



# Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico della Città di Chieri



## Report definitivo

## INDICE

I.	Descrizione dell’iniziativa intrapresa dall’amministrazione comunale .....	2
II.	Obiettivi dello Studio di fattibilità .....	3
III.	Ambiti tematici di approfondimento e metodologia di lavoro .....	4
IV.	Il processo partecipato attivato durante il percorso progettuale .....	5
V.	Le linee guida derivanti dal processo partecipativo .....	28
VI.	Le opere pubbliche strategiche .....	29
1.	MOBILITA’ .....	39
2.	QUALITA’ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO .....	48
3.	ATTRATTIVITA’ DELLA RETE COMMERCIALE .....	55
4.	ANIMAZIONE DEL CONTESTO .....	69
VIII.	Soggetti da coinvolgere nella successiva attuazione del programma d’interventi .....	80
IX.	Valutazione della priorità degli interventi .....	82
X.	Costi degli interventi .....	83
XI.	Cronoprogramma .....	84
XII.	Sintesi operativa – Quadro sinottico delle interazioni tra gli interventi - Punti di contatto, sinergie, complementarità con altre iniziative attivabili all’interno o all’esterno del progetto .....	85
XIII.	Conclusioni .....	89

## **I. Descrizione dell'iniziativa intrapresa dall'amministrazione comunale**

L'amministrazione Comunale della Città di Chieri, riconoscendo al commercio, ed in particolare al commercio di vicinato, un ruolo fondamentale nella valorizzazione del territorio, ha maturato la consapevolezza che lo sviluppo della città sia strettamente connesso alla qualificazione di un tessuto commerciale variegato e capace di creare condizioni accoglienti e offrire ai city users – vecchi e nuovi residenti, turisti, chi si reca in città per motivi legati ai servizi pubblici o privati, o per lo shopping – una migliore qualità nel rapporto con la città.

La sfida per il commercio urbano, in particolare nel centro storico, è di realizzare una strategia comune per competere con i poli di offerta extraurbani rappresentati dalla media e grande distribuzione organizzata, grazie a una regia unitaria a favore di tutti i punti vendita, rispetto alla pianificazione strategica, all'articolazione dell'offerta dei servizi e alle attività di marketing mix.

A tal fine, l'amministrazione ha scelto di investire adeguate risorse pubbliche, rappresentate anche dai contributi introitati dalle medie e grandi strutture di vendita, insediatesi recentemente nel territorio Chierese, per avviare un progetto di valorizzazione del commercio di prossimità che abbia la sua centralità nella promozione di un Centro Commerciale Naturale nel cuore della città, con l'obiettivo di migliorare i servizi, l'accoglienza e l'attrattività dell'offerta commerciale, coinvolgendo residenti e visitatori esterni allo shopping nel centro cittadino.

In questo quadro di riferimento, l'amministrazione ha promosso il "Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico della Città di Chieri.

L'ambito di intervento riguarda prioritariamente l'isola pedonale centrale storica, che per sua natura ben si presta ad essere riconosciuta quale Centro Commerciale Naturale. Tuttavia, poiché il tessuto commerciale chierese è fortemente diffuso non solo nell'isola pedonale di Via Vittorio Emanuele ma anche nella più ampia area afferente all'Addensamento commerciale A1 – centro storico – delimitato dalle principali arterie stradali cittadine (Viale Fasano, Via Cesare Battisti, Piazza Europa, Corso Matteotti, Corso Bruno Buozzi), l'attenzione è rivolta più in generale a tutto l'addensamento A1.

Per definire e concretizzare l'iniziativa, l'amministrazione comunale ha scelto di realizzare uno studio di fattibilità, affidato mediante procedure ad evidenza pubblica.

Sebbene tale strumento sia tradizionalmente dedicato ad approfondire la fattibilità di singole opere pubbliche, nello specifico, il gruppo di lavoro incaricato, ha ideato una versione ibrida che si configura, sostanzialmente, come programma di interventi multidisciplinari, per i quali sono stati definiti: i contenuti, l'integrazione, il livello di priorità, il costo, la tempistica ed ovviamente le possibili ricadute, stimate in risultati attesi e relativi indicatori di monitoraggio.

La scelta progettuale è stata ponderata in funzione del fatto che la valorizzazione centro storico della Città di Chieri non può essere la conseguenza di un singolo intervento, ma il risultato di una serie di azioni tra loro integrate. Lo studio pertanto non poteva concentrarsi sul singolo intervento, l'opera pubblica "xy", ma ha dovuto considerare un ventaglio più ampio di iniziative.

Il lavoro è stato suddiviso in tre fasi operative, al termine di ciascuna delle quali è stato prodotto un elaborato che restituiva lo stato d'avanzamento raggiunto.

La prima fase ha previsto la raccolta degli indirizzi da parte dell'amministrazione e di indicazioni tecniche dai funzionari comunali per i vari settori di competenza (lavori pubblici, mobilità, urbanistica, attività produttive, cultura, ..), sulla base dei quali è stata impostata una prima ipotesi progettuale.

La seconda fase è consistita nella consultazione dei portatori d'interesse locali, mirata a comprendere i rispettivi punti di vista in merito alle problematiche affrontate dal programma d'interventi ed agli strumenti proposti per ottenere i risultati attesi. Questa fase operativa ha implicitamente fornito svariati riscontri in merito alla rispondenza dell'ipotesi progettuale iniziale rispetto alle criticità esistenti ed alla bontà delle soluzioni individuate.

La terza fase ha compreso la restituzione all'amministrazione delle informazioni recuperate, insieme all'affinamento della proposta progettuale iniziale.

L'atto conclusivo è la restituzione formale dell'elaborazione progettuale.

Il processo di condivisione dell'attività progettuale – voluto fortemente dall'amministrazione – è stato fondamentale per capire meglio la realtà del contesto in cui si è chiamati ad operare, ma anche per anticipare il coinvolgimento dei vari soggetti che saranno chiamati a collaborare nella fase attuativa dell'iniziativa. È evidente infatti l'importanza della partecipazione dei vari attori per la buona riuscita del progetto di riqualificazione e valorizzazione del centro cittadino.

## **II. Obiettivi dello Studio di fattibilità**

Il fine dello studio è individuare le azioni da compiere per la valorizzazione dell'area urbana maggiormente interessata dal commercio tradizionale, l'ambito dell'addensamento commerciale A1. Tali azioni, illustrate nel presente documento di sintesi, sono orientate al raggiungimento dell'obiettivo generale: il miglioramento dell'attrattività dell'area e lo sviluppo della rete commerciale dell'ambito A1.

L'obiettivo generale è articolato, in più sotto obiettivi settoriali:

- qualificare l'identità dei luoghi;
- migliorare le condizioni di accessibilità e fruibilità dell'ambito;
- potenziare le capacità di cooperare ed innovare degli operatori commerciali;
- favorire l'animazione del contesto con un'offerta coordinata di iniziative.

Gli obiettivi secondari sono tra loro correlati. Ad esempio il recupero dell'identità dei luoghi è imprescindibile da una modifica del sistema della mobilità che, favorendo l'accessibilità pedonale, ne consenta una piena riappropriazione da parte dell'utenza.... Oppure è evidente come la mera riqualificazione formale del contesto, senza la creazione di opportunità di frequentazione dello

stesso, sia di per sé sterile e quindi necessaria la componente organizzativa relativa alle attività di animazione culturale e ludico ricreativa

L'impostazione dello studio e l'approccio multidisciplinare mirano al soddisfacimento dei vari obiettivi così da garantire il successo dell'iniziativa nel suo insieme.

### **III. Ambiti tematici di approfondimento e metodologia di lavoro**

L'analisi dello stato di fatto e delle possibili azioni/attività da sviluppare all'interno dello studio di fattibilità è stata declinata in quattro ambiti tematici affrontati da uno specifico componente del gruppo di lavoro:

- analisi dell'ambito urbanistico – architettonico
- analisi del sistema della mobilità
- analisi della rete commerciale
- analisi del contesto culturale e di animazione locale

I temi selezionati incidono tutti, direttamente o indirettamente, sullo sviluppo del settore commerciale dell'area e pertanto sono d'interesse ai fini della buona riuscita dell'iniziativa.

L'aspetto urbanistico - architettonico determina la funzionalità e l'attrattività del contesto e di conseguenza ne favorisce / disincentiva la fruizione.

Il sistema della mobilità condiziona fortemente l'accessibilità all'area da parte dell'utenza esistente e potenziale.

L'assortimento e la composizione della rete commerciale, l'offerta di servizi e/o di incentivi da parte degli operatori dell'area sono elementi determinanti per lo sviluppo della stessa.

La presenza di eventi e manifestazioni, attività culturali e ludico ricreative rappresentano dei fattori fondamentali per la frequentazione dell'area.

In altre parole appare evidente come dalla composizione dei quattro tematismi derivi la capacità attrattiva dell'area commerciale.

Per ciascun ambito tematico si è partiti da una fase di indagine di tipo descrittivo dell'ambito di progetto, individuando esigenze e problematiche, per poi procedere mediante l'analisi SWOT all'individuazione dei punti di forza e debolezza, delle opportunità e minacce/rischi, ed infine ad un'analisi di *benchmarking* di alcuni casi-studio dotati di una certa trasferibilità e replicabilità nel contesto territoriale Chierese oggetto di studio.

A seguito dell'indagine preliminare e all'interno di ciascun ambito tematico, sono stati individuati gli approfondimenti necessari a completare il quadro di riferimento progettuale, quali:

- analisi degli spazi pubblici secondo la metodologia del *placemaking* e *placemanagement* per quanto riguarda il contesto urbano;
- analisi specifica della ciclabilità dell'ambito per quanto concerne il sistema della mobilità;
- analisi sul grado di soddisfazione degli utenti e dell'attrattività commerciale dell'addensamento A1 di Chieri per quanto concerne l'attrattività commerciale locale;
- realizzazione di incontri con le associazioni locali (culturali e sociali) per verificare eventuali e successive collaborazioni e l'attitudine degli attori locali interessati per quanto concerne l'animazione e la partecipazione pubblica;
- valutazione di quali politiche territoriali, a scala sovralocale, da attuare e tenere in considerazione per il prosieguo del Piano di valorizzazione.

Il gruppo di lavoro ha proceduto alla definizione di una prima proposta degli interventi e delle attività da sviluppare per il miglioramento della situazione attuale, con l'individuazione dei risultati attesi.

Tale proposta è stata illustrata e discussa in vari tavoli di lavoro (così come dettagliato nel successivo paragrafo) che hanno interessato l'amministrazione ed i tecnici comunali, i rappresentanti del mondo imprenditoriale e del commercio, i singoli commercianti, le associazioni culturali e turistiche locali e di territorio.

Il risultato delle consultazioni, che hanno previsto la somministrazione di questionari ad hoc, piuttosto che l'organizzazione di tavoli di lavoro mirati, ha fornito le basi per la restituzione definitiva, del complesso delle azioni/attività contenute all'interno del presente studio di fattibilità.

#### **IV. Il processo partecipato attivato durante il percorso progettuale**

Al fine di realizzare un progetto unitario ed efficace è stato necessario, nel corso del lavoro svolto, definire un piano di interventi condivisi tra i diversi attori del sistema complesso che gravita attorno al commercio urbano, con l'obiettivo di generare relazioni virtuose tra i vari soggetti.

Tra gli obiettivi di tale attività:

- Presentare agli stakeholder a vario titolo interpellati il processo in atto, le prime indicazioni ipotizzate dagli esperti incaricati ed il confronto puntuale sulle tematiche individuate, finalizzato a recepire osservazioni, critiche e suggestioni utili a permettere un'ulteriore riflessione sulle priorità di intervento e sulle azioni/attività da attivare;
- Mettere le basi per il futuro sistema di governance per la gestione del progetto sperimentale, che dovrà prevedere un assetto organizzativo pubblico-privato stabile nel tempo e la costituzione di un Tavolo unico di coordinamento per la valorizzazione commerciale e gestione condivisa del centro storico.

Gli incontri sono stati organizzati nell'intervallo di tempo compreso tra i mesi di aprile e giugno, così come indicato nella tabella seguente.

DATA	TEMATICA	PARTECIPANTI	OUTPUT DELL'INCONTRO
21/04/2016	Illustrazione all'amministrazione dei primi risultati dei rilievi diagnostici effettuati dai componenti del gruppo di lavoro	Esperti incaricati, Amministrazione e tecnici comunali	Report del tavolo di lavoro
14/06/2016	Tavolo di lavoro con le associazioni di categoria		Report del tavolo di lavoro
14/06/2016	Incontro pubblico con i rappresentanti del commercio		Report dei questionari erogati ai commercianti
20/06/2016	Tavolo di lavoro con le associazioni turistiche e di territorio		Report del tavolo di lavoro
20/06/2016	Incontro pubblico con le associazioni culturali chieresi		Report dei questionari erogati alle associazioni
29/06/2016	Incontro pubblico con le associazioni turistico-culturali chieresi		

A seguire una sintesi dei principali elementi emersi nel corso degli incontri effettuati dal gruppo di lavoro – cui hanno puntualmente partecipato amministratori e tecnici del Comune. Tali elementi hanno infatti costituito una base valutativa per la definizione dei contenuti delle azioni del presente Studio.

Questo primo momento di illustrazione delle iniziali valutazioni degli esperti e di confronto qualitativo con i diversi focus group tematici è da considerarsi quale fase di avvio del processo partecipativo che dovrà portare alla sottoscrizione di un accordo di partenariato pubblico privato per la definizione del programma di valorizzazione commerciale del centro di Chieri. Questa fase ha fatto emergere criticità e punti di forza su cui costruire il programma di intervento che questo studio propone ma ha evidenziato anche come la successiva fase attuativa del programma non potrà prescindere da un ulteriore approfondimento diagnostico (descritto nel capitolo VII punto 3) atto a fornire i necessari dati quantitativi sulla base dei quali finalizzare le azioni e definire gli indicatori di valutazione.

## ■ Report del tavolo di lavoro con l'amministrazione e tecnici comunali per l'illustrazione dei primi rilievi effettuati dagli esperti del tavolo di lavoro (21/04/2016)

Incontro finalizzato a restituire i contenuti dei primi rilievi effettuati dal gruppo di lavoro.

Ciascun componente aveva il compito di ragionare sui seguenti aspetti:

- lo stato di fatto del contesto urbano di riferimento rispetto al tema progettuale
- la verifica di eventuali approfondimenti necessari per meglio comprendere l'ambito progettuale
- le prime ipotesi operative da sviluppare successivamente

È stato elaborato un documento di sintesi della fase di lavoro composto con i contributi dei singoli componenti del gruppo di lavoro. I temi affrontati sono quattro, sulla base delle competenze dei vari collaboratori.

### *1. Il tema della riqualificazione urbana ed urbanistica.*

Le riflessioni fatte dal prof. Mellano portano a considerare due aspetti prioritariamente:

- occorre creare spazi urbani aperti e vivibili recuperando piazze ed aree a parcheggio
- l'intreccio di vie e cortili potrebbe essere utilizzato per comporre degli itinerari commerciali attrattivi nel centro cittadino

Si suggerisce di inserire all'interno delle azioni da intraprendere nello Sdf la mappatura dei succitati spazi al fine di individuare quelli che meglio si prestano alle finalità del progetto.

### *2. Il tema della mobilità urbana.*

L'ing. Garino evidenzia le possibili azioni da attuare al fine di valorizzare l'area centrale del capoluogo. In particolare si propone la riduzione del traffico veicolare, mediante l'ampliamento delle aree pedonali e la differente circuitazione dei flussi esistenti.

I temi principali sono la pedonalizzazione di p.zza Cavour, la creazione di un asse pedonale perpendicolare a quello esistente, il prolungamento dello stesso.

Ulteriori verifiche consentiranno di quantificare l'onerosità degli interventi e determinare l'eventuale scala di priorità delle realizzazioni.

### *3. Il tema della valorizzazione commerciale.*

L'arch. Franco evidenzia come il contesto commerciale urbano abbia delle buone potenzialità ed in generale una condizione accettabile rispetto al trend congiunturale. Il vero dato sensibile è la diversificazione dello stato del commercio urbano a seconda delle diverse aree cittadine.

Si evidenzia come sia indispensabile un coinvolgimento degli operatori per la buona riuscita del progetto. In particolare si potrebbe promuovere percorsi di formazione per gli stessi anche in collaborazione con la CCIAA (protocollo d'intesa sottoscritto). Altri interlocutori di riferimento per lo sviluppo del progetto di riqualificazione sono i proprietari immobiliari, con i quali devono essere

effettuati degli approfondimenti per valutare la disponibilità o meno ad avviare iniziative di riqualificazione del patrimonio. A tal fine, la definizione di una cabina di regia e l'impiego di una figura manageriale sono azioni di accompagnamento indispensabili al progetto di valorizzazione.

#### *4. Il tema dell'animazione e promozione locale.*

L'arch. Bergaggio illustra i possibili filoni di sviluppo per la messa a sistema e valorizzazione delle reti, delle manifestazioni, delle attrattive esistenti. Particolare riguardo dovrà essere prestato allo sviluppo delle relazioni tra il polo cittadino di Chieri ed il territorio circostante (collina, area MAB, ..). Altro aspetto di rilievo dev'essere la gestione coordinata di eventi ed occasioni di frequentazione del polo cittadino. La successiva fase di confronto ed interlocuzione con gli stake holder cittadini sarà fondamentale per la definizione della strategia operativa sul tema specifico.

Due aspetti risultano poi determinanti ai fini della definizione dei contenuti progettuali:

- le risorse economiche attivabili
- le modalità di governance del processo di valorizzazione

Al momento su entrambi gli aspetti mancano riferimenti puntuali.

#### *Indicazioni operative per la successiva fase di lavoro*

In attesa di conoscere le determinazioni dell'amministrazione in merito ai contenuti illustrati il gruppo di lavoro effettuerà ulteriori approfondimenti sui temi di competenza al fine di addivenire ad un quadro di riferimento progettuale ulteriormente definito. In seguito verranno sviluppati gli argomenti che prioritariamente l'amministrazione riterrà d'interesse.

### **■ Report del tavolo di lavoro con i rappresentanti delle associazioni di categoria (14/06/2016)**

Incontro finalizzato ad illustrare il percorso progettuale avviato e le sue fasi e a recepire eventuali indicazioni/osservazioni da parte dei partecipanti.

Sono presenti all'incontro i rappresentanti delle associazioni di categoria del settore agricolo (Coldiretti e CIA), di quello industriale (Consorzio area industriale di Fontaneto) e artigianale (CNA).

Al termine della descrizione, coadiuvata da sintetiche slide, del processo attivato, della metodologia di lavoro e dei primi spunti maturati nel corso della fase di analisi per la valorizzazione commerciale del centro storico, i partecipanti vengono invitati ad esprimere il proprio parere in merito, oltre che a proporre suggestioni connesse al settore di propria competenza.

Secondo la Federazione provinciale di Coldiretti Torino tra gli aspetti principali da tenere in considerazione le porte di accesso al centro cittadino, la pedonalizzazione di ulteriori porzioni del centro storico, la positiva esperienza del mercato di Campagna Amica in città e la necessità che il processo di attuazione veda come attori principali commercianti e residenti.

Di sicuro interesse l'ipotesi di riutilizzare locali vuoti (da individuare mediante mappatura dei locali sfitti) per la creazione di punti vendita aggregativi – piccoli “agrimercati” – che possano ospitare i produttori agricoli e le produzioni tipiche locali. Il punto vendita potrebbe coinvolgere vari imprenditori agricoli in modo rotativo e comprendere anche attività legate all'agricoltura sociale. Tra le criticità si segnalano tuttavia quelle di ordine burocratico e la difficoltà di collaborazione tra gli imprenditori agricoli.

Anche il tema dell'educazione al consumo e del commercio consapevole vengono considerati importanti, in quanto potrebbero caratterizzare il commercio urbano chierese e focalizzare l'interesse degli acquirenti/visitatori sul “prodotto tipico del territorio chierese”, anche in ragione dello stretto legame città-campagna che lo caratterizza. Il dubbio è che la componente commerciale possa ritenerlo realmente strategico, elemento da verificarsi nel corso dell'incontro con la componente commerciale.

Il Consorzio dell'area industriale sottolinea la necessità di inserire in un ipotetico brand chierese anche i prodotti della piccola industria e dell'artigianato (da ricordare infatti la celebre tradizione del tessile chierese, ad oggi in decadenza). Tra le proposte quella di rafforzare il rapporto tra centro storico e area industriale: quest'ultima potrebbe infatti ospitare esposizioni ed eventi (quelle attività che potrebbero essere di disturbo per il centro), essere una vetrina per le aziende del territorio ed avere un collegamento con il piccolo commercio centrale.

Anche per la CIA le opportunità del commercio chierese sono rappresentate dalla valorizzazione delle eccellenze del territorio e dalla possibilità di creare spazi di vendita comuni in cui far circuitare i produttori locali, la creazione ossia di “vetrine delle eccellenze”, con aperture anche solo durante il fine settimana.

Per il rappresentante della CNA tra le prime problematiche da rilevare in merito al commercio chierese è la poca disponibilità ad aperture straordinarie e ad offrire agli utenti un servizio continuo nel tempo (“i negozi devono rimanere aperti quando c'è la gente”, quindi anche la sera e durante le festività). Si rileva inoltre una sostanziale “mancanza di identità” del territorio, che avrebbe peraltro ampie potenzialità connesse alle proprie eccellenze e la mancanza di un mix commerciale adeguato (l'offerta deve essere ampliata, mancano alcune componenti dell'offerta).

Viene sottolineata l'importanza della formazione degli operatori e della presenza di operatori “trainanti”, in grado cioè di costituire un punto di riferimento per gli altri e per la proposizione di iniziative comuni, nonché la costruzione di pacchetti turistici organizzati e mirati a target differenti e da pubblicizzare a scala ampia.

Si propone infine che all'interno del progetto di riqualificazione dell'Area Tabasso, che potrebbe costituire una sorta di porta della città, possa essere presa in considerazione la realizzazione di una vetrina delle eccellenze del territorio ed una zona di mercato coperto.

In sintesi si rileva una elevata propensione e disponibilità da parte dei settori agricolo, artigianale ed industriale a porsi ad integrazione e completamento della proposta commerciale dell'area

centrale storica, attraverso la realizzazione di iniziative condivise in grado di attrarre residenti e visitatori esterni.

#### ■ Report dell'incontro effettuato con gli operatori del settore commerciale e risultati dei questionari erogati (14/06/2016)

Incontro svoltosi il giorno 14/06/2016, presso la Sala della Conceria di Chieri.

Il tavolo di lavoro ha registrato ampia partecipazione degli operatori commerciali, con più di 30 presenti all'incontro. Tra gli intervenenti rappresentanti delle associazioni di categoria del settore commercio, commercianti in sede fissa e operatori mercatali, operatori di pubblici esercizi, oltre ad amministrazione e tecnici comunali.

La seduta è stata anticipata dall'illustrazione, da parte dei professionisti incaricati, del percorso attivato per la definizione dello Studio di fattibilità, delle sue fasi e delle principali tematiche di riferimento per la realizzazione del percorso partecipato per la valorizzazione del centro storico, perseguendo la finalità di realizzare un effettivo Centro Commerciale Naturale.

Tra le finalità degli incontri:

- La raccolta di informazioni circa punti di forza e criticità dell'area di interesse dal punto di vista commerciale, prendendo a riferimento sia le componenti più strettamente attinenti al commercio sia le occasioni di animazione, il sistema dei trasporti e la qualità urbana dell'ambito, elementi che possono generare ricadute sul sistema degli acquisti;
- La valutazione delle esperienze in essere, passate o di prossima programmazione che potrebbero costituire un valore aggiunto per il rafforzamento della realtà del commercio centrale chierese;
- La sensibilità delle realtà presenti sui temi prioritari individuati dal gruppo di lavoro (valorizzazione della rete commerciale, riqualificazione architettonica del centro città, miglioramento della mobilità urbana e animazione del centro cittadino) e una indicazione sulle priorità;
- l'individuazione delle possibili azioni per la valorizzazione del commercio urbano della città di Chieri.

Al fine di facilitare la discussione e la condivisione dei temi, alla conclusione dell'illustrazione del percorso attivato, è stato erogato un questionario, distribuito a tutti i partecipanti all'incontro.

Il questionario, composto da 7 domande mirate, è stato compilato da 28 stakeholder, in forma anonima. La sua validità non è dunque di tipo statistico ma si ritiene utile come apporto qualitativo alla fase di conoscenza mirata alla definizione delle future priorità d'azione.

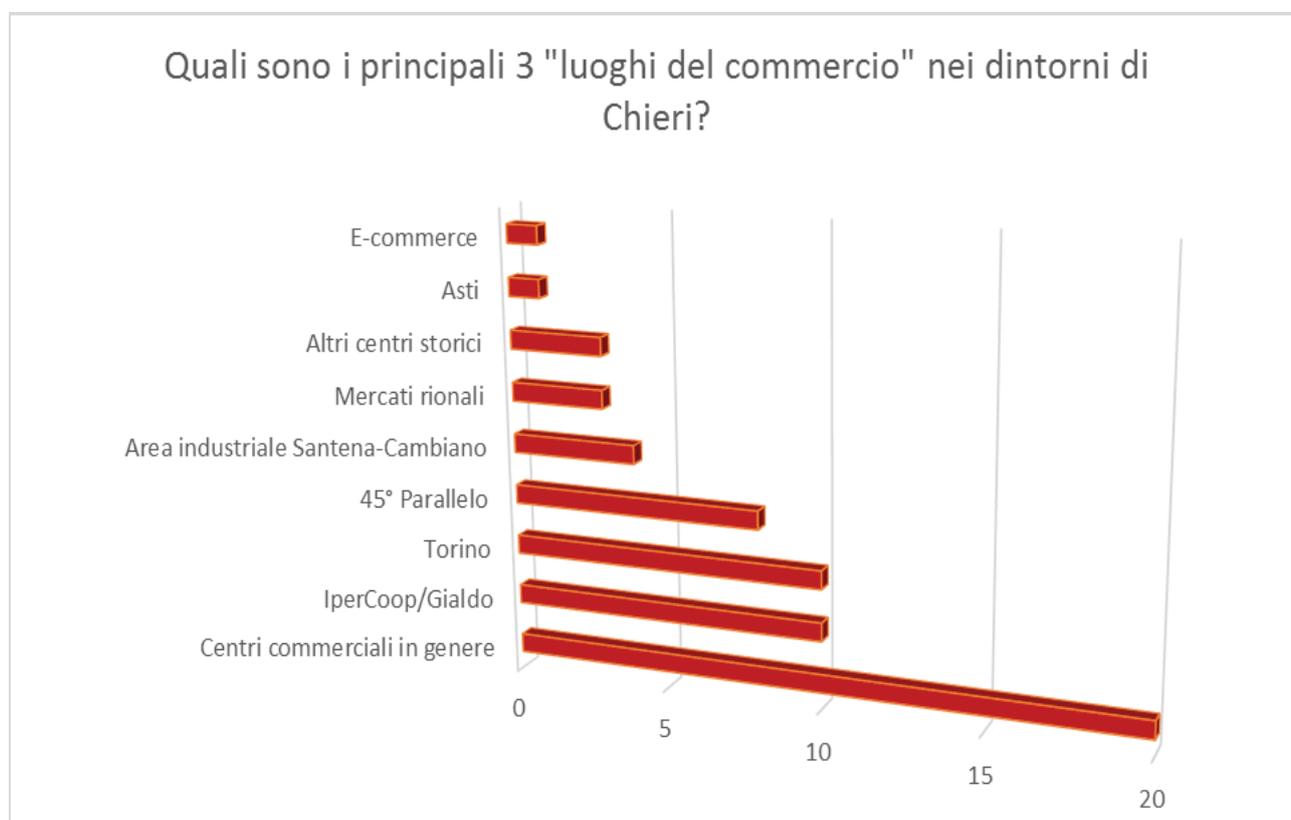
Si illustrano a seguire le principali risultanze dello stesso.

Il primo quesito erogato ha riguardato una valutazione rispetto ai principali luoghi del commercio nei dintorni del centro cittadino di Chieri, che possono qualificarsi in quanto tali come “competitori” del commercio locale.

Come è possibile osservare nel grafico di seguito riportato, gli stakeholder individuano in modo piuttosto compatto i centri commerciali come le maggiori minacce per il commercio di vicinato. In taluni casi vengono maggiormente dettagliate le ubicazioni di tali centri: Ipercoop di Chieri, 45° Parallelo di Moncalieri, area industriale di Santena-Cambiano.

Tra gli altri luoghi di interesse che si qualificano al momento attuale come competitori altri centri urbani (quali Torino, Asti e altri centri storici nell’area di programmazione), che offrono una proposta commerciale alternativa a quella chierese.

### RISPOSTA AL QUESITO A) DEL QUESTIONARIO



Il secondo quesito ha riguardato una valutazione rispetto ai principali punti di forza, dal punto di vista commerciale, della città di Chieri, con la richiesta di individuare pertanto quegli elementi forti che conducono il visitatore abituale od occasionale a frequentare la cittadina.

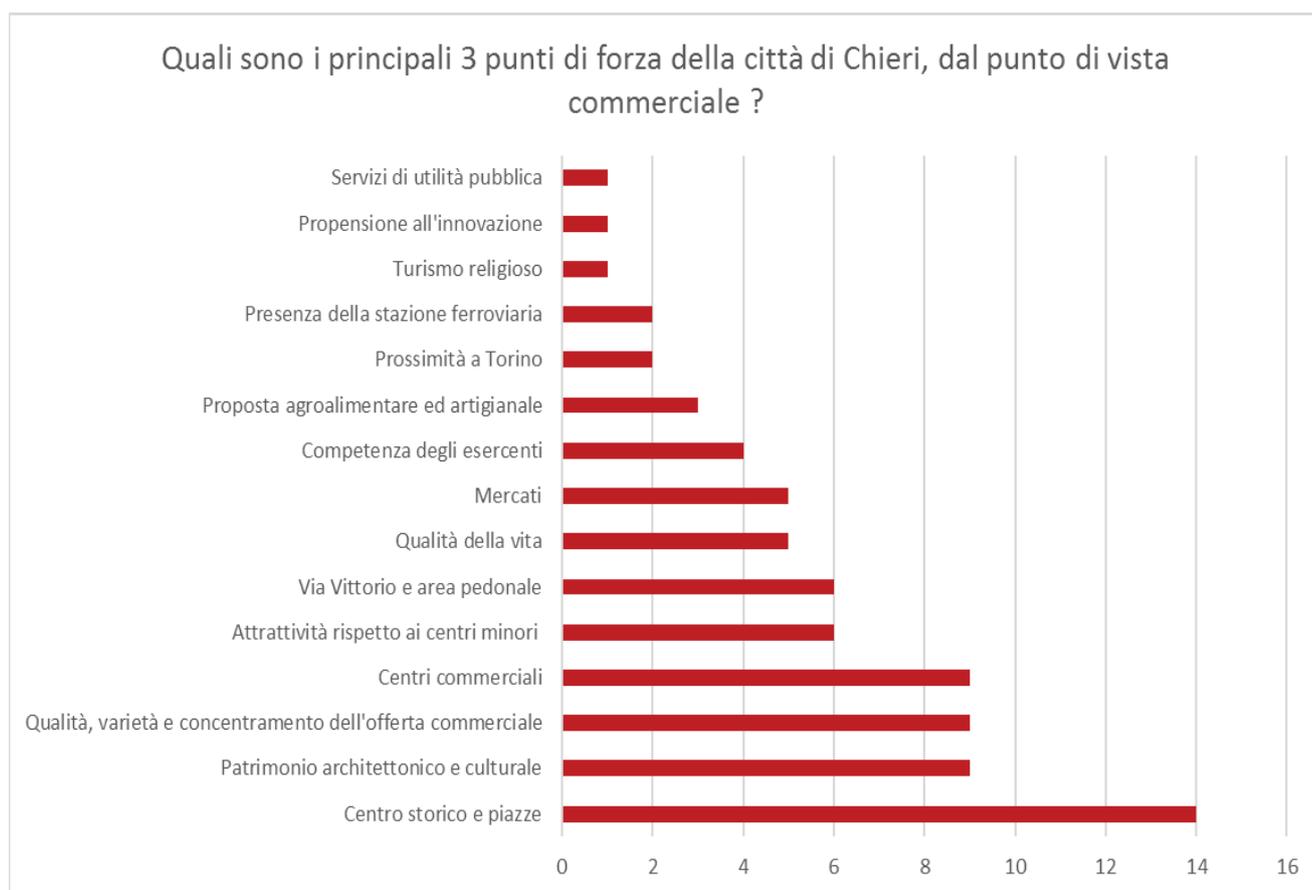
Come è possibile evincere dal grafico riportato, tra gli elementi forti della città che possono essere una leva per il commercio urbano risultano esserci, in ordine di priorità:

- il centro storico ed i suoi principali luoghi di aggregazione, che costituiscono motivazione di visita e una forte attrattiva nei confronti dei centri minori adiacenti ma che, elemento più

volte rilevato, per essere pienamente fruiti necessitano di una migliore accessibilità dal punto di vista di mobilità e trasporti;

- l'ampio patrimonio architettonico e storico-culturale che la cittadina propone (con la criticità rilevata di poter accedere a quota parte di questo patrimonio per motivazioni correlate all'apertura e visitabilità di alcuni beni di rilievo);
- la qualità e varietà dell'offerta commerciale, connessa anche alla presenza dei mercati urbani e di eccellenze agroalimentari (vino, grissini rubatà, ...) e artigianali (artigianato tessile, microattività di nicchia, ...);
- la presenza di centri commerciali attrattivi, elemento che, come precedentemente rilevato, può costituire sia un punto di debolezza che di forza;
- la qualità della vita (prossimità alla città, ma anche alla campagna, tranquillità e buona presenza di servizi alla persona).

### RISPOSTA AL QUESITO B) DEL QUESTIONARIO



A seguire è stato chiesto ai partecipanti di individuare le principali azioni per migliorare l'attrattività e la funzionalità del commercio urbano tradizionale chierese.

Le risposte delle realtà commerciali presenti sono state suddivise in relazione ai 4 temi individuati per lo Studio di fattibilità.

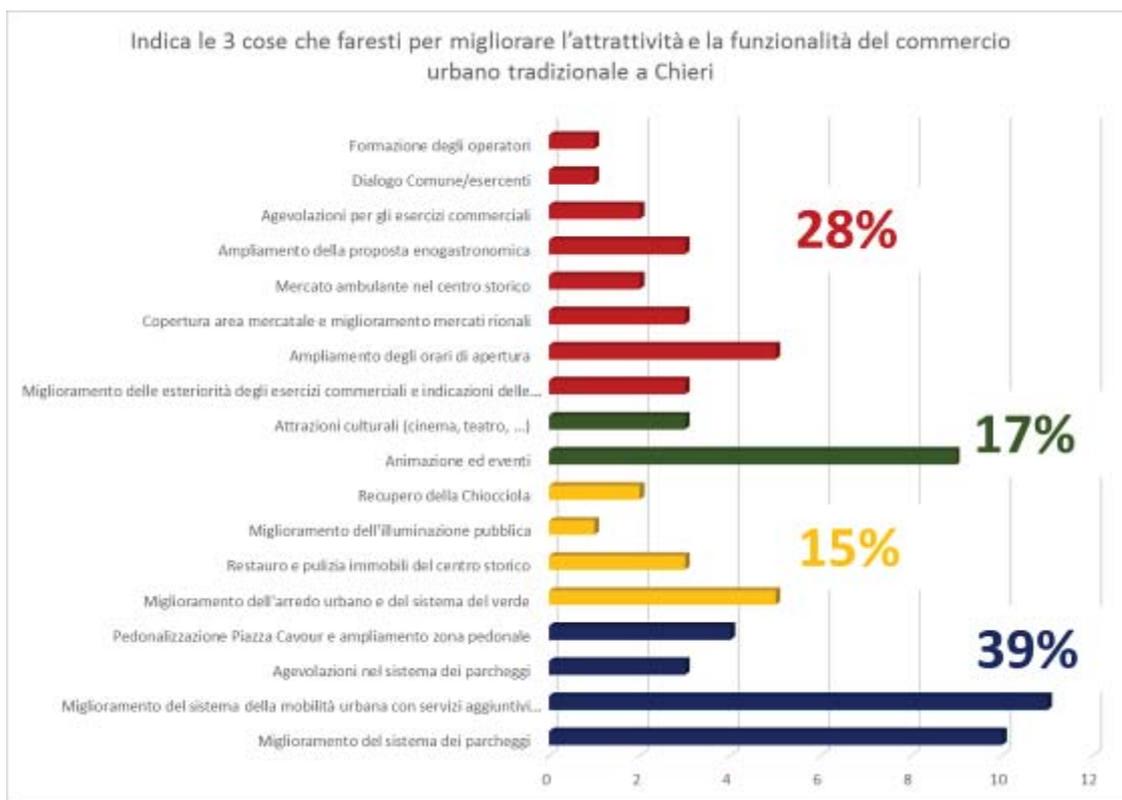
Il 39% dei compilatori ritiene prioritari gli aspetti inerenti il miglioramento della mobilità urbana ed il sistema dei trasporti. In particolare, tra le azioni specifiche individuate, la presenza di servizi aggiuntivi per garantire l'accesso al centro (navette di collegamento, bike sharing, ...), il miglioramento del sistema dei parcheggi (comprese agevolazioni per quelli a pagamento) e la creazione di nuove aree pedonali (con particolare riferimento a Piazza Cavour).

Particolarmente sentito (28% delle risposte) è anche il miglioramento del sistema dal punto di vista strettamente commerciale, tema che porta con sé un'"autoanalisi" del sistema del commercio centrale da parte degli esercenti intervenuti. Tra le principali suggestioni una maggiore flessibilità degli orari di apertura (aperture serali e festive, ...), l'ampliamento della proposta commerciale (più esercizi di qualità, in particolare legati alle eccellenze enogastronomiche del territorio) ed il miglioramento dei mercati rionali (con inerente proposta di portare il mercato ambulante all'interno del centro storico. Alcune indicazioni riguardano invece specifiche richieste all'amministrazione, quali l'attivazione di agevolazioni per gli esercizi commerciali, la formazione degli operatori ed un maggiore dialogo Comune-esercenti.

Il 17% dei compilatori indica inoltre la necessità di intervenire sul sistema dell'animazione locale (elemento che è stato maggiormente approfondito nel corso degli incontri con le realtà associazionistiche chieresi), che riguarda in particolare il miglioramento degli eventi proposti dalla città e delle attrattive quali cinema, teatri.

Si registra infine che il 15% dei compilatori ritiene utili azioni atte a valorizzare la qualità urbana del centro storico, con il miglioramento di arredo urbano, del sistema del verde e dell'illuminazione pubblica, recupero e riqualificazione del patrimonio architettonico centrale, recupero dell'area della Chiocciola.

## RISPOSTA AL QUESITO C) DEL QUESTIONARIO

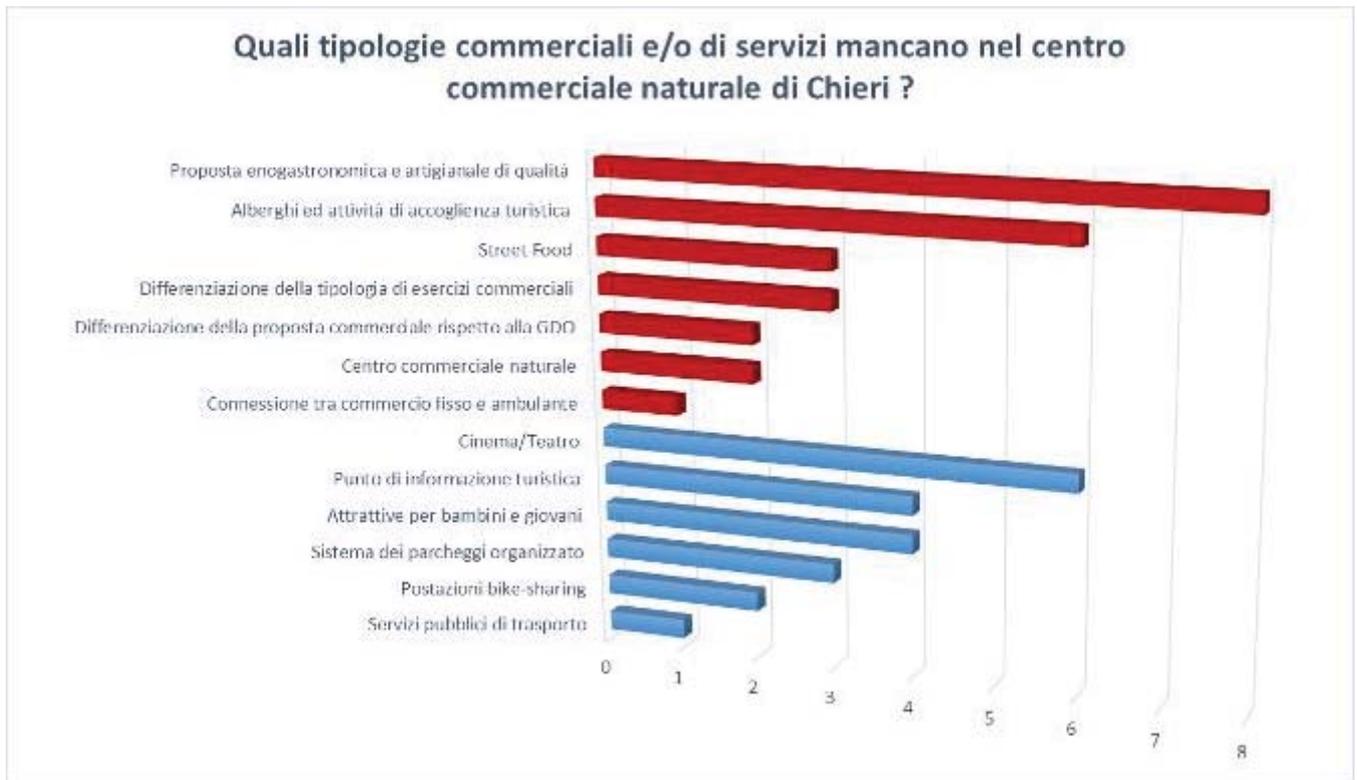


In merito alle tipologie commerciali e servizi di cui il centro cittadino è carente, le risposte dei partecipanti riguardano sia gli aspetti più strettamente connessi al comparto commerciale, sia quelli legati al sistema dei servizi.

In relazione al primo ambito si registra ancora la carenza di una proposta enogastronomica e artigianale di qualità, di esercizi specifici per turisti/visitatori esterni (alberghi, ristorazione, attività di supporto al turista, ...), di attività connesse allo street food e, più in generale, di una maggiore differenziazione commerciale delle attività rispetto alla proposta offerta dalla grande distribuzione.

Per quanto concerne il sistema dei servizi, particolarmente sentita è la mancanza di servizi culturali (cinema, teatri, ...), di un punto informativo dedicato ai turisti/visitatori e di proposte di animazione specifiche per famiglie e giovani. Ricorre infine il tema della mobilità e la necessità di intervenire su sistema dei parcheggi cittadini, su forme alternative di spostamento (bike-sharing e trasporti pubblici).

## RISPOSTA AL QUESITO D) DEL QUESTIONARIO



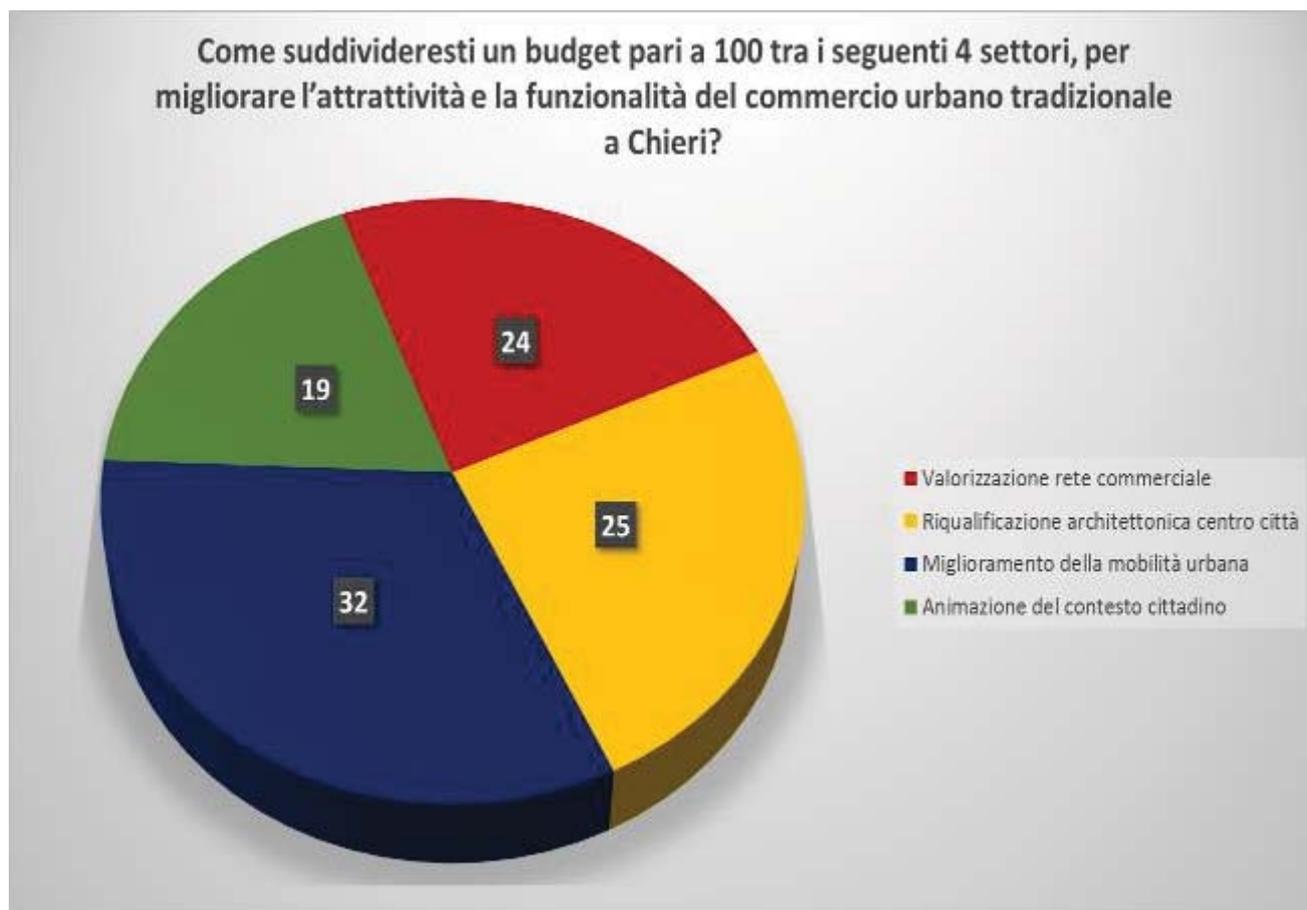
Il quesito successivo è stato lo stesso erogato in occasione del tavolo di lavoro con il sistema associazionistico chierese.

Il risultato delle risposte rileva una sostanziale omogeneità rispetto alle due tematiche, individuate tra le quattro oggetto dello Studio di fattibilità, che interessano in modo prioritario la città di Chieri ai fini di una valorizzazione funzionale del commercio urbano tradizionale:

- il miglioramento del sistema della mobilità (intesa come miglioramento della viabilità e del sistema dei parcheggi, iniziative legate alla pedonalizzazione di ampi ambiti del centro cittadino, iniziative connesse alla mobilità sostenibile – sistemi di parcheggi esterni e navette per il centro città, bike-sharing e ciclabilità in genere);
- la riqualificazione architettonica del centro città (con particolare riferimento all’arredo urbano, al riutilizzo dei luoghi centrali per attività e occasioni di incontro, al miglioramento delle esteriorità degli esercizi commerciali e del sistema del verde urbano).

Rispetto ai due restanti ambiti, si evidenzia evidentemente una maggiore sensibilità del comparto commerciale (rispetto ai risultati ottenuti nel corso della consultazione con le realtà associazionistiche) circa i temi più strettamente connessi al comparto rispetto a quello dell’animazione del contesto urbano.

## RISPOSTA AL QUESITO E) DEL QUESTIONARIO



Il tema del quesito successivo, a risposta chiusa, ha riguardato le azioni più efficaci, a giudizio dei compilatori, per la valorizzazione del commercio urbano locale, da scegliere tra quelle individuate come prioritarie dal gruppo di lavoro incaricato: organizzazione e management, formazione degli operatori, promozione ed attivazione e gestione di servizi comuni.

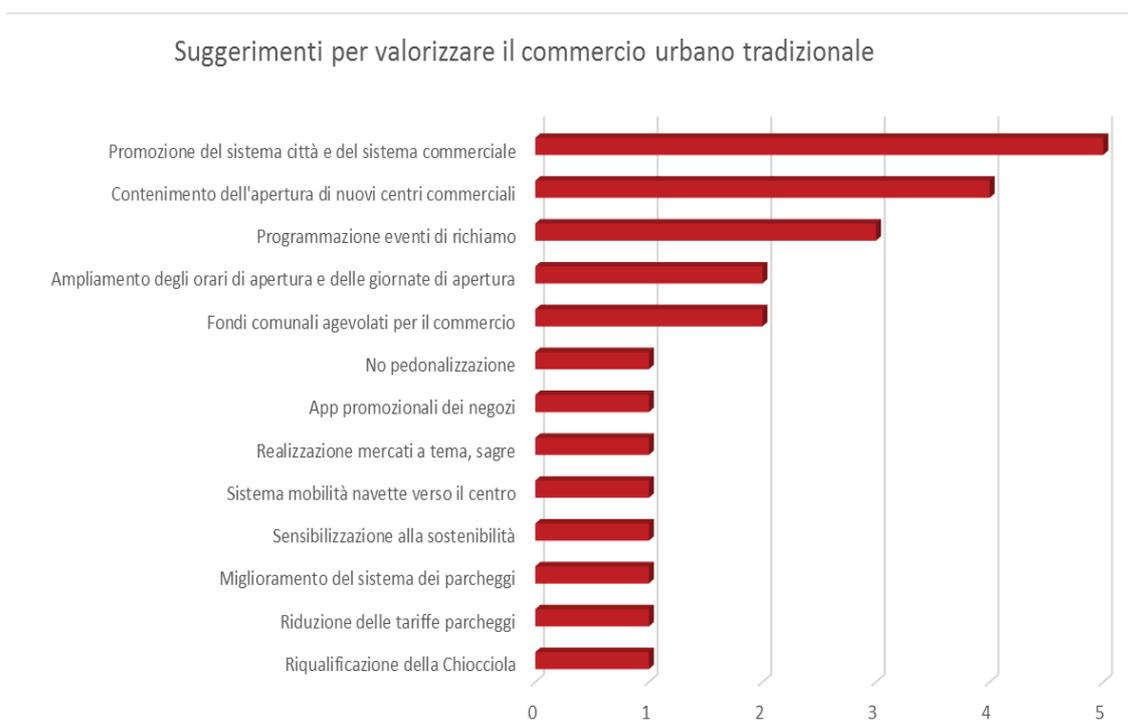
Il grafico proposto illustra l'attribuzione delle priorità da parte dei compilatori.

## RISPOSTA AL QUESITO F) DEL QUESTIONARIO



A conclusione del questionario è stata proposta una domanda libera (suggerimenti per la valorizzazione del commercio urbano tradizionale), il cui risultato conferma sostanzialmente le risposte fornite all'interno dei punti precedenti.

Promozione del sistema città e del sistema commerciale in genere, contenimento dell'apertura di nuovi centri commerciali, animazione cittadina, maggiore flessibilità nell'organizzazione delle aperture degli esercizi (giornate e orari), agevolazioni e servizi specifici per il commercio risultano essere le proposte più diffuse.



### RISPOSTA AL QUESITO G) DEL QUESTIONARIO

#### ■ Report del tavolo di lavoro con i rappresentanti del territorio (20/06/2016)

Incontro finalizzato ad illustrare il percorso progettuale avviato e le sue fasi e a recepire eventuali indicazioni/osservazioni da parte dei partecipanti.

Sono presenti all'incontro i rappresentanti dell'ATL Turismo Torino, del Parco del Po Torinese, l'Assessorato al Turismo della città di Chieri, amministratori e tecnici comunali.

Al termine della descrizione, coadiuvata da sintetiche slide, del processo attivato, della metodologia di lavoro e dei primi spunti maturati nel corso della fase di analisi per la valorizzazione commerciale del centro storico, i partecipanti vengono invitati ad esprimere il proprio parere in merito, oltre che a proporre suggestioni connesse al settore di propria competenza.

Secondo l'ATL Turismo Torino i principali elementi da tenere in considerazione per la valorizzazione del commercio centrale chierese sono:

- Il forte legame territoriale con la collina e con il territorio circostante, rispetto al quale Chieri si configura come polo attrattore; varrebbe la pena valutare come la città potrebbe risultare attrattiva anche nei confronti del capoluogo torinese (una politica di captazione dei flussi in uscita da Torino, dell'ampio pubblico che visita abitualmente il territorio);
- Le eccellenze territoriali ed i prodotti di nicchia (rubatà, Freisa, agroalimentare in genere), non ancora sufficientemente valorizzati come "brand" chierese e che potrebbero essere

coniugati anche ad un'offerta ristorativa-ricettiva di elevata qualità; a questo tema si associa l'importanza del *"packaging"* dei prodotti tipici;

- La problematica dell'accessibilità e visitabilità di quota parte del patrimonio storico-culturale, in particolare quello religioso: occorrerebbe valutare una più ampia sinergia con il tessuto associazionistico locale per garantire un servizio di apertura e visita (la componente turistico-culturale rappresenta un elemento attrattivo importante, soprattutto in una città con un ampio patrimonio come Chieri, e questo può generare ricadute positive anche sul commercio);
- La proposizione di giornate, durante il corso dell'anno, di aperture straordinarie, in cui si coniughino commercio, cultura ed eventi.

L'ATL manifesta dunque la propria ampia disponibilità a supportare le politiche turistiche chieresi e la relativa promozione. Tra gli spunti che potrebbero essere interessanti per il futuro turistico chierese l'inserimento in circuiti esistenti (Strade del Vino, Associazione dei B&B "ScopriPiemonte", la partecipazione degli esercenti a pacchetti turistici, ...) e la proposta di nuovi eventi (eventi sportivi per famiglie, eventi esperienziali connessi all'enogastronomia, ...) in funzione di una puntuale definizione dei potenziali target di utenti.

Da implementare inoltre il circuito, cui attualmente Chieri fa capo, delle "Strade dei colori e dei sapori" (l'Assessorato al Turismo sta attualmente lavorando in tal senso in sinergia con la Città Metropolitana), con un più ampio spettro di offerte su Chieri stessa e sul suo territorio, nonché l'ampliamento dell'operatività dello Sportello Turistico, che potrebbe assolvere ad una funzione più ampia di promozione dell'intero territorio chierese.

I rappresentanti del Parco del Po Torinese illustrano le opportunità turistiche che potrebbero generarsi a breve in seguito alla recente acquisizione del label UNESCO di MAB "Man and the Biosphere" - Riserva della Biosfera. Il marchio MAB UNESCO acquisito dal Parco potrebbe infatti costituire un importante veicolo promozionale per il territorio di cui anche Chieri fa parte.

A tal fine, Chieri potrebbe rafforzare la propria identità anche in rapporto alle componenti ambientali che ne caratterizzano il territorio, attraverso:

- La promozione con il proprio Sportello Turistico la Riserva della Biosfera;
- L'ampliamento della propria offerta turistica con un occhio di riguardo per la proposta naturalistico-ambientale offerta dal territorio circostante;
- La proposta ai commercianti di iniziative in sinergia con quelle che il Parco attiverà a breve per la promozione dei prodotti del territorio della Riserva.

Anche in occasione di questo incontro la disponibilità da parte dei rappresentanti del turismo di territorio risulta elevata, come di assoluta necessità appare l'attivazione di un tavolo di coordinamento turistico territoriale.

## ■ Report dell'incontro effettuato con le associazioni culturali e sociali locali e risultati dei questionari erogati (20/06/2016)

Incontri svoltisi i giorni 20/06/2016 e 29/06/2016, presso la Sala della Conceria di Chieri

I tavoli di lavoro si sono svolti in due convocazioni, al fine di permettere la più ampia condivisione a scala locale con le realtà associative del territorio.

Per entrambi i tavoli di lavoro la seduta è stata anticipata dall'illustrazione, da parte dei professionisti incaricati, del percorso attivato per la definizione dello Studio di fattibilità, delle sue fasi e delle principali tematiche di riferimento per la realizzazione del percorso partecipato per la valorizzazione del centro storico, perseguendo la finalità di realizzare un effettivo Centro Commerciale Naturale.

Tra le finalità degli incontri:

- La raccolta di informazioni circa punti di forza e criticità dell'area di interesse, prendendo a riferimento il tessuto commerciale e le occasioni di animazione che possano avere delle ricadute sullo stesso;
- La valutazione delle esperienze in essere, passate o di prossima programmazione che potrebbero costituire un valore aggiunto per il rafforzamento della realtà del commercio centrale chierese;
- La sensibilità delle realtà presenti sui temi prioritari individuati dal gruppo di lavoro e una indicazione sulle priorità;
- l'individuazione delle possibili sinergie tra tessuto associativo e comparto commerciale.

Al fine di facilitare la discussione e la condivisione dei temi, alla conclusione dell'illustrazione del percorso attivato, è stato erogato un questionario, distribuito a tutti i partecipanti all'incontro.

Il questionario, composto da 7 domande mirate, è stato compilato da 23 realtà associative (nel complesso dei due tavoli di lavoro attivati), in forma anonima. La sua validità non è dunque di tipo statistico ma si ritiene utile come apporto qualitativo alla fase di conoscenza mirata alla definizione delle future priorità d'azione.

Si illustrano a seguire le principali risultanze dello stesso.

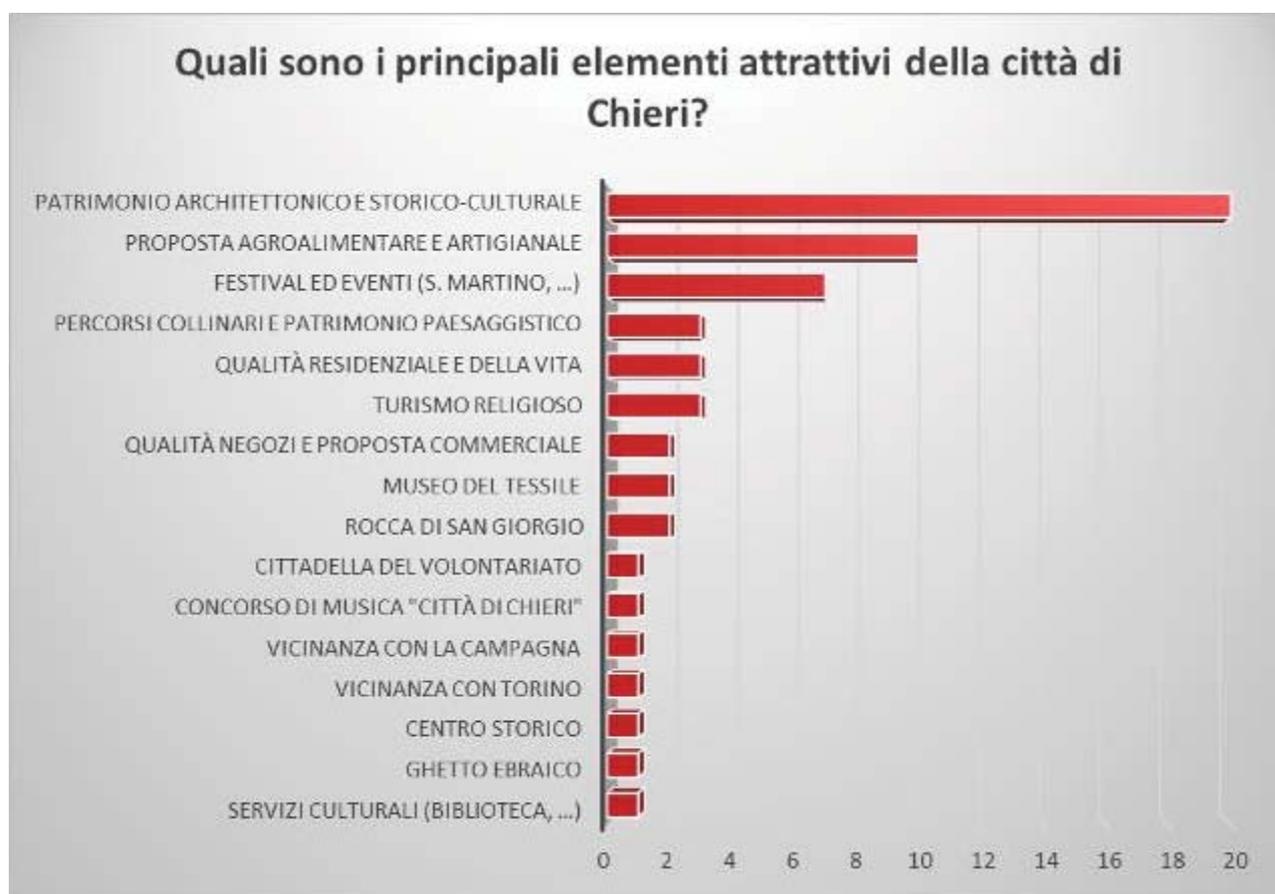
Il primo quesito erogato ha riguardato una valutazione rispetto ai principali luoghi ed elementi attrattivi della città di Chieri, con la richiesta di individuare pertanto quegli elementi forti che conducono il visitatore abituale od occasionale a frequentare la cittadina.

Come è possibile evincere dal grafico riportato, tra gli elementi forti di maggiore attrazione risultano esserci, in ordine di priorità:

- l'ampio patrimonio architettonico e storico-culturale che la cittadina propone (con la considerazione, discussa durante l'incontro, della difficoltà di poter accedere a quota parte di questo patrimonio per criticità correlate all'apertura e visitabilità di alcuni beni di rilievo);

- le eccellenze agroalimentari (vino, grissini rubatà, ...) e artigianali (artigianato tessile, microattività di nicchia, ...);
- le occasioni di animazione e gli eventi programmati nel corso dell'anno (con l'osservazione a latere di una possibile implementazione degli stessi, in particolare con una maggiore sinergia tra gli organizzatori degli stessi - amministrazione, associazioni e commercianti);
- le attrattive connesse all'ambito paesaggistico della collina chierese, al turismo religioso (i percorsi di Don Bosco in particolare);
- la qualità della vita (prossimità alla città, ma anche alla campagna, tranquillità e buona presenza di servizi alla persona);
- un'articolata offerta commerciale, con proposte qualitativamente elevate.

### RISPOSTA AL QUESITO A) DEL QUESTIONARIO



Il secondo quesito ha riguardato una valutazione rispetto ai principali eventi esistenti nel programma di attività chieresi che, a giudizio delle associazioni presenti, possano rappresentare un valore aggiunto per il tessuto commerciale, essendo in grado pertanto di cooptare flussi di visitatori potenzialmente interessati anche all'acquisto presso il futuro centro commerciale naturale.

Tra le occasioni di animazione più citate la Fiera di San martino (in particolare in corrispondenza della sua organizzazione nel centro cittadino), la manifestazione “Di Freisa in Freisa”, gli eventi di qualità (quali eventi musicali che attraggono visitatori dall’esterno), le manifestazioni tradizionali e quelle che prevedono una circuitazione degli eventi nel centro cittadino (artisti di strada, Festival dei Beni Comuni, Festival “Area di Prossimità”.

### RISPOSTA AL QUESITO B) DEL QUESTIONARIO

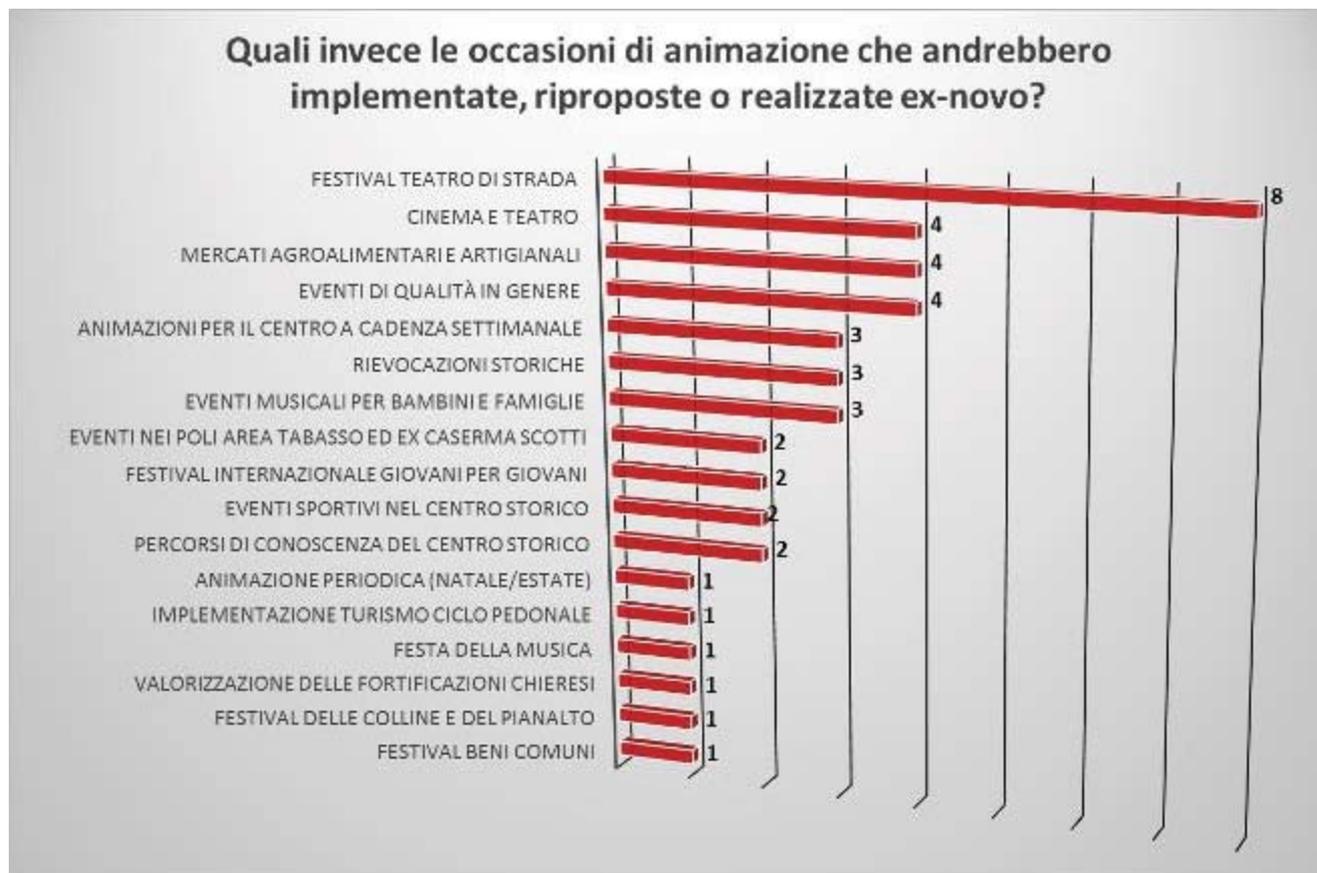


In merito alle occasioni di animazione e/o servizi che meriterebbero un ripensamento, una riproposizione o alle iniziative che potrebbero essere introdotte ex-novo nella programmazione di eventi cittadina, le associazioni presenti hanno evidenziato:

- la riproposizione del Festival del Teatro di Strada che, come evento improntato sulla circuitazione delle animazioni, la sua durata e la qualità degli interventi ha richiamato negli anni ampi flussi di visitatori dall’esterno e concentrato la propria attenzione sul centro cittadino, generando un buon indotto anche per le attività commerciali;
- la necessità di servizi culturali, quali cinema, teatro e sala polivalente-auditorium, che potrebbero richiamare pubblico e creare rinnovate occasioni di frequentazione del centro cittadino;
- l’implementazione di occasioni incentrate sulle peculiarità del territorio (agroalimentare e artigianato) e la realizzazione di eventi di richiamo (eventi musicali con nomi di particolare richiamo), in grado di attrarre flussi di visitatori esterni;

- iniziative a scala cittadina cadenzate (per famiglie e bambini, mercati settimanali e animazioni lungo le vie del centro, eventi sportivi, percorsi di conoscenza del centro storico), in grado di fidelizzare la clientela di prossimità.

### RISPOSTA AL QUESITO C) DEL QUESTIONARIO



In merito alle proposte per il miglioramento dell'attrattività e funzionalità del centro cittadino, le risposte delle realtà associative presenti sono state suddivise in relazione ai 4 temi individuati per lo Studio di fattibilità.

Come è possibile rilevare dal prospetto che segue gran parte delle priorità individuate riguardano il sistema della mobilità (viabilità, pedonalizzazione, sistemi di spostamento alternativi all'uso del mezzo proprio, incentivi per i parcheggi), dato peraltro confermato dai risultati del quesito successivo.

A seguire le proposte inerenti le occasioni di animazione, incentrate in particolare su una maggiore organizzazione e comunicazione del sistema di accoglienza turistica, sugli eventi e sulla possibilità di rendere visitabili i beni culturali attualmente chiusi, oltre che sull'attivazione di tavoli di confronto per la valorizzazione turistica della città.

Infine le tematiche connesse al comparto commerciale, con il tema ricorrente di una maggiore flessibilità nelle aperture serali e festive degli esercizi da parte dei commercianti, e alla qualità dell'ambito.

### RISPOSTA AL QUESITO D) DEL QUESTIONARIO



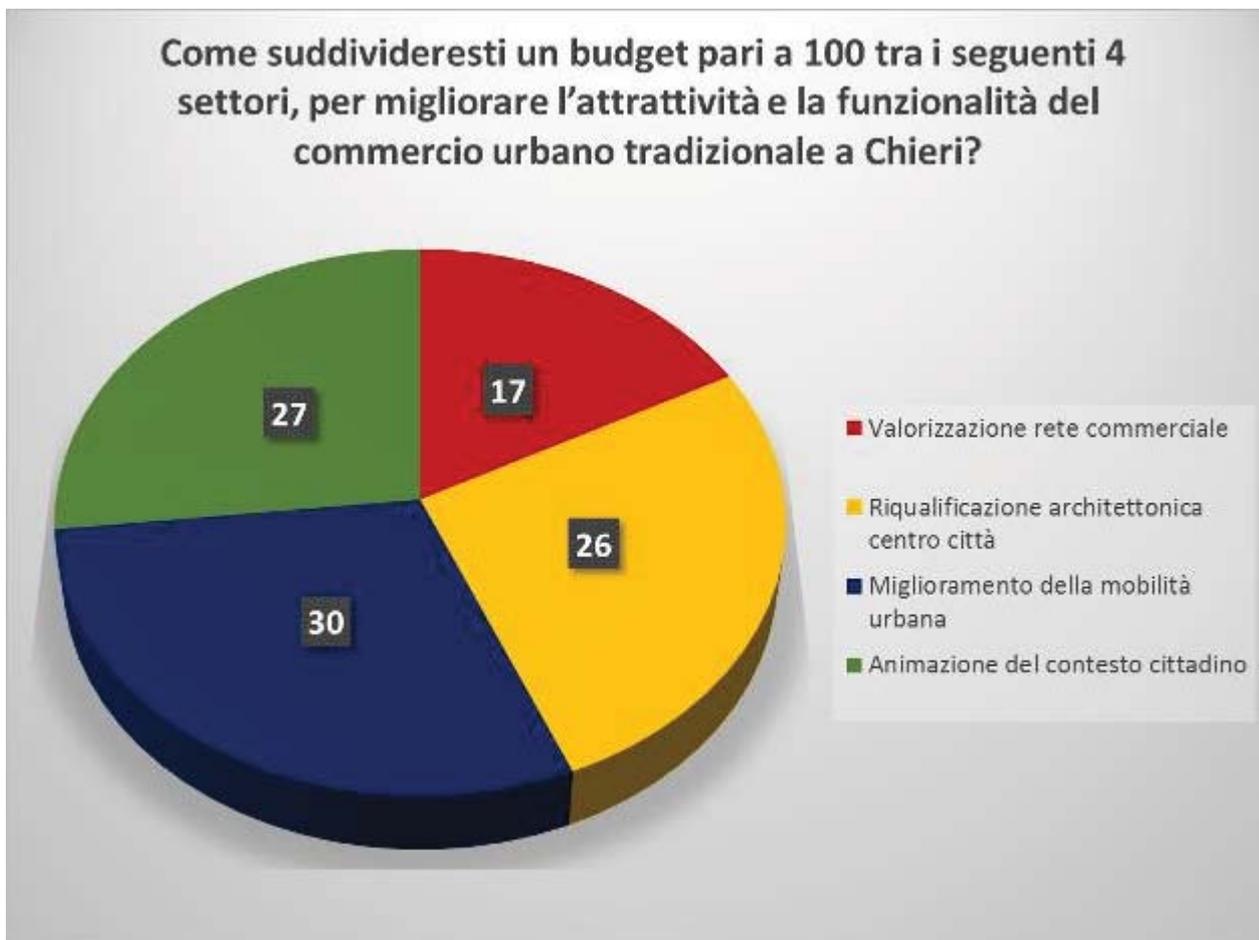
Il quesito successivo è stato lo stesso erogato in occasione del tavolo di lavoro con i commercianti chieresi.

Il risultato delle risposte rileva una sostanziale omogeneità rispetto alle due tematiche, individuate tra le quattro oggetto dello Studio di fattibilità, che interessano in modo prioritario la città di Chieri ai fini di una valorizzazione funzionale del commercio urbano tradizionale:

- il miglioramento del sistema della mobilità (intesa come miglioramento della viabilità e del sistema dei parcheggi, iniziative legate alla pedonalizzazione di ampi ambiti del centro cittadino, iniziative connesse alla mobilità sostenibile – sistemi di parcheggi esterni e navette per il centro città, bike-sharing e ciclabilità in genere);
- la riqualificazione architettonica del centro città (con particolare riferimento all'arredo urbano, al riutilizzo dei luoghi centrali per attività e occasioni di incontro, al miglioramento delle esteriorità degli esercizi commerciali e del sistema del verde urbano).

Rispetto ai due restanti temi, si evidenzia una maggiore sensibilità del settore associazionistico rispetto all'animazione del contesto cittadino, inteso come proposta di occasioni di incontro e captazione di flussi di visitatori, rispetto al tema della valorizzazione della rete commerciale.

#### RISPOSTA AL QUESITO E) DEL QUESTIONARIO

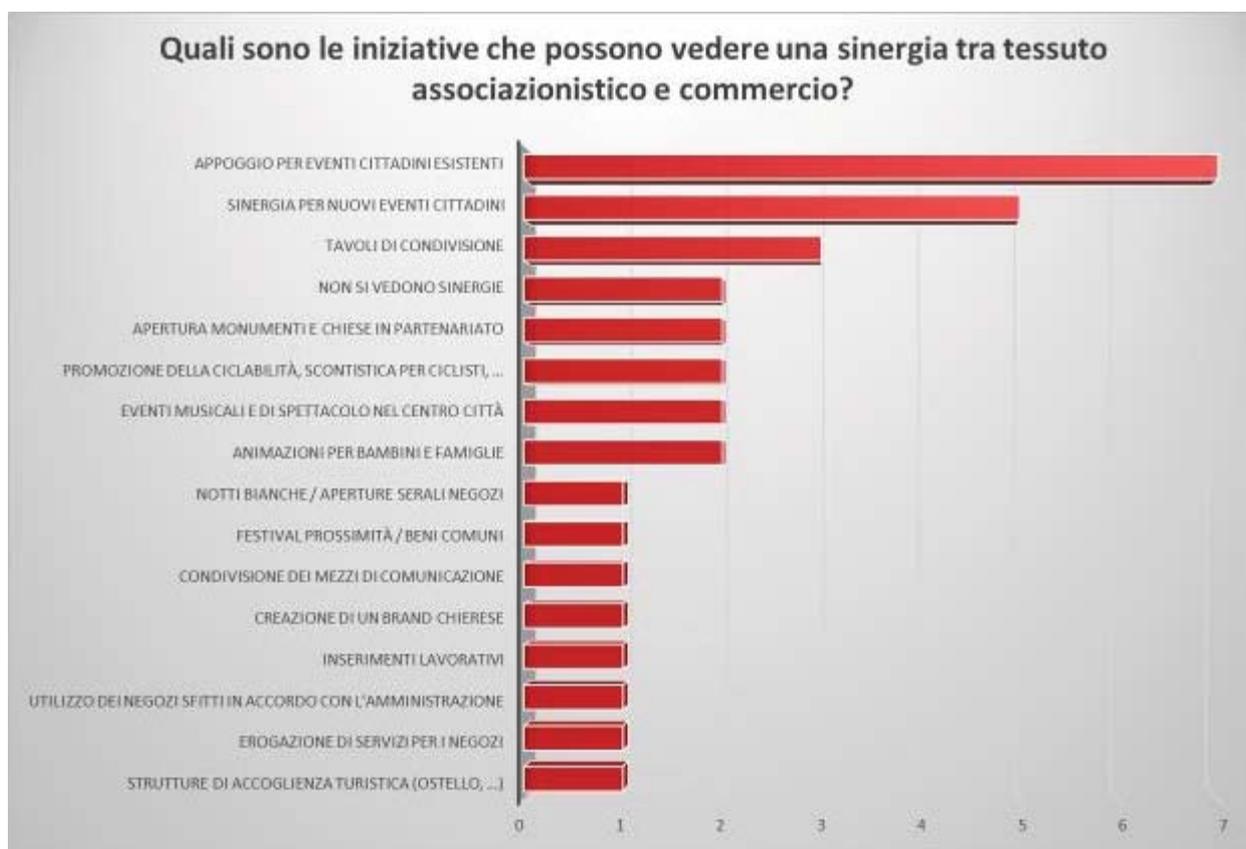


Il tema del quesito successivo ha riguardato le possibili sinergie tra tessuto associazionistico e commerciale. Come più volte sottolineato nel corso della seduta pubblica, le occasioni di interazione tra i due comparti sono risultate spesso complicate e non particolarmente produttive.

La volontà di creare un valore aggiunto futuro è tuttavia riscontrabile nelle risposte fornite dai partecipanti al tavolo, che hanno manifestato il proprio interesse a collaborare in occasione di eventi già presenti e nella definizione comune di eventi futuri, nell'attivazione di tavoli di lavoro congiunti per la condivisione di strategie comuni e nella predisposizione di strumenti di comunicazione utili ad entrambe le realtà.

Tra le risposte fornite si registrano inoltre proposte di natura sociale interessanti, quali quelle inerenti gli inserimenti lavorativi, l'erogazione di servizi aggiuntivi e la collaborazione per eventi destinati alle famiglie e ai bambini.

### RISPOSTA AL QUESITO F) DEL QUESTIONARIO

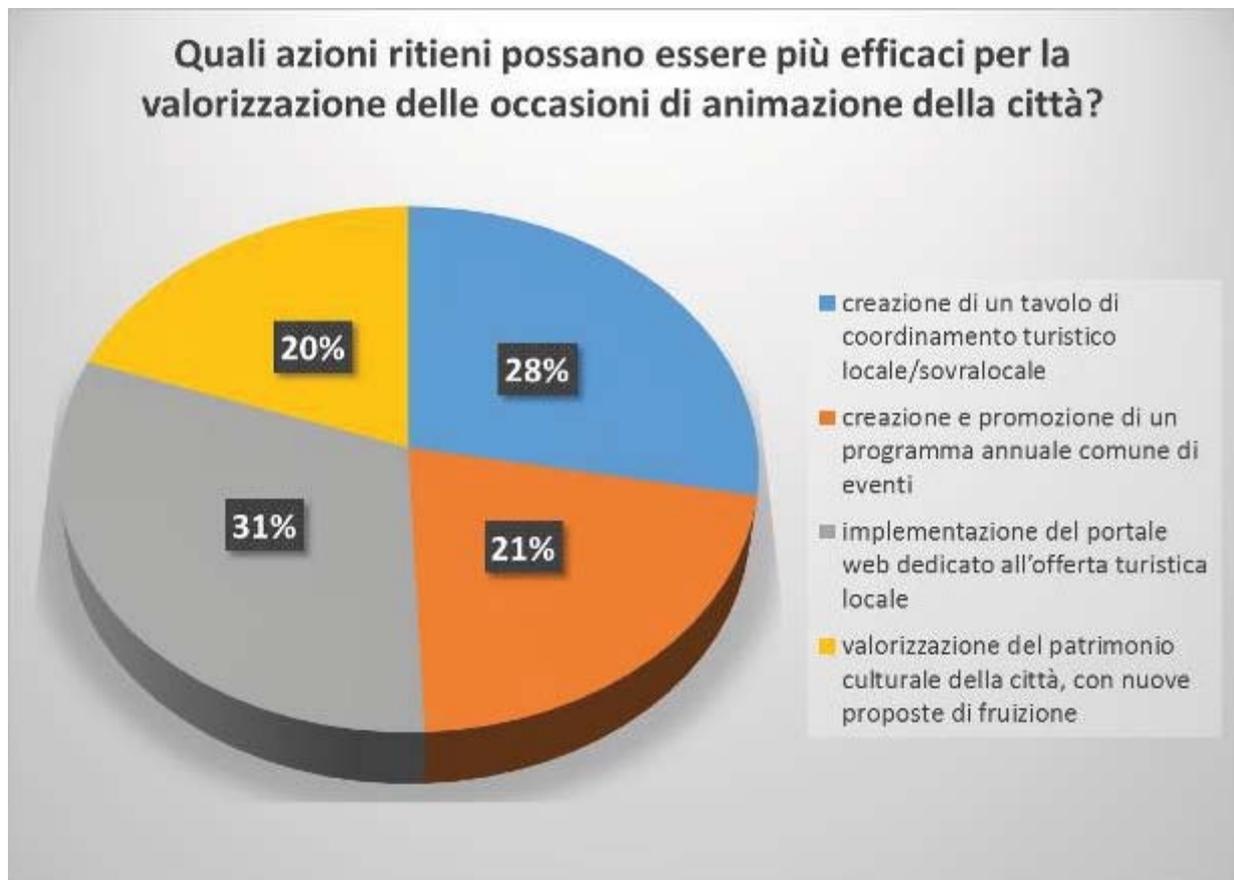


Rispetto alle soluzioni proposte per la valorizzazione delle occasioni di animazione cittadine, i partecipanti alla compilazione del questionario hanno individuato come prioritaria l'implementazione del portale web (comunale, o un portale dedicato al centro commerciale naturale) dedicato all'offerta turistica comunale.

Un elevato interesse riscuote inoltre la proposta di attivazione di un tavolo di coordinamento turistico locale o sovralocale (che coinvolga anche l'ATL Torinese e sistemi di promozione più ampi), al fine di presentare al pubblico un'offerta più organizzata e strutturata.

Unitamente a ciò, una maggiore sistematizzazione delle proposte di animazione (meno estemporanee e calendarizzate con una regia comune) e la valorizzazione del patrimonio culturale cittadino, con particolare riferimento all'apertura e alla promozione di beni e circuiti attualmente poco sfruttati turisticamente.

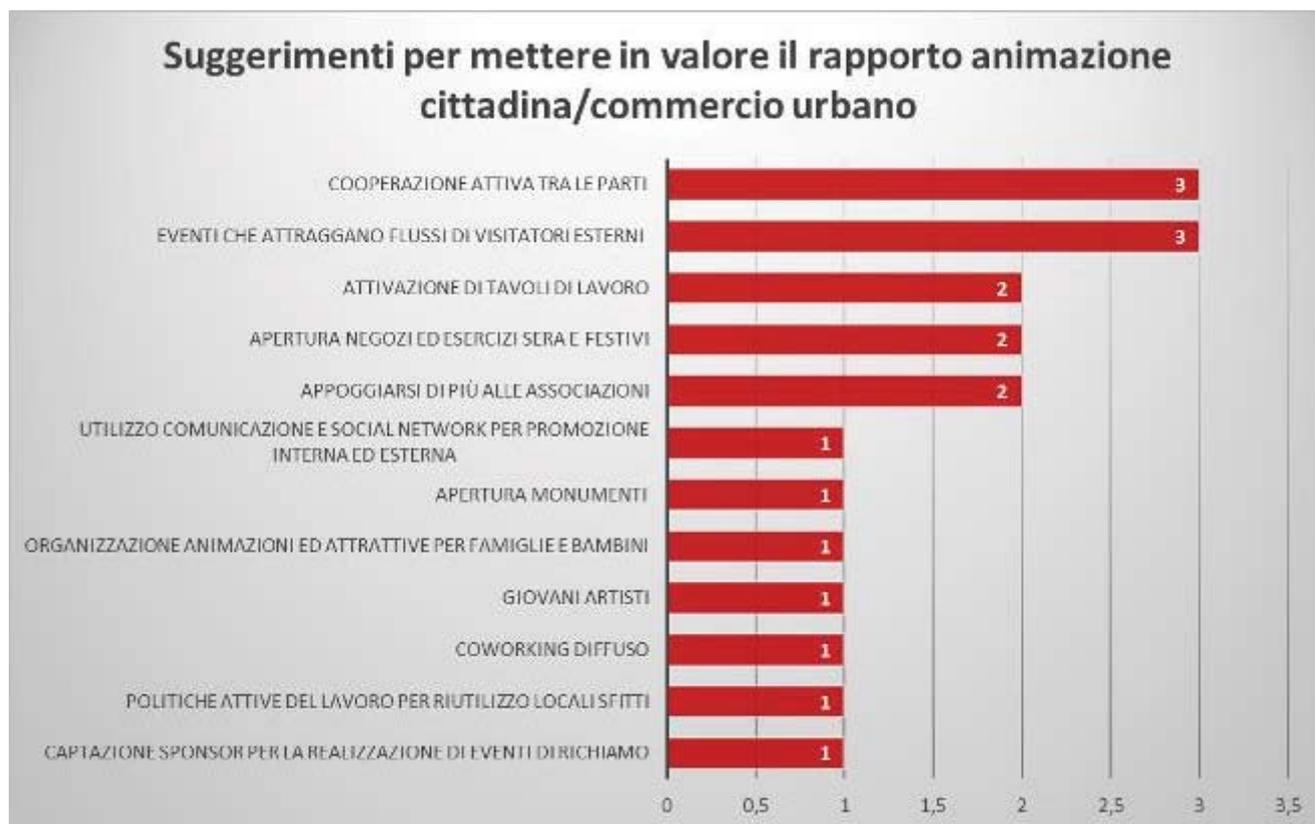
## RISPOSTA AL QUESITO G) DEL QUESTIONARIO



A conclusione del questionario è stata proposta una domanda a libera, il cui risultato conferma sostanzialmente le risposte fornite all'interno dei punti precedenti.

Cooperazione tra commercio e associazioni, coinvolgimento di entrambe le parti per l'organizzazione di eventi mirati per un'utenza esterna, attivazione di tavoli di lavoro comuni e ampliamento della disponibilità della componente commerciale ad animare il centro cittadino risultano essere le proposte più diffuse.

## RISPOSTA AL QUESITO H) DEL QUESTIONARIO



### **V. Le linee guida derivanti dal processo partecipativo**

Gli incontri effettuati ed i questionari realizzati possono essere considerati indicativi, almeno dal punto di vista qualitativo, delle criticità e possibili soluzioni su cui gli stake holder locali ritengono occorra concentrare l'attenzione per la qualificazione ed il rilancio del centro storico cittadino.

In primis viene indicato il sistema della mobilità, quale elemento condizionante su cui intervenire per la trasformazione e il miglioramento dell'attuale condizione.

In seconda battuta l'aspetto inerente la qualificazione architettonica degli spazi urbani, da migliorare per conseguire una maggiore qualità urbana.

A seguire, a seconda dei soggetti interpellati, vengono considerati gli aspetti di valorizzazione della rete commerciale e di animazione del contesto urbano.

L'individuazione della priorità incide anche ovviamente sull'impegno di spesa che ne consegue direttamente, concentrando pertanto sui primi due aspetti la maggior parte delle risorse disponibili.

## VI. Le opere pubbliche strategiche

In base agli approfondimenti svolti e ai riscontri avuti, nella fase di condivisione dell'ipotesi progettuale, emerge l'opportunità di comporre uno scenario progettuale in cui, miscelando gli elementi operativi di maggior interesse, si raggiunga l'obiettivo generale di valorizzazione dell'ambito A1.

La scelta progettuale individua come fattore comune dei diversi tematismi considerati la capacità di restituire all'ambito una propria vocazione ed identità. La perdita di quest'ultima da parte del contesto di riferimento può infatti essere considerata come la conseguenza della mancanza (deprivazione) di alcuni requisiti fondamentali della qualità urbana: spazi a misura d'uomo, non invasività del traffico veicolare, valorizzazione del patrimonio, vivacità ed animazione degli spazi pubblici, presenza di elementi attrattori ben identificati ed articolazione della proposta fruitiva.. .

Esemplare è la condizione di molte piazze cittadine, spazi urbani deputati alla frequentazione pubblica e all'incontro, che sono oggi utilizzati solamente come parcheggi.. .

Se in passato altri elementi hanno distinto in modo significativo Chieri (es. l'industria tessile) oggi si percepiscono con difficoltà le potenzialità locali che potrebbero rappresentare elementi di attrazione e motivo di frequentazione del contesto cittadino.

Va avviato, pertanto, un processo integrato che partendo dalla riscoperta delle caratteristiche dei luoghi, le peculiarità delle produzioni, le eccellenze locali, restituirà una propria identità al contesto urbano ed in particolar modo all'ambito di progetto.

Il percorso di riscoperta dovrà coinvolgere tutti i soggetti coinvolti nella gestione del centro urbano a partire dagli esercenti che operano a diretto contatto con gli spazi urbani.

La definizione di una nuova identità urbana passa attraverso la riqualificazione di alcuni luoghi simbolo della città particolarmente significativi dal punto di vista commerciale, per collocazione, connessioni con la rete viabilistica, caratteristiche architettoniche,..

Due aree sono state selezionate a titolo esemplificativo, in proposito:

- piazza Umberto I
- piazza Cavour

Entrambi sono spazi cittadini oggi poco significativi, ma collocati in posizione strategica rispetto alla rete commerciale del centro storico. Dotati di indubbe qualità architettoniche sono attualmente meno frequentati di quanto potrebbero essere, procedendo ad una loro riqualificazione formale e funzionale.

Lo studio ha ipotizzato per entrambi una riqualificazione architettonica e funzionale che accompagni l'abbellimento estetico dello spazio urbano ad una trasformazione funzionale che ne favorisca la fruibilità e frequentazione.

Per quanto riguarda piazza Cavour appare evidente la potenzialità del luogo come ambito di raccordo tra l'asse commerciale di via Vittorio Emanuele II e quello di via Guglielmo Marconi, area di attestamento e di sosta, ma anche scenografia urbana in cui ospitare manifestazioni ed eventi.

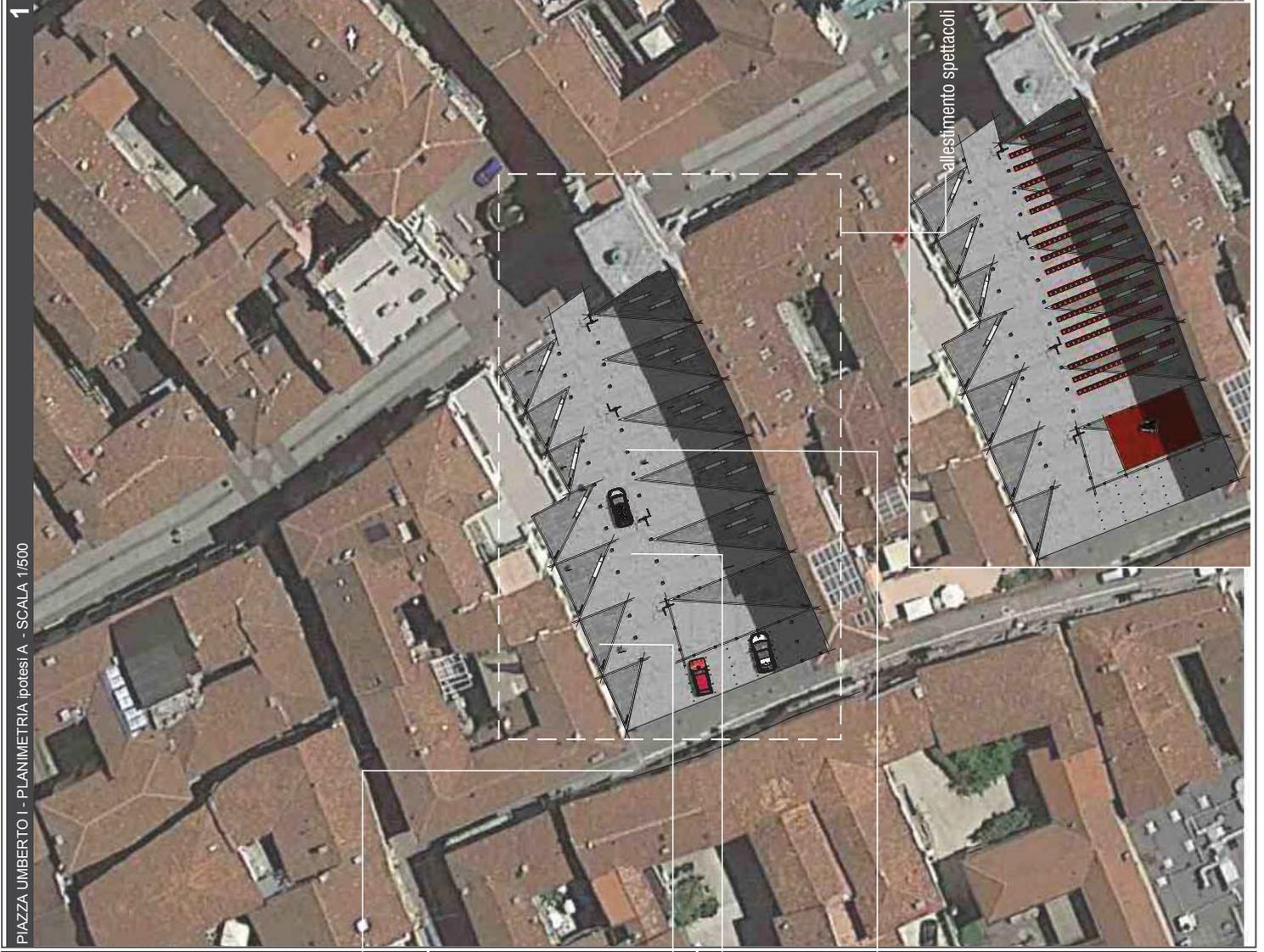
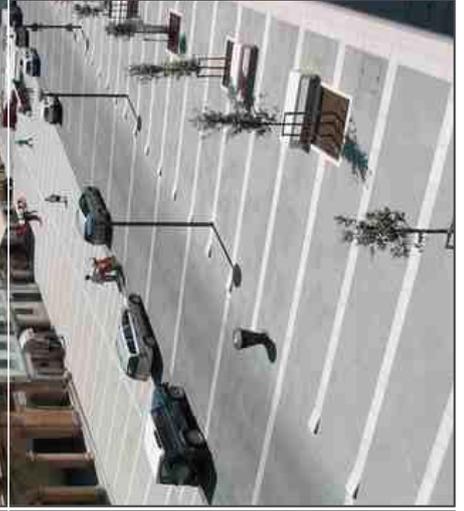
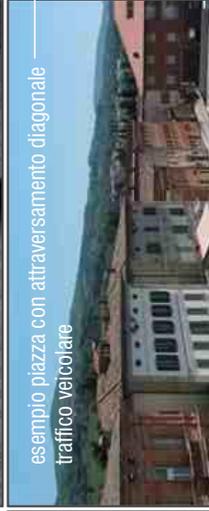
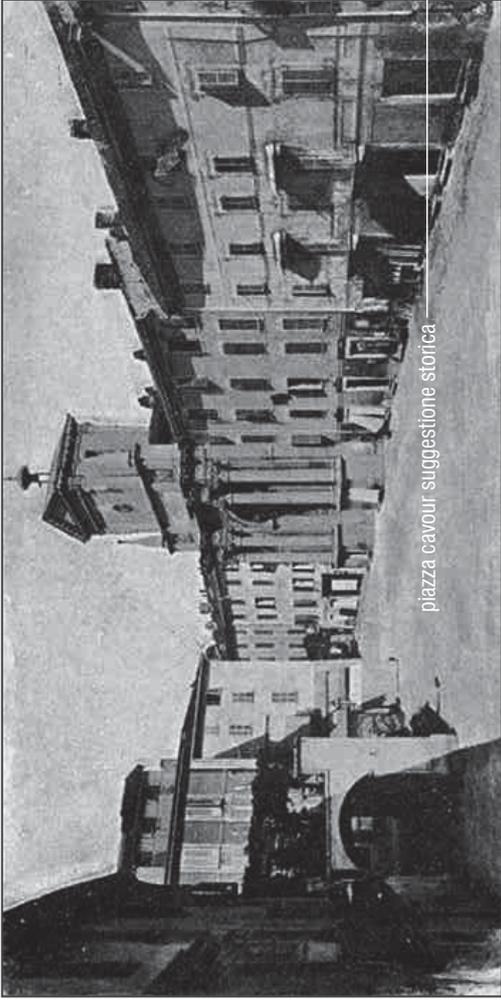
Le ipotesi progettuali proposte prevedono un'ampia pedonalizzazione, con un contingentamento dei flussi veicolari alla parte più lontana dai percorsi pedonali e dalle facciate degli edifici commerciali.. . Nella parte pedonale della piazza si è poi ipotizzata la realizzazione di strutture atte ad ospitare manifestazioni commerciali, fiere, piccoli mercatini, oltre che ovviamente ad offrire uno spazio coperto, per la sosta ed il passeggio.

Nel caso di Piazza Umberto I invece, già oggi prossima all'area pedonale, ne è il naturale ampliamento; insieme a piazza Mazzini, oggetto di recente riqualificazione, può diventare anzi l'estremità di un nuova direttrice viaria pedonale, rivolta verso la "chiocciola", ovvero la parte più antica della città.

Anche in questa ipotesi la piazza potrebbe associare la funzione di semplice area di sosta e passeggio ad una vocazione più specifica, quale potrebbe essere, ad esempio, lo svolgimento di piccoli concerti, manifestazioni all'aperto. La naturale pendenza della piazza verso via San Domenico offre infatti l'invito a creare uno spazio che, opportunamente arredato, può essere utilizzato come vero e proprio "salotto cittadino" in cui ospitare piccoli eventi e manifestazioni di qualità.

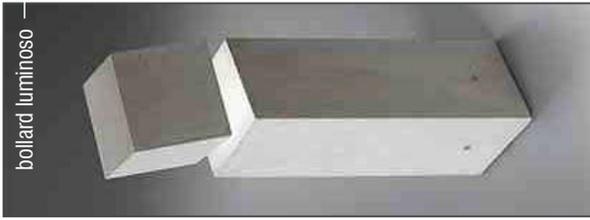
In entrambi i casi la soluzione proposta mira a restituire alle piazze forma e sostanza contemporaneamente, affinché la ricaduta sia più completa possibile.

Nelle pagine seguenti sono riportate alcune suggestioni, relative ai citati interventi strategici.





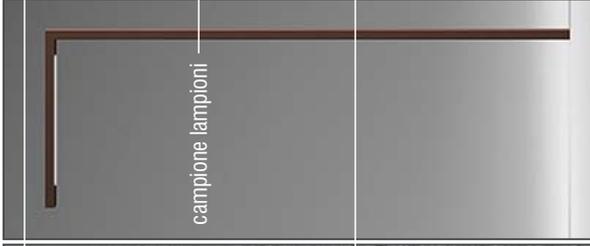
stato attuale scorcio interiore piazza



bollard luminoso



campione panche



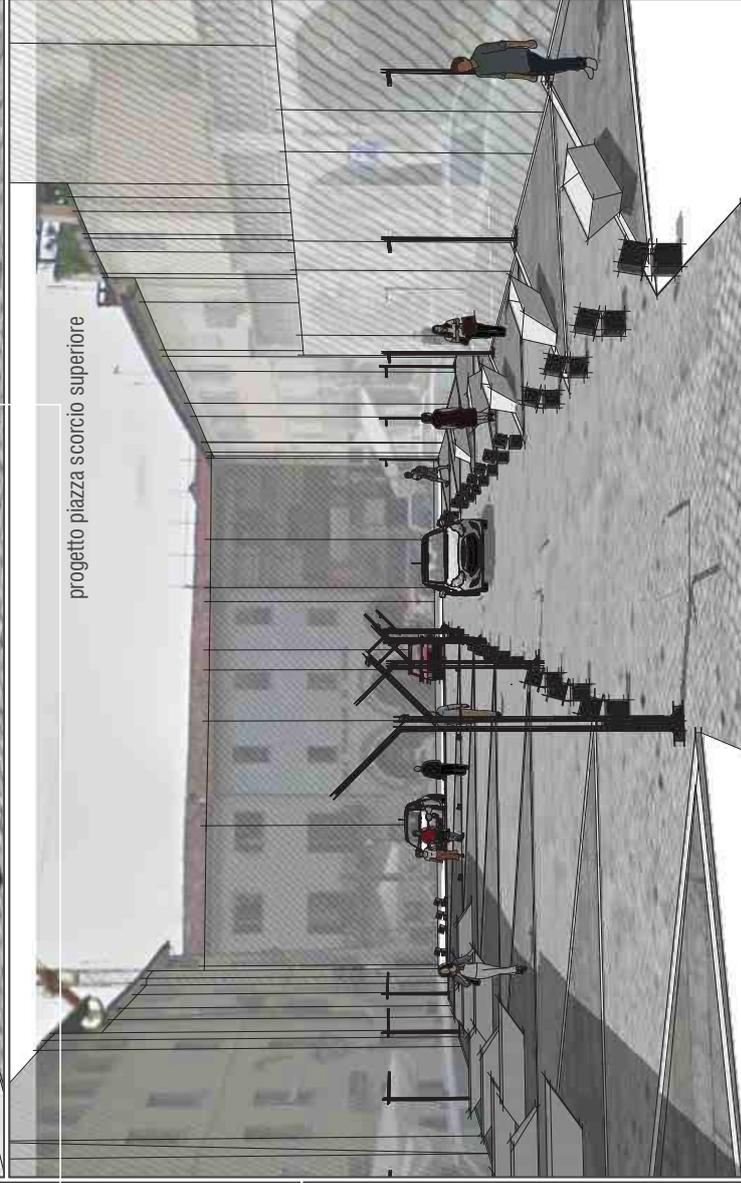
campione lampioni



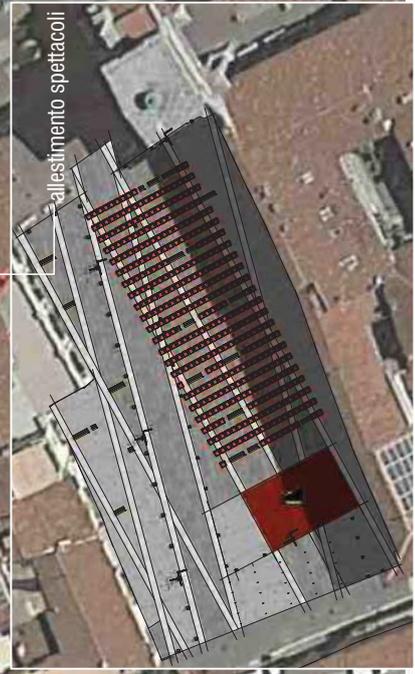
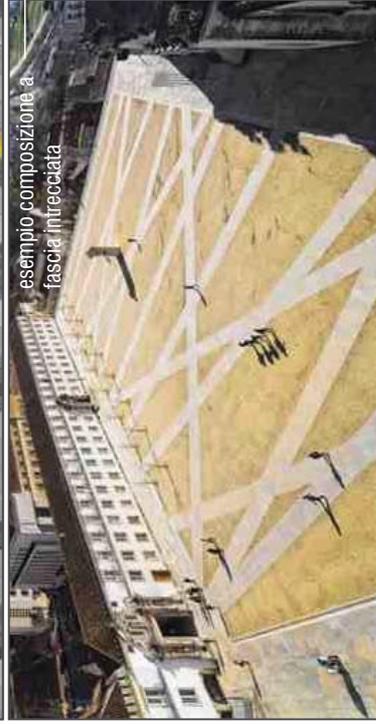
stato attuale scorcio superiore piazza



progetto piazza scorcio inferiore



progetto piazza scorcio superiore

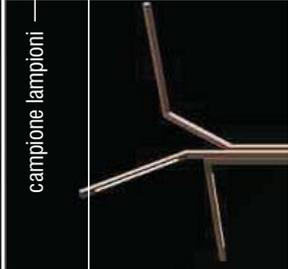




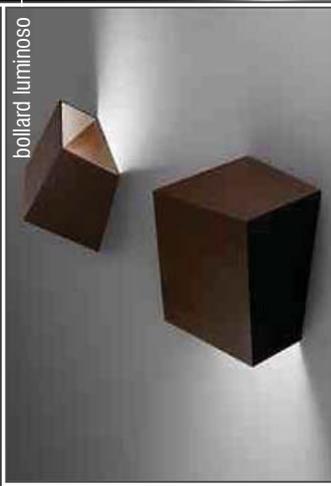
stato attuale scorcio interiore piazza



campione panche



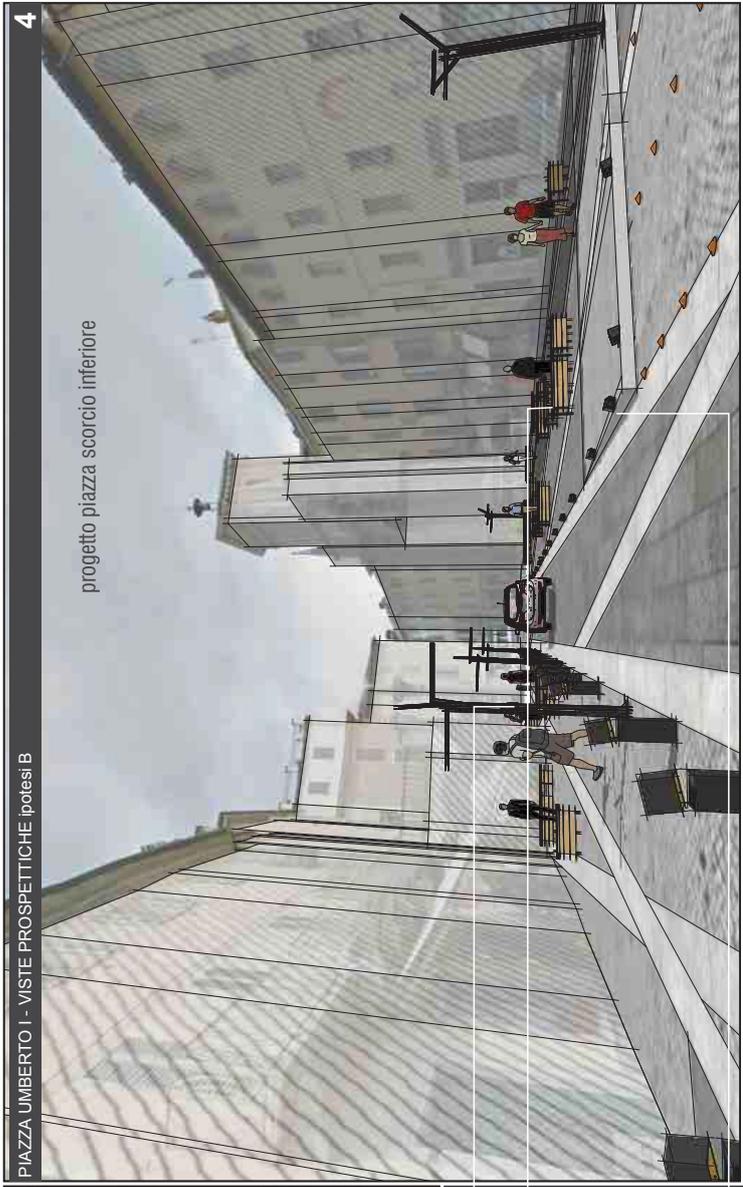
campione lampioni



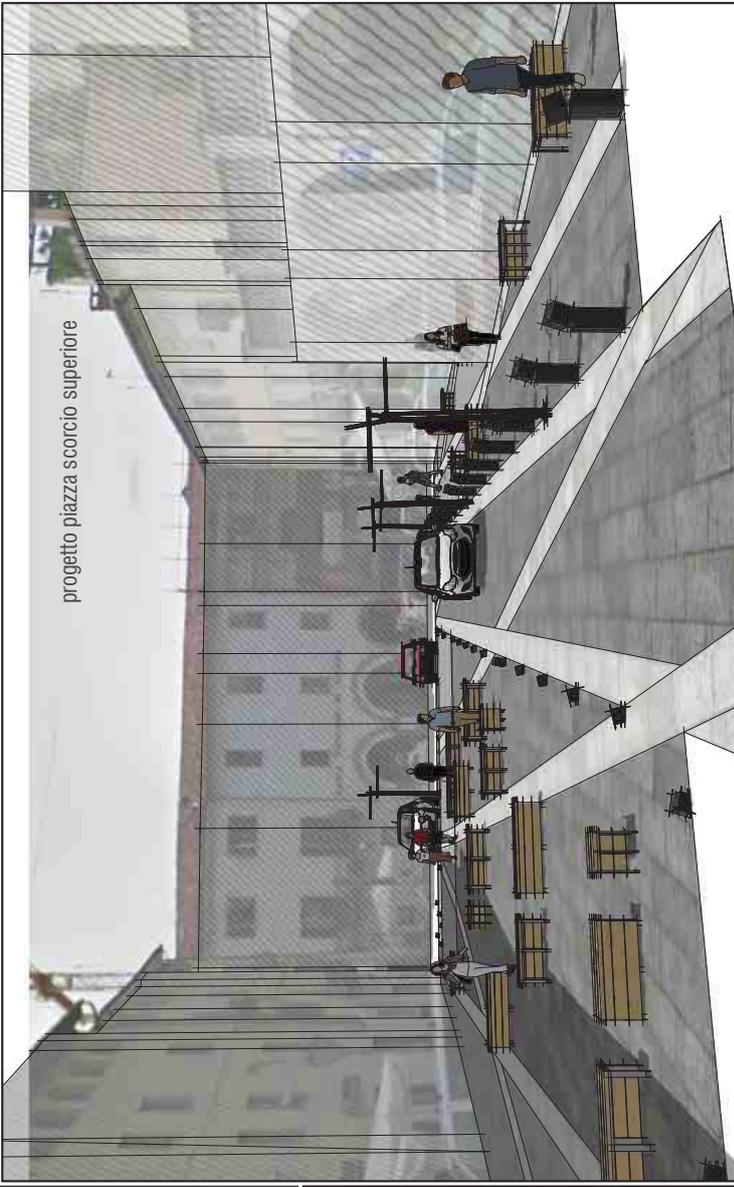
bollard luminoso



stato attuale scorcio superiore piazza



progetto piazza scorcio interiore

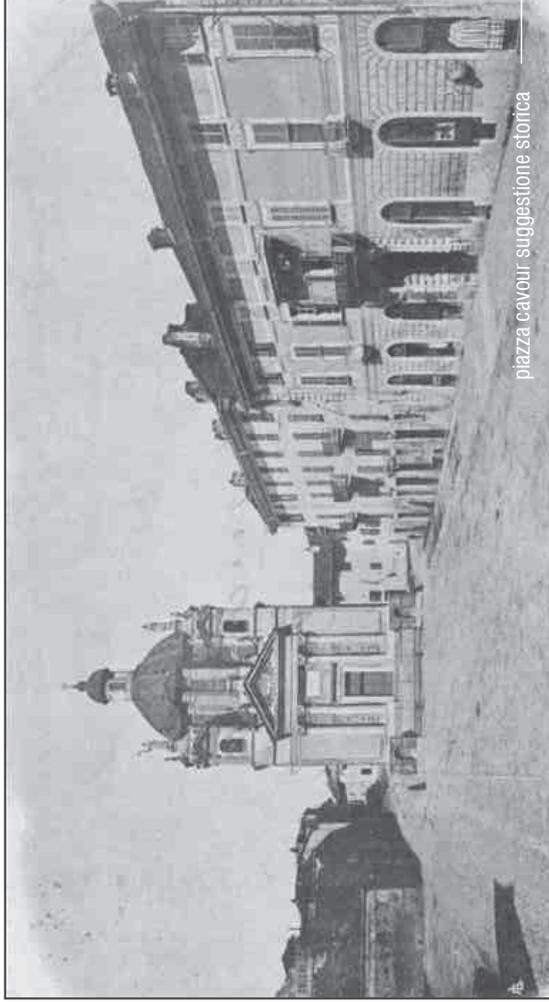


progetto piazza scorcio superiore



coperture piccoli mercati

allestimento spettacoli



piazza cavour suggestione storica



campione pavimentazione mista lastre/blocchetti



canalette drenaggio



campiture romboidali

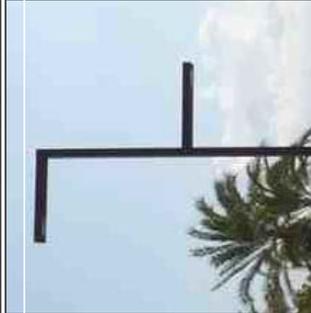


fontana a raso

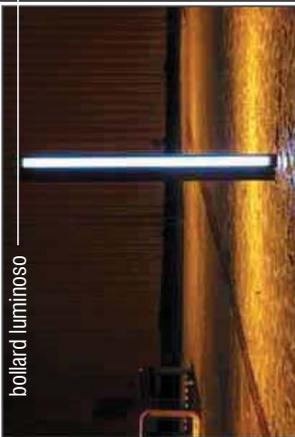
stato attuale scorcio inferiore piazza



campione panche



bollard luminoso



campione lampioni



progetto piazza scorcio inferiore allestimento piccoli mercati

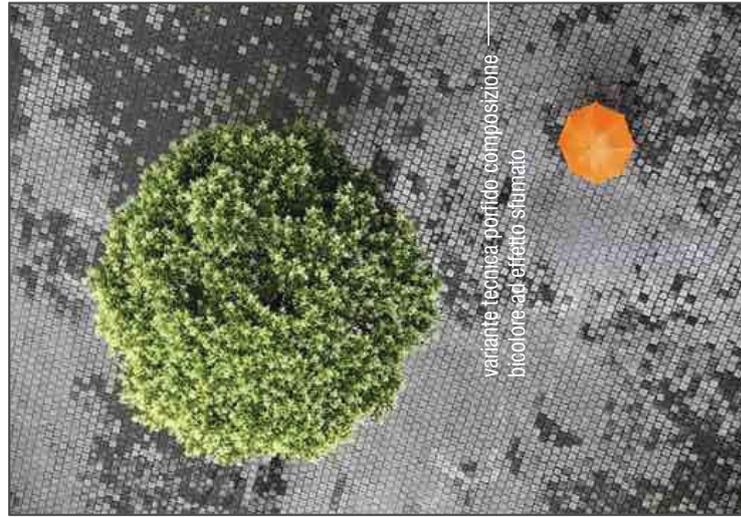
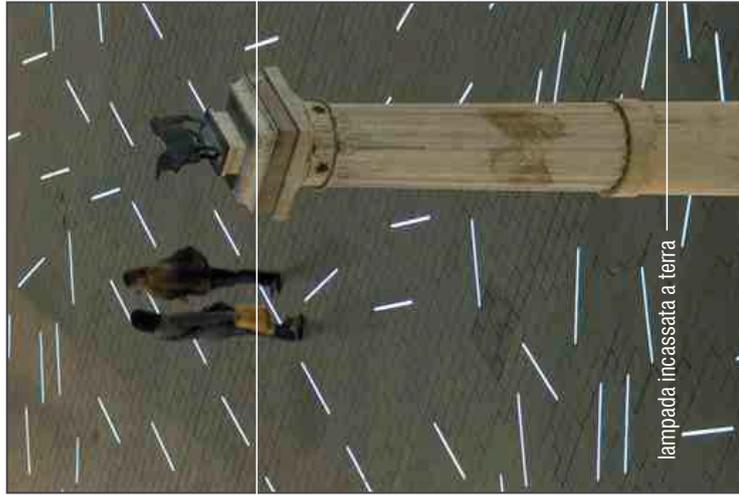


progetto piazza scorcio superiore allestimento piccoli mercati



stato attuale scorcio superiore piazza





stato attuale scorcio inferiore piazza



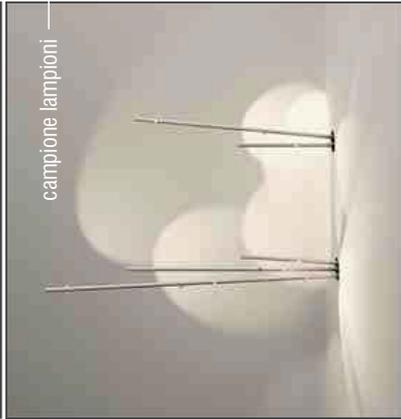
bollard luminoso



campione panche

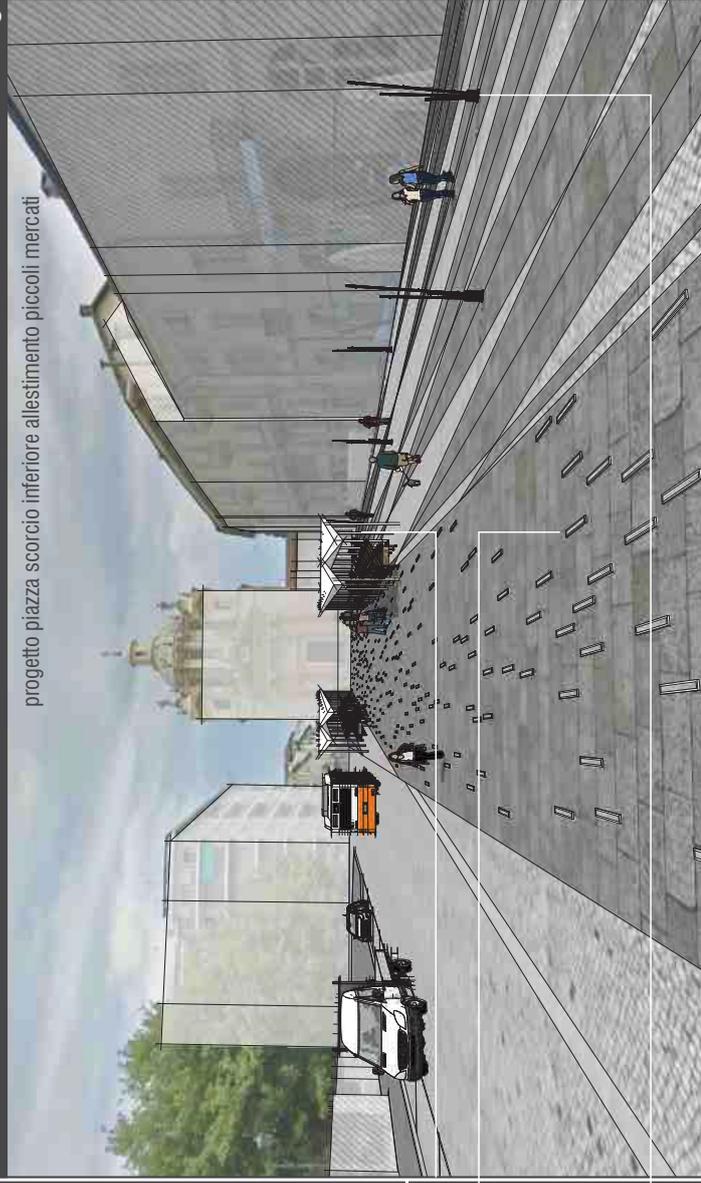


campione lampioni



stato attuale scorcio superiore piazza

progetto piazza scorcio inferiore allestimento piccoli mercati



progetto piazza scorcio superiore allestimento piccoli mercati



## **VII. Il sistema del commercio e le sue quattro componenti (contributi a cura degli esperti del gruppo di lavoro)**

Risulta evidente che le opere strategiche illustrate nel corso del precedente paragrafo risulterebbero inefficaci se slegate da un complesso di operazioni, materiali ed immateriali, atte ad integrarle e a garantire alle stesse vitalità.

A tal fine, il gruppo di lavoro ha inteso esplicitare, in relazione alle quattro componenti del commercio urbano (sistema della mobilità, qualità del contesto urbano, attrattività della rete commerciale ed animazione cittadina), le operazioni utili a rafforzare ed integrare tali progettualità.

Occorre peraltro sottolineare che lo stesso ragionamento è valido in riferimento a ciascuna azione/attività appartenente alla specifica tematica cui fa riferimento: ognuna di esse ha infatti impatto maggiore in relazione alla strategia complessiva solo se considerata in sinergia con altre e non nella sua singola applicazione. Il programma ha senso dunque solo se recepito come un insieme integrato di interventi, la cui efficacia accresce in funzione della capacità di mettere insieme più componenti integrate fra loro.

Le sezioni che seguono illustrano, per ciascuna tematica, l'analisi della situazione esistente con i relativi aspetti di forza e debolezza, per poi concentrarsi, coadiuvati dall'eventuale osservazione di "casi tipo", sulle azioni/attività da proporre per una completa definizione del progetto di valorizzazione. Nell'illustrazione delle azioni/attività viene infine evidenziato il grado di integrazione con le altre componenti del complesso progettuale.

### **1. MOBILITA'**

#### **a) Analisi della situazione esistente**

L'attuale sistema di circolazione nell'area centrale di Chieri è caratterizzato da numerosi sensi unici, che interessano la quasi totalità delle vie all'interno dell'anello di strade attorno al centro storico ristretto, che comprende a sud Via della Gualderia, a est Via delle Rosine e Via Avezzana a nord Via Marconi, a nord-ovest Piazza Cavour e a ovest Via Palazzo di Città, Via delle Orfane, Piazza Trieste e Via Principe Amedeo. All'interno di tale anello vige una zona a traffico moderato, con regime di circolazione veicolare con velocità ridotta fra i 30 e i 50 km/orari.

Il sistema delle vie pedonali interessa principalmente l'asse commerciale di Via Vittorio Emanuele II, dall'intersezione con Via Visca fino all'intersezione con Via della Pace, per una lunghezza complessiva di 350 m circa, interrotti soltanto dall'attraversamento viario di Piazza Umberto I - Via Carlo Alberto.

La Zona a Traffico Limitato 0.00-24.00 interessa la zona a ridosso della "chiocciola" di San Giorgio e di Piazza IV Novembre e comprende principalmente le Vie Nel, Bordino, IV Novembre, San Filippo e Vicolo Portone, per un'estensione complessiva di circa 900 m lineari di strada.

La zona a traffico limitato notturna 22.00-6.00 interessa tre aree distinte della città:

- la prima, a ridosso della "chiocciola", che comprende principalmente le Vie San Giorgio, Visca, Diverio, Gilli, Garibaldi, della Consolata e dei Fantini;
- la zona a sud-ovest di Via Vittorio Emanuele II, che comprende principalmente Piazza del Duomo, Piazza Umberto e le Vie Balbo, San Domenico, Broglia, Santa Clara, Demaria e XX Settembre;
- La zona a est di Via Avezzana, che comprende principalmente le vie Nostra Signora della Scala e Albussano.

Per quanto riguarda il sistema dei parcheggi, all'interno del centro storico ristretto si segnala la presenza di 8 aree di parcheggio, collocate nelle piazze: Cavour, Mazzini, Gerbido, Umberto, Duomo, Brigata Alpina Taurinense, Mosso e Pellico (multipiano). Immediatamente ai margini del centro storico ristretto si trovano altre 2 aree di sosta, in Piazza Trento e in Piazza Trieste. A queste strutture, tutte a pagamento, si affiancano quelle collocate in Piazza Dante (parzialmente a pagamento) e Robbio (a pagamento). Nell'area del centro storico allargato si contano, inoltre, altre aree di sosta libera, tra cui le principali sono collocate in Piazza Europa, a sud di Via della Gualderia e in Piazza Caselli.

Dall'analisi degli introiti e dalle elaborazioni del PUM sulla domanda potenziale, emerge una notevole discrepanza tra i dati degli introiti della sosta a pagamento, che presentano un'apparente grado di scarso utilizzo, e le stime potenziali di domanda di sosta nell'area centrale contenute nel PUM 2007, che denunciano forti carenze di offerta nelle zone più centrali, dato peraltro confermato dall'osservazione dei livelli di occupazione degli stalli a pagamento.

## **b) Swot Analysis**

- Punti di forza**
- Chieri è dotata di parcheggi per autobus, camper, auto, moto e biciclette collocati in città. Inoltre il Comune ha a disposizione ulteriori spazi che possono essere utilizzati come parcheggi.
  - La città è suddivisa in quattro zone a traffico limitato/moderato e gli accessi vengono monitorati tramite un impianto di videosorveglianza.
  - Elevato utilizzo della zona pedonale per l'abituale frequentazione dell'area centrale.

- Punti di debolezza**
- Limitata estensione delle piste ciclabili e mancanza di una vera e propria rete.
  - Scarso utilizzo del sistema della sosta a pagamento.
  - Marciapiedi stretti in vicinanza delle scuole.
  - Ampi margini di miglioramento del sistema di trasporto pubblico.

**Rischi**

- Congestione nelle aree limitrofe al centro storico ristretto.
- Scarsa fruibilità delle zone di pregio storico e architettonico.

**Opportunità**

- Disponibilità di incentivo e di trasferimento di “know how” per progetti di riqualificazione urbana e ambientale.
- Struttura urbana di dimensioni e caratteristiche tali da consentire la sperimentazione di numerose iniziative di mobilità sostenibile.
- La presenza di “Bike box” potrebbe aiutare a realizzare un servizio di “Bike sharing”.

**c) Interventi da realizzare / Azioni da attivare**

Premesso che ogni tipo di intervento sulla viabilità, che è un sistema assai complesso e ricco di interrelazioni tra elementi apparentemente distanti tra loro, ma in realtà connessi con rapporti di causa-effetto, va attentamente valutato, simulato con strumenti idonei e sperimentato attraverso interventi transitori, nel seguito vengono forniti alcuni criteri utili alla formazione di un Piano strategico della mobilità per il centro storico di Chieri.

Innanzitutto la strategia si basa su un'estensione dell'attuale area pedonale, che andrebbe ad assumere una forma a croce, dove il braccio principale è costituito dalla Via Vittorio Emanuele II, mentre il braccio secondario è costituito da un collegamento principale tra la zona della "chiocciola" e la Piazza del Duomo e da un insieme di strade ad esso parallele. Questa articolazione, oltre ad assumere una chiara conformazione territoriale, andrebbe a definire un'area pedonale molto vasta estesa in senso longitudinale da Piazzale Robbio a Via Padre Giuliani e in senso trasversale dalla Piazza del Duomo a Via San Giorgio.

A nord il tale area, ovvero nella zona della "chiocciola" e nelle vie limitrofe, la proposta prevede l'allargamento della ZTL 0-24 che verrebbe estesa a Vicolo Gilli, a Vicolo della Consolata, a Via San Giorgio (nel tratto tra Piazzetta San Giorgio e Piazza del Gerbido) e a Piazzetta San Giorgio. Si verrebbe così a formare, unitamente alle aree pedonali già oggi esistenti e a quelle previste un unico "compound" dedicato alla mobilità "dolce", interrotto soltanto dall'itinerario Via Albussano - Via San Giorgio - Via Garibaldi, la cui apertura al traffico veicolare si rende necessaria sia per raggiungere l'area di sosta di Piazza del Gerbido, sia per consentire un attraversamento finalizzato a un più agevole avvicinamento alle aree commerciali sul lato nord di quest'ultime.

L'unione di tali aree, benché di vaste proporzioni, non andrebbe a costituire un ostacolo alla mobilità privata, in quanto servita da un sistema di sensi unici il più possibile fluido e da una serie di parcheggi a corona dell'area, atti a garantire il facile raggiungimento di ogni punto appartenente alla zona preclusa alla circolazione privata.

Per quanto riguarda i sensi unici, si propone, nella zona a nord e a ovest del centro storico ristretto, la costituzione di due itinerari interamente a senso unico, che, mediante una

ristrutturazione dei sensi oggi esistenti, andrebbe a risolvere alcuni punti di conflitto e migliorerebbe la fluidità della circolazione nei suddetti quadranti della città:

- il primo, diretto verso sud, avrebbe origine da Via Marconi, per proseguire lungo Via Avezzana e Via delle Rosine;
- il secondo, diretto verso nord, avrebbe origine da Via Vittorio Emanuele II lungo Vicolo Albussano, Via Albussano (doppio senso), Via Nostra Signora della Scala, Via Garibaldi (doppio senso), Via San Giacomo, per terminare in Via Marconi.

Uno dei punti nodali della strategia proposta è basato sulla corretta convivenza tra i diversi modi di trasporto, dove un modo non viene scelto perché l'altro è penalizzato, ma in quanto più vantaggioso rispetto al momento e al motivo del viaggio che si deve compiere. Troppo spesso, infatti, le proteste che vengono sollevate da un provvedimento nascono perché si ritiene che quest'ultimo vada a colpire gli utenti di un particolare modo di trasporto; ciò accade perché spesso si vedono iniziative che tendono a considerare i modi di trasporto in concorrenza tra loro e non, invece, come sarebbe molto più auspicabile, in sinergia tra essi. Pertanto, le aree pedonali, anche di significative proporzioni, possono essere favorevolmente accolte dalla popolazione, a condizione che se ne curi l'organizzazione e la comunicazione.

Tra gli elementi che possono essere considerati importanti a tale scopo rientrano:

- la cura nell'arredo urbano delle aree pedonali, con panchine, fioriere, info point, bacheche illustrative delle emergenze storiche, architettoniche e culturali, etc.;
- adeguata informazione in corrispondenza dei punti di accesso pedonale, con indicazione cartografica dell'area e dei principali punti di attrazione;
- adeguata segnaletica stradale per evitare ingorghi alla circolazione, con particolare riferimento alla segnaletica dedicata ai parcheggi di attestamento e di interscambio;
- presenza di parcheggi e aree di sosta a corona dell'area pedonale, a prezzo decrescente man mano che ci si allontana da essa, e con la possibilità di sostare gratuitamente per brevi periodi nei parcheggi a barriera;
- fluidità del sistema di circolazione nell'immediato intorno dell'area pedonale, con l'ausilio di sensi unici e di con la riduzione dei punti di conflitto tra le correnti veicolari;
- adeguata informazione all'utenza tramite i canali istituzionali e i media, associando preventivamente all'iniziativa i vantaggi che ne deriveranno per cittadini, turisti e commercianti;
- informazione all'utenza, in termini di segnalazione dei posti liberi nei parcheggi a barriera, percorsi delle linee di trasporto pubblico e relativi tempi di attesa alle fermate, orari delle ZTL, punti di noleggio di biciclette ed e-bike.

Un cenno particolare merita Piazza Cavour, che la proposta intende pedonalizzare completamente, creando una sorta di "salotto" urbano proprio in un punto nevralgico, ricco di

attività commerciali e luogo-simbolo della città di Chieri, che verrebbe a costituire una sorta di icona del nuovo assetto del centro storico. La sua posizione, collocata all'inizio di Via Vittorio Emanuele II, ne fa anche un biglietto da visita di quello che l'utente si può aspettare una volta penetrato all'interno dell'area pedonale, per cui la sua immagine dovrà essere curata in modo particolare, con elementi di arredo di qualità e con la possibilità di collocarvi dehors estivi e altre possibilità di fruizione degli spazi. La piazza verrebbe soltanto sfiorata dai flussi veicolari nei suoi angoli nord-ovest e sud-ovest, con le direttrici Via Sant'Agostino-Via Marconi e Via Vittorio Emanuele II - Via Palazzo di Città: in tali punti dovranno essere create schermature fisiche, da un lato, per evitare il disturbo dovuto al traffico nei confronti di chi si trova all'interno dell'area pedonale e, dall'altro, per costituire chiara indicazione dell'itinerario veicolare e, allo stesso tempo, far intravedere ciò che si trova oltre la strada.

Un primo passo in questa direzione di miglioramento dell'ambiente urbano è quello legato alla riqualificazione di Piazza Mazzini. In tale ottica, l'intervento previsto rappresenta una prima tessera di un mosaico assai complesso e coerente con la presente proposta. La riqualificazione prevede la realizzazione di un percorso urbano del commercio, nell'area di Piazza Mazzini e del primo tratto di via San Giorgio, comprensivo del collegamento della via San Filippo con l'asse commerciale di Via Vittorio Emanuele II.

Per quanto riguarda i parcheggi, già si è detto della necessità di segnalamento dei medesimi e, nel caso di parcheggi a barriera, dei posti auto liberi. Molto importante sarà anche la possibilità di stabilire convenzioni con gli esercenti di attività commerciali del centro storico, al fine di incentivare l'uso dei parcheggi a barriera per soste di medio-lungo periodo, riservando i parcheggi in superficie per la sosta a elevato indice di rotazione.

Per quanto concerne il sistema di trasporto pubblico, al fine di ridurre l'uso delle auto private e garantire il collegamento tra i parcheggi di interscambio e le zone pedonali e a traffico limitato, è fondamentale proporre interventi per il potenziamento dell'attuale sistema e per la sua fluidificazione. Il sistema attuale è basato su due linee urbane e sulla linea 30 che collega Chieri con Torino. La proposta impatta sul percorso della linea 2, in particolare nella zona nord-ovest. In quell'area la linea 2 dovrà abbandonare l'attuale anello in Piazza Cavour, a causa della pedonalizzazione della piazza stessa, e, probabilmente, spostare il capolinea o, in alternativa, effettuare un anello a sud di Via Vittorio Emanuele II, utilizzando, ad esempio, Via Palazzo di Città, Via Tana e Viale Fasano.

Per il resto, una delle proposte possibili consiste nella realizzazione, laddove la sezione stradale lo consenta, di corsie riservate al mezzo pubblico, in modo tale da incentivare la sua rivalorizzazione e attrarre la clientela. Inoltre, si potrebbe pensare a facilitazioni per chi giunge in centro con il mezzo pubblico, sia di tipo economico (sconti, visite a prezzo ridotto, partecipazione a concorsi, etc.), sia promuovendo iniziative ad hoc organizzate proprio con l'ausilio del mezzo pubblico.

Infine, per quanto riguarda l'utilizzo della bicicletta, va sottolineato come il sistema delle piste ciclabili esistente non configuri una vera e propria rete, bensì una serie di percorsi scollegati tra loro. Il miglioramento delle connessioni tra le piste ciclabili porterebbe con sé vantaggi dal punto

di vista ambientale, turistico e di impiego del tempo libero. L'aspetto, tuttavia, più interessante per una città come Chieri, consiste nel fatto che la bicicletta può davvero essere un mezzo di trasporto alternativo all'uso abituale dell'auto privata, anche attraverso un progetto di bike-sharing. I vantaggi dal punto di vista ambientale sono sia di tipo diretto, essendo la bicicletta a emissioni zero, sia di tipo indiretto, poiché la conseguente riduzione della congestione stradale produce una conseguente riduzione in termini di emissioni. Poiché pedalare in un ambiente più gradevole, più sicuro e meno inquinato è più piacevole, si innesterebbe un effetto volano, per cui l'aumento dell'uso della bicicletta farebbe aumentare ancora di più il numero dei ciclisti.

E' chiaro poi che devono essere create tutta una serie di facilitazioni, a partire dalle rastrelliere che dovranno essere collocate in maniera capillare all'interno del centro storico, alle indicazioni relative ai percorsi ciclabili e agli attraversamenti, che dovranno essere messi in sicurezza.

Il PGU propone la realizzazione di una pista ciclabile monodirezionale lungo l'asse di Via Vittorio Emanuele II, nella tratta compresa tra Via Roma e Piazza del Gialdo, in uscita dal centro storico e contromano rispetto al senso di marcia del traffico privato, per migliorare la sicurezza delle relazioni in bicicletta da e per il centro storico lungo la direttrice di Strada Riva. Tale intervento potrebbe costituire un primo passo nel quadro di una strategia più ampia a sostegno della mobilità ciclabile, unitamente all'introduzione di e-bike e relative stazioni di ricarica, che andrebbero ad allargare la base di utenza, sia in termini di fasce di età, sia in termini di capacità fisiche.

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Estensione della zona pedonale centrale</b></p>	<p>La zona pedonale potrebbe assumere una forma a croce, dove il braccio principale è costituito dalla Via Vittorio Emanuele II, mentre il braccio secondario è costituito da un collegamento principale tra la zona della "chiocciola" e la Piazza del Duomo e da un insieme di strade ad esso parallele. Questa articolazione andrebbe a definire un'area pedonale molto vasta estesa in senso longitudinale da Piazzale Robbio a Via Padre Giuliani e in senso trasversale dalla Piazza del Duomo a Via San Giorgio.</p>	<p>Comune</p>	<p>Interventi strategici di piazza Cavour e Piazza Umberto I: creazione di aree pedonali con estensione di quella esistente.</p> <p>Tutti i tematismi: il progetto richiede un coinvolgimento dei principali stakeholder per essere efficace, soprattutto per quanto concerne la parte informativa.</p> <p>Qualità del contesto urbano e architettonico: cura nell'arredo urbano delle aree pedonali.</p>
<p><b>Progettazione di un sistema di zone a traffico controllato - Allargamento della ZTL 0-24</b></p>	<p>Estesa a Vicolo Gilli, a Vicolo della Consolata, a Via San Giorgio (nel tratto tra Piazzetta San Giorgio e Piazza del Gerbido) e a Piazzetta San Giorgio. Si verrebbe così a formare, unitamente alle aree pedonali già oggi esistenti e a quelle previste un unico "compound" dedicato alla mobilità "dolce".</p>	<p>Comune e soggetto esperto</p>	<p>Animazione e Qualità del contesto urbano e architettonico: la pedonalizzazione delle aree non è una misura di mera revisione dell'accessibilità cittadina, ma la condizione indispensabile per riavviare il processo di "riappropriazione" delle aree centrali della città: per questo motivo le scelte in ambito viabilistico vanno affiancate con iniziative che favoriscano la messa a valore degli spazi urbani recuperati.</p>
<p><b>Interventi migliorativi sul traffico</b></p>	<p>Costituzione di due itinerari interamente a senso unico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• il primo, diretto verso sud, avrebbe origine da Via Marconi, per proseguire lungo Via Avezzana e Via delle Rosine;</li> <li>• il secondo, diretto verso nord, avrebbe origine da Via Vittorio Emanuele II lungo Vicolo</li> </ul>	<p>Comune e soggetto esperto</p>	<p>Attrattività della rete commerciale: organizzazione di road map con i commercianti e più in generale con gli operatori economici.</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
	Albussano, Via Albussano (doppio senso), Via Nostra Signora della Scala, Via Garibaldi (doppio senso), Via San Giacomo, per terminare in Via Marconi.		
<b>Miglioramento del trasporto pubblico su gomma</b>	Al fine di ridurre l'uso delle auto private e garantire il collegamento tra parcheggi di interscambio e le zone a traffico limitato. Si propone inoltre la realizzazione di corsie riservate al mezzo pubblico, in modo tale da incentivare la sua rivalorizzazione e attrarre la clientela.	Comune e soggetto esperto	Attrattività della rete commerciale: facilitazioni per chi giunge in centro con il mezzo pubblico, sia di tipo economico sia promuovendo iniziative ad hoc organizzate proprio con l'ausilio del mezzo pubblico.
<b>Completamento e miglioramento della rete ciclabile</b>	La pista ciclabile adesso è quasi inesistente. Il miglioramento della pista ciclabile avrebbe dei vantaggi dal punto di vista ambientale, turistico, impiego del tempo libero. Inoltre la bicicletta sarebbe un mezzo di trasporto alternativo che aiuterebbe a ridurre l'utilizzo delle auto private. Si potrebbe valutare l'idea di un progetto di 'bike sharing'. E' chiaro poi che devono essere create tutta una serie di facilitazioni, a partire dalle rastrelliere che dovranno essere collocate in maniera capillare all'interno del centro storico, alle indicazioni relative ai percorsi ciclabili e agli attraversamenti, che dovranno essere messi in sicurezza.	Comune	Qualità del contesto urbano e architettonico e Attrattività della rete commerciale: gli interventi a favore della ciclabilità influiscono sulla qualità dell'ambito urbano (vantaggi di tipo ambientale) e sull'attrattività della rete commerciale (migliora le modalità di fruizione del contesto commerciale centrale, favorendo gli accessi all'ambito con mezzi alternativi alle auto private).

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
	<p>Il Piano Generale del Traffico Urbano propone la realizzazione di una pista ciclabile monodirezionale lungo l'asse di Via Vittorio Emanuele II, nella tratta compresa tra Via Roma e Piazza del Gialdo, in uscita dal Centro Storico, contromano al senso di marcia del traffico privato, per migliorare la sicurezza delle relazioni in bicicletta da e per il Centro lungo la direttrice di Strada Riva.</p> <p>Tale intervento potrebbe costituire un primo passo nel quadro di una strategia più ampia a sostegno della mobilità ciclabile, unitamente all'introduzione di e-bike e relative stazioni di ricarica, che andrebbero ad allargare la base di utenza, sia in termini di fasce di età, sia in termini di capacità fisiche.</p>		

#### **d) Risultati attesi**

- Indicatori di performance derivati da rilevazioni sul flusso pedonale:

INDICATORE di flusso pedonale: descrive i flussi pedonali nell'area rispetto all'anno precedente.

FINALITÀ: valutare l'andamento del volume dei flussi pedonali e della capacità di attrazione.

- Indicatori di performance derivati da rilevazioni sui parcheggi:

INDICATORE di "parking satisfaction": giudizio espresso da operatori (attività commerciali, artigianali e di servizio) e consumatori sulla dotazione di parcheggi, risultante da specifica indagine di customer satisfaction.

FINALITÀ: conoscere la soddisfazione di operatori e consumatori rispetto ai parcheggi a servizio dell'area commerciale e valutare eventuali interventi migliorativi.

- Indicatori di performance derivati da rilevazioni sulle aree pedonali e sulle ZTL:

INDICATORE di utenti: giudizio espresso dagli utenti e descrizione del flusso veicolare dopo l'introduzione/ampliamento delle zone pedonali e a traffico limitato.

FINALITÀ: verificare gli effetti delle aree pedonali e delle ZTL.

- Indicatori di performance derivati da rilevazioni sulla mobilità alternativa al mezzo privato:

INDICATORE di flussi: i flussi sulla rete ciclabile progressivamente realizzata e numero di utenti che utilizzano il trasporto pubblico.

FINALITÀ: valutare l'andamento dei flussi ciclabili e delle performance del trasporto pubblico.

## **2. QUALITÀ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO**

#### **a) Analisi della situazione esistente**

Il tessuto edilizio della città è caratterizzato da una bassa densità e da un impianto che, nel centro storico, conserva ancora i tratti fondamentali della lottizzazione medievale.

La notevole presenza di giardini e cortili, spazi vuoti, aree verdi private o condominiali, è "nascosta" alla vista dai muri di cinta, ma costituisce un importante fattore di qualità e potrebbe anche diventare – in potenza – un elemento su cui lavorare per rendere "poroso" lo spazio pubblico (o privato aperto al pubblico) aprendo varchi in alcuni punti strategici e consentendo la permeabilità dei piani terreni. Anche nell'ottica di migliorare il sistema del verde urbano.

Altro elemento di attenzione è costituito dai parcheggi, oggi distribuiti sul territorio del centro, con concentrazioni più o meno intense in alcune posizioni “strategiche” (in primis scuole e uffici). L’invasività di questi spazi riduce il ruolo, la funzione dei luoghi originariamente dedicati a compiti di aggregazione, incontro e relazioni, quali sono ad esempio le piazze, gli slarghi, le zone di margine o di soglia fra il costruito (i pieni) e lo spazio aperto (il vuoto). Il riordino e la riorganizzazione di questi spazi potrebbe sicuramente contribuire al miglioramento della qualità urbana e alla valorizzazione del sistema commerciale della città.



Al fine di determinare un sistema reticolare di spazi pubblici, potrebbe essere interessante disegnare una pianta del centro storico al livello del piano terreno, lasciando opache le aree di proprietà privata, ma rappresentando la pianta del p.t. degli edifici pubblici o aperti al pubblico (tipo la pianta di Roma antica del Nolli – 1748, vedi figura allegata) così da individuare una rete di percorsi (pedonali, ma anche ciclabili) e di “passages” che potrebbero aprire, nel tessuto urbano, dei collegamenti utili per densificare – laddove possibile e necessario – le attività commerciali e di servizio, oppure per ricavare spazi funzionali (dehors, pertinenze esterne, aree di aggregazione, ecc.).

## b) Swot Analysis

<b>Punti di forza</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impianto edilizio di pregio, con frequenti episodi di architettura medioevale.</li></ul>
<b>Punti di debolezza</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presenza invasiva di parcheggi che riducono la funzione dei luoghi originariamente dedicati a compiti di aggregazione, incontro e relazioni, quali sono ad esempio le piazze, gli slarghi, le zone di margine o di soglia fra il costruito (i pieni) e lo spazio aperto (il vuoto).</li><li>• Mancanza di omogeneità degli arredi e delle attrezzature urbane.</li></ul>
<b>Rischi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mancanza di identità dei luoghi centrali storici della città.</li></ul>
<b>Opportunità</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presenza di un patrimonio storico-culturale in grado di rafforzare l'immagine identitaria della città.</li><li>• Presenza di giardini e cortili, spazi vuoti, aree verdi private o condominiali che potrebbe diventare un elemento su cui lavorare per rendere "poroso" lo spazio pubblico.</li><li>• Riordino e riorganizzazione degli spazi inutilizzati e delle zone a parcheggio.</li></ul>

## c) Interventi da realizzare / Azioni da attivare

### *Recuperare la "cultura" della città di Chieri*

Le criticità e i limiti evidenziati nelle analisi della città di Chieri, non si discostano dal diffuso stato di crisi in cui versano i piccoli centri del Piemonte: congestione del traffico, degrado urbano, mancanza di omogeneità degli arredi e delle attrezzature urbane,....in una parola, è l'identità della città che risulta poco chiara, e riconoscibile.

Pertanto occorre recuperare la *cultura della città*, cioè quella dimensione della città che appartiene alla memoria, all'immaginario collettivo dei suoi abitanti, alle stratificazioni della storia, per far ritornare le aree problematiche, che oggi non ci soddisfano, luoghi da vivere, da frequentare, da abitare.

Affinché ciò accada, occorre innanzitutto ripartire dalla Storia: quali sono gli edifici, i monumenti, gli spazi che, più degli altri, contengono *in nuce* i valori della Storia di Chieri?

In primo luogo i palazzi e le chiese, che ancora oggi punteggiano i luoghi-fulcro dei percorsi urbani. Ma anche i landmark del territorio (ad es. la chiesa di San Giorgio), che guidano le visuali e orientano gli sguardi degli abitanti. O le piazze che rappresentano i punti di incontro dei percorsi, dei flussi che attraversano il centro storico. E poi i luoghi che, nel tempo, hanno acquisito una simbologia chiara nell'immaginario dei chieresi: le porte, le piazze del mercato, i giardini.

Perché il paesaggio urbano non è soltanto ciò che vediamo, ma anche, forse, l'insieme dei nostri punti di vista su ciò che ci circonda, il segno delle nostre prospettive sulle cose e il disegno di come le vorremmo.

Il paesaggio non è solo lo sfondo, né la fotografia o il ritratto, la scena del nostro vivere quotidiano, ma è anche un'entità, un'immagine rielaborata dalla memoria di sensazioni legate al vissuto nei luoghi, oppure attraverso le immagini di un film, oppure ancora attraverso l'interpretazione delle pagine di un romanzo che lo descrive, che coinvolge tutti i sensi.

Sono valori del paesaggio anche i prodotti dell'uomo e del territorio: nel passato il fustagno e la coltivazione del gualdo per la colorazione dei tessuti, oggi la freisa, o i grissini rubatà, o la focaccia. Ma anche la memoria collettiva legata al culto e alla devozione popolare (Don Bosco). O gli attrattori paesaggistici, quale – ad esempio – il vicino parco del Po e della Collina torinese.

Occorre individuarli, riportarli in luce, valorizzarli e ri-semanticizzarli, per ridefinire una nuova identità della città.

L'invenzione di nuovi paesaggi diventa quindi progetto di riqualificazione e rigenerazione urbana.

In questi frangenti, il tema della *resilienza* assume, oltre che nuovi significati, anche un'inedita specificità disciplinare. In fisica il concetto di resilienza è la capacità dei materiali di sostenere gli urti senza spezzarsi, in psicologia rappresenta la capacità dell'uomo di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà, senza mortificare la propria identità. In architettura, ma anche in urbanistica, la resilienza diventa "un'idea particolare d'intelligenza capace di rimodellarsi rispetto alla complessità degli eventi che stanno destrutturando le città." (Carlo Infante).

Il progetto di riqualificazione, quindi, deve essere resiliente, nel senso di sapersi adattare e modificare nel tempo, sulla base degli eventi sociali, politici, ed economici che dovessero manifestarsi durante la sua realizzazione, così da puntare sempre verso un obiettivo a lungo termine, attuabile per fasi, secondo un disegno unitario e condiviso.

Occuparsi di quel che rimane del tempo passato non significa necessariamente andare alla ricerca nel territorio delle tracce e dei segni di un'immagine spesso compromessa, quanto piuttosto tentare una "ricucitura" dei frammenti (per non dire frange, o brandelli): impresa sicuramente ardua, difficile, che non può né deve attuarsi soltanto attraverso la realizzazione di grandi opere infrastrutturali (come spesso è avvenuto nel passato), ma al contrario deve tradursi nella costruzione di una capillare rete di relazioni, a volte anche semplicemente virtuali, informali, non per forza fisiche; reti che mirano a risemantizzare i luoghi della città, scrivendone nuovi significati nell'immaginario collettivo.

Dunque, ciò che proponiamo per la città di Chieri è una riconnessione debole, ma diffusa, capillare, da attuare forse al di là del rigore scientifico, della geometria, delle regole, a favore invece di un pensiero un po' sfuocato, più in linea con la realtà dei luoghi non consolidati, degradati, di quella *dimension between* tra lo spazio aperto e lo spazio costruito, tra la massa della città e l'energia dei suoi abitanti.

Occorre dunque individuare un primo lotto di intervento (un rione, un insieme di isolati, un tratto di strada), esemplificativo di un'attività progettuale di riqualificazione e valorizzazione urbana che poi si potrebbe estendere a tutto il centro storico. In quest'area saranno necessari lavori di ripavimentazione dei percorsi e degli spazi pedonali, di attrezzature urbane per la mobilità (segnaletica, dissuasori, ecc.) e per la sosta (panchine, rastrelliere per biciclette, ecc.), nonché una nuova illuminazione pubblica (importantissima anche soltanto per lanciare un messaggio di innovazione verso la sostenibilità e compatibilità ambientale) e un sistema di comunicazione e diffusione dell'informazione (wi-fi zone e multimedia).

Sono, queste, operazioni costose, che non possono essere completamente a carico dell'amministrazione pubblica, ma possono invece vedere il concorso del privato (gruppi di interesse, sponsor, fondazioni bancarie, ecc.) o della Comunità Europea (bandi Horizon 2020 o altri progetti competitivi), mediante azioni di partenariato a medio periodo (3-5 anni).

In questo senso la scelta del primo caso di studio è fondamentale, ed è una scelta politica, piuttosto che tecnica: occorre individuare quella porzione di territorio che risulta essere la più propizia per innescare il processo generale di riqualificazione, identificando ad esempio quel settore in cui le proprietà pubbliche (e quindi immediatamente disponibili) sono più numerose, o in cui vi è una prevalenza di spazi abbandonati e non utilizzati, o ancora quei lotti o quelle proprietà che potrebbero trarre maggior giovamento dall'operazione di riqualificazione.

Interventi/attività		Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Individuazione di un primo lotto di interventi esemplificativo per la riqualificazione e valorizzazione urbana</b></p>	<p>In quest'area saranno necessari lavori di ripavimentazione dei percorsi e degli spazi pedonali, di attrezzature urbane per la mobilità (segnaletica, dissuasori, ecc.) e per la sosta (panchine, rastrelliere per biciclette, ecc.), nonché una nuova illuminazione pubblica (importantissima anche soltanto per lanciare un messaggio di innovazione verso la sostenibilità e compatibilità ambientale) e un sistema di comunicazione e diffusione dell'informazione (wi-fi zone e multimedia).</p>	<p>Comune e soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: coinvolgimento degli stakeholder, azioni di comunicazione, partecipazione e condivisione delle progettualità. Il progetto richiede infatti un coinvolgimento dei principali stakeholder per essere efficace, soprattutto per quanto concerne la parte informativa.</p> <p>Attrattività della rete commerciale: il ruolo del commercio è fondamentale nel processo di riqualificazione e ricomposizione dell'immagine cittadina, che porti il commercio /l'artigianato / la somministrazione a "contaminare" spazi oggi inutilizzati.</p> <p>Animazione: animazione della città come laboratorio per la rielaborazione dell'immagine cittadina, che restituisca evidenza e consapevolezza dell'immaginario comune; identificazione di nuove destinazioni d'uso, creazione di nuovi luoghi urbani (spazi di incontro, svolgimento di attività collettive).</p> <p>Sistema della mobilità: progetto mirato a recuperare spazi pubblici oggi utilizzati prevalentemente come parcheggio.</p>	

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale</b></p>	<p>Interventi che prevedano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la cura nell'arredo urbano delle aree pedonali, con panchine, fioriere, info point, bacheche illustrative delle emergenze storiche, architettoniche e culturali,etc.;</li> <li>• adeguata informazione in corrispondenza dei punti di accesso pedonale, con indicazione cartografica dell'area e dei principali punti di attrazione.</li> </ul>	<p>Comune</p>	<p>Progetti strategici: gli interventi di arredo e segnaletica informativa pedonale riguarderanno, tra le altre, le aree interessate dai progetti strategici (Piazza Cavour e Piazza Umberto I).</p> <p>Sistema della mobilità: gli interventi di arredo e segnaletica informativa pedonale riguarderanno, tra le altre, le aree interessate di pedonalizzazione.</p>

#### **d) Risultati attesi**

Oltre al miglioramento della qualità urbana (che comporta una maggiore appetibilità degli spazi adibiti a funzioni commerciali e terziarie, e quindi un incremento della rendita immobiliare) è ragionevole attendersi un incremento dei flussi di informazione verso i cittadini, e quindi un aumento degli utenti delle attività insediate. In estrema sintesi, il miglioramento della fruibilità degli spazi del centro città e dell'informazione, dovrebbe avviare un "effetto volano" capace di attrarre nuovi investitori e maggiori flussi di utenti.

### **3. ATTRATTIVITA' DELLA RETE COMMERCIALE**

#### **a) Analisi della situazione esistente**

Chieri è classificato come comune polo della rete primaria, centro attrattore della omonima area di programmazione commerciale nell'Allegato 2 della DCR n. 563-13414 del 29.10.99 "INDIRIZZI GENERALI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER L'INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA IN ATTUAZIONE DEL D. LGS 31.3.1998 114/98", come modificata ed integrata dalla DCR n. 347-42514 del 23.12.2003 e dalla DCR n. 59-10831 del 24.3.2006 e dalla D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012.

Sul suo territorio sono stati riconosciuti, dalla normativa vigente, i seguenti addensamenti e localizzazioni:

- Addensamento Storico Rilevante A1 - Centro Storico, dell'ambito urbano di antica formazione corrispondente al Centro Storico ed alle sue immediate adiacenze che percorre sostanzialmente le principali vie commerciali della città : via Vittorio Emanuele II, via Duomo, via Marconi, via Dante, via Palazzo di Città, via Principe Amedeo, via Tana, viale Fasano, Via C. Battisti, Via Martiri della Libertà, via Massa e via Roma.
- Addensamento minore A4 Torino 1:

l'ambito lungo la direttrice di entrata in Città, in direzione nord – ovest lungo Corso Torino, numeri civici pari corrispondenti al n. 30 e dispari compresi tra il 17 e il 45.

- Addensamento minore A4 Andezeno:

l'ambito lungo la direttrice di entrata in Città, in direzione nord – est lungo Via Andezeno, dal civico 27 al 69 e dal civico 40 fino a via Avolio, lato destro e sinistro.

- Addensamento minore A4 Padana 1:

l'ambito lungo la direttrice di entrata in Città, in direzione sud – est lungo Via Padana Inferiore, dal civico 16 al civico 40 e dal civico 1 al civico 21.

- Addensamento commerciale extraurbano (arteriale) A5 Torino 2

lungo l'asse di penetrazione di Corso Torino, nel tratto compreso tra via Mari e strada Valle Ceppi.

- Addensamento commerciale extraurbano (arteriale) A5 Cambiano

lungo l'asse di penetrazione della Strada Cambiano dal civico 117 al civico 123.

- Addensamento commerciale extraurbano (arteriale) A5 Padana 2

lungo l'asse di penetrazione della Via Padana Inferiore, comprendente i numeri civici pari e dispari dal 110 fino alla Circonvallazione.

- Localizzazione Commerciale urbana non addensata L1/1 Filanda
- Localizzazione Commerciale urbana non addensata L1/2 Famila
- Localizzazione Commerciale urbana non addensata L1/3 Cr28-Tp
- Localizzazione Commerciale Urbano periferica non addensata L2/Gialdo

L'area oggetto del presente studio di fattibilità è riconducibile all'Addensamento storico rilevante A1, sebbene ogni intervento sullo stesso debba essere contestualizzato nel rispetto del sistema commerciale di Chieri e relativamente alla sua area di programmazione commerciale, che riportiamo di seguito:

**Tabella 1: l'Area di Programmazione Commerciale di Chieri**

Comune	Livello gerarchico	Area di programmazione	Popolazione 2005	Popolazione 2015
<b>CHIERI</b>	<b>POLO</b>	<b>Chieri</b>	<b>33.569</b>	<b>36.797</b>
BALDISSERO TORINESE	Intermedio	Torino, Chieri	3.396	3.793
CAMBIANO	Intermedio	Chieri	5.939	6.204
PECETTO TORINESE	Intermedio	Torino, Chieri	3.759	3.965
PINO TORINESE	Intermedio	Torino, Chieri	8.607	8.403
POIRINO	Intermedio	Carmagnola, Chieri	9.287	10.543
RIVA PRESSO CHIERI	Intermedio	Chieri	3.874	4.497
SANTENA	Intermedio	Chieri	10.322	10.804
ANDEZENO	Minore	Chieri	1.805	2.001
ARIGNANO	Minore	Chieri	931	1.072
MONTALDO TORINESE	Minore	Chieri	610	758
PAVAROLO	Minore	Chieri	946	1.104

<b>Popolazione Residente al netto del dato di Chieri</b>	<b>49.476</b>	<b>53.144</b>
<b>TOTALE della popolazione residente nell'Area di Programmazione di Chieri</b>	<b>83.045</b>	<b>89.941</b>
<i>Fonte: elaborazione ATI su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005-2015</i>		

Il Comune di Chieri (36.797 abitanti) presenta una rete distributiva ben articolata in cui è riscontrabile la presenza di un numero elevato di esercizi commerciali di vicinato. In base ai dati comunali, alla fine del 2015<sup>1</sup>, questi ammontano a n. 537 attività, a cui vanno aggiunte n. 25 medie strutture per 15.690 mq di superficie di vendita e n. 4 centri commerciali, di cui 2 grandi strutture (15.185 mq) e due medie strutture (2.042 mq).

A completamento dell'armatura commerciale del Comune, a questi vanno aggiunti i 4 mercati ambulanti (per un totale di 473 banchi), 9 farmacie, 23 rivendite di generi di monopolio, 24 edicole, 130 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, 10 circoli e 4 agriturismi oltre a 14 impianti di distribuzione di carburanti, confermando per Chieri il ruolo di comune polo per la propria area di programmazione commerciale, che ha visto crescere in 10 anni dell'8,3% il potenziale bacino di utenza del comune oggi pari a 89.941 abitanti.

Confrontando questi dati con quelli riportati nella relazione relativa ai criteri commerciali sopracitati, risalenti al 2005, emerge come in 10 anni:

- vi sia stato un incremento degli esercizi di vicinato di 110 unità;
- le medie strutture di vendita siano passate da 22 a 25 con un incremento di 2.633 mq;
- si sia aperto un ulteriore centro commerciale che ha raddoppiato la superficie di vendita ascrivibile a questo format distributivo facendolo passare da 7.276,48 mq a 15.185 mq;
- i mercati ambulanti siano diminuiti di un'unità;
- si abbia una farmacia in più;
- le edicole siano passate da 18 a 24;
- i generi di monopolio siano passati da 20 a 23;
- siano raddoppiati i distributori di carburante;
- le attività di somministrazione di alimenti e bevande siano cresciute in maniera importante passando da 97 a 130.

Dall'osservazione diretta del fronte commerciale, emerge come l'ambito di progetto ossia l'A1 centrale storico, si dimostri performativo dal punto di vista commerciale, soprattutto nel "sistema dello shopping" costituito dalla via Vittorio Emanuele e vie limitrofe (via Palazzo di Città, Piazza Cavour, via Carlo Alberto, Piazza Umberto I, via Roma) che contano solamente 6 locali sfitti. Sono

<sup>1</sup> Fonte: Osservatorio Regionale sul Commercio anno 2015.

forse gli altri ambiti dell'addensamento A1 a mostrare maggiori segni di sofferenza, confermando, anche per Chieri, la tendenza al restringimento dell'area commerciale centrale verso l'ipercentro dell'addensamento (i locali sfitti sono posizionati anche in questo caso ai margini delle vie considerate).

Fatta questa premessa è necessario però, anche per Chieri, considerare uno scenario di medio periodo che vedrà inserirsi in questa prima sommaria analisi dell'offerta commerciale del centro storico, più che tendenze alla depolarizzazione verso poli commerciali artificiali, come il 45° parallelo a Moncalieri, nuovi fenomeni legati all'e-commerce e alla multicanalità, per i quali non esistono dati specifici se non quelli delle tendenze nazionali che vedono un notevole incremento delle vendite secondo questi canali, soprattutto per alcuni comparti non alimentari come l'abbigliamento, l'informatica, i libri e i giocattoli.

### **b) Swot Analysis**

Relativamente all'attrattività commerciale dell'addensamento A1 di Chieri si riportano di seguito i punti di forza e di debolezza riferiti direttamente alla rete commerciale e comunque agli elementi di attrattività e le opportunità e minacce (in relazione alla rete ma indipendenti dalla stessa). Tali elementi sono frutto di una valutazione dell'ATI a seguito di confronto con il gruppo di lavoro interno al Comune di Chieri.

#### **Punti di forza**

- una rete commerciale abbastanza forte e ben articolata in cui sono assenti solo le grandi strutture di vendita a localizzazione isolata, ma quest'assenza è compensata dalla presenza delle medie superfici e dai centri commerciali.
- presenza di insegne della GDO e franchising oltre a progetti specifici quali Eataly che integrano offerta e recupero di nuovi spazi (cortile);
- una buona capacità attrattiva dei consumi rispetto alla propria area di programmazione che è anche cresciuta a livello di popolazione dell'8,3% nell'ultimo decennio.
- mercati settimanali a forte attrattività sovracomunale sia per numero di banchi che per composizione merceologica con anche un'offerta specializzata data dal mercato dei produttori del mercoledì e il mercato dell'antiquariato.
- polo culturale dell'Area Tabasso (sala conferenze, biblioteca, coworking).
- una discreta dotazione di produzioni tipiche locali e della tradizione tessile.
- calendario di attività coordinato dal Comune.

#### **Punti di**

- operatori commerciali poco organizzati e poco abituati a lavorare in

<p><b>debolezza</b></p>	<p>modo sistemico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mancanza di coordinamento e lavoro congiunto fra Comune e Commercianti se non sugli eventi.</li> <li>• aree interne all’A1 ma non corrispondenti al “sistema dello shopping” poco attrattive, ad esempio “Chiocciola” le produzioni tipiche non sono ancora sufficientemente organizzate e valorizzate, per poter concorrere ad accrescere la capacità attrattiva dell’area.</li> <li>• spazi pubblici non utilizzati quali “luoghi” dell’attrattività 24h/24h 365 giorni all’anno.</li> <li>• l’area Tabasso non ancora completamente riqualificata;</li> <li>• sistema della sosta non sufficientemente comunicato (si considerino ad esempio gli esiti della recente convenzione con i commercianti) e sottoutilizzato in alcune aree (ad esempio Piazza Europa).</li> <li>• WI FI gratuito nel centro non comunicato e pubblicizzato</li> <li>• Attività di animazione localizzate soprattutto nell’ipercentro dell’A1</li> <li>• Filone di valorizzazione del Tessile (Fiber art) non adeguatamente perseguito con difficoltà anche legate alla sede del Museo del Tessile.</li> <li>• Carenza comunicativa verso i commercianti (ad esempio relativa all’attività turistica e culturale).</li> <li>• Contenitori sottoutilizzati (ad esempio complesso S. Filippo, Cinema Splendor).</li> </ul>
<p><b>Rischi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• la vicinanza dell’area di programmazione commerciale di Torino che esercita anche sull’area di programmazione di Chieri, di dimensione molto più piccola, la sua forza di attrazione e di poli come il 45° parallelo direttamente in concorrenza con l’A1.</li> <li>• spostamenti uffici Ferrero da Pino Torinese ad Alba.</li> <li>• crisi economica generale e contrazione dei consumi.</li> <li>• crescita della multicanalità e dell’acquisto via internet con difficoltà di stima sul medio periodo degli impatti sul commercio in sede fissa.</li> <li>• difficoltà generale del comparto dell’edilizia con impoverimento del patrimonio immobiliare e difficoltà di mantenimento dello stesso.</li> <li>• perdita generale di consapevolezza dell’atto di acquisto e relativa deresponsabilizzazione del consumatore rispetto al luogo di acquisto.</li> </ul>
<p><b>Opportunità</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• un ricco patrimonio storico- artistico concentrato prevalentemente nel centro città.</li> <li>• popolazione in aumento, con un incremento più sostenuto nell’ultimo</li> </ul>

decennio.

- un territorio con interessanti prospettive di sviluppo nell'ambito della sostenibilità ambientale e turistica.
- ammissione del progetto "Percorsi urbani del Commercio" a cofinanziamento su misura di sostegno regionale che, oltre all'intervento strutturale su Piazza Mazzini potrà anche originare un progetto di valorizzazione dell'esteriorità degli esercizi commerciali nell'area di progetto.
- riqualificazione dell'area della Caserma Scotti.
- incremento dell'offerta del sistema ferroviario metropolitano e delle linee degli autobus con parcheggio RFI in progetto, servizio di trasporto pubblico MEBUS.
- WI FI gratuito nel centro.
- Progetti di riqualificazione quali area verde Rio Tepice.
- Percorso luoghi di Don Bosco.
- Museo dell'Imbiancheria.
- Presenza di alcune storiche aziende legate al tessile (Pertile, Fil, Quagliotti, Lazzaretti, Stella, Tessitura GBC, Bottonificio, Venturin, Corte 1951).
- Trasferimento della Scuola Americana di Pecetto a Villa Brea.
- Città religiosa (20 conventi).
- Nuovi trend commerciali con forme di commercio ibride, microproduzione, imprese culturali e creative, nuovi artigiani che possono integrare proficuamente il mix commerciale.

### **c) Interventi da realizzare / Azioni da attivare**

Un progetto di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico non può prescindere dalla conoscenza delle politiche regionali attualmente in corso, relative al miglioramento dell'attrattività commerciale. Oltre a quanto fatto dalla Regione Piemonte con i P. Q. U. prima e i Percorsi urbani del Commercio ora, può essere senz'altro utile la conoscenza e il confronto con la realtà lombarda dei Distretti del Commercio e dell'Attrattività, in corso dal 2007.

Si rimanda per una prima conoscenza della politica al seguente link dove è possibile visionare materiale utile alla comprensione delle modalità di definizione dei partenariati pubblico privati alla base di tali Distretti e alla loro formalizzazione:

[http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it//cs/Satellite?c=Page&childpagename=DG\\_Commercio%2FDGLayout&cid=1213566055412&p=1213566055412&pagenam=DG\\_COMMWrapper](http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it//cs/Satellite?c=Page&childpagename=DG_Commercio%2FDGLayout&cid=1213566055412&p=1213566055412&pagenam=DG_COMMWrapper)

Può essere poi utile conoscere quanto realizzato dai migliori distretti lombardi come Busto Arsizio, Gallarate, Varese, Mantova, Cremona, Brescia, Bergamo, Pavia, etc. che, sebbene di dimensioni maggiori rispetto a Chieri, costituiscono delle buone pratiche in materia sia di organizzazione generale che relativamente alle azioni. A tal fine, potrebbe essere organizzato un incontro di presentazione delle buone pratiche rivolto sia agli uffici del comune che agli amministratori pubblici e poi allargato ai commercianti, propedeutico a qualche eventuale visita di studio presso una selezione di distretti.

Sempre in un'ottica di *benchmarking* può essere utile la conoscenza anche di qualche caso di successo in materia di *placemaking* e *placemanagement* con l'organizzazione di un eventuale workshop su un campione di spazi pubblici.

Per approfondire l'argomento:

[www.pps.org](http://www.pps.org)

[www.lively-cities.eu/](http://www.lively-cities.eu/)

Infine, relativamente a un progetto condiviso di comunicazione e di educazione al consumo potrebbe essere interessante approfondire il caso del Comune di Martellago (VE), che ha realizzato il progetto "Negozio Amico", con la finalità di far percepire ai cittadini il valore aggiunto del piccolo negozio, in particolare:

- sensibilizzare il consumatore verso il negozio sotto casa, la classica "BOTTEGA";
- valorizzare la "RESISTENZA" del piccolo commercio verso la forza impari nei confronti dei centri commerciali;
- promuovere il piccolo commercio come il "NEGOZIO AMICO" del cittadino, sostenendo una forte relazione reciproca tra cittadino e negoziante;
- creare un clima positivo verso le piccole attività commerciali, da sostenere ed "ADOTTARE".

Questa azione dovrebbe coinvolgere tutta la popolazione, partendo dai bambini e tramite loro raggiungendo gli adulti e il circuito parentale di riferimento, creando una relazione forte tra comunità, identità, paese e piccoli negozi.

Il piccolo negozio deve essere percepito come un luogo forte di relazioni, identitario e centrale nella vita sociale, facile da raggiungere, disponibile e affidabile.

A tal fine, potrebbe essere utile, integrare questa campagna con un'azione legata alla promozione della mobilità ciclistica, che, è ormai assodato, contribuisce alla valorizzazione della rete commerciale in ambito urbano.

Relativamente all'attrattività commerciale dell'addensamento A1 di Chieri potrebbe essere interessante, per completare il quadro di conoscenza, valutare la definizione di un sistema di monitoraggio dell'attrattività commerciale da realizzarsi attraverso l'ampliamento dell'inchiesta operatori realizzata durante le fasi preliminari al presente studio di fattibilità su un campione di operatori del commercio e un'inchiesta consumatori, che potrebbe contribuire a individuare sia dati oggettivi quali i comportamenti di acquisto e dati qualitativi rispetto alle aziende localizzate nell'area ma potrebbe essere anche utile per conoscere la percezione e il grado di soddisfazione di consumatori e operatori rispetto ad alcuni aspetti quali l'ambiente urbano, i parcheggi, la sicurezza, etc. Si evidenzia che tale inchiesta potrebbe essere un momento di lavoro congiunto con le associazioni di categoria, finalizzato alla costruzione di un quadro di conoscenza comune e ad una responsabilizzazione di tutti gli attori locali interessati dal progetto.

Potrebbe essere utile anche un approfondimento, a seguito dell'inchiesta consumatori, circa il bacino di consumo desunto dall'inchiesta e l'area di programmazione del Comune di Chieri rispetto alla definizione regionale, in modo da orientare al meglio le politiche insediative del commercio in sede fissa.

Tali approfondimenti sarebbero propedeutici anche alla valutazione di un'eventuale revisione dei criteri di insediamento del commercio in sede fissa vigenti.

Il rilievo del mix commerciale di specifici segmenti interni all'A1 potrebbe costituire la base di lavoro per azioni congiunte con le proprietà immobiliari, finalizzate al miglioramento dell'offerta commerciale ma anche della qualità urbana e dell'attrattività generale del centro. Un'analisi dell'uso degli spazi pubblici secondo la metodologia del *placemaking* e *placemanagement* completerebbe il quadro diagnostico.

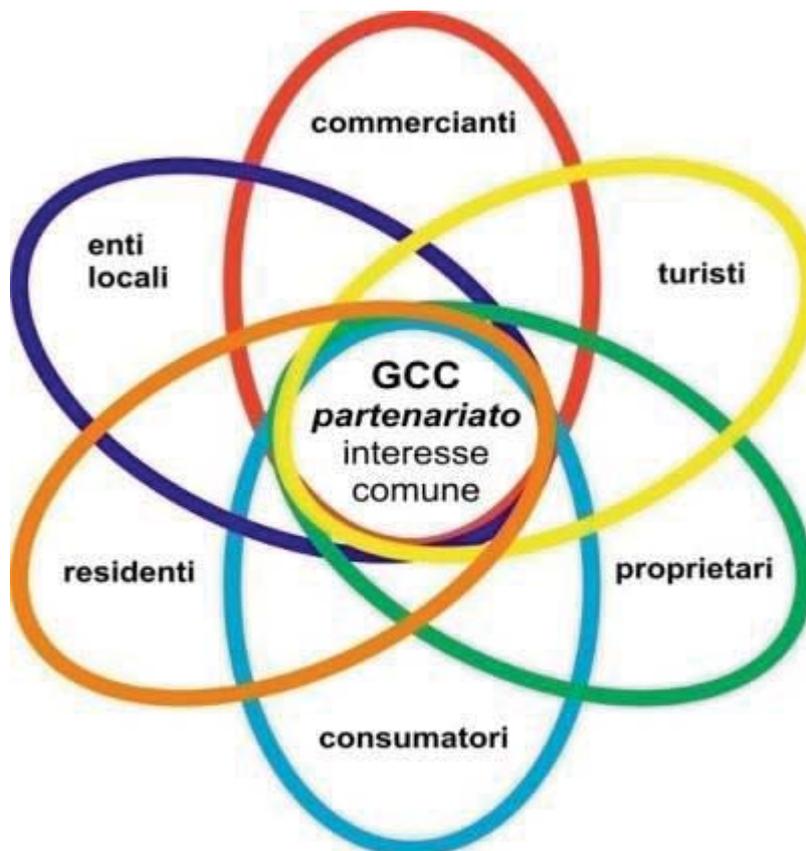
Per valutare, infine, l'attitudine degli attori locali interessati dal progetto, potrebbe essere utile un lavoro di approfondimento che parta con una serie di interviste a persone considerate "chiave" per un eventuale progetto di sviluppo integrato del commercio urbano dell'A1. Prodotto di tale lavoro potrebbe essere un report che evidenzia una possibile forma di partenariato pubblico privato da perseguire, quali attori coinvolgere e con che tempistiche e quali modalità operative perseguire sul breve periodo per l'attivazione di tale partenariato.

A queste attività va poi aggiunta l'attivazione di un accordo di partenariato e la definizione di un'organizzazione per almeno il primo periodo di attività, con eventuale utilizzo di manager esterno.

Tale azione organizzativa è propedeutica alla realizzazione del progetto e può venire realizzata in fasi.

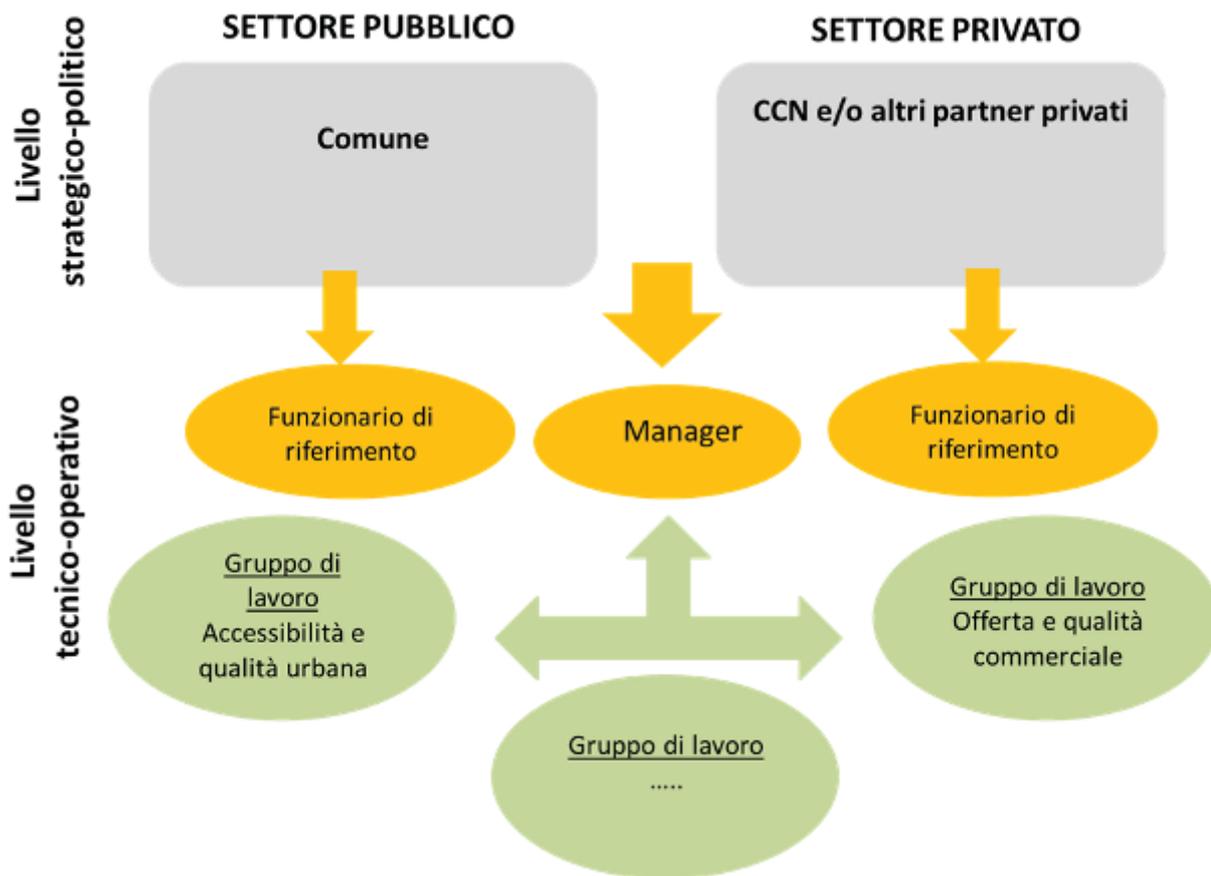
L'impegno economico per la realizzazione a regime di tale modalità organizzativa non viene qui esplicitata, mentre vengono quantificate tutte le azioni diagnostiche e di accompagnamento, che

sono descritte nella tabella precedente. Viene tuttavia evidenziato un budget da destinarsi all'attività di management del partenariato pubblico privato per il primo anno di gestione, demandando a future decisioni di tipo politico amministrativo le precise scelte contrattuali legate a questa possibilità, che determineranno anche le modalità di coinvolgimento di un manager di distretto esterno o interno al Comune.



*Schema di funzionamento di un distretto del commercio*

*dove il CCN coincide con l'insieme dei commercianti, raggruppati in un'unica associazione.*



*Schema organizzativo di un distretto del commercio*

Gli ulteriori interventi sia di tipo infrastrutturale che gestionali dovranno scaturire dal lavoro del partenariato pubblico privato che si andrà a definire. Dal futuro lavoro di costruzione sia del partenariato che di visione comune scaturiranno poi le esigenze comuni, le priorità e di conseguenza i progetti da programmare per il 2017-2019.

Nella seguente tabella sono inseriti sia degli interventi utili al completamento dell'attività diagnostica che interventi relativi alla creazione e accompagnamento del partenariato pubblico privato per la gestione integrata del progetto di valorizzazione. Vengono indicate alcune azioni possibili, da verificarsi però a seguito del lavoro di costruzione e lancio del partenariato.

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Attività propedeutiche all'attivazione del partenariato e di accompagnamento al suo lancio</b></p> <p><b>Approfondimenti diagnostici:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Focus con attori chiave</b></li> <li>- <b>Inchiesta consumatori</b></li> <li>- <b>Inchiesta operatori economici</b></li> <li>- <b>Rilievo mix commerciale</b></li> </ul>	<p>Al fine di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- facilitare la creazione di un partenariato pubblico-privato per la gestione del distretto;</li> <li>- stabilire una metodologia di diagnostica del sistema commerciale del distretto al fine di stabilire una strategia di intervento;</li> <li>- aiutare potenziali imprenditori a installarsi nel distretto, mettendo a loro disposizione dei dati con cui costruire il loro business plan;</li> <li>- monitorare le strategie intraprese per la qualificazione del luogo del commercio considerato;</li> <li>- mettere a disposizione degli attori locali (banche, imprese immobiliari, uffici di creazione d'impresa, commercianti, investitori, ...) dei dati di tipo microeconomico per facilitare la ricerca di investitori potenziali per il luogo commerciale</li> </ul> <p>è necessario realizzare tre approfondimenti diagnostici relativi all'inchiesta consumatori, all'inchiesta commercianti e al mix commerciale.</p>	<p>Comune e associazioni di categoria l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: coinvolgimento degli stakeholder, azioni di informazione, partecipazione e condivisione delle progettualità, approfondimenti diagnostici. Questa azione è propedeutica alla realizzazione efficace del piano strategico di valorizzazione del commercio chiese.</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano, finalizzata alla costituzione di un partenariato pubblico privato di gestione integrata del commercio urbano (Distretto)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interna al Comune;</li> <li>- Verso i commercianti e altri soggetti "chiave"</li> </ul>	<p>E' emersa durante il lavoro partecipato con gli operatori economici la necessità di approfondire tematiche utili a un miglior coinvolgimento di tutti gli operatori commerciali, sia in sede fissa che su area pubblica che di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, ma anche dei funzionari del comune coinvolti con il loro settore da politiche inerenti il piano strategico di valorizzazione. Una formazione specifica sui temi strettamente legati ai distretti del commercio affiancata da alcune missioni di studio per conoscere delle buone pratiche in Piemonte, Lombardia e Veneto può essere una corretta modalità di approfondimento delle questioni legate al rilancio del commercio urbano e all'operatività di un futuro strategico per Chieri.</p>	<p>Comune e associazioni di categoria con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: per ciò che concerne l'approfondimento delle tematiche relative ai distretti del commercio che, essendo intersettoriali riguarderanno comunque sia la mobilità che la qualità urbana che l'animazione e gli eventi.</p>
<p><b>Formazione rivolta agli operatori commerciali sul lavoro in gruppo e i nuovi trend e le nuove sfide commerciali</b></p>	<p>E' emersa durante il lavoro partecipato con gli operatori economici la necessità di approfondire tematiche utili a un miglior coinvolgimento di tutti gli operatori commerciali, sia in sede fissa che su area pubblica che di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. Formazioni specifiche sui temi strettamente legati ai distretti del commercio affiancate con un calendario di formazioni utili a conoscere meglio i correnti trend commerciali e gli</p>	<p>Comune e associazioni di categoria con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: per ciò che concerne l'approfondimento delle tematiche relative ai distretti del commercio. Animazione commerciale: per ciò che concerne i nuovi trend in materia di retail.</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Gestione integrata del commercio – Management di distretto</b></p>	<p>scenari di sviluppo futuri possono essere un importante momento di condivisione e costruzione del rinnovato mix commerciale per Chieri.</p> <p>L'attivazione di un accordo di partenariato fra il Comune, le imprese commerciali e le loro rappresentanze è un'attività che più volte è emersa durante gli incontri partecipati e dalla lettura delle best practices in materia. E' finalizzato alla creazione di un modello organizzativo di gestione per la governance delle politiche commerciali della Città di Chieri, integrate con le altre funzioni urbane. Compito del partenariato pubblico privato sarà in primo luogo attivare la fase diagnostica per poi definire la visione di sviluppo del commercio chierese e realizzarla attraverso azioni strategiche. Al fine di rendere la gestione maggiormente efficace e continuativa nel tempo è auspicabile l'individuazione di una figura manageriale a supporto dell'operatività.</p>	<p>Comune e associazioni di categoria con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: coinvolgimento degli stakeholder, azioni di comunicazione, partecipazione e condivisione delle progettualità. Questa azione è propedeutica alla realizzazione efficace del piano strategico di valorizzazione del commercio chierese.</p>
<p><b>Possibili azioni relative all'accompagnamento della fase di creazione del partenariato di gestione</b></p>			
<p><b>Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta (parcheggi, ZTL, ciclabilità, trasporti)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• adeguata informazione all'utenza tramite i canali istituzionali e i media, associando preventivamente all'iniziativa i vantaggi che ne deriveranno per cittadini, turisti e commercianti;</li> <li>• informazione all'utenza, in termini di segnalazione</li> </ul>	<p><b>Comune e associazioni di categoria con l'assistenza di</b></p>	

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Progetto di comunicazione circa l'offerta commerciale di Chieri</b></p>	<p>dei posti liberi nei parcheggi a barriera, percorsi delle linee di trasporto pubblico e relativi tempi di attesa alle fermate, orari delle ZTL, punti di noleggio di biciclette ed e-bike.</p> <p>Al fine di far percepire il commercio centrale di Chieri come un luogo forte di relazioni, identitario e centrale nella vita sociale, facile da raggiungere, disponibile e affidabile è necessario pensare a un progetto di comunicazione che coinvolga in prima battuta i residenti, partendo dalle famiglie, per poi estendersi agli altri comuni dell'area commerciale di Chieri. Il progetto di comunicazione, che si dovrà avallare innanzitutto dei canali istituzionali (vedi paragrafo successivo), potrà poi essere costruito in modo da coinvolgere non solo i singoli consumatori ma anche, ad esempio, gli istituti scolastici.</p>	<p><b>soggetto esperto</b></p> <p>Comune e associazioni di categoria con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>E' un progetto principalmente legato all'attrattività commerciale ma che dovrà legarsi molto bene con l'animazione del contesto e dovrà essere progettato in sinergia con il punto precedente relativo alla viabilità e al sistema della sosta</p>

#### **d) Risultati attesi**

Si pensa che a questa prima fase debba corrispondere l'attivazione del partenariato pubblico privato e la sua formalizzazione che andrà di pari passo con le analisi diagnostiche ulteriori.

Gli indicatori di monitoraggio che potranno essere considerati per la definizione del successo dell'iniziativa e l'individuazione delle criticità da correggere possono essere desunti dalla Linee Guida reperibili al seguente indirizzo:

[http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it/shared/ccurl/94/710/Linee%20Guida%20Indicatori%20di%20Performance\\_2012.pdf](http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it/shared/ccurl/94/710/Linee%20Guida%20Indicatori%20di%20Performance_2012.pdf)

### **4. ANIMAZIONE DEL CONTESTO**

#### **a) Analisi della situazione esistente**

Elementi attrattori e di interesse pubblico

La Città di Chieri rappresenta il naturale punto di gravitazione per un ambito territoriale più vasto che, indicativamente, può dirsi costituito da 18 comuni. Tale funzione di polo di riferimento deriva dal fatto che Chieri è sede di importanti istituzioni al servizio dei cittadini, quali ASL, Consorzio dei Servizi Socio Assistenziali del Chierese, Consorzio Chierese per i Servizi, INPS, Ufficio delle Entrate, Centro per l'impiego, Giudice di Pace e Difensore Civico.

L'ambito del progetto sperimentale di valorizzazione racchiude una considerevole serie di attività terziarie e di servizi, pubbliche e private, che lo rendono il fulcro della vita sociale cittadina e luogo di intense relazioni. Nell'ambito del Programma e nelle immediate vicinanze del perimetro dell'addensamento A1 ricade dunque l'insieme più articolato delle funzioni urbane della città, un complesso di strutture di pubblico interesse e di attività private che rappresentano degli "elementi attrattori", in particolare: municipio e uffici comunali, polo dell'area Tabasso, uffici pubblici, scuole pubbliche e private, cinema, numerosi edifici religiosi di culto, sedi di associazioni, strutture sanitarie (ospedale, Azienda Sanitaria Locale), stazione ferroviaria, edifici di interesse storico-culturale.

Questo complesso di attività, di servizi e di relazioni genera diversificate occasioni di frequentazione del centro storico, che possono riflettersi positivamente sul tessuto commerciale.

Si elencano sinteticamente le principali considerazioni emerse dall'analisi, in relazione ai servizi e alle funzioni che generano flussi di utenti nell'ambito oggetto di studio:

- un considerevole numero di edifici di pregio sono attualmente sotto-utilizzati, da considerare come "opportunità" in cui insediare nuove funzioni per la valorizzazione del centro;
- una grande presenza di luoghi di attività religiosa;
- la necessità di completare il complesso dei servizi con luoghi urbani atti ad accoglierli e a valorizzarli (temi di Piazza Mazzini, Piazza Cavour e Piazza Umberto I). Come più volte

sottolineato tra gli elementi strategici del progetto sperimentale una proposta forte per Piazza Cavour, in quanto tema molto sentito sia dall'amministrazione che dai commercianti, con la pedonalizzazione della stessa, la creazione di luogo di incontro /piazza viva, luogo di servizi e commercio, porta di accesso alla via commerciale principale;

- la problematica connessa alla rivitalizzazione, in termini di attivazione di servizi e di attrattività commerciale, dell'area della "chiocciola" medievale, non sufficientemente vissuta e frequentata.

#### Manifestazioni ed eventi

La gran parte degli eventi promossi si svolge nelle principali vie e piazze del centro storico; questo fatto, se da un lato esige spazi urbani accoglienti e decorosi, dall'altro porta consistenti flussi di visitatori e turisti nelle aree a maggior vocazione commerciale: vi è pertanto una stretta relazione tra la gestione degli spazi urbani del commercio e l'organizzazione delle attività che vi si svolgono. Ciò evidenzia, a fronte dello stretto legame esistente tra commercio e turismo, la necessità di individuare modalità operative che favoriscano sempre più l'integrazione delle iniziative per la promozione e lo sviluppo dei due settori.

A Chieri si svolgono alcune importanti manifestazioni. Da sottolineare il fatto che alcune di queste sono, per il rilievo che rivestono, inserite nel registro regionale delle manifestazioni fieristiche. In particolare:

- la "Fiera di San Martino", qualificata di "interesse regionale", che si svolge con cadenza annuale nel mese di novembre nel centro storico e in piazzale Monti e coinvolge i settori agricoltura, enogastronomia, artigianato: storicamente localizzata al di fuori del centro storico, ha visto nei recenti anni il trasferimento, proprio nel centro, di parte degli stand, unitamente alla programmazione di iniziative congiunte e diffuse a carattere culturale. Tale scelta ha riscosso il consenso dei commercianti;
- la manifestazione "Di Freisa in Freisa", qualificata di "interesse locale", che si svolge con cadenza annuale nel mese di giugno nel centro storico e coinvolge i settori enogastronomico ed artigianale.

Entrambe le manifestazioni sono strutturate in modo da prevedere, oltre all'esposizione, momenti di incontro, cultura, eventi.

A queste si aggiungono un certo numero di eventi determinati da occasioni particolari: festival, mostre, ricorrenze, celebrazioni di fatti storici, presentazioni di libri, spettacoli e rassegne teatrali, ecc...

Si riportano a seguire alcune considerazioni emerse nella prima fase di analisi e che hanno comportato una fase di riflessione e condivisione in occasione degli incontri pubblici con gli stakeholder; sulla base di entrambe le valutazioni sono state poi definite le azioni/attività da inserire all'interno del presente Studio:

- il numero, la rilevanza extra-locale e la qualità degli eventi programmati risultano abbastanza deboli, se confrontati con la proposta di località simili (cittadine di pari dimensioni e con analogo ambito di gravitazione);
- da anni non si organizza più (per motivazioni legate principalmente alla sostenibilità economica dello stesso) il Festival Internazionale Teatro di Strada "In Strada", ricca kermesse dove l'arte di strada è stata protagonista indiscussa e insieme stimolante catalizzatore di una serie di interventi artistici urbani capaci di trasformare e rianimare l'intero contesto cittadino (con importanti ricadute sul comparto commerciale in considerazione della sua durata e strutturazione): tra le motivazioni principali l'elevato costo della rassegna, che al momento non ne consente una riproposizione, optando per una programmazione distribuita durante l'anno e più contenuta in termini di costi;
- da marzo 2016 è partita la proposta di "Chieri d'Antan", mercato dell'antiquariato di pregio organizzato da Effetto Vintage: grazie alla sua programmazione cadenzata ed elevata qualità la rassegna sta riscuotendo crescente successo. La sfida correlata alla sua crescita di visibilità è connessa all'interesse/disponibilità dei commercianti all'apertura domenicale degli esercizi;
- la partecipazione della componente commerciale alla co-programmazione e gestione di iniziative di animazione è limitata e sporadica: ciò evidenzia, a fronte dello stretto legame esistente tra commercio e turismo, la necessità di individuare modalità operative che favoriscano sempre più l'integrazione delle iniziative per la promozione e lo sviluppo dei due settori;
- a Chieri esiste un tessuto associativo importante, che sarebbe parimenti necessario coinvolgere in modo più strutturato. Il progetto di valorizzazione dovrà in particolare garantire maggior efficacia e valorizzazione delle iniziative di animazione del centro storico tramite una programmazione degli eventi, in cui sia valorizzato il coordinamento delle iniziative, si evitino le sovrapposizioni e si migliori la comunicazione;
- tra le necessità rilevate infine la definizione, condivisione e promozione di un calendario unico degli eventi, così da presentarsi all'esterno in modo coordinato e continuativo, aumentando la notorietà delle iniziative realizzate e riducendo possibili diseconomie di scala; continuare a costruire situazioni di attrazione di pubblico con eventi ed animazioni volti a favorire una maggiore vivibilità, frequentazione del centro e opportunità di visibilità dell'offerta commerciale.

#### I sistemi di servizi correlati

Tra i sistemi di servizi correlati al settore commerciale, di cui si ritiene importante tenere conto:

- I sistemi dell'accoglienza turistica e della comunicazione: la città di Chieri, e in particolare il suo centro storico, è potenzialmente una meta turistica di interesse (in considerazione della qualità del suo ambiente urbano e del patrimonio storico-culturale che ospita), ma questa potenzialità

non trova ancora sufficiente riscontro nel numero di visitatori e turisti che la frequentano. Tra gli itinerari più frequentati ed attrattivi si registra quello legato ai luoghi di Don Bosco, ben comunicato e che richiama flussi turistici interessanti.

È presente uno Sportello Turistico dedicato in area Tabasso, aperto solamente durante la stagione estiva.

È presente un portale, “Chieri Turismo”, che, pur nell’intenzione di presentare una proposta pubblico/privata congiunta con gli operatori del settore, risulta in realtà scarso di informazioni e poco efficace.

È presente l’offerta del wi-fi gratuito cittadino, iniziativa tuttavia non sufficientemente comunicata.

In relazione al sistema della comunicazione, tra le esigenze rilevate nel corso dell’analisi iniziale la realizzazione di una sezione, all’interno del sito internet comunale ed eventualmente linkato al portale turistico, dedicata al progetto sperimentale di valorizzazione del centro storico.

- Il sistema dell’associazionismo volontario a supporto dell’animazione commerciale: la città di Chieri è permeata da un tessuto associativo particolarmente dinamico. A tal proposito, di sicuro interesse l’iniziativa dei “carrelli al mercato”, di nuova attivazione, fortemente voluta da Comune e ambulanti in collaborazione con le organizzazioni del volontariato sociale. Prevede attività di varia natura, quali il servizio di custodia acquisti e la redistribuzione delle merci avanzate.

## **b) Swot Analysis**

Relativamente all’animazione del contesto di riferimento progettuale si riportano di seguito i punti di forza e di debolezza riferiti agli elementi di attrattività e le opportunità e minacce. Tali elementi sono frutto di una valutazione dell’ATI a seguito del confronto con il gruppo di lavoro interno al Comune di Chieri e agli incontri pubblici effettuati con gli stakeholder.

### **Punti di forza**

- Un ricco patrimonio storico- artistico concentrato prevalentemente nel centro città: questo conserva un ampio grado di originalità ed emergenze puntuali di grande pregio
- Elevata presenza di servizi nell’ambito di riferimento del Piano di Valorizzazione
- Presenza del polo culturale dell’Area Tabasso (sala conferenze, biblioteca, coworking)
- Attività di animazione localizzate soprattutto nell’ipercentro dell’A1
- Presenza di alcune esperienze di collaborazione tra Amministrazione e commercianti in occasione di eventi e manifestazioni

- Calendario di attività coordinato dal Comune
- Itinerario turistico legato alla figura di Don Bosco
- Sistema dell'associazionismo culturale e sociale capillare e organizzato
- WI-FI pubblico cittadino gratuito nel centro cittadino

#### **Punti di debolezza**

- Nonostante la presenza di considerevoli patrimoni storico-culturali, il territorio chierese non gode ancora di sufficiente visibilità dal punto di vista turistico, sia a livello locale che sovralocale, tanto da comparire in maniera del tutto marginale su alcune importanti guide turistiche straniere che trattano dell'area torinese
- Spazi pubblici non utilizzati quali "luoghi" dell'attrattività 24h/24h e 365 giorni all'anno
- Area Tabasso non ancora completamente riqualificata;
- Contenitori sottoutilizzati (ad esempio complesso S. Filippo, Cinema Splendor)
- Mancata riproposizione di alcune manifestazioni/eventi del passato che favorivano in maniera forte il commercio urbano (ex: Festival del Teatro di Strada)
- Porzioni dell'ambito non vocate ad ospitare eventi/manifestazioni
- Filone di valorizzazione del Tessile (Fiber art) non adeguatamente perseguito con difficoltà anche legate alla sede del Museo del Tessile
- Carezza comunicativa verso i commercianti (ad esempio relativa all'attività turistica e culturale)
- WI FI gratuito nel centro non comunicato e pubblicizzato

#### **Rischi**

- Diminuzione delle motivazioni e delle occasioni di frequentazione della città (in particolar modo del centro storico)
- Mancata integrazione tra gli attori locali per la realizzazione di iniziative condivise

#### **Opportunità**

- L'ambito del Piano rappresenta il cuore della vita sociale e dei servizi di pubblico interesse. Questo fatto accentua le occasioni di fruizione della rete commerciale
- Il patrimonio immobiliare pubblico, opportunamente riqualificato, si presenta come contenitore ideale per attività di carattere culturale e commerciale, in grado di specializzare l'offerta locale
- Territorio con interessanti prospettive di sviluppo nell'ambito della sostenibilità ambientale e turistica;
- Il rafforzamento di Chieri come polo della cultura offre opportunità di

crescita del sistema di accoglienza (ricettività e ristorazione) e di quello commerciale

- Riproposizione di eventi/manifestazioni di supporto al commercio urbano
- Valorizzazione di spazi attualmente non fruibili in occasioni di manifestazioni ed eventi
- Sinergia con il tessuto associazionistico locale/sovralocale e con il comparto commerciale per la definizione di collaborazioni e di un calendario unitario degli eventi cittadini

### **c) Interventi da realizzare / Azioni da attivare**

Il progetto intende garantire maggiore efficacia e valorizzazione delle iniziative di animazione del centro storico attraverso il coordinamento degli attori a vario titolo coinvolgibili (operatori locali e di territorio), una programmazione unitaria degli eventi, una migliore comunicazione delle iniziative e la proposta di nuove modalità di fruizione per i residenti ed i visitatori esterni.

Per valutare la fattibilità di una sinergia pubblico privata finalizzata a valorizzare il sistema dell'animazione cittadina si è a tal fine ritenuto utile:

- realizzare una serie di incontri con le associazioni locali (culturali e sociali) per verificare eventuali collaborazioni con il percorso avviato dall'amministrazione per la valorizzazione del commercio urbano;
- valutare possibili sinergie da attuarsi, in relazione al connubio commercio urbano – agricoltura/artigianato, con le esperienze già avviate a scala cittadina per la promozione dei singoli comparti: attività di animazione, informazione e divulgazione intraprese dalle Associazioni di categoria agricole, incentrate prevalentemente sui temi della sostenibilità economica e sociale delle produzioni, dell'agricoltura sociale e della qualità dei prodotti;
- valutare quali approfondimenti affrontare in merito alle politiche territoriali attuate a scala sovralocale: il Comune di Chieri è compreso nell'area candidata al Programma MaB Unesco capofilato dal Parco del Po Torinese, tema da tenere in considerazione per il Piano di Valorizzazione e per il suo prosieguo;
- valutare, infine, l'attitudine degli attori locali interessati dal progetto, con un lavoro di approfondimento attraverso una serie di interviste a persone considerate "chiave" per il progetto di sviluppo integrato del commercio urbano dell'A1.

In relazione al tema dell'animazione cittadina sotto il profilo turistico sono stati inoltre presi in considerazione casi tipo riferibili a realtà analoghe a quella chierese, attraverso un'analisi di *benchmarking*.

In particolare si segnala il percorso intrapreso nei recenti anni dal Comune di Saluzzo, che ha attivato un'efficace strategia di captazione turistica attraverso molteplici strumenti, tra loro integrati:

- L'attivazione di un portale dedicato (<http://www.saluzzoturistica.it>), che riporta in maniera efficace le principali iniziative cittadine, costantemente aggiornato e con un servizio di mailing list bisettimanale;
- La costituzione di un team di lavoro all'interno del Comune interamente dedicato alle strategie di incoming e di diffusione del prodotto turistico saluzzese;
- La costituzione di un tavolo di coordinamento sovra-territoriale, che coinvolge le valli limitrofe e parte dei comuni di fondovalle e che prevede la condivisione di una strategia di sviluppo turistico unitaria (sito internet di promozione comune, calendario degli eventi comune, strategie di incoming, ...).

Interessante anche il caso del Comune di Savigliano, che ha come braccio operativo l'Ente Manifestazioni (<http://www.entemanifestazioni.com>), società a responsabilità limitata che ha per finalità la promozione e lo sviluppo d'iniziative volte a valorizzare l'immagine e l'economia locale, mediante la programmazione, l'organizzazione e la gestione di servizi, manifestazioni, fiere di varia natura. L'insieme delle occasioni di incontro programmate annualmente dalla città, con un calendario unico e la partecipazione di attori territoriali "altri" (associazioni locali, privati, ...), alcune delle quali assumono un elevato potenziale attrattivo e registrano un grado di partecipazione considerevole, contribuiscono a rafforzare la capacità di accoglienza di Savigliano, con un beneficio indiretto sul sistema commerciale cittadino.

Infine, uno spunto per il miglioramento della capacità comunicativa delle iniziative cittadine e per l'offerta ai visitatori/clienti di servizi innovativi ed interattivi. Lo strumento, la panchina Soofa autoalimentata da pannelli fotovoltaici e dotata di wi-fi, ricarica per apparecchiature informatiche, ... arriva da Boston e potrebbe essere implementato con ulteriori servizi: servizio informativo sulle iniziative cittadine, informazioni su negozi ed iniziative promozionali, dati su clientela, etc... .  
<http://www.soofa.co/smartcities>.

Nella tabella che segue sono descritte le attività/azioni proposte per la valorizzazione del centro storico della Città di Chieri: si tratta sia di interventi di tipo immateriale relativi alla creazione e accompagnamento di forme di partenariato pubblico privato per la costituzione di forme aggregative di supporto al progetto di valorizzazione, sia di interventi puntuali, materiali ed immateriali che, integrandosi con le attività proposte negli altri ambiti operativi, risultano efficaci a rafforzare la strategia complessiva del programma.

Per ciascuna attività/azione sono fornite inoltre indicazioni in merito ai potenziali soggetti attuatori e al grado di integrazione con gli altri tematismi del programma.

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Costituzione di un tavolo di coordinamento turistico locale</b></p>	<p>L'attivazione di un tavolo di coordinamento turistico della Città di Chieri, attività condivisa nel corso degli incontri partecipati e ritenuta utile ai fini della strategia complessiva di valorizzazione, è finalizzato alla creazione di una governance organizzativa e un'azione di coordinamento per condividere una visione strategica sulla programmazione turistica.</p> <p>Compito del tavolo sarà quello di unire i contributi specifici di tutti gli attori, utili alla definizione ed alla programmazione di attività che abbiano quale finalità principale la capacità di essere efficaci attrattori turistici e culturali per la Città di Chieri. Dovrà prevedere la partecipazione, oltre che dell'amministrazione, degli uffici che si occupano di turismo e commercio, delle associazioni di categoria di commercio, artigianato e agricoltura, delle associazioni locali (settori turismo, cultura, sport e sociale) e di qualsiasi altro soggetto utile a rafforzarne l'operatività.</p>	<p>Comune, associazioni di categoria e associazioni locali con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: coinvolgimento degli stakeholder, azioni di comunicazione, partecipazione e condivisione delle progettualità. Il progetto di valorizzazione richiede infatti un coinvolgimento dei principali stakeholder per essere efficace.</p>
<p><b>Costituzione di un tavolo di coordinamento per l'offerta turistica sovralocale</b></p>	<p>L'attivazione di un tavolo di coordinamento turistico sovralocale, attività condivisa così come il tavolo locale, mira a creare, attraverso strategie comuni pubblico - privato, un'immagine del territorio chierese come contesto turistico integrato (località turistiche, beni culturali e ambientali, prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, imprese turistiche) e a costruire politiche di marketing</p>	<p>Comune, reti sovralocali, con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Tutti i tematismi: coinvolgimento degli stakeholder, azioni di comunicazione, partecipazione e condivisione delle progettualità. Il progetto di valorizzazione richiede infatti un coinvolgimento dei principali</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
	<p>integrate che contribuiscano all'aumento dei flussi turistici sul territorio. Dovrà prevedere la partecipazione, oltre che del Comune di Chieri, dei Comuni del comprensorio collinare, dell'ATL Turismo Torino e provincia, del Parco del Po torinese, della Città Metropolitana, delle Associazioni di categoria del commercio e del turismo e di qualsiasi altro soggetto utile a rafforzarne l'operatività.</p>		<p>stakeholder per essere efficace.</p>
<p><b>Definizione di un programma di attività annuale degli eventi</b></p>	<p>Attività puntuale che sarà definita in seno al Tavolo di coordinamento turistico locale.</p> <p>Ad oggi molte iniziative sono promosse e comunicate singolarmente (dal Comune, dalle associazioni proponenti, ...), con l'effetto di non riuscire spesso a raggiungere una scala di diffusione adeguata. Inoltre, il mancato coordinamento delle stesse, conduce talvolta ad una sovrapposizione di eventi.</p> <p>Nell'ottica di sistema che si intende realizzare attraverso il piano di valorizzazione, questa attività dovrebbe dunque condurre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a razionalizzare la programmazione di eventi ed iniziative;</li> <li>- a definire una programmazione condivisa;</li> <li>- ad integrare le esperienze di programmazione comune già in atto;</li> </ul>	<p>Comune, associazioni locali e commercianti con l'assistenza di soggetto esperto</p>	<p>Attrattività della rete commerciale: sinergia con gli esercenti del settore commercio.</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a creare sinergie tra gli attori locali per la programmazione congiunta delle iniziative;</li> <li>- a comunicare all'esterno un calendario comune degli eventi, da realizzarsi in forma cartacea e da promuoversi sul sito internet del Comune.</li> </ul>		
<p><b>Implementazione degli eventi cittadini con coinvolgimento della componente commerciale</b></p>	<p>Attività di pertinenza del Tavolo di coordinamento turistico, che definirà, con la partecipazione degli attori locali, una serie di nuove iniziative di animazione/eventi. Si tratterà prioritariamente di eventi cadenzati e distribuiti durante tutto l'arco dell'anno, volte a favorire la frequentazione abituale del centro da parte dei residenti e dei visitatori esterni. Sarà data priorità alle location di nuova realizzazione (Piazze Cavour, Umberto I, Mazzini, ...) e comunque ai luoghi che possano favorire anche la frequentazione commerciale dell'area.</p>	<p>Comune, associazioni locali e commercianti</p>	<p>Interventi strategici: piazze come luoghi per eventi/iniziative. Attrattività della rete commerciale: collaborazione tra Comune, associazioni e commercianti.</p>
<p><b>Sezione sito web del Comune dedicata al progetto di valorizzazione</b></p>	<p>La realizzazione di una sezione dedicata al progetto di valorizzazione all'interno del sito web del Comune di Chieri si colloca tra le iniziative connesse alla comunicazione/informazione del processo in corso e diffusione dei risultati delle iniziative realizzate.</p> <p>Lo strumento potrà inoltre essere un collettore per la promozione turistico-commerciale della Città e del suo territorio, comunicando all'esterno le opportunità di fruizione culturale, le iniziative programmate, gli esercenti e le promozioni,</p>	<p>Comune</p>	<p>Tutti i tematismi: informazioni sulle attività in corso e realizzate.</p>

Interventi/attività	Descrizione	Potenziale soggetto attuatore	Integrazione con altri tematismi / progetti strategici
<p><b>Implementazione del servizio informativo: progetto sperimentale panchine multimediali</b></p>	<p>pacchetti turistici dedicati.</p> <p>Iniziativa che si configura sia come strumento per la valorizzazione dell'arredo urbano dell'area del progetto di valorizzazione che come strumento informativo per cittadini e visitatori della città, finalizzata al miglioramento della capacità comunicativa delle iniziative cittadine e per l'offerta ai visitatori/clienti di servizi innovativi ed interattivi.</p> <p>In corrispondenza delle aree pedonali e di nuova pedonalizzazione saranno collocate delle panchine multimediali (sull'esempio della panchina Soofa precedentemente citata) autoalimentate da pannelli fotovoltaici e dotate di wi-fi, ricarica per apparecchiature informatiche, che possono essere implementate con ulteriori servizi: servizio informativo sulle iniziative cittadine, informazioni su negozi ed iniziative promozionali, dati su clientela, etc....</p> <p>Le modalità di attuazione ed il numero di elementi da inserire nel contesto urbano saranno definiti nel corso dell'attuazione del progetto di valorizzazione ed in funzione delle esigenze progettuali che si andranno a configurare.</p>	<p>Comune</p>	<p>Interventi strategici: arredo per le nuove aree di intervento.</p> <p>Qualità del contesto urbano e architettonico: elementi di arredo urbano.</p> <p>Sistema della mobilità: cura nell'arredo urbano delle aree di nuova pedonalizzazione.</p> <p>Attrattività della rete commerciale: sistema informativo aggiornato sugli esercizi commerciali.</p>

Gli ulteriori interventi sia di tipo infrastrutturale che gestionali dovranno scaturire dal lavoro del partenariato pubblico privato che si andrà a definire. Dal futuro lavoro di costruzione sia del partenariato che di visione comune scaturiranno poi le esigenze comuni, le priorità e di conseguenza i progetti da programmare per il 2017-2019.

#### **d) Risultati attesi**

Tra i principali risultati che si intende raggiungere in merito all'implementazione delle attività connesse all'animazione del centro cittadino è possibile al momento individuare:

- l'incremento delle motivazioni di visita alla città con conseguente incremento della frequentazione dei luoghi del commercio urbano;
- l'aumento degli utenti raggiunti dalle azioni di comunicazione;
- l'aumento della visibilità in rete, che garantisca la riconoscibilità del prodotto turistico chierese presso un pubblico allargato;
- l'incremento dei consumi nei servizi di accoglienza, culturali e commerciali cittadini, grazie ad un'integrazione degli strumenti promozionali utilizzati da ciascun segmento dell'offerta locale.

### **VIII. Soggetti da coinvolgere nella successiva attuazione del programma d'interventi**

Ai fini della successiva attuazione del programma d'interventi è fondamentale il coinvolgimento di più attori operanti, a livello locale e sovra locale, nel merito delle tematiche progettuali.

Dalla condivisione dei contenuti progettuali dipende infatti la buona riuscita dell'iniziativa.

In proposito va ricordato che molte delle attività previste, soprattutto di tipo immateriale, richiedono l'intervento diretto di soggetti differenti dal Comune, la cui partecipazione e il modus operandi, non possono essere dati per scontati. Occorrerà pertanto avviare un percorso di accompagnamento funzionale a creare reti di cooperazione forti, permanenti e focalizzate sulle tematiche proprie del progetto, definendo ruoli e responsabilità dei singoli attori.

I soggetti che a vario titolo dovranno essere coinvolti all'interno del partenariato sono:

- cittadini residenti;
- operatori commerciali della somministrazione e ristorazione;
- agricoltori ed artigiani;
- imprese di servizi alla persona;
- rappresentanti di categoria del mondo imprenditoriale;
- associazioni culturali e sociali;
- consumatori e utenti non residenti;
- visitatori e turisti;

- soggetti “chiave” e portatori di interesse diffusi (es. Curia, ..);
- enti sovra locali di tipo istituzionale (es. Città Metropolitana, ..) o legati a singoli tematismi, (es. Parco Po e ATL per turismo, Agenzia regionale per la mobilità per trasporti, ..).

Suddivisi nei vari ambiti tematici:

### Qualità del contesto urbano e architettonico

È fondamentale riuscire a coinvolgere nell’operazione generale di riqualificazione i principali soggetti che, a livello locale, costituiscono in merito gli interlocutori dell’amministrazione comunale per l’attuazione degli interventi strutturali di riqualificazione urbana, quali ad esempio: le proprietà immobiliari insistenti nel centro, i comitati di cittadini residenti, gli enti religiosi proprietari di beni, ecc.

### Mobilità urbana

E’ indispensabile coinvolgere gli utenti del trasporto pubblico, i soggetti gestori dei servizi attivi, le associazioni di settore, gli operatori turistici per specifici focus inerenti la mobilità dolce connessa al tipo di fruizione.

### Attrattività commerciale

E’ fondamentale coinvolgere sia l’insieme degli operatori commerciali, della somministrazione e ristorazione, che le specifiche associazioni di categoria. In un secondo momento potranno anche essere contattati imprese di altri settori e le relative rappresentanze sindacali.

### Animazione

È indispensabile coinvolgere le associazioni più attive a livello locale (culturali e sociali), nonché gli attori sovralocali per i collegamenti con iniziative di area vasta.

Prima di portare il livello di attivazione dal locale al sovra locale è importante però definire il partenariato pubblico privato che sarà attuatore delle iniziative settoriali, rafforzarlo e accompagnarlo nella definizione delle modalità operative.

## IX. Valutazione della priorità degli interventi

		PRIORITA' 1 INTERVENTI PRIORITARI	PRIORITA' 2 INTERVENTI A COMPLETAMENTO DELLA STRATEGIA
PROGETTI URBANI STRATEGICI	Riqualificazione di Piazza Cavour		
	Riqualificazione di Piazza Umberto I		
SISTEMA DELLA MOBILITA'	Estensione della zona pedonale centrale		
	Progettazione di un sistema di zone a traffico controllato - Allargamento della ZTL 0-24		
	Interventi migliorativi sul traffico		
	Miglioramento del trasporto pubblico su gomma		
	Completamento e miglioramento della rete ciclabile		
QUALITÀ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO	Individuazione primo lotto di interventi per la riqualificazione e valorizzazione urbana		
	Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale		
ATTRATTIVITÀ DELLA RETE COMMERCIALE	Approfondimenti diagnostici		
	Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano		
	Formazione rivolta agli operatori commerciali su lavoro in gruppo e i nuovi trend		
	Gestione integrata del commercio – Management di distretto		
	Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta		
	Progetto di comunicazione circa l'offerta commerciale di Chieri		
ANIMAZIONE DEL CONTESTO	Tavolo di coordinamento turistico locale		
	Tavolo di coordinamento per l'offerta turistica sovralocale		
	Programma di attività annuale degli eventi		
	Implementazione degli eventi cittadini		
	Sezione sito web del Comune dedicata al progetto di valorizzazione		
	Implementazione del servizio informativo: progetto sperimentale panchine multimediali		

## X. Costi degli interventi

		COSTO INTERVENTO/ ATTIVITA'
PROGETTI URBANI STRATEGICI	Riqualificazione di Piazza Cavour	700.000,00/1.000.000,00 €
	Riqualificazione di Piazza Umberto I	200.000,00/300.000,00 €
SISTEMA DELLA MOBILITA'	Estensione della zona pedonale centrale	25.000,00 €
	Progettazione di un sistema di zone a traffico controllato - Allargamento della ZTL 0-24	20.000,00 €
	Interventi migliorativi sul traffico	35.000,00 €
	Miglioramento del trasporto pubblico su gomma	50.000,00 €
	Completamento e miglioramento della rete ciclabile	15.000,00 €
QUALITÀ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO	Individuazione primo lotto di interventi per la riqualificazione e valorizzazione urbana	40.000,00 €
	Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale	75.000,00/150.000,00 €
ATTRATTIVITÀ DELLA RETE COMMERCIALE	Approfondimenti diagnostici	10.000,00 €
	Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano	3.000,00 €
	Formazione rivolta agli operatori commerciali su lavoro in gruppo e i nuovi trend	500,00 €/giornata
	Gestione integrata del commercio – Management di distretto	20.000,00 €/anno
	Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta	8.000,00 €
	Progetto di comunicazione circa l'offerta commerciale di Chieri	10.000,00 €
ANIMAZIONE DEL CONTESTO	Tavolo di coordinamento turistico locale	5.000,00 €/anno
	Tavolo di coordinamento per l'offerta turistica sovralocale	5.000,00 €/anno
	Programma di attività annuale degli eventi	8.000,00 €
	Implementazione degli eventi cittadini	60.000,00 €
	Sezione sito web del Comune dedicata al progetto di valorizzazione	8.000,00 €
	Implementazione del servizio informativo: progetto sperimentale panchine multimediali	Da valutare in funzione delle esigenze progettuali

## XI. Cronoprogramma

In grigio chiaro i periodi di preparazione / sperimentazione dell'attività, in grigio scuro il periodo di realizzazione / esercizio

		TRIMESTRI											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PROGETTI URBANI STRATEGICI	Riqualificazione di Piazza Cavour												
	Riqualificazione di Piazza Umberto I												
SISTEMA DELLA MOBILITÀ	Estensione della zona pedonale centrale												
	Progettazione di un sistema di zone a traffico controllato - Allargamento della ZTL 0-24												
	Interventi migliorativi sul traffico												
	Miglioramento del trasporto pubblico su gomma												
QUALITÀ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO	Completamento e miglioramento della rete ciclabile												
	Individuazione primo lotto di interventi per la riqualificazione e valorizzazione urbana												
	Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale												
ATTRATTIVITÀ DELLA RETE COMMERCIALE	Approfondimenti diagnostici												
	Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano												
	Formazione rivolta agli operatori commerciali su lavoro in gruppo e i nuovi trend												
	Gestione integrata del commercio – Management di distretto												
	Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta												
ANIMAZIONE DEL CONTESTO	Progetto di comunicazione circa l'offerta commerciale di Chieri												
	Tavolo di coordinamento turistico locale												
	Tavolo di coordinamento per l'offerta turistica sovralocale												
	Programma di attività annuale degli eventi												
	Implementazione degli eventi cittadini												
	Sezione sito web del Comune dedicata al progetto di valorizzazione												
	Implementazione del servizio informativo: progetto sperimentale panchine multimediali												

## **XII. Sintesi operativa – Quadro sinottico delle interazioni tra gli interventi - Punti di contatto, sinergie, complementarità con altre iniziative attivabili all'interno o all'esterno del progetto**

I quadri sinottici riportati nelle pagine seguenti sono finalizzati a dare evidenza alla reciprocità ed integrazione delle azioni ed interventi programmati.

Poiché il buon esito del progetto dipende in modo significativo dalla capacità di sommare gli effetti di più iniziative, sarà fondamentale che l'attuazione consideri questo aspetto attivando tutte le iniziative previste, in modo coordinato.



PROGETTI URBANI STRATEGICI	SISTEMA DELLA MOBILITA'					QUALITÀ DEL CONTESTO URBANO E ARCHITETTONICO		ATTRATTIVITÀ DELLA RETE COMMERCIALE						ANIMAZIONE DEL CONTESTO							
	Riqualfificazione di Piazza Cavour	Riqualfificazione di Piazza Umberto I	Estensione della zona pedonale centrale	Progettazione di un sistema di zone a traffico controllato - Allargamento della ZTL 0-24	Interventi migliorativi sul traffico	Miglioramento del trasporto pubblico su gomma	Completamento e miglioramento della rete ciclabile	Individuazione primo lotto di interventi per la riqualificazione e valorizzazione urbana	Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale	Approfondimenti diagnostici	Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano	Formazione rivolta agli operatori commerciali su lavoro in gruppo e i nuovi trend	Gestione integrata del commercio – Management di distretto	Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta	Progetto di comunicazione circa l'offerta commerciale di Chieri	Tavolo di coordinamento turistico locale	Tavolo di coordinamento per l'offerta turistica sovralocale	Programma di attività annuale degli eventi	Implementazione degli eventi cittadini	Sezione sito web del Comune dedicata al progetto di valorizzazione	Implementazione del servizio informativo: progetto sperimentale panchine multimediali
riqualificazione e valorizzazione urbana																					
Arredo urbano delle aree pedonali e segnaletica informativa pedonale																					
Approfondimenti diagnostici																					
Formazione in materia di gestione integrata del commercio urbano																					
Formazione rivolta agli operatori commerciali su lavoro in gruppo e i nuovi trend																					
Gestione integrata del commercio – Management di distretto																					
Sistema informativo relativo alla viabilità urbana e sistema della sosta																					
Progetto di comunicazione																					



### **XIII. Conclusioni**

Sulla base delle indicazioni politiche, degli approfondimenti tecnici effettuati, e delle consultazioni svolte è emerso come **il contesto urbano** in cui si concentra il commercio tradizionale **è carente dal punto di vista dell'identità e connotazione, ai fini della sua frequentazione.**

**La rete commerciale** e paracommerciale, composta da negozi di vicinato, esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, esercizi di ristorazione, attività di servizio, .. **denota delle buone potenzialità**, che potranno essere efficacemente sviluppate intraprendendo un idoneo percorso formativo ed organizzativo, **ma al contempo va considerata per la dimensione che gli è propria**, senza pertanto ingenerare visioni distorte in merito all'effettiva capacità di saturazione dell'ambito urbano.

L'ipotesi progettuale finale ha individuato **due interventi strategici di tipo strutturale**, che, facendo sintesi dei vari tematismi, potranno garantire il conseguimento degli obiettivi preposti.

Per una corretta attuazione del programma d'interventi sarebbe auspicabile l'attivazione di **una cabina di regia** che riunendo risorse tecniche, amministrative e politiche fornisca un adeguato e continuativo supporto nel tempo agli operatori coinvolti nelle varie progettualità.

**La sfida ai luoghi del commercio è aperta, ma il centro commerciale naturale di Chieri ha a disposizione strumenti adeguati per emergere e consolidare la propria posizione nel contesto locale.**