi a Clusone

## Ora le associazioni guardano al futuro Tra turismo e digitale

Dalle associazioni dei commercianti bergamaschi c'è soddisfazione per i risultati raggiunti in questi anni, ma anche voglia di guardare al futuro. Occupandosi dei distretti bergamaschi per conto di Ascom, Roberto Ghidotti conosce bene queste realtà: «In questi 10 anni nei quali si è lavorato sodo - rileva - si è cercato di capire come affrontare le sfide che i distretti

imponavano alle categorie commerciali, come far convivere esigenze pubbliche e private, ma soprattutto rafforzare l'idea che la condivisione e la voglia di essere protagonisti nel territorio sia una sfida da vincere anche per dar slancio alle attività commerciali. La sfida è stata ed è impegnativa, ma è l'unica strada da percorrere per creare una nuova classe dirigente di com-



Tra gli obiettivi, anche una crescente attenzione al turismo

a guardare avanti: «Ogni giorno per il commercio si pongono sfide nuove, può essere utile aprire un confronto tra tutte le realtà coinvolte per pensare insieme

a un altro decennio di sviluppo».

Alcuni dei possibili, caldissimi temi Fontana li mette già sul tavolo: «I pagamenti digitali, il

commercio elettronico, le consegne veloci». Segni di un mondo che cambia, e a cui provare insieme a dare delle risposte: «Siamo certi di poter offrire qualcosa di sempre più aggiornato e rispondente alle esigenze dei tempi».

In questi anni, mettere insieme i vari protagonisti locali, il versante pubblico e quello privato, non è stato sempre facile. Ma «i risultati ottenuti sin qui ci spingono ad andare avanti su questa strada, sostenendo gli enti locali anche nei progetti più ambiziosi - conclude Ghidotti - È il momento di rispondere alla crisi economica e alla diminuzione dei consumi facendo sistema. La strada è stata tracciata, sta a noi proseguire senza sbandamenti e con serietà».

## Terme del Sebino, a marzo si scava al lido di Sassabanek

A marzo, nell'area del campeggio Sassabanek di Iseo, si andrà alla ricerca dell'acqua termale. **A pagina 26**



## Prima neve a basse quote Dalla Provincia più risorse

Oggi atteso nevischio fino a 400-500 metri. Obbligo di catene o pneumatici invernali. **A pagina 27**



\*distretto del commercio fra storia e territorio



L'EGO

ditori commerciali, le associazioni e gli sponsor.

**Riqualficazione e accessibilità**  
I finanziamenti ricevuti sono stati poi utilizzati dai distretti per operare in diverse attività. Sempre secondo i dati Ascom Bergamo, i valori medi di investimenti per distretto, nella Bergamasca, sono di 3,3 milioni di euro. La parte più consistente, il 54,7%, che corrisponde a 1,8 milioni di euro, è stata utilizzata per interventi strutturali di qualificazione urbana, come il rinnovamento delle vetrine, dei negozi e dell'arredo urbano. Un'altra buona parte, il 23,7%, 782 mila euro, è stata

invece destinata all'accessibilità e mobilità, per migliorare e favorire l'accessibilità ai negozi e agli eventi, per posti auto e segnaletica.

Il 12%, corrispondente a 396 mila euro, è stato usato per promuovere gli eventi e creare animazione, in modo da migliorare le iniziative già avviate e idearne delle nuove. Infine, il 3,6%, cioè 119 mila euro, sono stati usati per la comunicazione e il marketing, il 3,2%, 105 mila euro per la sicurezza, l'1,7%, 55 mila euro, per la gestione di servizi in comune e l'1,2%, 39 mila euro, per la sostenibilità energetica e ambientale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Dialogo e regole, la ricetta rilancia l'offerta nelle valli

**L'esperienza.** Il manager Cresta: «L'evoluzione in cinque fasi: dai bandi alle iniziative promozionali, fino al confronto con le amministrazioni»

I 29 distretti del commercio di Bergamo e provincia, 4 Duc, distretti urbani del commercio di un singolo Comune con più di 15 mila abitanti, e 25 Did, distretti diffusi di rilevanza intercomunale, che hanno un Comune capofila e altri aggregati, sono uno diverso dall'altro. Sono nati in momenti diversi, per esigenze diverse e con idee diverse, numericamente hanno una composizione differente e operano su territori differenti. Tutti, però, hanno un obiettivo comune, valorizzare e promuovere il commercio del territorio, e hanno seguito, o stanno seguendo, uno stesso percorso di crescita.

«Sia i Duc sia i Did per poter nascere – spiega Oliviero Cresta, manager dei distretti del commercio dell'alta Valle Seriana - Clusone e Fontium et Mercatorum della Valle Brembana – hanno bisogno di due soggetti: uno pubblico, il Comune o i Comuni, e uno privato, le associazioni di categoria come Ascom o ConfeSercenti». A livello organizzativo, poi, sono coinvolte altre realtà: le associazioni di commercianti, gli artigiani, i cittadini, le camere di commercio e tutti coloro che hanno interesse a mantenere vivo e vitale il commercio del proprio territorio. «L'evoluzione dei distretti ha seguito, fino ad ora, 5 fasi – continua Cresta –. La prima, la nascita, avviene partecipando a un bando, in modo da avere i fondi per costituire il distretto. Il secondo step è il momento in cui i diversi soggetti partecipanti al distretto iniziano a parlarsi. Nei distretti che seguono è stato molto interessante vedere come, una volta nati, ci si sia iniziati a conoscere, a parlarsi



Tra i risultati, calendari coordinati per gli eventi dei diversi paesi

**La fase operativa del percorso inizia dal confronto tra soggetti pubblici e privati**

**Per il futuro sarà fondamentale avere una regia unica di riferimento»**

e a condividere esperienze, tra Comuni, commercianti e associazioni locali. Sono nati così tavoli e momenti d'incontro che hanno poi contribuito all'evoluzione dei distretti stessi».

### Il calendario

La terza fase è stata quella operativa. «Dal dialogo e confronto siamo arrivati a organizzare eventi e manifestazioni, a essere operativi insieme, portando dei vantaggi a tutti. Per esempio: le notti bianche di paesi limitrofi, prima dei distretti, spesso si sovrapponevano come date, mentre ora si decide un calendario in modo tale da non avere sovrapposizioni e portando così più gente in ogni paese in occasione della propria notte bianca». «Il

quinto step – continua – ha portato i distretti a organizzare iniziative promozionali per il distretto stesso: concorsi a premi, buoni sconto e carte fedeltà. L'obiettivo era quello di fare pubblicità ai negozi, farli conoscere ai cittadini per portarli ad acquistare lì anziché al centro commerciale. E devo dire che abbiamo avuto un buon riscontro».

### Una regia unica

L'ultima fase di questa evoluzione riguarda gli enti pubblici. «Negli ultimi mesi si è iniziato a condividere i regolamenti e a cercare di coordinare il tutto a livello sovralocale. Ad esempio si stanno stilando dei regolamenti uguali per tutti sulle aperture delle nuove attività per non avere disparità tra i comuni».

In questi primi anni di operato i distretti hanno portato diversi benefici a commercianti e cittadini, come un maggior numero di eventi e un'offerta più diversificata, oltre a diversi milioni di euro di contributi che hanno permesso di rifare vetrine, negozi e di investire per il loro miglioramento, anche nei negozi sfitti, che in parte sono stati rivalorizzati, «ma che necessitano – conclude Cresta – di ulteriore lavoro nei prossimi anni. Per il futuro, poi, sarà fondamentale avere una regia unica, che coinvolga tutti, ma che sia di riferimento. Per questo i manager dei distretti sono importanti. E sarebbe bello che i distretti diventassero uno strumento di pianificazione per il commercio degli enti locali. La visione e gestione d'insieme sarà sicuramente fondamentale per il proseguo del lavoro».

A. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Qui Zingonia, nel territorio difficile vince la creatività delle vetrine

Il distretto dell'area di Zingonia, che comprende 5 Comuni (Osio Sotto come capofila, Boltiere, Ciserano, Verdello e Verdellino), è attivo ormai da 10 anni, essendo nato con il primo bando regionale del 2008.

«Siamo molto soddisfatti di quanto fatto finora – dichiara Delisa Sanzani, manager operativo del distretto – perché pur operando su un territorio difficile, siamo riusciti a ottenere ottimi risultati e a rivalutare i negozi di vicinato, aiutandoli a la-

vorare davvero insieme per il miglioramento proprio e del proprio paese. Anche la risposta dei consumatori è stata ottima: sono sempre di più i clienti che comprano dai nostri commercianti anziché recarsi altrove, per esempio nei grandi centri commerciali».

Il buon riscontro ottenuto è derivato anche dalle diverse iniziative coordinate condotte in questi anni. Due, in particolare, le iniziative che hanno riscosso grande successo. «Una è la lotte-

ria di Natale – spiega Sanzani -. La organizziamo dal 2012 e vi partecipano gli operatori dei 5 Comuni: nel 2017 i negozi aderenti sono stati circa 120. Con la lotteria i commercianti si fanno conoscere e i buoni vinti vengono spesi sempre all'interno dei negozi, creando così un giro economico notevole».

L'altra, sempre nel periodo natalizio, è il concorso di vetrine. «Al termine dell'allestimento vengono premiate la vetrina che ha ricevuto più like sulla pa-

gina Facebook del distretto del commercio dell'Area Zingonia, e una vetrina per ciascuno dei 5 Comuni del distretto, giudicate migliori in termini di originalità, creatività e attinenza al tema, da una giuria».

«Grazie a queste attività – conclude Sanzani – abbiamo rivalutato il territorio, abbellendo le strade. La speranza per il futuro è quella di poter rendere il nostro distretto ancora più appetibile per i consumatori e valorizzarlo nel migliore dei modi».

## Ricerche & Offerte di Personale

Ai sensi dell'art. 1 della legge 9 dicembre 1977 n° 903, le inserzioni di Ricerca di Personale devono sempre intendersi riferite sia agli uomini che alle donne. Si prega di non inviare curricula indirizzati a Casella Essepimme tramite Raccomandata o Assicurata.

### Avviso selezione Direttore Operativo

Estratto

**ASPM Soresina Servizi S.r.l. procede all'assunzione di Direttore Operativo a tempo determinato 36 mesi. CCNL dirigenti Confeservi.**

**Requisiti:** • Laurea (vecchio ordinamento) o laurea magistrale in ingegneria (civile; industriale; chimica; per l'ambiente e il territorio) • Età 35 - 55 anni • Esperienza quinquennale, aziende pubbliche o private settore distribuzione gas e/o distribuzione elettrica, in ruoli di gestione e coordinamento.

Il testo dell'avviso e i moduli per partecipare scaricabili dai siti [www.aspmsoresina.it](http://www.aspmsoresina.it) e [www.formawork.it](http://www.formawork.it), società affidataria della selezione.

Termine ultimo per le candidature: 5 dicembre 2018, entro le ore 12:00