



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI GORGONZOLA

DOCUMENTO
STRATEGICO



**COSTITUZIONE DEL DISTRETTO
URBANO DEL COMMERCIO**

SOMMARIO

1. Introduzione
2. Perimetro del Distretto
3. Metodologia e percorso di lavoro
4. Bisogni e potenzialità del territorio gorgonzolese
5. Obiettivi del Distretto
6. La Strategia del Distretto del Commercio di Gorgonzola
7. Interventi previsti
8. Governance di Distretto

1. Introduzione

Il documento strategico è stato elaborato dal **Comune di Gorgonzola** in collaborazione con **Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza**, al fine di individuare delle azioni di sviluppo per rilanciare l'economia locale e incrementare la presenza delle imprese sul territorio, rendendolo attrattivo per nuovi insediamenti commerciali in linea con i principi di **innovazione** e **sostenibilità**.



Il documento illustra:

- **Bisogni potenziali** e alla base della strategia, utilizzati nel processo di co-progettazione con gli stakeholder locali delle linee strategiche;
- **Obiettivi** di triennio legati allo sviluppo del comparto commerciale;
- **Strategia** perseguita dall'aggregazione;
- **Piano di interventi** di breve, medio e lungo periodo che si intendono attivare per attuare la strategia.

2. Perimetro del Distretto

Il perimetro del **Distretto del Commercio di Gorgonzola “Gorgo District”** corrisponde al territorio comunale, con un'estensione di 10.58 km² e una popolazione pari a 21.269 abitanti (dati Istat 31-12-2023). La densità di popolazione è quindi pari a 2010.3 ab/km².

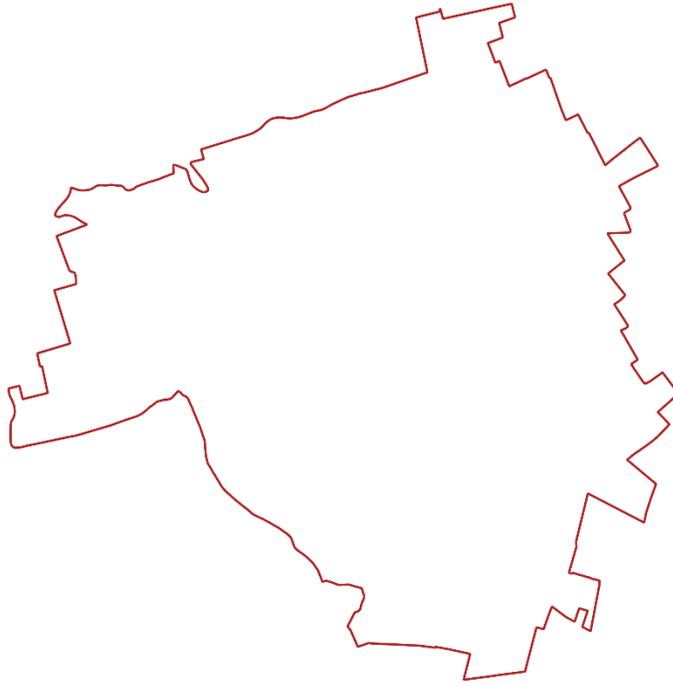


Figura 1: Perimetro del Distretto del Commercio di Gorgonzola

3. Metodologia e percorso di lavoro

Il percorso di lavoro per la definizione della Strategia Distrettuale ha utilizzato la metodologia e gli strumenti seguenti:

- **Ritratto territoriale**, che illustra la fotografia del territorio preso in esame. Il documento allegato alla strategia illustra, oltre alle caratteristiche geografiche del territorio, gli elementi di attrattività culturale e paesaggistica, le caratteristiche demografiche e del tessuto economico, gli aspetti emersi dai questionari e le progettualità in corso.
- **Animazione e ascolto** degli stakeholders locali: il coinvolgimento degli attori locali è avvenuto mediante modalità differenti, elaborate secondo il target di riferimento specifico. Questo per permettere di raccogliere più dati possibile per l'elaborazione della strategia:
 - **Questionari** veicolati ai cittadini, imprese e stakeholder, i quali risultato sono stati esposti nel ritratto territoriale
 - **Incontro tematico** sull'eventistica con il tessuto associativo locale
 - **Consulta di Distretto** di lavoro per la definizione dell'asset strategico sulla base dei dati raccolti: 4 incontri
- **Analisi delle caratteristiche del territorio**, al fine di comprenderne le potenzialità e i possibili driver di sviluppo strategici

Il Gruppo di lavoro politico e tecnico ha quindi intrapreso un percorso di co-progettazione delle linee strategiche. Il percorso di lavoro ha identificato, partendo dalle potenzialità presenti e dai bisogni riscontrati, degli asset chiave in grado di rispondere agli obiettivi del Distretto. riuscendo a integrare le diverse risorse, potenzialità e necessità presenti sul territorio.

4. Bisogni e potenzialità del territorio gorgonzolese

Attraverso il percorso di animazione territoriale per la definizione del presente documento strategico, sono emersi differenti criticità e bisogni da parte dei soggetti coinvolti: **l'Amministrazione Comunale di Gorgonzola, ASCOM, gli stakeholder, le imprese e i cittadini.**

BISOGNI

- Necessità di **sviluppare l'offerta turistica** sul territorio, al fine di attrarre utenza esterna
- Necessità di **valorizzare** le eccellenze del territorio, ad oggi marginali
- Necessità di sviluppare **nuove aree del commercio** oltre al centro cittadino (commercio di quartiere)
- Necessità di **riqualificare il centro storico** per renderlo attrattivo per cittadini e imprese
- Necessità di **riqualificare i negozi esistenti**, da parte dei cittadini e dagli stessi imprenditori
- Necessità di **riqualificare le aree mercatali** per valorizzare la ricchezza agroalimentare e dare spazio ai produttori locali
- Avviare **nuove imprese nei locali sfitti** che si concentrano in aree specifiche del territorio, integrando il tessuto commerciale con imprese mancanti sul territorio

- Avviare **corsi di formazione e aggiornamento per le imprese**: dalla digitalizzazione e comunicazione alla specializzazione dell'offerta e alla disposizione della merce in negozio
- Necessità di **sensibilizzare gli imprenditori locali** sull'importanza di ampliare la varietà di beni e servizi, attivare nuovi servizi in rete, innovarsi e valorizzare i prodotti locali
- Necessità da parte delle imprese di **un piano di comunicazione e promozione condiviso**
- **Sistematizzazione dell'offerta di eventi** e iniziative sul Comune: necessità di coordinarsi rispetto alle date in cui organizzare gli eventi, al fine di evitare sovrapposizioni, e di veicolarle al meglio così da raggiungere i potenziali interessati alle iniziative.
- Necessità di creare delle **aree di ristorazione all'aperto** per le imprese di somministrazione
- Creazione di aree di socialità all'aperto
- Diversificazione di orari di apertura dei negozi, serali e domenicali

POTENZIALITA'

- **Presenza del Naviglio, con pista ciclabile** che attraversa il territorio comunale, snodo cicloturistico rilevante per il turismo sportivo e gli amanti della bicicletta
- Presenza di **aree naturali all'aperto** quali il Parco Agricolo Sud Milano, con una serie di itinerari e percorsi campestri
- **Tradizione gastronomica di pregio**, da valorizzare in ottica di uno sviluppo turistico enogastronomico
- **Tessuto associativo locale attivo e consistente**, in grado di organizzare feste con richiamo elevato, ma anche eventi con impatto minore durante l'intera annualità
- Esperienza da parte dei commercianti nella **collaborazione con il Comune per iniziative legate al Commercio** (Notte Bianca, Fiera di Santa Caterina, incontri con i commercianti da parte dell'Amministrazione locale)
- **Comunità sensibile ai temi della sostenibilità ambientale**: riduzione degli sprechi, efficientamento energetico degli edifici, Comunità Energetiche Rinnovabili, mobilità dolce, spazi all'aperto e parchi
- Propensione da parte degli imprenditori nell'aderire a un **percorso di riqualificazione e innovazione della propria attività**.



5. Obiettivi del Distretto

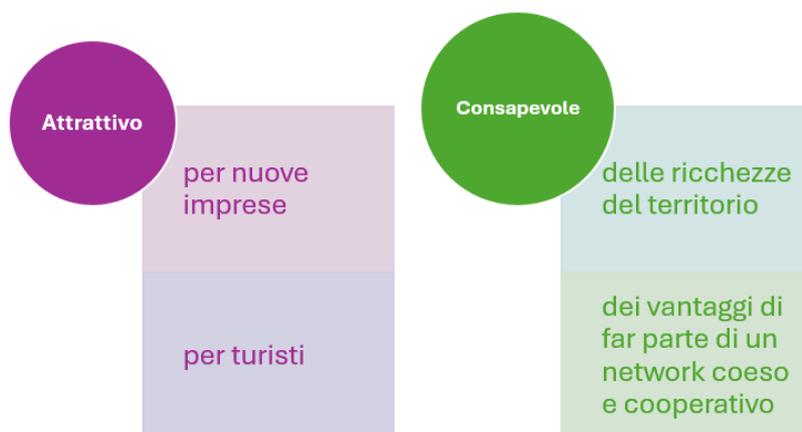
Il Distretto del Commercio di Gorgonzola è stato avviato al fine di raggiungere le seguenti finalità:

- Creare **un'identità di Distretto veicolabile e riconoscibile**, legata alle ricchezze del territorio
- **Riqualificare gli spazi comunali** secondo i driver di sostenibilità e accessibilità, comprese le attività commerciali
- **Incrementare i servizi alle imprese**, nell'ottica di aumentare la competitività delle imprese e rendere il territorio attrattivo per le nuove attività commerciali.
- **Sviluppare un turismo storico, culturale, enogastronomico e sportivo**, valorizzando le risorse territoriali durante l'intera annualità.



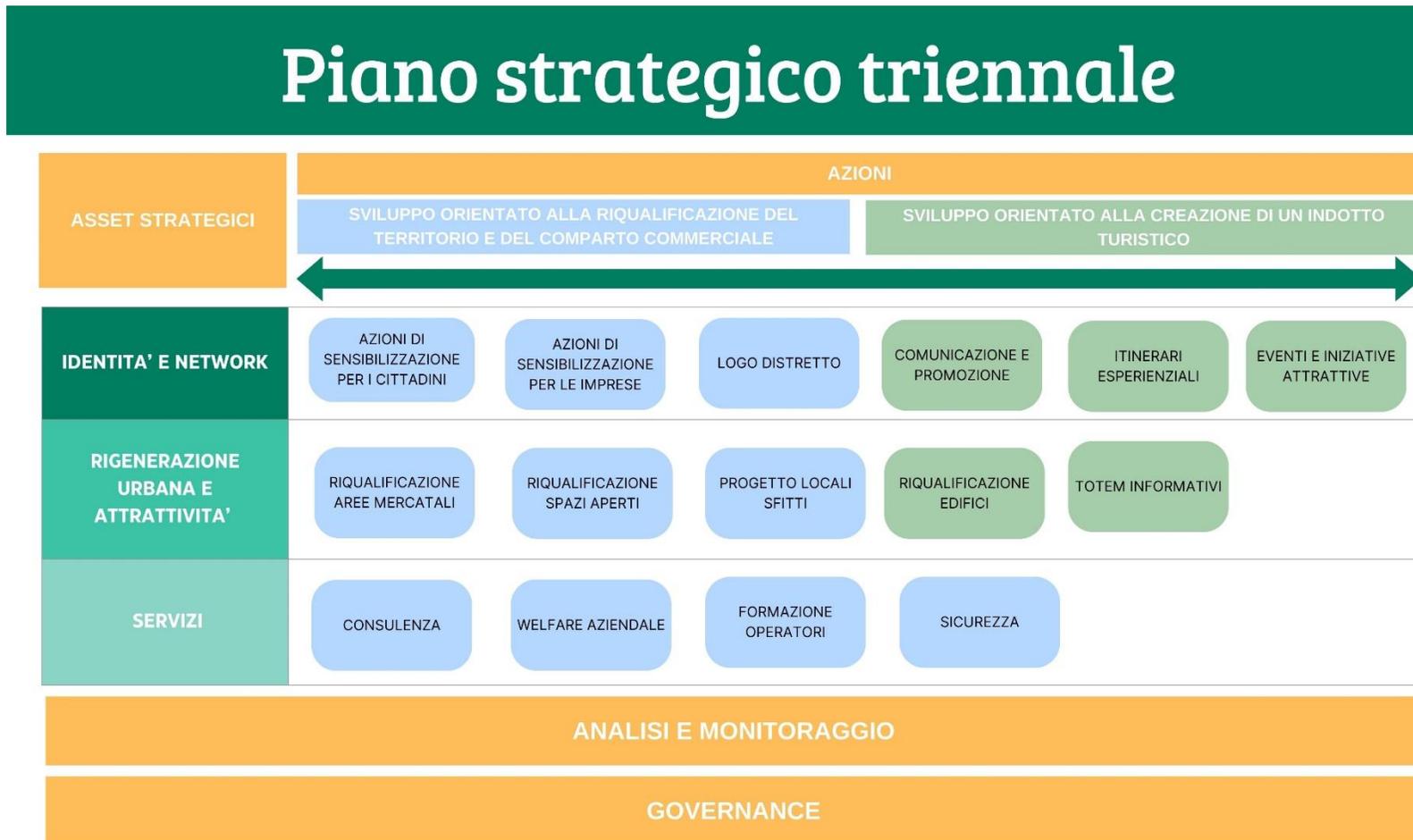
Attraverso l'implementazione della Strategia, si prevede di raggiungere gli obiettivi secondo tempistiche differenti, in quanto le attività di breve periodo sono propedeutiche per la realizzazione delle azioni seguenti.

Il tutto per rendere il territorio:



6. La Strategia del Distretto del Commercio di Gorgonzola

Il **Piano strategico** verrà realizzato durante le prossime tre annualità, basandosi sui seguenti asset strategici, al fine di raggiungere gli obiettivi sopra esposti. Le azioni sono ripartite in tre differenti asset strategici. Inoltre, sono suddivise in due tematiche differenti: le azioni in verde sono propedeutiche alla realizzazione dell'obiettivo di lungo periodo di sviluppare un indotto turistico su Gorgonzola, mentre le azioni in blu sono finalizzate a innescare un processo di sviluppo per la riqualificazione del territorio.



Al fine di migliorare il coordinamento nell'attualizzazione delle attività, sono inoltre state incluse delle attività trasversali:

- **Analisi e monitoraggio delle azioni:** al fine di identificare al meglio l'andamento del Distretto e consentire l'applicazione di eventuali accorgimenti e correzioni
- **Attività di Governance distrettuale:** incontri programmati dei vari organi che compongono il Distretto.

Di seguito un focus sugli asset strategici:

IDENTITÀ E NETWORK

Essendo il Distretto di Commercio un ente di nuova costituzione, le prime attività saranno orientate alla definizione di una specifica identità di Distretto, partendo dalle caratteristiche territoriali e dagli spunti raccolti nel percorso di co-progettazione: **elementi gastronomici di pregio, spazi all'aria aperta, sostenibilità e innovazione imprenditoriale**. L'asset strategico prevede di veicolare **informazioni** conoscitive ai cittadini e alle imprese, come già effettuato nel percorso di definizione del Piano, così da renderli consapevoli dei vantaggi derivanti dallo strumento e aggiornare i portatori di interesse rispetto alle iniziative di discorso e ai risultati perseguiti. Partendo dal logo di Distretto, che verrà utilizzato in tutte le comunicazioni inerenti al Distretto e creato attraverso un concorso di idee, fino alle campagne di sensibilizzazione su temi rispondenti a quanto emerso dai bisogni del territorio, le attività previste sono necessarie per mantenere il **percorso di animazione territoriale** cominciato in fase di costituzione.

L'animazione del territorio verrà veicolata anche attraverso la sistematizzazione del ricco calendario degli eventi attraverso il coinvolgimento degli stakeholder locali.

Oltre alle iniziative da veicolare verso un target di utenza prevalentemente interno al Distretto, si prevede di creare degli **itinerari esperienziali** così da far conoscere i luoghi e le eccellenze di Gorgonzola ai visitatori esterni, consentendo di scoprire la cittadina non solo nei periodi di grande richiamo, costituiti prevalentemente dall'organizzazione di grandi eventi, ma durante tutto l'anno. L'attrazione di utenza esterna è anche veicolata tramite una **comunicazione mirata** da parte del Distretto al fine di far conoscere le potenzialità e attrattività del territorio.

RIGENERAZIONE URBANA E ATTRATTIVITÀ

Il Distretto vuole rendere il tessuto economico locale maggiormente **competitivo** attraverso degli interventi di **rigenerazione e riqualificazione urbana**: l'asset prevede di ripensare gli spazi aperti e riqualificare aree di interesse per il commercio.

La realizzazione delle attività è agevolata dalla presenza di edifici storici che potrebbero potenzialmente ospitare nuovi servizi per la comunità e l'utenza esterna.

La riqualificazione urbana, correlata all'iniziativa dei **locali sfitti**, vuole rendere attrattivo il territorio per l'apertura di nuove attività. Sul territorio, infatti, vi sono delle potenziali aree commerciali che ad oggi non vedono nessuna attività economica: da una parte vi sono aree di nuova costruzione e quindi naturalmente sprovviste, dall'altra vi sono aree che vanno incontro alla desertificazione commerciale. La criticità dei locali sfitti, se non affrontata, potrebbe portare a un incremento del degrado urbano e, a lungo andare, all'abbandono e spopolamento di

Gorgonzola perché città percepita come poco attrattiva o con una scarsa offerta di negozi, attività e servizi. Invertire la tendenza negativa registrata permetterebbe invece di creare impatti positivi per l'intera comunità, migliorando la qualità di vita e di lavoro di chi è già presente.

SERVIZI

L'asset strategico relativo ai servizi vuole essere attivato per rispondere alle esigenze riscontrate dai commercianti durante il percorso di co-progettazione e rilevate anche nelle attività amministrative dal partenariato di Distretto. I servizi attivati permetteranno di sostenere le imprese nello **sviluppo** e nella **crescita**, sia in termini di aumento dell'utenza sia in termini di attività interne ai commercianti per aumentare la competitività.

7. Interventi previsti

Sulla base della Strategia delineata, il Distretto di Gorgonzola intende lavorare sulle seguenti linee di intervento:

1. IDENTITÀ E NETWORK

LOGO DEL DISTRETTO

- Concorso di idee per la creazione del logo

FINALITÀ: coinvolgere il territorio nella definizione del logo di Distretto

- **COMUNICAZIONE ALL'INTERNO DEL DISTRETTO**

- Piano di comunicazione

FINALITÀ: far comprendere alle imprese e cittadini il nuovo strumento del Distretto del Commercio

- **COMUNICAZIONE AL DI FUORI DEL DISTRETTO**

- Piano di comunicazione: brand identity di Distretto

FINALITÀ: comunicare le ricchezze e le attrattive del territorio

- **SENSIBILIZZAZIONE**

- Campagna di sensibilizzazione ai cittadini e alle imprese
- Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali

FINALITÀ: coinvolgere attivamente i cittadini e le imprese aumentando gli effetti positivi del Distretto

- **ANIMAZIONE TERRITORIALE**

- Calendario unitario eventi
- Tavolo di lavoro con le associazioni

FINALITÀ: coordinare le attività eventistiche e di intrattenimento, al fine di incrementare l'impatto positivo sulla comunità e sui commercianti

- **ITINERARI ESPERIENZIALI**

- Creazione di itinerari interattivi sul territorio

FINALITÀ: incrementare l'accessibilità a utenti esterni

RIGENERAZIONE URBANA E ATTRATTIVITÀ

- **RIGENERAZIONE URBANA**

- Arredo urbano intelligente e riqualificazione degli spazi aperti
- Riqualificazione aree mercatali
- Riqualificazione edifici in chiave polifunzionale
- Progetto recupero locali sfitti

FINALITÀ: valorizzare gli elementi architettonici di pregio fornendo nuovi spazi e servizi per la comunità

- **ATTRATTIVITÀ E ACCESSIBILITÀ**

- Riqualificazione edifici per la creazione di posti letto
- Totem informativi
- Negozio condiviso per raccogliere i prodotti del territorio

FINALITÀ: attrarre maggiore utenza esterna

SERVIZI

- **FORMAZIONE**

- Programma di formazione orientato all'innovazione e alla digitalizzazione

FINALITÀ: accompagnare le imprese nel processo di sviluppo e crescita

- **CONSULENZA E ACCOMPAGNAMENTO**

- Percorsi di consulenza allo sviluppo

FINALITÀ: accompagnare le imprese nel processo di sviluppo e crescita

- **WELFARE AZIENDALE**

- Creazione di un programma di welfare aziendale in collaborazione con i commercianti

FINALITÀ: attrarre utenza nei negozi e nelle attività di vicinato

- **AZIONI VOLTE ALLA SICUREZZA**

- Creazione di un programma di welfare aziendale in collaborazione con i commercianti

FINALITÀ: incrementare la sicurezza per le attività commerciali e la cittadinanza

ANALISI E MONITORAGGIO

- **ANALISI FLUSSI DI UTENZA**

- Piano di analisi dei flussi

FINALITÀ: comprendere le abitudini dell'utenza per le vie del commercio

- **ANALISI PERFORMANCE DI DISTRETTO**

- Piano di valutazione

FINALITÀ: comprendere l'indice di gradimento dell'offerta

Di seguito il dettaglio delle schede descrittive degli interventi:

IDENTITÀ E NETWORK

• LOGO DEL DISTRETTO

- Concorso di idee per la creazione del logo

Concorso di idee per la creazione del logo

Descrizione	<p>L'azione prevede di realizzare un Logo di Distretto, al fine di renderlo uno strumento identificativo associato alla strategia adottata. Per questo si intende accompagnare il logo a uno slogan di Distretto, così da favorire l'immediata riconoscibilità sia per utenza interna che per utenza esterna al Distretto.</p> <ul style="list-style-type: none">• si prevede di coinvolgere classi degli istituti scolastici superiori di indirizzo artistico nella realizzazione del logo• al fine di coinvolgere i cittadini e imprese nel percorso di progettazione, i loghi più identificativi verranno votati attraverso una breve indagine digitale.
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione promozionale collegata entro l'inizio del 2025
Soggetti coinvolti	Studenti: realizzazione del logo Cittadini: votazione del logo Cabina di Regia: scelta finale del Logo
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none">• Strumento identificativo del Distretto

IDENTITÀ E NETWORK

• COMUNICAZIONE ALL'INTERNO DEL DISTRETTO

- Piano di comunicazione

PIANO DI COMUNICAZIONE Interno

Descrizione	<p>L'azione prevede lo sviluppo di un piano di comunicazione rivolto a un TARGET INTERNO (cittadini, imprese e stakeholders), al fine di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Far conoscere lo strumento del Distretto: veicolare materiale informativo sul Distretto del Commercio di Gorgonzola, sul suo funzionamento, sugli obiettivi perseguiti e le attività da implementare nel triennio• Comunicare le attività portate avanti dal Distretto così da far rimanere aggiornati i portatori d'interesse• Raccogliere feedback dai portatori di interesse <p>Gli strumenti di comunicazione adottati saranno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gruppo WhatsApp con le imprese per la veicolazione di informazioni utili (incontri strategici e di presentazione di idee, progettualità in corso, ...)• Mailing List con Associazioni e stakeholders territoriali, sempre nell'ottica di creare sinergie e mantenere tutti informati• Sezione web dedicata al Distretto: ad oggi già creata sul portale del Comune, verrà ampliata e aggiornata nel tempo,
-------------	--

	<p>così da fornire tutte le informazioni legati al Distretto ed appuntamenti.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social network: veicolare un set di messaggi legati al Distretto sui social network esistenti, inizialmente legati alla nascita e alle potenzialità ad esso legate, nonché ai suoi contenuti, al fine di mantenere vivo l'interesse e generare curiosità.
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione di comunicazione entro il 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: impostazione delle Linee Guida di comunicazione Consulta di Distretto: operazioni pratiche di aggiornamento del sito, contatto con gli stakeholder, coinvolgimento degli stakeholder per rafforzare l'azione di comunicazione
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione mirata a specifici target • Creazione di una identità specifica per il Distretto

IDENTITÀ E NETWORK

- **COMUNICAZIONE AL DI FUORI DEL DISTRETTO**
 - Piano di comunicazione: brand identity di Distretto
- FINALITÀ: comunicare le ricchezze e le attrattive del territorio**

PIANO DI COMUNICAZIONE: BRAND IDENTITY DI DISTRETTO	
Descrizione	<p>L'azione prevede lo sviluppo di un piano di comunicazione rivolto a un TARGET ESTERNO (cittadini, visitatori legati a un turismo sportivo, turismo culturale, turismo agriturismo), al fine di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Far conoscere il territorio del Distretto anche a utenti esterni • Comunicare le attività portate avanti dal Distretto, rendendo consapevole il target esterno dell'attivazione di un percorso di sviluppo portatore di nuovi spazi e servizi dedicati • Comunicare le iniziative e gli eventi • Raccogliere feedback dai portatori di interesse <p>Gli strumenti di comunicazione adottati saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sezione web dedicata al Distretto: ad oggi già creata sul portale del Comune, verrà ampliata e aggiornata nel tempo, così da fornire tutte le informazioni legati al Distretto ed appuntamenti. • Social network: veicolare un set di messaggi legati al Distretto sui social network esistenti
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione promozionale collegata entro l'inizio del 2025
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia: impostazione delle Linee Guida di comunicazione Consulta di Distretto: operazioni pratiche di aggiornamento del sito, contatto con gli stakeholder, coinvolgimento degli stakeholder per rafforzare l'azione di comunicazione</p> <p>Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola 2024: per la citazione del formaggio nel brand identity</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione mirata a specifici target • Creazione di una identità specifica per il Distretto

	<ul style="list-style-type: none"> • Strumento di richiamo di utenza
--	---

IDENTITÀ E NETWORK

<ul style="list-style-type: none"> • SENSIBILIZZAZIONE <ul style="list-style-type: none"> ○ Campagna di sensibilizzazione ai cittadini e alle imprese ○ Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali

Campagna di sensibilizzazione ai cittadini e alle imprese	
Descrizione	<p>L'azione prevede di realizzare una serie di incontri volti a dare spunti utili ai cittadini e alle imprese, integrando con delle comunicazioni online. La campagna avrà nomi definiti rispetto al target finale di utenza ed è volta ad animare il territorio e creare un dibattito costruttivo fatto di scambi di buone pratiche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campagna di sensibilizzazione ai cittadini: rendere consapevoli i cittadini delle ricchezze del territorio, dell'importanza della partecipazione civica, del presidio sociale e territoriale portato avanti dal comparto commerciale • Campagna di sensibilizzazione alle imprese, volta a condividere delle buone pratiche da adottare per aumentare la propria competitività e attrarre utenza: i temi saranno l'illuminazione delle vetrine la sera come presidio sociale ma anche come attrazione di nuova clientela, l'importanza di diversificare gli orari di apertura, diversificare e ampliare i prodotti e servizi forniti, la potenzialità dovuta all'utilizzo e vendita di prodotti del territorio, la sensibilizzazione sull'adozione di iniziative e pratiche sostenibili ed ecologiche, l'impatto strategico di una specializzazione dell'offerta
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione promozionale collegata entro l'inizio del 2025
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia: per l'impostazione della campagna di sensibilizzazione nei contenuti</p> <p>Consulta di Distretto: per la veicolazione dei messaggi impostati</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore visibilità delle imprese • Creazione di patti di collaborazione • Cicli di incontri sui contenuti da veicolare ai diversi target
Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali	
Descrizione	<p>L'azione prevede di avviare una campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali ai cittadini del territorio, al fine di far comprendere alla cittadinanza l'importanza dei negozi (come presidi sociali, elementi di sicurezza del territorio e driver di sviluppo economico) attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • comunicazioni social

	<ul style="list-style-type: none"> • locandine affisse nei luoghi a maggior frequentazione da parte del pubblico • quotidiani locali • incontri tematici
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione promozionale collegata entro l'inizio del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: per l'impostazione della campagna di sensibilizzazione nei contenuti Consulta di Distretto: per la veicolazione dei messaggi impostati
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore visibilità per i commercianti locali • Cicli di incontri

IDENTITÀ E NETWORK

- **ANIMAZIONE TERRITORIALE**
 - Calendario unitario eventi
 - Tavolo di lavoro con le associazioni

Calendario unitario eventi	
Descrizione	<p>L'azione prevede di favorire un coordinamento nell'organizzazione di eventi ed iniziative attrattive. L'analisi ha messo in evidenza come, essendo gli eventi organizzati sul territorio numerosi, si creino delle sovrapposizioni di alcune iniziative. Attraverso la creazione di un calendario univoco di eventi portati avanti dal comune e dagli stakeholder territoriali, si desidera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • programmare al meglio le azioni di comunicazione delle diverse proposte, così da raggiungere un numero elevato di utenti • definire i contenuti della comunicazione rispetto al target di utenza dell'evento • ridurre eventuali sovrapposizioni di eventi • coinvolgere attivamente i negozi con proposte sinergiche • ottimizzare i costi di comunicazione delle iniziative • ampliare il grado di diffusione delle iniziative attraverso il ricorso a canali più ampi
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024, per consentire l'attivazione di un'azione promozionale collegata entro l'inizio del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: approvazione del calendario eventistico Associazioni locali
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • coordinamento delle attività eventistiche
Tavolo di lavoro con le associazioni	
Descrizione	<p>L'azione prevede di realizzare un tavolo di lavoro con le principali associazioni del territorio tramite lo strumento della consulta, al fine di consentire uno scambio continuo di idee e risolvere eventuali criticità nella realizzazione della parte di eventistica. Si prevede di coinvolgere come membri attivi le associazioni consolidate e che organizzano i principali eventi, e le associazioni</p>

	che si configurano come presidio sociale del territorio, coprendo tutti i settori tematici presenti (cultura e teatro, sport, eventi, gastronomia e territorio). Oltre al coinvolgimento dei membri principali, le sedute saranno aperte anche alle associazioni che desiderano partecipare per condividere bisogni, consigli e buone pratiche. Attraverso lo scambio continuo si prevede di evitare le sovrapposizioni dei vari eventi e condividere le competenze delle associazioni nella promozione e comunicazione delle iniziative, oltre che al coinvolgimento delle imprese del territorio con particolare riguardo verso i quartieri.
Tempi	Realizzazione entro la fine del 2024
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta delle associazioni che compongono il Tavolo Associazioni locali
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione del Tavolo di lavoro “Eventi”

IDENTITÀ E NETWORK

- **ITINERARI ESPERIENZIALI**
 - Creazione di itinerari interattivi sul territorio

Creazione di itinerari interattivi sul territorio	
Descrizione	<p>La creazione di itinerari tematici nel Distretto rappresenta un'opportunità per valorizzare il territorio, promuovere il turismo locale e creare una mappa che rifletta le peculiarità del territorio. Attraverso la co-progettazione e l'utilizzo di elementi interattivi e di storytelling, gli itinerari potranno diventare un efficace strumento per far scoprire il Distretto ai suoi abitanti e ai visitatori.</p> <p>L'azione proposta prevede di creare collegamenti all'interno del perimetro di Distretto, definendo uno o più itinerari tematici e interattivi, che stabiliranno collegamenti tra cultura enogastronomica e shopping e tra cultura e natura. Inoltre, un ruolo significativo all'interno degli itinerari verrà svolto dai locali sfitti, le cui vetrine potrebbero essere decorate con fotografie e testi che raccontano la storia del territorio (leggende, tradizioni e collegamenti letterari locali), attraverso uno “storytelling di città”.</p> <p>Gli itinerari includeranno i seguenti elementi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Punti di interesse storico - culturale • Punti di interesse naturalistico • Aree ad alta concentrazione di negozi • Aree sprovviste di negozi (durante il loro rilancio, previsto nel programma inerente ai locali sfitti)
Tempi	Avvio della progettazione nel primo semestre del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta degli itinerari

	Consulta di Distretto: sviluppo dei luoghi di interesse e dei contenuti
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilità per le imprese del territorio • Recupero dei negozi sfitti • Accessibilità digitale a utenti esterni

RIGENERAZIONE URBANA E ATTRATTIVITÀ

- **RIGENERAZIONE URBANA**
 - Arredo urbano intelligente e riqualificazione degli spazi aperti
 - Riqualificazione aree mercatali
 - Riqualificazione edifici in chiave polifunzionale
 - Progetto recupero locali sfitti

Arredo urbano intelligente e riqualificazione degli spazi aperti	
Descrizione	<p>L'azione prevede di introdurre elementi di arredo urbano che permettano anche di svolgere servizi di utilità al Distretto, tramite la creazione di isole verdi e digitali all'aria aperta, e spazi dedicati alla socialità. La scelta delle vie e delle Piazze verrà effettuata in aree altamente frequentate e/o di passaggio e con un numero consistente di negozi</p> <p>Gli elementi di arredo urbano previsti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panchine intelligenti, che permettano di erogare servizi di ricarica per e-bike e smartphone, alimentate da pannelli solari • Lampioni intelligenti, che regolano l'intensità dell'illuminazione in base alla presenza o meno di persone, da integrare con sistemi di monitoraggio legati alla sicurezza pubblica • Passerella ciclopedonale sul Naviglio, che collega Via Milano con Via Colombo per far dialogare facilmente due quartieri altrimenti scollegati • Chiatte sul Naviglio, postazioni galleggianti a uso turistico e ricreativo per valorizzare il naviglio soprattutto nel periodo estivo
Tempi	Avvio della progettazione nel primo semestre del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: per la scelta delle aree maggiormente idonee Consulta di Distretto: per lo sviluppo dei contenuti progettuali, anche in collegamento con fornitori specializzati
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore visibilità per imprese del territorio • Incremento delle attività commerciali nei quartieri collegati dalla passerella sul Naviglio • Incremento della sicurezza e del monitoraggio • Diminuzione dei consumi energetici

	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento dei flussi turistici
Riqualificazione aree mercatali	
Descrizione	L'azione mira a valorizzare uno degli aspetti ritenuti strategici per la stabilità della popolazione locale e per l'erogazione di servizi essenziali: le aree mercatali . Il comune dispone di mercati di varie dimensioni che non sfruttano le risorse enogastronomiche locali: è necessario attrezzare adeguatamente queste aree per renderle più attraenti anche per i mercatali, installando colonnine per la ricarica elettrica, scarichi, servizi pubblici.
Tempi	Avvio della progettazione nel primo semestre del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta delle azioni da attivare Consulta di Distretto: progettazione interventi
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziamento dell'offerta merceologica delle aree mercatali
Riqualificazione edifici in chiave polifunzionale	
Descrizione	<p>Si prevede di effettuare una mappatura degli edifici da ristrutturare, da destinare a finalità differenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uffici coworking, start-up, studi professionali o altre attività terziarie che possano beneficiare di una posizione centrale e di un ambiente dinamico e collaborativo. • Sale polivalenti per conferenze, mostre, spettacoli, corsi di formazione o altri eventi culturali e aggregativi. • Spazi per il tempo libero: spazi che facilitino l'aggregazione e la socializzazione • Spazi per l'associazionismo: sedi per associazioni culturali, sportive, sociali o di altro tipo che possano contribuire a creare un tessuto sociale attivo e coeso. • Negoziato condiviso: creazione di uno spazio riservato alla vendita dei prodotti locali e a km zero <p>In base alle caratteristiche dell'edificio verranno vagliate le seguenti soluzioni architettoniche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adeguamento funzionale: modifiche interne all'edificio per adattarlo alle nuove funzioni previste, creando spazi flessibili e modulari che possano rispondere a diverse esigenze • Impiantistica: realizzazione di nuovi impianti elettrici, idrici, di climatizzazione e di sicurezza per garantire il comfort e l'efficienza energetica dell'edificio. • Restauro conservativo: restauro delle facciate, delle strutture portanti e degli elementi decorativi dell'edificio, con l'obiettivo di preservarne l'autenticità e il valore storico • Accessibilità: eliminazione delle barriere architettoniche e realizzazione di percorsi accessibili per persone con disabilità • Adozione di soluzioni per migliorare l'efficienza energetica dell'edificio
Tempi	Monitoraggio degli edifici nel primo semestre del 2025, per consentire l'attivazione della progettazione tecnica nel secondo semestre 2025 e l'inizio lavori entro la fine del 2025

Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta degli edifici idonei Consulta di Distretto: monitoraggio degli edifici e sviluppo dei progetti tecnici Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola 2024
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziamento dell'offerta dei servizi
Progetto recupero locali sfitti	
Descrizione	<p>L'azione mira a contrastare il fenomeno della desertificazione commerciale che incide negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estetica delle vie: le strade vengono percepite come degradate • Operatività delle imprese: le aziende che ancora operano in queste aree vedono ridurre i flussi di utenza, compromettendo la loro attività. <p>Nella prima fase di avvio del Distretto, intendiamo utilizzare le vetrine sfitte per una funzione di “narrazione”, in collegamento con gli itinerari tematici. Successivamente, passeremo a una seconda fase che prevede il contatto con i proprietari dei negozi sfitti, con l'obiettivo di rimetterli in circolazione. Questo sarà accompagnato da servizi di sgravio fiscale e semplificazione amministrativa da parte dell'amministrazione comunale per favorire le riaperture.</p> <p>Per quanto riguarda il primo aspetto, si prevede di attivare una narrazione che utilizzi le vetrine vuote come spazi espositivi per cartelloni con immagini e testi che raccontano storie locali: fotografie storiche, aneddoti, curiosità, aspetti della tradizione o ricette tipiche. Inoltre, in collaborazione con le associazioni locali, potranno essere allestite mostre e/o negozi temporanei per rendere i quartieri più vivaci.</p> <p>Per il secondo aspetto, si procederà a contattare i proprietari dei locali sfitti per avviare un percorso di incontro tra domanda e offerta, abbinato a politiche di sgravio fiscale e semplificazione amministrativa da parte dei Comuni. Si cercherà inoltre di sponsorizzare la creazione di temporary shop.</p>
Tempi	Avvio del progetto di narrazione del Distretto nel corso del I semestre del 2025 Avvio del progetto incontro domanda/offerta alla fine del 2025 e per tutto il 2026
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: per la scelta delle modalità di azione Consulta di Distretto: per l'attivazione di un gruppo di lavoro che possa lavorare sui contenuti che saranno veicolati
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la narrativa di Distretto • Creazione di mostre che attraggano nuova utenza • Riduzione dei vuoti urbani • Maggiore utilizzo dello strumento dei temporary shop

RIGENERAZIONE URBANA E ATTRATTIVITÀ

• **ATTRATTIVITÀ E ACCESSIBILITÀ**

- Riqualificazione edifici per la creazione di posti letto
- Totem informativi
- Negozio condiviso per raccogliere i prodotti del territorio

Riqualificazione edifici per la creazione di posti letto	
Descrizione	L'azione prevede di riqualificare edifici storici per creare un albergo diffuso e ostelli per la gioventù , al fine di aumentare l'accessibilità dei luoghi anche per un target turistico distante (come turisti stranieri e provenienti dal sud Italia). Questo include sia gli amanti dei prodotti locali sia i cicloturisti che fanno tappa a Gorgonzola, riconosciuta come uno snodo cicloturistico rilevante. Dall'analisi territoriale, infatti, è emerso che Gorgonzola dispone di poche strutture ricettive. Pertanto, il distretto intende creare nuovi posti letto per avviare un percorso di sviluppo turistico, con ricadute positive per il settore commerciale, che vedrà un aumento del flusso di utenti.
Tempi	Monitoraggio degli edifici nel primo semestre del 2025, per consentire l'attivazione della progettazione tecnica nel secondo semestre 2025 e l'inizio lavori entro la fine del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta degli edifici idonei Consulta di Distretto: monitoraggio degli edifici e sviluppo dei progetti tecnici
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento dell'utenza turistica sul territorio • Recupero di edifici in disuso • Avvio di un'offerta di mercato per il turista • Apertura di nuove attività commerciali
Sistemi informativi e segnaletica turistica	
Descrizione	<p>L'installazione di totem e cartelli informativi rivolta prevalentemente a un target turistico, ma usufruibile anche dai cittadini, è volta al veicolare informazioni utili a visitatori esterni: le attrazioni locali, informazioni legati alla storia e alla cultura, i prodotti tipici del territorio gorgonzolese e i negozi del luogo.</p> <p>Saranno installati in punti strategici (il centro cittadino, stazione metropolitana, in prossimità del Naviglio, nelle piazze, in prossimità degli edifici storici ecc.) e prevede di rendere disponibili le azioni in italiano e altre lingue.</p> <p>Nello specifico, forniranno le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mappe interattive del territorio • Descrizioni di attrazioni locali • Informazioni su eventi e manifestazioni • Indicazioni per raggiungere i principali punti di interesse

	<ul style="list-style-type: none"> • Elenco esaustivo dei siti di interesse storico, architettonico e paesaggistico • Collegamenti a siti web e app turistiche • Collegamenti a contenuti multimediali quali video o audio descrittivi
Tempi	Avvio nel secondo semestre del 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta delle aree idonee e del numero di totem informativi da installare
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Migliore veicolazione dei flussi di utenza • Incrementare l'utenza turistica • Maggiore visibilità per imprese ed enti del territorio

SERVIZI

- **FORMAZIONE**
 - Programma di formazione orientato all'innovazione e alla digitalizzazione

Programma di formazione orientato all'innovazione e alla digitalizzazione	
Descrizione	<p>L'azione prevede di supportare le imprese nel processo di crescita mediante l'attivazione di un programma di formazione che migliorino le competenze interne all'impresa. I corsi di formazione sono volti a veicolare alle imprese concetti e contenuti di innovazione e digitalizzazione, al fine di semplificare la gestione delle vendite e la promozione dell'attività.</p> <p>Di seguito alcune tematiche dei corsi che si vorrebbero attivare, anche rispetto ai bisogni riscontrati dai questionari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale e comunicazione: sicurezza informatica, marketing online, creazione e gestione di un negozio online, sistemi di ordinazione e pagamento online, prenotazioni online, utilizzo dell'intelligenza artificiale • Innovazione: sostenibilità ambientale, miglioramento della produttività, specializzazione dell'offerta • Sostenibilità: allineamento con gli indicatori per la misurazione BES (Benessere equo e sostenibile) e SDGs (i Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite) <p>I contenuti della formazione verranno elaborati anche sulla base delle esigenze future delle attività commerciali</p>
Tempi	Avvio della programmazione dei corsi nel primo semestre 2025. I corsi saranno veicolati nelle annualità seguenti
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: scelta della programmazione Consulta di Distretto: progettazione del piano formativo
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Miglioramento competitivo delle imprese • Miglioramento della sostenibilità delle imprese

SERVIZI

• WELFARE AZIENDALE

- Creazione di un programma di welfare aziendale in collaborazione con i commercianti

WELFARE AZIENDALE

Descrizione	<p>L'azione prevede di avviare un confronto con le grandi imprese presenti sul territorio, le associazioni di categoria e i sindacati, al fine di valutare la possibilità di introdurre buoni welfare utilizzabili nei negozi del Distretto, a vantaggio del piccolo commercio. Di seguito le fasi di attuazione:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tavolo di lavoro: istituzione di un tavolo di lavoro permanente con le grandi imprese, le associazioni di categoria e i sindacati per definire congiuntamente le caratteristiche dei buoni welfare, le modalità di distribuzione e utilizzo, nonché la strategia di comunicazione e promozione.• Definizione dei buoni welfare: specifica dei dettagli dei buoni welfare, tra cui i tagli di prezzo, le modalità di emissione e distribuzione, i termini di utilizzo e le categorie di prodotti e servizi ammessi.• Adesione a una piattaforma digitale(o sviluppo): piattaforma per la gestione dei buoni welfare, che consenta ai beneficiari di consultare il proprio saldo, effettuare acquisti online e offline e monitorare lo storico degli acquisti.• Accordi con i commercianti: stipula di accordi con gli esercenti del Distretto per l'accettazione dei buoni welfare come metodo di pagamento.
Tempi	Avvio nel primo semestre 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia: per l'impostazione del Gruppo di lavoro Consulta di Distretto: per il coordinamento del gruppo di lavoro
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none">• Incremento delle occasioni di vendita da parte dei negozi• Incremento della visibilità dei negozi agli occhi dell'utenza• Possibilità per i negozi di potenziare la propria offerta

SERVIZI

• CONSULENZA E ACCOMPAGNAMENTO

- Percorsi di consulenza allo sviluppo

Percorsi di consulenza allo sviluppo

Descrizione	<p>L'azione prevede di supportare le imprese nel loro processo di sviluppo e crescita attraverso percorsi di consulenza mirata. In collaborazione con le associazioni di categoria, si intende favorire la nascita di nuove imprese, offrendo supporto per le procedure di avvio</p>
-------------	--

	e per un'adeguata introduzione nel contesto economico, in linea anche con il progetto dei locali sfitti (incontro domanda/offerta e nuovo insediamento). Allo stesso tempo, si prevede di fornire consulenza alle imprese esistenti per il loro sviluppo, avvalendosi di partner qualificati che possano guidarle verso modelli di management avanzati, anche nel caso di imprese senza dipendenti. Le imprese verranno inoltre informate delle opportunità proposte da altri enti (iniziative o bandi regionali, ministeriali europei.)
Tempi	Avvio delle progettazioni dei percorsi nel II semestre del 2025 e sua prosecuzione negli anni a venire
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia e imprese
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Cabina di Regia: scelta della programmazione • Consulta di Distretto: progettazione del piano formativo • Miglioramento competitivo delle imprese

SERVIZI

- **AZIONI VOLTE ALLA SICUREZZA**
 - Creazione di un programma di welfare aziendale in collaborazione con i commercianti

Azioni volte alla sicurezza	
Descrizione	<p>L'azione prevede di introdurre un sistema di controllo di vicinato mediante l'avvio di attività di coordinamento tra referenti dei quartieri gorgonzolesi, in sinergia con le forze dell'ordine, al fine di incrementare la sicurezza per le attività commerciali e la cittadinanza.</p> <p>Nello specifico, l'azione prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costituzione di un Tavolo permanente legato alla sicurezza • Organizzazione di incontri e informazione sulle best practice per la sicurezza • Creazione del sistema di controllo del vicinato <p>L'attività sarà supportata dall'installazione di elementi di arredo urbano intelligente, che tramite sensori di movimento registrerà i flussi di visitatori.</p>
Tempi	Costituzione del Tavolo entro la fine del 2024 e avvio dei cicli di incontri dal 2025
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia, imprese, cittadinanza
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento della sicurezza sul territorio • Favorire la coesione sociale • Miglioramento della vivibilità urbana • Prevenzione di danni a proprietà private e pubbliche

ANALISI E MONITORAGGIO

• ANALISI FLUSSI DI UTENZA

- analisi dei flussi

Analisi dei flussi

Descrizione	L'azione prevede di avviare un piano di analisi dei flussi di utenza , al fine di comprendere le abitudini di frequentazione delle zone ad alta densità commerciale, in sinergia con l'iniziativa dell'arredo urbano intelligente: tramite il posizionamento di rilevatori specifici, si potrà monitorare l'andamento del flusso a livello giornaliero e settimanale. I dati verranno sintetizzati in report che potranno essere veicolati nella campagna di sensibilizzazione alle imprese (per esempio se si denota un flusso consistente in un periodo di chiusura delle attività commerciali). Lo strumento si configura come fondamentale nel supporto per l'identificazione di promozioni ed iniziative specifiche in particolari periodi e per favorire la nascita di iniziative attrattive nei luoghi a minore affluenza.
Tempi	Attivazione dal secondo semestre 2025
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none">• Cabina di Regia: per la scelta dei luoghi nei quali posizionare i rilevatori• Consulta di Distretto: per l'impostazione del programma di rilevazione, anche in collaborazione con esperti della materia. Elaborazione dei report di monitoraggio
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none">• Maggior conoscenza dei diversi target di Distretto (imprese, utenza)• Raccolta di dati utili allo sviluppo di progettualità condivise

ANALISI E MONITORAGGIO

• ANALISI PERFORMANCE DI DISTRETTO

- Piano di valutazione

Piano di valutazione

Descrizione	<p>L'azione prevede di avviare una valutazione delle performance del Distretto e delle sue azioni, rispetto al raggiungimento degli obiettivi che ci si pone.</p> <p>Nello specifico, si intende impostare un set di indicatori che dovranno essere monitorati nel tempo (ex-ante, all'avvio dei progetti; in itinere, durante la loro realizzazione; ex-post al loro termine) per capire se le azioni avviate dal Distretto siano efficaci o meno o se servano dei correttivi. In questa fase vengono individuati questi primi indicatori, che si intendono monitorare:</p> <p>Indicatori qualitativi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Grado di soddisfazione, da parte dell'utenza, dell'offerta del Distretto (esperienze, servizi, negozi, ...)• Conoscenza del Distretto e dei suoi elementi distintivi• Diffusione dei social e del web
-------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Competenze acquisite attraverso la formazione e la consulenza <p>Indicatori quantitativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione delle imprese alle iniziative di Distretto • Locali sfitti reimpiegati • Aree rigenerate • Edifici riqualificati • Grado di coinvolgimento di stakeholders e cittadini nelle azioni di Distretto
Tempi	Attivazione dal secondo semestre 2025
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> • Cabina di Regia: programmazione delle analisi di monitoraggio • Consulta di Distretto: per l'impostazione delle indagini
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Maggior conoscenza dei diversi target di Distretto (imprese, utenza) • Raccolta di dati utili allo sviluppo di progettualità condivise

Di seguito il cronoprogramma delle iniziative che verranno portate avanti dal Distretto del Commercio:

AZIONI	2024	2025	2026	2027
Identità e Network				
Concorso di idee per la creazione del logo				
Piano di comunicazione interno				
Piano di comunicazione: brand identity di Distretto				
Sensibilizzazione ai cittadini e imprese				
Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali				
Calendario unitario eventi				
Tavolo di lavoro con le associazioni				
Itinerari esperienziali				
Rigenerazione urbana e attrattività				
Arredo urbano intelligente e spazi aperti				
Riqualificazione aree mercatali				
Riqualificazione edifici in chiave aggregativa e polifunzionale				
Progetto recupero locali sfitti				
Riqualificazione edifici per la creazione di posti letto				
Totem informativi				
Servizi				
Programma di formazione				
Welfare aziendale				

Percorsi di consulenza allo sviluppo				
Azioni volte alla sicurezza				
ANALISI E MONITORAGGIO				
Piano di analisi dei flussi, anche in collegamento ad arredo urbano intelligente				
Piano di valutazione dell'offerta di distretto				

8. Governance di Distretto

Regione Lombardia considera i Distretti del Commercio come "sistemi di **governance**", in cui il commercio offre opportunità da armonizzare in modo unitario e coordinato, basandosi su una visione condivisa e su un Programma di Intervento del Distretto.

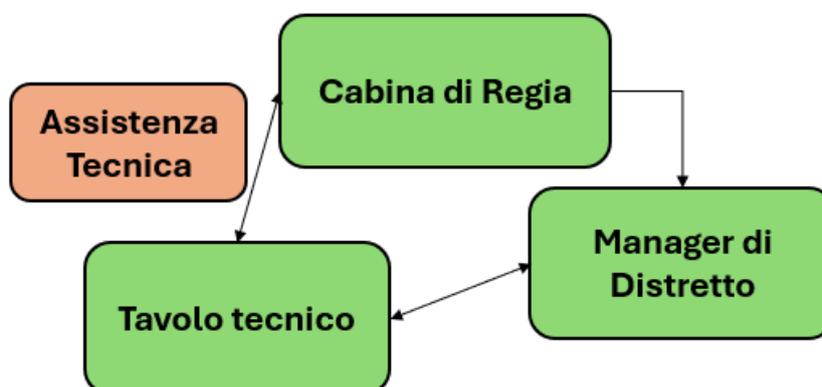
Per garantire il corretto funzionamento del Distretto, affinché produca effetti desiderati e sia autosufficiente, è essenziale disporre di un partenariato solido e inclusivo. Tale partenariato, attraverso specifici organi, deve essere in grado di prefissarsi obiettivi definiti.

In questa fase iniziale di formazione del Distretto, il processo di governance è stato mantenuto a un livello minimale: l'Accordo di Partenariato è stato formalizzato dal Comune di Gorgonzola e da Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza, soggetti fondatori del Distretto. La scelta di adottare un modello minimale è stata fatta poiché si tratta della prima esperienza di cooperazione strutturata per il territorio, con l'intento di consolidare prima il processo collaborativo d'area per poi aprire ad altri stakeholder del territorio.

Gorgonzola è stato individuato come ente capofila del Distretto, con i seguenti compiti principali:

- Rappresentare il partenariato di fronte alla Regione Lombardia
- Avviare un processo di co-progettazione delle linee strategiche alla base del Distretto, aperto alla comunità locale e ai suoi attori (imprese, cittadini, associazioni, ecc.)
- Coordinare l'implementazione del programma d'intervento e garantirne il monitoraggio
- Promuovere le azioni necessarie per partecipare ai bandi di contributo utili al finanziamento di specifici progetti inseriti nel piano strategico

Il modello di governance scelto per amministrare l'azione distrettuale prevede:



LA CABINA DI REGIA

La Cabina di Regia funge da **organo direttivo strategico** del partenariato, con poteri decisionali, di indirizzo e di vigilanza sulle attività del Distretto, a cui gli altri organi devono conformarsi. Si riunisce almeno una volta ogni tre mesi, anche in modalità remote e telematiche. Attraverso la Cabina di Regia vengono prese le decisioni del Distretto, seguendo principi di gestione agile ed efficace, con un approccio sinergico e condiviso.

I membri della Cabina di Regia per il nostro Distretto sono:

- Un rappresentante per Gorgonzola (Sindaco o Assessore delegato)
- Un rappresentante dell'Unione Confcommercio

I compiti della Cabina di Regia includono:

- **Promuovere e sostenere l'elaborazione, l'implementazione e, se necessario, l'aggiornamento** del Programma di Intervento strategico, nel rispetto dei vincoli stabiliti dal Regolamento e dai potenziali Bandi di finanziamento.
- Garantire che le iniziative e le azioni nel Distretto, in conformità con il Programma di Intervento, siano mirate al **coinvolgimento** completo dell'intera area territoriale del Distretto.
- Impegnarsi per fare del Distretto un **punto strategico** per la promozione dell'economia locale.
- Approvare la definizione dettagliata dei progetti proposti.
- Stabilire il **processo di progettazione integrata**, fondamentale per la creazione e la sostenibilità nel tempo del Distretto commerciale, identificando ulteriori opportunità di sviluppo e capacità di attrarre risorse aggiuntive.
- Vigilare sull'attuazione del Programma di Intervento e verificarne la corretta realizzazione.
- Accogliere le richieste di **eventuali nuovi partner** che desiderano aderire al Distretto dopo la sua costituzione; i nuovi partner entreranno a far parte esclusivamente della Consulta di Distretto.
- Approvare l'assegnazione e l'utilizzo di **finanziamenti** destinati al Distretto, ricevuti da qualsiasi partner ammesso dopo la costituzione del Distretto, escludendo quelli derivanti da specifici bandi.
- Designare, se necessario, il **Manager del Distretto** e definirne le responsabilità, in conformità con quanto stabilito nell'Accordo di Distretto. La nomina del Manager del Distretto richiede il consenso unanime.

LA CONSULTA DI DISTRETTO

La Consulta di Distretto è composta dai rappresentanti di tutti i partner del Distretto, inclusi quelli successivamente ammessi al partenariato. È un organo consultivo dove si discute lo stato di avanzamento del Programma di Distretto e vengono presentati suggerimenti, proposte o segnalazioni da inoltrare alla Cabina di Regia.

La Consulta di Distretto si riunisce attraverso assemblee che possono approvare proposte o segnalazioni da presentare alla Cabina di Regia. Le riunioni si svolgono almeno una volta ogni tre

mesi, tramite sessioni ordinarie trimestrali, con la possibilità di utilizzare modalità a distanza e telematiche. La Consulta di Distretto prende decisioni con voto a maggioranza.

Al suo interno possono essere attivati, su richiesta e in base a specifiche esigenze, Tavoli di lavoro tematici o di quartiere. Questi gruppi di confronto e lavoro operano su tematiche specifiche di interesse per il Distretto, come l'organizzazione di eventi e attività di comunicazione e promozione.

IL MANAGER DI DISTRETTO

Pur mantenendo i poteri decisionali in capo alla Cabina di Regia, nell'ambito delle attività del Distretto può essere nominato un Manager di Distretto. Questa figura ha il compito di assicurare la direzione unitaria del Distretto e di collaborare con gli stakeholder coinvolti (Comuni, organizzazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori, ecc.).

Il Manager di Distretto svolge ruoli esecutivi e può essere selezionato sia internamente che esternamente alla pubblica amministrazione. Egli propone **iniziative** progettuali, coordina e fornisce **supporto tecnico-organizzativo** per lo sviluppo di azioni sinergiche con la Cabina di Regia, in linea con le specifiche tematiche stabilite nell'Accordo di Distretto e nel Programma di Distretto. I compiti del Manager di Distretto includono:

- Analisi e comprensione delle dinamiche del Distretto in cui opera
- Sviluppo e consolidamento delle partnership, mantenendo un equilibrio tra attori pubblici e privati e identificando opportunità vantaggiose per tutti i partner
- Organizzazione e convocazione di riunioni periodiche
- Gestione delle riunioni con i partner e con la comunità
- Coordinamento dell'implementazione delle azioni previste nell'Accordo di Distretto, nel Programma di Distretto e nei progetti approvati dalla Cabina di Regia, guidando le fasi previste e promuovendo la collaborazione
- Interazione con altre amministrazioni nelle attività del Distretto, quando esplicitamente incaricato dalla Cabina di Regia con una delibera unanime

Il Manager di Distretto si impegna affinché le azioni e i programmi di intervento decisi dalla Cabina di Regia siano effettivamente realizzati.

9. Budget di Distretto

Il Distretto, per funzionare correttamente nel tempo, deve porsi obiettivi specifici legati a una visione di cambiamento, aggregare concretamente i diversi attori locali e focalizzare l'attenzione su specifiche linee strategiche e pochi progetti di sistema. Inoltre, è essenziale dotarsi di un **budget annuale** per supportare le azioni di base del Distretto, principalmente legate alla promozione e al coinvolgimento attivo della comunità.

Parallelamente, il Distretto del Commercio deve attivarsi per intercettare fondi derivanti da bandi pubblici e privati, al fine di realizzare gli interventi ritenuti maggiormente strategici.

I fondatori del Distretto hanno quindi stabilito di prevedere:

- **Budget di distretto:** prevedere una quota fissa, legata al numero di abitanti, che il Comune mette a disposizione all'inizio dell'anno per il funzionamento del Distretto. Si prevede quindi un budget di circa € 25.000,00 all'anno, per un totale di € 75.000,00 durante il Piano strategico triennale.
- **Bandi di contributo:** partecipazione ai bandi di contributo, per realizzare con successo le progettualità, di natura capitale e corrente, inserite nel presente documento strategico.