



## **Bando per l'accesso all'agevolazione regionale relativa all'istituzione dei Distretti del Commercio**

D.D. 23 dicembre 2020, n. 396



Comune di  
Banchette



Comune di  
Borgofranco di Ivrea



Comune di  
Lessolo



Comune di  
Fiorano Canavese



Comune di  
Montalto Dora



Comune di  
Pavone Canavese



Comune di  
Quassolo



Comune di  
Salerano  
Canavese



Comune di  
Samone

## **DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DALLA DORA AL CHIUSELLA**

**Relazione Sintetica di Fattibilità**

**MARZO 2021**

## Sommario

|       |                                                                                                        |    |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1     | L'ambito del Distretto Diffuso del Commercio e il contesto economico e territoriale .....              | 3  |
| 1.1   | I comuni coinvolti nella proposta del Distretto Diffuso del Commercio .....                            | 3  |
| 1.1.1 | Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella .....                                          | 3  |
| 1.1.2 | Descrizione dei territori comunali coinvolti e delle loro caratteristiche salienti .....               | 4  |
| 1.1.3 | Motivazione della scelta della perimetrazione territoriale .....                                       | 10 |
| 1.2   | Contesto socioeconomico .....                                                                          | 12 |
| 1.3   | Descrizione dell'ambito di intervento .....                                                            | 14 |
| 1.4   | Individuazione dei territori con cui il distretto diffuso compete dal punto di vista commerciale ..... | 15 |
| 2     | Focus sugli aspetti relativi all'offerta commerciale .....                                             | 17 |
| 2.1   | Dati punti vendita .....                                                                               | 17 |
| 2.2   | Descrizione del sistema locale del commercio .....                                                     | 18 |
| 2.2.1 | Evoluzione dell'offerta commerciale .....                                                              | 20 |
| 2.2.2 | Domanda potenziale e rapporto con i competitori .....                                                  | 21 |
| 2.3   | Analisi SWOT: punti di forza e debolezza, opportunità e minacce .....                                  | 21 |
| 2.4   | L'impatto del COVID sul territorio .....                                                               | 22 |
| 3     | Il partenariato .....                                                                                  | 23 |
| 3.1   | Motivazione della scelta del partenariato .....                                                        | 23 |
| 3.2   | Presentazione degli attori coinvolti .....                                                             | 23 |
| 3.3   | Il modello di governance .....                                                                         | 26 |
| 4     | Programma strategico per il raggiungimento degli obiettivi .....                                       | 27 |
| 4.1   | Indirizzi strategici del Distretto del Commercio .....                                                 | 27 |
| 4.2   | Obiettivo strategico del Distretto "Dalla Dora al Chiusella" .....                                     | 27 |
| 4.3   | Obiettivi del Distretto Diffuso del Commercio una volta avviato .....                                  | 27 |
| 4.4   | Obiettivi specifici della presente proposta .....                                                      | 30 |
| 4.5   | Azioni progettuali per l'avvio del distretto .....                                                     | 30 |
| 4.6   | Percorso operativo per la realizzazione del Distretto de Commercio .....                               | 30 |
| 4.7   | Indicatori di output e di outcome .....                                                                | 30 |
| 4.8   | Impatto previsto .....                                                                                 | 31 |

# 1 L'ambito del Distretto Diffuso del Commercio e il contesto economico e territoriale

## 1.1 I comuni coinvolti nella proposta del Distretto Diffuso del Commercio

### 1.1.1 Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

Il DDC "dalla Dora al Chiusella" è costituito dai comuni di Banchette, Borgofranco d'Ivrea, Lessolo, Fiorano Canavese, Montalto Dora, Pavone Canavese, Quassolo, Salerano Canavese, Samone. Il Comune capofila è il Comune di Pavone.

Si colloca ai piedi della Morena destra dell'Anfiteatro Morenico di Ivrea all'interno della zona Omogenea Eporediese della Città Metropolitana di Torino, che comprende 58 Comuni. Si tratta di un territorio che ha una forte identità geo-morfologica. Questo territorio ha sempre avuto e ha tuttora rapporti stretti e sinergici con i territori circostanti, di identità Canavesana, che oggi possono essere ricondotti sostanzialmente alle Zone Omogenee del Canavese Occidentale, Ciriacese e Chivassese.



Figura 1 - Collocazione geografica

## 1.1.2 Descrizione dei territori comunali coinvolti e delle loro caratteristiche salienti

|                             | Banchette | Borgofranco | Lessolo | Fiorano | Montalto | Pavone | Quassolo | Salerano | Samone | Totale |
|-----------------------------|-----------|-------------|---------|---------|----------|--------|----------|----------|--------|--------|
| Abitanti                    | 3.246     | 3.740       | 1.922   | 798     | 3.474    | 3.886  | 348      | 490      | 1.593  | 19.497 |
| Famiglie                    | 1.598     | 1.758       | 888     | 375     | 1.574    | 1.717  | 168      | 219      | 707    | 7406   |
| Età media                   | 46,9      | 46,8        | 48,3    | 48,9    | 47,1     | 47,3   | 49,4     | 48,2     | 45,0   |        |
| Reddito medio               | 15.576    | 14.893      | 15.597  | 15.669  | 16.029   | 16.632 | 13.803   | 17.307   | 16.138 |        |
| Tasso natalità              | 4,0       | 6,2         | 3,6     | 4,9     | 4,7      | 6,7    | 5,7      | 5        | 5,6    |        |
| Densità per Km <sup>2</sup> | 1.495,9   | 280,4       | 242,1   | 184,7   | 463,8    | 384,5  | 89,7     | 227,9    | 634,7  |        |
| Estensione Km <sup>2</sup>  | 2,17      | 13,34       | 7,94    | 4,32    | 7,49     | 11,15  | 3,88     | 2,15     | 2,51   | 52,78  |

|                                 | Banchette                                                                           | Borgofranco d'Ivrea                                                                  | Lessolo                                                                               |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 |    |    |    |
| <b>ELEMENTI CARATTERIZZANTI</b> | Castello medioevale, Pignoletto rosso, Parco della Roggia Rossa                     | Balmetti, Canestrelli Asparago blu                                                   | Fontane Miniera                                                                       |
| <b>EVENTI</b>                   | Sagra del Mais Pignoletto Rosso                                                     | Carnevale Festival dei Balmetti                                                      | Carnevale                                                                             |
| <b>KEYWORD</b>                  | commercio e servizi, coltivazioni biologiche                                        | agricoltura e paesaggio artigianato produttiva                                       | Industria e servizi                                                                   |
|                                 | Fiorano Canavese                                                                    | Montalto Dora                                                                        | Pavone Canavese                                                                       |
|                                 |   |   |   |
| <b>ELEMENTI CARATTERIZZANTI</b> | Colle Fiorentino                                                                    | Castello di Montalto Cavolo verza                                                    | Castello del d'Andrade, Percorsi naturalistici Paraj Auta - Chiusella                 |
| <b>EVENTI</b>                   | Carnevale Sagra dei gusti                                                           | Sagra del cavolo verza                                                               | Carnevale - Ferie Medievali - Fiera di settembre                                      |
| <b>KEYWORD</b>                  | Agricoltura, paesaggio, sport outdoor                                               | turismo                                                                              | Turismo, cultura e commercio                                                          |
|                                 | Quassolo                                                                            | Salerano Canavese                                                                    | Comune di Samone                                                                      |
|                                 |  |  |  |
| <b>ELEMENTI CARATTERIZZANTI</b> | Pianoro Praja                                                                       | Torri Sant'urbano e Sclopis                                                          | Villa Garda                                                                           |
| <b>EVENTI</b>                   | Sagra del Porcino                                                                   | Festa Madonna della Neve                                                             | Festa di San Rocco                                                                    |
| <b>KEYWORD</b>                  | paesaggio                                                                           | paesaggio                                                                            | artigianato produttivo                                                                |

### 1.1.2.1 Pavone Canavese

Il distretto si apre da sud con Pavone Canavese, il cui territorio è molto ben collegato dal punto di vista stradale, in quanto servito direttamente dalle autostrade Torino – Aosta (A5) e dalla “bretella” di collegamento con l’A4 (Torino – Milano). Pavone è un comune che ha sviluppato una propria realtà produttiva e commerciale, aprendo al primo centro commerciale dell’area, il Bennet, già nel 1996, dal 2007 affiancato dal parco commerciale che ricade nel territorio di Banchette. Ne ha risentito, naturalmente, il centro storico che tuttavia, grazie ai vincoli di tutela, con il suo Ricetto a ridosso del castello conserva ancora numerose cellule risalenti al XIV secolo e tuttora conservate allo stato originario e la torre-porta quadrangolare di accesso, offrendo ottimi spunti di visita.

Collocato sulla sponda destra del corso della Dora Baltea nel settore frontale dell’apparato morenico noto come “Anfiteatro Morenico” di Ivrea, ha un territorio pianeggiante (“piana Eporediese”) e collinare in corrispondenza del Monte Appareggio detto “Paraj auta” residuo di una antica cerchia morenica, ora riconosciuto come SIC di interesse comunitario per la conservazione degli habitat naturali della flora e fauna selvatica. Tra i vigneti della Paraj Auta ed i sentieri ancora contornati da muri a secco, si trovano la Chiesa di San Grato con i suoi affreschi del ‘400 di Giacomino da Ivrea e un importante sito archeologico. Su di esso si erge sulla il Castello oggi sede di un ristorante, albergo 4 stelle e centro congressi, considerato, ancor oggi uno dei più scenografici e fiabeschi castelli. Già presente dall’anno 1000 e, progressivamente evolutosi nei secoli successivi fino al restauro di fine Ottocento da parte di Alfredo d’Andrade, esso domina il centro storico, che conserva ancora molto bene le importanti tracce dell’antico ricetto trecentesco. L’abitato di Pavone si sviluppa poi attraverso le strade che dal nucleo centrale del paese portano verso le sue borgate o cantoni: Dossi, Quilico, Chiusellaro, Marchetti, Molla, Dietro Castello, Sanguignolo per giungere al torrente Chiusella, che costituisce il suo limite meridionale naturale, offrendo terreni molto fertili, coltivati in prevalenza a frumento, granoturco e piantagioni di pioppeti.

Su Pavone l’amministrazione ha avviato un costante lavoro di valorizzazione turistica anche realizzando una propria proposta di anello che percorre tratti della via Francigena, puntando a riconvertire a luoghi di narrazione dell’attività e della cultura locale le sue vecchie fabbriche - oggi architetture dell’archeologia industriale, e continuando a promuovere le componenti locali culturali e tradizionali con feste popolari come la “Festa dell’Allegria” a giugno, “Pavone in Festa” con la Patronale a settembre, le rievocazioni storiche: “Ferie medievali” e “La passione di Cristo”, anche a sostegno delle sue attività ricettive.

Infine, su Pavone insiste parte dell’importante Bioindustry park, su quale gravitano centinaia di lavoratori di alta specializzazione in scienze della vita.



### 1.1.2.2 Banchette

Situata alle porte di Ivrea, Banchette è formata da un nucleo originario situato attorno al suo castello, costruito su uno sperone roccioso sovrastante il letto della Dora Baltea. A partire dalla fine degli anni 50 si è avuta una forte espansione urbanistica che ha portato alla costruzione di un nuovo quartiere densamente popolato denominato Borgonuovo, situato a sud del Capoluogo, porta di ingresso del sito Unesco di "Ivrea Città Industriale del XX Secolo", nominato Patrimonio Mondiale dell'Umanità nel 2018. La cittadina offre servizi di rilevanza extralocale in ambito sanitario e ricettivo, per i quali è punto di riferimento anche per i cittadini di Ivrea. Banchette rimane, nonostante la sua vocazione di satellite di Ivrea, fortemente caratterizzata sia nel suo impianto urbano ove il commercio e le attività a questo complementari si sono mantenute stabili nel tempo, sia nella sua declinazione naturalistica e agricola, essendo circondata da terreni agricoli molto fertili dove si ritrova la produzione biologica del Mais Pignoletto Rosso del Canavese, antica varietà di mais valorizzata ogni anno a ottobre con la Sagra del Mais Rosso. Banchette si affaccia anche sulla Dora Baltea, lungo le cui sponde si sviluppa il Bosco naturale della Roggia Rossa, ricco di vegetazione endemica, tra cui il pioppo bianco della Dora, tipico della flora planiziale. È in corso un'azione di rinaturalizzazione con la finalità di attrarre la fauna tipica,

(caprioli e scoiattoli), diverse specie di volatili (germani reali, picchi verdi e rossi, merli acquaioli), uccelli di passo (anatre, verdoni, cardellini, ecc.), oltre a varie specie di falchi. Questo bosco è in continuità con il parco del Castello medioevale di Banchette. Dal bosco si dipartono tracciati bianchi percorribili sia in bicicletta, sia a piedi fino alle pendici del Monte Marzo. Oggi sono inoltre percorribili altri tracciati in bicicletta e a piedi, per i quali sono previsti progetti integrati di altri percorsi con i restanti comuni.

All'interno del territorio comunale alcuni giovani coltivatori stanno attivando aziende per la coltivazione biologica di antiche varietà di cereali, quali farro, mais nero "Moro Battista", segale, e di ortaggi. Il mais "Moro Battista" è adatto per una varietà di polenta dalle molteplici proprietà benefiche, tra cui quella di essere un ottimo antiossidante. L'attività integra tutti i processi, dalla coltivazione al confezionamento finale. Importante è l'iniziativa Bio Colture Banchette, che produce farina da polenta di mais "Pignoletto Rosso", seme autoctono selezionato da noi annualmente. Il processo produttivo interamente eseguito in azienda e la macina a pietra fanno sì che si ottenga un prodotto di "nicchia" d'alta qualità. Farina integrale di mais Pignoletto Rosso, originario italiano, macinato a pietra, non ibrido, non transgenico, coltivato e prodotto a Banchette con metodo biologico certificato, con rivenditori in tutto il Piemonte.



### 1.1.2.3 Samone

Posto all'ingresso del distretto dalla pedemontana SS 565, verso le aree industriali più attive e specializzate della zona a partire dal Bioindustry Park, che ha contribuito anche stimolare l'insediamento di ulteriori realtà produttive nella sua zona industriale. Comune localmente considerato "di transito", in realtà offre episodi culturali di interesse e di rilevante valenza architettonica, a partire dalla Villa Garda. Importante è la partecipazione attiva della sua comunità locale, che anima e rende coeso il paese.



### 1.1.2.4 Salerano Canavese

In prosecuzione di Samone, ai piedi di alcuni colli che nascondono la piana agricola di Fiorano Canavese, risalendo la sponda orografica destra della Dora Baltea, Salerano Canavese si sviluppa prevalentemente sulla sua porzione pianiziale dominata dalle sue torri medievali (Sclopis e Sant'Urbano), dove ancora si mantiene un'attività agricola rilevante. Spogliato delle sue attività commerciali a eccezione di alcune eccellenze ristorative, ospita tuttavia un importante centro cure Palliative e un centro diurno per malati di Alzheimer a cura dell'Associazione Onlus Casainsieme, che rappresenta – di fatto – un'importante opportunità economica e lavorativa ma anche di carattere sociale e culturale. Nel collaborare con essa, Salerano punta alla propria rivitalizzazione proprio partendo dalla promozione e proposta diretta di realizzazione di servizi a corredo di tale attività, che andranno anche a supportare la nascita di attività ricettive a rafforzamento agli esercizi di somministrazione esistenti e a valorizzare le offerte di servizi già presenti a livello locale.



### 1.1.2.5 Fiorano Canavese

Segue, verso nord, il Comune di Fiorano Canavese anch'esso più marcatamente a carattere residenziale e con poche attività economiche al suo interno, scrigno di valenze culturali e architettoniche in prevalenza dislocate sul suo caratteristico Colle Fiorentino. Qui, in connessione con Salerano e poi verso Lessolo, si avverte ancora di più la caratterizzazione agreste e ad alto grado naturalistico, anche e per effetto della rilevantura arginale, che ha creato una inevitabile (e irrinunciabile) dicotomia tra territorio antropizzato e naturalistico. Oggi, questo paesaggio ad alto grado di naturalità diventa un importante elemento di connessione con i paesi verso nord, anche grazie ai progetti previsti per la ciclopedità. I suoi campi si estendono infatti fino alla vicina Lessolo, senza soluzione di continuità.

Per rigenerare il centro storico, che è stato vittima del fenomeno della desertificazione commerciale, punta alla rigenerazione con



l'incentivazione, tramite fiscalità di vantaggio e contributi diretti, all'apertura di botteghe Green e Bio con particolare riferimento al tema dei grani antichi e alle erbe officinali. Questa aspirazione trova fondamento in una tradizione radicata nel paese e si sposa bene con la politica dell'amministrazione che sta puntando su una rivitalizzazione del comune basata su:

- turismo slow attraverso la valorizzazione di percorsi naturalistici sulla collina della Cordola che unisce Fiorano con Lessolo e Loranze e si collega all'Alta via morenica verso Lugnacco e alla Via Francigena verso Borgofranco;
- valenze storiche come il vecchio mulino, la miniera di carbone, le tracce del vecchio castello, il Cimitero del fiorentino e il sentiero archeologico che mette in luce reperti come coppelle e incisioni;
- sport outdoor attraverso la valorizzazione della palestra di roccia e di alcune piste di ciclo cross.



#### 1.1.2.6 Lessolo

Lessolo è la porta della Valchiussella, con la quale è legato dalla antica attività di estrazione mineraria - della quale rimangono testimonianze anche ove oggi sorge l'azienda agrituristica La Miniera - mantiene un forte legame con la stessa, sia in quanto inclusa in percorsi escursionistici tematici, sia per il suo ruolo di offerta di beni e servizi di prima necessità all'imbocco della valle. Sede di importanti attività economiche sviluppatesi nella parte pianeggiante e che insieme all'area di Samone rappresenta il secondo polo artigianale del Distretto caratterizza la connessione verso i comuni a nord di Ivrea inclusi nel Distretto proponendo confinando con l'antica frazione di Borgofranco d'Ivrea, Baio Dora.



#### 1.1.2.7 Montalto Dora

Montalto Dora sorge alle porte di Ivrea lungo la valle della Dora Baltea che ne segna il confine verso ovest. Dall'altro lato colpisce il fascino del Castello che si staglia sulle acque del Lago Pistono, uno dei 5 Laghi di Ivrea.

L'offerta turistica di Montalto Dora è ben strutturata, e contribuisce a rafforzare l'attrattività turistica extralocale della zona: da qui passa il tratto Morenico-Canavesano della Via Francigena ed è possibile scegliere tra escursioni a piedi e in mountain bike, magari arrivando alle curiose Terre Ballerine, uno strato di torba appoggiato su una superficie d'acqua, formatosi a seguito del prosciugamento del Lago Coniglio. Nel 2017, a seguito del ritrovamento di tracce di un insediamento palafitticolo riferibile al Neolitico sulle rive del lago, è stato inaugurato il Parco Archeologico con la ricostruzione di una palafitta in scala reale per spiegare le tecniche di realizzazione di tali strutture. La cultura e lo stile di vita dei primi abitanti di questa terra racchiusa tra montagne e acque sono documentati presso lo Spazio Espositivo per l'Archeologia del Lago Pistono, situato vicino al Municipio, dove sono conservati reperti archeologici di notevole rilevanza scientifica. Il suo sistema di offerta turistica è di grande valore aggiunto per il Distretto.

Il comune vanta poi attività di eccellenza, quali la Pasticceria Pitti, che sforna prodotti 100% artigianali con attenzione alla provenienza locale degli ingredienti con continua ricerca, sperimentazione e



innovazione, la pasticceria Dolci tentazioni, nel centro del paese, con produzione apprezzata di biscotti secchi e prodotti salati, il negozio per la pesca sportiva, punto di riferimento per tutti coloro che praticano questo tipo di sport non solo di livello locale, la libreria che propone testi di approfondimento sulle filosofie orientali e il mondo della spiritualità e il ristorante/trattoria La Monella, situato lungo le sponde del lago Pistono, che dispone di un grande prato che digrada verso il lago dove vengono organizzati eventi ed effettuata la somministrazione in un ambiente immerso nella natura, a pochi metri dal villaggio palafitticolo che rientra nel Parco archeologico del lago Pistono e dalle Terre Ballerine.

L'amministrazione ha puntato da diversi anni alla valorizzazione dell'agricoltura locale attivando la Sagra del Cavolo Verza non solo come appuntamento che raccoglie migliaia di avventori ma proprio per promuovere il ritorno alle pratiche agricole di tradizione.



### 1.1.2.8 Borgofranco di Ivrea

Ciò che contraddistingue Borgofranco d'Ivrea è il suo territorio caratterizzato dalla tranquilla bellezza di un paesaggio variegato, sito nelle valli dell'alto canavese. Un patrimonio che racconta una storia dove natura, arte e cultura sono a portata di mano. Il fascino di un borgo antico immerso in una natura amica fatta di morbide colline multicolore. Un territorio che offre tradizioni, specialità enogastronomiche, i tipici dolci locali, visite ai vigneti.

A piedi o in bicicletta è possibile percorrere la Via Francigena che attraversando il territorio propone un interessante percorso itinerante potendo così ammirare il complesso dei Balmetti, cantine naturali ricavate negli anfratti della montagna e caratterizzate da una corrente d'aria naturale a temperatura costante di 6-7 gradi, in cui si conservano vino, formaggi e salumi, e luoghi unici come Palazzo Marini.

Inizialmente sede anche di importanti attività industriali, oggi il comune guarda alla tutela e alla qualificazione del proprio paesaggio in chiave naturalistica e per la tutela e la valorizzazione delle attività agro-alimentari tradizionali locali.

Già parte del BIM - Bacino Imbrifero Montano insieme a Lessolo e Quassolo, introdotto dalla legge 27 dicembre n. 959 e aderente al progetto Eau Concert 2, Progetto di Concertazione e azioni di valorizzazione degli eco-sistemi fluviali nell'ambito del programma ALCOTRA, ha di recente istituito la De.C.O. - Denominazione Comunale di Origine, che prevede la tutela e la valorizzazione delle attività agro-alimentari tradizionali locali che costituiscono una risorsa di sicuro valore economico, culturale, turistico e uno strumento di promozione dell'immagine del proprio territorio.

La cura, la promozione e lo sviluppo del proprio territorio attraverso le produzioni artigianali, alimentari e di cultura materiale, riconosce la capacità di creare importanti occasioni di marketing territoriale con utili ricadute sulla comunità, valorizzando il ruolo e le professionalità delle imprese agricole, artigianali e commerciali. Il regolamento stabilisce le modalità di domanda, di attribuzione di promozione e tutela della De.C.O. (Denominazione Comunale di Origine). La De.C.O. è un'attestazione di origine geografica del prodotto i cui operatori vengono inseriti in un pubblico registro comunale e il logo che lo identifica (ad uso esclusivo degli operatori) è di proprietà comunale. Questa iniziativa è tra quelle che si ritiene possa essere messa a fattor comune e mutuata dal Distretto.



### 1.1.2.9 Quassolo

Solo apparentemente mortificato da una frana che a partire dal 1942 ne inibì lo sviluppo, Quassolo racchiude nel suo borgo importanti valenze architettoniche e legate alla tradizione del suo borgo, che, se ebbe una posizione strategica dalla prima metà del XIII secolo quando Ivrea, volendo opporsi alla sempre più forte ingerenza di Vercelli, vi fece erigere un castello, ancora oggi – con le rovine del Castello di San Pietro e dell'omonima cappella, i vigneti disposti su ampi terrazzamenti ed arroccato sopra una rupe a ridosso dell'abitato, continua a rappresentare elemento paesaggistico qualificante per il territorio. L'amministrazione comunale ha da tempo attivato una serie di iniziative per la sua valorizzazione a partire dalla Sagra del Porcino – nel 2020 già alla XVI edizione - che in autunno promuove anche serate gastronomiche e musicali, mostre ed escursioni lungo la sua mulattiera che sale al Pianoro Praja.

Oggi il paese ha ancora una serie di attività economiche ben consolidate e caratterizzate, anche se ha perso alcuni punti di riferimento per la ricettività e il commercio. Il suo posizionamento, tuttavia è strategico per l'ingresso al Distretto da nord, sulla sponda orografica destra della Dora Baltea.



### 1.1.3 Motivazione della scelta della perimetrazione territoriale

I Comuni del distretto “dalla Dora al Chiusella” definiscono il territorio che corona Ivrea da Nord a Sud-Ovest e rappresentano la porta di ingresso da Nord e da Ovest dell'area urbana dell'eporediese di cui sono parte caratterizzante. Il loro distretto, ben circoscritto entro i suoi limiti geografici e sviluppato lungo gli assi più importanti lungo le direttrici nord-sud – sud-sud-ovest dell'eporediese, delimitato a nord e sud da due aggregazioni commerciali forti. Percorrendo, infatti, l'area dall'uscita del casello di Ivrea della A5 e le strade provinciali che circumnavigano a ovest - da sud a nord – il polo di Ivrea, si attraversano, incrociando il Chiusella prima e la Dora Baltea poi, piccoli nuclei che hanno mantenuto la loro caratterizzazione agricola e che, con grandi sforzi economici delle amministrazioni locali attivati negli anni, a partire dai Docup 2000-2006 con il P.I.A. Pays-sage, hanno preservato le loro valenze architettoniche e culturali.

I Comuni che costituiscono il proponente distretto commerciale possono dunque vantare una lunga storia di collaborazioni amministrative in vari ambiti in modo pragmatico, fattivo e concreto; elemento qualificante e determinante per la loro identificazione in un distretto Diffuso del Commercio coerente e unitario. Un elemento che ha consolidato la loro capacità di fare squadra e collaborare fattivamente è proprio stata la loro connotazione geografica. In questi comuni si concentra buona parte dell'offerta commerciale del territorio in quanto, all'intersezione dei Comuni di Pavone, Banchette e Samone, punto terminale della Pedemontana (SS 565) e luogo dove è posto il casello autostradale (A5), è collocato il più grande centro commerciale della zona. Essendo all'interno dello stesso bacino del Nodo Idraulico di Ivrea, le ripetute alluvioni determinate dal regime torrentizio della Dora Baltea e dal Chiusella, hanno fatto sì, infatti, che essi imparassero ad operare costantemente coordinati e reciprocamente informati e nel tempo, di operare con affiatamento per scongiurare gli effetti devastanti delle inondazioni e per concordare la realizzazione delle strutture arginali oggi operative nonché le grandi opere infrastrutturali anche a difesa dell'autostrada A5, che peraltro li lega non solo fisicamente, ma anche attraverso il suo vincolo paesaggistico, determinato nel 1966, che ha fatto sì che quest'area mantenesse una forte caratterizzazione rurale e naturalistica, con fasce



## 1.2 Contesto socioeconomico

In quest'area il numero di residenti è pressoché stabile. Si registra un progressivo invecchiamento, la presenza di stranieri è relativamente bassa.

La capacità di spesa dei cittadini residenti nel distretto è buona, infatti, tutti i comuni eccetto Quassolo hanno un reddito medio superiore al reddito medio nazionale che è di 13.896 (anno 2016) e Salerano e Pavone hanno il reddito medio più alto di quello della Città Metropolitana di Torino che è di 16.451 e tutti gli altri hanno valori comparabili o superiori a quelli della Regione Piemonte che è di 15.912, nel complesso il Distretto ha un reddito medio simile a quello regionale.

| Comune           | Dichiaranti   | Popolazione   | %pop          | Importo            | Media/Dich.   | Media/Pop.    |
|------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|
| Banchette        | 2.396         | 3.246         | 73,8%         | 50.560.280         | 21.102        | 15.576        |
| Borgofranco      | 2.632         | 3.740         | 70,4%         | 55.700.344         | 21.163        | 14.893        |
| Lessolo          | 1.405         | 1.922         | 73,1%         | 29.977.042         | 21.336        | 15.597        |
| Fiorano          | 603           | 798           | 75,6%         | 12.503.531         | 20.736        | 15.669        |
| Montalto Dora    | 2.510         | 3.474         | 72,3%         | 55.686.012         | 22.186        | 16.029        |
| Pavone           | 2.838         | 3.886         | 73,0%         | 64.631.411         | 22.774        | 16.632        |
| Quassolo         | 265           | 348           | 76,1%         | 4.803.594          | 18.127        | 13.803        |
| Salerano         | 354           | 490           | 72,2%         | 8.480.409          | 23.956        | 17.307        |
| Samone           | 1.128         | 1.593         | 70,8%         | 25.707.515         | 22.790        | 16.138        |
| <b>DISTRETTO</b> | <b>14.131</b> | <b>19.497</b> | <b>70,81%</b> | <b>308.050.138</b> | <b>21.800</b> | <b>15.800</b> |

Se si analizzano i dati riferiti al numero di auto per mille abitanti si ottiene la fotografia di un territorio che in termini di capacità di spesa si attesta al di sopra delle medie sia provinciali (644), che regionali (656), che nazionali (625).

Sono ben 1.311 le attività insediate sul territorio e occupano 4.389 addetti, il 31% delle attività rientra nel settore dei servizi che occupa il 24% degli addetti, la maggior parte degli addetti riquadrano l'industria che occupa il 32% degli addetti. Questo dato conferma come il territorio offre significative opportunità di occupazione internamente e sia in grado di attrarre forza lavoro dall'esterno del territorio del proponente distretto.

| *1                 | Industria  |              | Servizi    |              | Amministrazione |            | Altro      |              | Totale       |              |
|--------------------|------------|--------------|------------|--------------|-----------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
|                    | Attività   | Addetti      | Attività   | Addetti      | Attività        | Addetti    | Attività   | Addetti      | Attività     | Addetti      |
| Banchette          | 14         | 54           | 65         | 129          | 9               | 210        | 104        | 270          | 192          | 663          |
| Borgofranco        | 91         | 405          | 79         | 171          | 35              | 100        | 104        | 270          | 309          | 946          |
| Lessolo            | 65         | 312          | 35         | 70           | 13              | 32         | 44         | 116          | 157          | 530          |
| Fiorano            | 19         | 59           | 10         | 19           | 4               | 33         | 11         | 27           | 44           | 138          |
| Montalto Dora      | 58         | 302          | 65         | 157          | 24              | 127        | 86         | 217          | 233          | 803          |
| Pavone             | 26         | 111          | 114        | 469          | 10              | 65         | 86         | 264          | 236          | 909          |
| Quassolo           | 19         | 67           | 4          | 10           | 4               | 20         | 10         | 30           | 37           | 127          |
| Salerano           | 9          | 76           | 8          | 14           | 6               | 32         | 10         | 30           | 33           | 152          |
| Samone             | 7          | 15           | 21         | 26           | 6               | 17         | 36         | 63           | 70           | 121          |
| <b>Totale</b>      | <b>308</b> | <b>1.401</b> | <b>401</b> | <b>1.065</b> | <b>111</b>      | <b>636</b> | <b>491</b> | <b>1.287</b> | <b>1.311</b> | <b>4.389</b> |
| <b>% su totale</b> | <b>23%</b> | <b>32%</b>   | <b>31%</b> | <b>24%</b>   | <b>8%</b>       | <b>14%</b> | <b>37%</b> | <b>29%</b>   | <b>100%</b>  | <b>100%</b>  |

La presenza di Cittadini stranieri è in tutti i comuni ed è più bassa della media nazionale (8,3%); in alcuni casi la differenza è molto significativa come nel caso di Fiorano (4,10%) fa eccezione Banchette che ha una presenza significativamente più alta anche della media provinciale (9,6%) e regionale (9,5%) perché raggiunge il 13,30%

L'indice di vecchia è significativamente sopra il l'indice provinciale (192,0), regionale (197,6) e nazionale (165,3) per Quassolo (253,80%), Lessolo (248,20%), Fiorano (245,00%), Montato (242,80%), Banchette (236,7%), Salerano (235,20%), Pavone (224,50%) e Borgofranco (207,60) fa eccezione Samone (170,10%) che ha invece ha un indice più simile a quello nazionale.

<sup>1</sup> Fonte sito [italia.indettaglio.it](http://italia.indettaglio.it)

L'andamento dei valori immobiliare dal 2013 evidenzia per tutta l'area in oggetto ma più in generale per tutto il canavese una più marcata diminuzione dei prezzi di vendita con percentuali più alte nei comuni che partivano da valori immobiliari più alti rispetto all'area urbana torinese mentre si registrano per i valori degli affitti generalmente degli incrementi dei valori. Il crollo più marcato dei valori immobiliari rispetto all'area torinese se, da una parte segnala un impoverimento patrimoniale del territorio, dall'altra fa sperare una possibile ripartenza accelerata nella fase post pandemica dato che il territorio è diventato molto competitivo per quanto riguarda l'abitare considerato anche la generalmente buona qualità del costruito nella zona.

| COMUNE    |                     | Vendita 2021 | Affitto 2021 | Vendita 2013 | Affitto 2013 | Delta vendita  | Delta affitto |
|-----------|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------|
| DISTRETTO | Banchette           | 749          | 5,5          | 1150         | 5            | -35%           | 10%           |
|           | Borgofranco         | 809          | 5,4          | 1037         | 5            | -22%           | 8%            |
|           | Lessolo             | 609          | 5,4          | 784          | 5            | -22%           | 8%            |
|           | Fiorano             | 630          | 6            | 929          | 5,2          | -32%           | 15%           |
|           | Montalto Dora       | 744          | 5,4          | 1258         | 5            | -41%           | 8%            |
|           | Pavone              | 960          | 5,1          | 1846         | 5,2          | -48%           | -2%           |
|           | Quassolo            | 737          | 5,5          | 1086         | 5,2          | -32%           | 6%            |
|           | Salerano            | 799          | 5,6          | 1271         | 5,5          | -37%           | 2%            |
|           | Samone              | 936          | 4,7          | 1348         | 5            | -31%           | -6%           |
| BENCHMARK | Città metropolitana | 1544         | 8,5          | 2012         | 8,2          | -23%           | 4%            |
|           | Ivrea               | 977          | 6,5          | 1538         | 6,1          | -36%           | 7%            |
|           | Castellamonte       | 865          | 5,5          | 1257         | 6            | -31%           | -8%           |
|           | Settimo torinese    | 1475         | 7            | 1817         | 7,3          | -19%           | -4%           |
|           | Torino              | 1868         | 9,2          | 2221         | 8,9          | -16%           | 3%            |
|           | Aosta               | 1977         | 7,8          | 2556         | 7,4          | -23%           | 5%            |
| Fonte:    |                     |              |              |              |              | immobiliare.it |               |

Il Distretto annovera le seguenti aziende che hanno ottenuto il marchio "Piemonte eccellenza artigiana"

|                                                                      |                                                       |                     |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>Altre attività dell'artigianato artistico tradizionale tipico</b> | <b>GALLETTO RADIATORI S.R.L.</b>                      | MONTALTO DORA       |
| <b>Alimentare PASTICCERIA fresca e secca, GELATO</b>                 | <b>PITTI PAOLO</b>                                    | MONTALTO DORA       |
| <b>Decorazione su Manufatti diversi</b>                              | <b>TERRA D'OMBRA DI DOTT. ALESSANDRA ELIA</b>         | MONTALTO DORA       |
| <b>Legno</b>                                                         | <b>BOTTEGA PITTI DI JACOPO E NICOLO' PITTI S.N.C.</b> | BORGOFRANCO D'IVREA |

Il Distretto vanta anche la presenza di aziende biologiche, ovvero che utilizzano metodi di coltivazione e di allevamento biologici, con l'impiego di sostanze naturali, senza l'utilizzo di concimi, diserbanti e insetticidi e senza sfruttare eccessivamente le risorse naturali per preservarle presenti sul portale dei prodotti agroalimentari di qualità Piemonte Agriqualità.

|                                               |                     |
|-----------------------------------------------|---------------------|
| <b>L'ORTO DI CARMEN DI GARCIA NIMO CARMEN</b> | BORGOFRANCO D'IVREA |
| <b>SABOLO MATTEO</b>                          | BANCHETTE           |
| <b>BIO COLTURE BANCHETTE - S.S. AGRICOLA</b>  | BANCHETTE           |

L'area, dunque, rivela delle potenzialità in termini imprenditoriali e anche insediativi che possono essere valorizzate con il distretto e le sue azioni.

### 1.3 Descrizione dell'ambito di intervento

Il Distretto, se strutturato in maniera coordinata e secondo una programmazione strategica, porterà i comuni entro quest'area a rafforzarsi reciprocamente ed a caratterizzare una propria offerta integrata e "sistemica", in quanto:

- alcuni di essi – tra cui Banchette, Pavone Canavese, Borgofranco e Montalto Dora, possono rappresentare un comodo "approdo" per effettuare acquisti per beni di prima necessità e anche a bassa rotazione, essendo sul percorso quotidiano casa-scuola-lavoro di centinaia di persone. Presentano Centri Commerciali e localizzazione con bacini di utenza molto ampi e che devono essere sfruttati come "porte" per l'informazione e il marketing del distretto;
- alcuni di essi – tra cui Salerano Canavese, Fiorano Canavese e Quassolo - sono fortemente caratterizzati da peculiarità culturali e naturalistiche, mantenendo i caratteri distintivi della ruralità canavesana e quindi possono offrire una cornice entro cui sviluppare progetti di valorizzazione per la fruizione delle sponde fluviali, di cicloturismo, etc. rafforzando le connessioni con i restanti comuni;
- Lessolo, Samone e Borgofranco, con le loro aree produttive, possono essere elementi attrattori di ulteriori presenze nel distretto;
- Vi sono filiere consolidate, come quelle del legno, del vetro e dell'edilizia, localizzate lungo tutto l'asse del distretto, e che sono considerate molto competitive sul territorio;
- Esistono alcune realtà commerciali sul territorio di eccellenza altamente specializzate e altre che spesso puntano alla qualità attraverso l'utilizzo del prodotto locale (aziende agricole con vendita diretta di carni, salumi e formaggi – pasticcerie specializzate in prodotti per celiaci) che possono essere punti, se coinvolti da subito, in cui localizzare elementi informativi e di promozione del distretto;
- Due di essi – Pavone Canavese e Montalto Dora sono nell'elenco Regionale dei Comuni Turistici del Piemonte ai sensi dell'art. 17 della L.R. N. 14/2016 Anno 2020, e possono quindi fungere da attrattori anche per gli altri comuni del distretto.

Insieme, se organizzati dunque entro una logica di distretto commerciale diffuso "dalla Dora al Chiusella" possono costituire un microsystema economico locale, entro il cui territorio, partendo da ogni centro urbano, gli altri sono raggiungibili nell'arco di 20 minuti.

| ELEMENTI DI SINTESI SUL POSIZIONAMENTO TERRITORIALE DEL DISTRETTO                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caratteristica                                                                                                                                                                    | Descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>addensamenti di esercizi commerciali anche integrati con altri settori economici</b>                                                                                           | Cinque addensamenti nei centri storici, con offerte integrate turismo – artigianato – servizi supportate da associazioni locali per il commercio e la culturale locali. 5 addensamenti minori, con tessuto commerciale povero, ma compensato da attività artigianali e agricole di eccellenza o offerte di intrattenimento/tempo libero (es. turismo dolce, outdoor) |
| <b>attività commerciali storicamente presenti nell'area ed espressione delle tipicità locali;</b>                                                                                 | insegne indipendenti, di tradizione, con vita media >30 anni espressive delle tipicità locali presenti in alcuni comuni                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>elementi di attrattività del territorio di tipo turistico, culturale, architettonico e artistico, ecc. di rilievo comunale o sovracomunale;</b>                                | Castelli di Montalto Dora, Pavone Canavese, Quassolo, Fiorano, Banchette. Torri medievali di Salerano Canavese. Ville ottocentesche a Salerano e Samone. Siti di cave e miniere a Lessolo. Siti per lo sport outdoor a Fiorano Canavese.                                                                                                                             |
| <b>accessibilità e sviluppo di mobilità sostenibile (trasporto pubblico, parcheggi per autoveicoli, cicli e motocicli, infrastrutture per la mobilità, isole pedonali, ecc.);</b> | Posto a sud all'ingresso del Casello Autostrada A5 e crocevia delle SS 26 e 565, a nord di stazione ferroviaria; innervato da strade provinciali, centri storici percorribili e agevolmente raggiungibili, con spazi per la sosta adeguati.                                                                                                                          |
| <b>qualità urbana (marciapiedi e infrastrutture viarie, arredo urbano, aree verdi, segnaletica, pulizia, sicurezza, ecc.);</b>                                                    | presente, in qualità media, da valorizzare per la maggiore riconoscibilità del distretto                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>offerta di servizi, di animazione, eventi, attività culturali e di intrattenimento, presenza di attività di somministrazione di alimenti e bevande, qualità e quantità del servizio commerciale;</b> | presente e ricca: eventi legati alla valorizzazione delle valenze e del prodotto locale.                                                               |
| <b>potenzialità di sviluppo e crescita;</b>                                                                                                                                                             | Sì, per tipologie e caratteri imprenditoriali delle amministrazioni e delle aziende                                                                    |
| <b>potenzialità di coinvolgimento nell'attività di Distretto non solo degli Enti pubblici e privati, ma anche delle singole imprese commerciali;</b>                                                    | con il Distretto potranno essere maggiormente coinvolte le imprese anche se molte sono già coinvolte attraverso l'associazionismo locale delle proloco |
| <b>opportunità di coordinamento delle politiche distributive (di insediamento commerciale e logistico) dei comuni contermini.</b>                                                                       | Sì, per effetto della capacità di cooperazione e coordinamento tra comuni del Distretto.                                                               |

#### 1.4 Individuazione dei territori con cui il distretto diffuso compete dal punto di vista commerciale

I territori con cui parzialmente compete il distretto sono quelli dell'area della bassa Valle d'Aosta e della zona del Canavese occidentale da cui provengo la maggior parte dei lavoratori in transito.

Con la Città di Ivrea non si può parlare di vera e propria competizione; è più corretto parlare di sinergia e complementarità. Infatti, la funzione svolta commercialmente dalle due aree Pavone-Banchette e di Borgofranco-Montalto è consolidata.

A prima vista, i nove Comuni che costituiscono il Distretto sono le classiche cittadine dell'hinterland di un polo commerciale. L'analisi del loro sistema commerciale sembrerebbe il classico paradigma dei piccoli che gravitano sul più grande e i clienti-cittadini che sono attratti dal polo forte del centro commerciale di Pavone, dall'impianto commerciale di Ivrea est e dal suo stesso centro città. In realtà l'analisi del loro sistema distributivo risulta più complessa.

In particolare:

- I 9 comuni si distribuiscono in 3 "grappoli": A) Borgofranco e Montalto B) Quassolo, Fiorano e Lessolo C) Pavone, Banchette, Salerano e Samone. Sono posti in prossimità di assi viari forti: questo permette che vi coesistano diversi segmenti di attività commerciali: quelli della prossimità e quelli di attrazione intercomunale (ne è esempio Pavone, dove è presente il grande centro commerciale e il nucleo del commercio urbano).
- La gravitazione di questi comuni sul polo principale e sulle proposte commerciali di questo nucleo sono ovvie e logiche. Ma i bisogni di questa utenza non si limitano a questo tipo di offerta di prodotti e servizi: c'è la necessità di avere in prossimità proposte diverse e facilmente accessibili.
- Il segmento di offerta con attrazione intercomunale non obbligatoriamente ha "travasi" sul segmento della prossimità (es. Un abitante dell'eporediese che va al centro commerciale potrebbe non utilizzare la proposta di prossimità di Pavone).

Nella presente analisi, ai fini di valorizzare il commercio urbano e di prossimità di questi comuni del Distretto, si osserva quest'ultimo elemento che è la più complessa da gestire nel medio termine.

- Nei diversi grappoli che costituiscono il Distretto quando si parla di proposta di prossimità non si intende quella del singolo comune. Gli abitanti dei grappoli del Distretto nell'arco dei 10 minuti da casa si spostano e comunque restano nella prossimità. Ci sono delle attività su cui gravitano prevalentemente i residenti, ma, nella maggior parte dei casi, si tratta di prossimità intercomunale. (es. tabaccherie, edicole, che se non localizzate su un asse viario intercomunale hanno prevalentemente clientela del singolo comune, ma un minimarket è probabile che abbia clientela di più comuni, come avviene nel caso di Lessolo per i residenti della Valchiusella).
- È presente anche il segmento di proposta detto di prossimità che in realtà ha attrazione intercomunale. È il caso del segmento dei servizi alla persona (parrucchieri, estetisti) che, pur

essendo all'interno dei centri urbani senza visibilità su asse viario forte riescono ad avere clientela proveniente da più comuni. Stessa cosa si può dire per le pasticcerie sul territorio.

- I comuni dei "grappoli" hanno una consistenza urbana ridotta (sotto i 4.000 abitanti) e non sono in grado di avere attività che possano realizzare un giro d'affari di equilibrio gestionale con questo dimensionamento urbano. Per cui è implicito che la proposta commerciale debba essere valutata con il criterio della prossimità intercomunale.

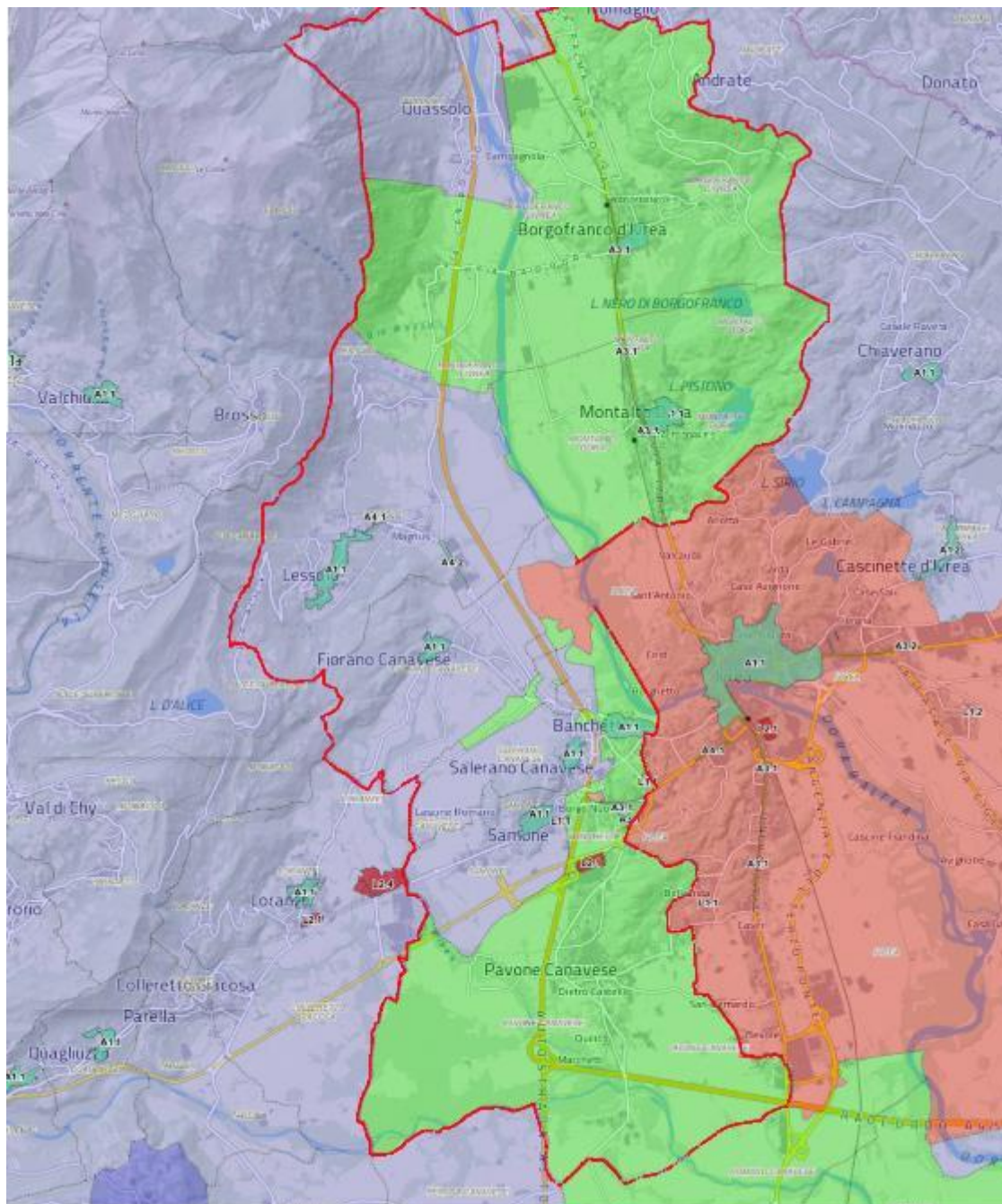


Figura 3 – La perimetrazione del Distretto Dalla Dora al Chiusella in relazione alle classificazioni commerciali e alle zone di insediamento commerciali. Osservatorio Regionale del Commercio.

## 2 Focus sugli aspetti relativi all'offerta commerciale

### 2.1 Dati punti vendita

| Totale localizzazioni d'impresa (2020)                                                                                        | Pavone Canavese | Banchette  | Samone    | Salerano Canavese | Fiorano Canavese | Lessolo   | Borgofranco d'Ivrea | Montalto Dora | Quassolo  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------|-----------|-------------------|------------------|-----------|---------------------|---------------|-----------|
| Attività manifatturiere                                                                                                       | 0               | 0          | 0         | 0                 | 3                | 20        | 0                   | 0             | 0         |
| Costruzioni edili con capannoni                                                                                               | 2               | 0          | 1         | 1                 | 5                | 2         | 2                   | 0             | 5         |
| Commercio (negozi di vicinato - altre forme di commercio es. elettronico, distributori di benzina)                            | 55              | 83         | 11        | 2                 | 5                | 14        | 34                  | 43            | 1         |
| Commercio: (grandi strutture di vendita)                                                                                      | 1               | 1          | 0         | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0             | 0         |
| Commercio: (medie strutture di vendita)                                                                                       | 9               | 1          | 1         | 0                 | 0                | 0         | 2                   | 6             | 0         |
| Commercio: temporanei su spazi comuni del Centro Commerciale                                                                  | 12              | 0          | 0         | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0             | 0         |
| Commercio su area pubblica (alimentari non alimentari – tipo A e tipo B)                                                      | 11              | 11         | 0         | 0                 | 0                | 0         | 7                   | 6             | 1         |
| Servizi alle imprese                                                                                                          | 18              | 0          | 2         | 2                 | 1                | 0         | 1                   | 0             | 1         |
| Servizi alla persona (parrucchieri, estetisti, tatuatori, dentisti, onoranze funebri, autonoleggio – noleggio con conducente) | 18              | 14         | 7         | 1                 | 1                | 13        | 8                   | 12            | 2         |
| Esercizi alberghieri (2020) (Alberghi)                                                                                        | 1               | 0          | 0         | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0             | 0         |
| Letti negli alberghi (2020)                                                                                                   | 51              | 0          | 0         | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0             | 0         |
| Altri esercizi turistici (2020) (Bed & Breakfast- ostelli – casa per ferie - agriturismo)                                     | 4               | 2          | 1         | 0                 | 0                | 4         | 9                   | 1             | 0         |
| Letti negli altri esercizi turistici (2020)                                                                                   | 16              | 18         | 4         | 0                 | 0                | 4         | 54                  | 0             | 0         |
| Attività Artigianali tipo botteghe                                                                                            | 8               | 3          | 6         | 0                 | 4                | 0         | 3                   | 0             | 1         |
| Autolavaggi                                                                                                                   | 2               | 0          | 1         | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 1             | 0         |
| Carrozzerie, autofficina, Elettrauto                                                                                          | 3               | 1          | 3         | 0                 | 0                | 0         | 2                   | 5             | 0         |
| Attività industriali con capannoni di produzione                                                                              | 3               | 0          | 0         | 0                 | 0                | 0         | 4                   | 3             | 1         |
| Attività artigianali di produzione di beni (fabbro – falegname – vetreria)                                                    | 5               | 2          | 0         | 1                 | 1                | 0         | 2                   | 3             | 1         |
| Servizio alle persone nel settore sanitario                                                                                   | 0               | 2          | 0         | 2                 | 0                | 0         | 0                   | 0             | 0         |
| Aziende agricole                                                                                                              | 2               | 0          | 1         | 0                 | 1                | 1         | 2                   | 1             | 1         |
| <b>TOTALI</b>                                                                                                                 | <b>221</b>      | <b>121</b> | <b>38</b> | <b>9</b>          | <b>21</b>        | <b>58</b> | <b>130</b>          | <b>81</b>     | <b>14</b> |

## 2.2 Descrizione del sistema locale del commercio

---

Con le premesse precedenti si formulano le seguenti considerazioni:

- A) Questi 9 comuni, presentano una proposta commerciale nei diversi segmenti che risponde ad un Format ben preciso. C'è un filo conduttore sotteso che permette di leggere con chiarezza chi sono gli operatori della proposta commerciale para ed extra commerciale. Il format unificatore ci dice che c'è di fatto un Distretto ideale ma la necessità sarà quella di dare corpo ad uno strumento strutturato che lo ottimizzi e migliori;
- B) Nei grappoli e fra i grappoli il fenomeno che già esiste e che ha le premesse per uno sviluppo è la "vita urbana da grappolo", uscendo dallo stereotipo che ci sia solo il flusso di clientela verso ipermercati e medio-grandi strutture, soprattutto per quanto riguarda l'acquisto di beni a bassa rotazione, ma anche perché – come si è rilevato durante il lockdown da emergenza COVID-19 – poche persone singole o anziane hanno realmente bisogno di recarsi settimanalmente all'ipermercato;
- C) Nei grappoli per adesso il segmento della prossimità intercomunale è presente, ma sarà necessario un suo potenziamento;
- D) I comuni del Distretto hanno potenziali caratteristiche da destinazione turistica ma non ancora consolidata, per cui questo impianto di proposta commerciale para ed extra commerciale nel breve periodo sarà soprattutto tarata sul mercato dei residenti dei grappoli.

Il modello della "vita urbana intercomunale" può essere garantito dalle aziende che sono già presenti. La necessità è rappresentata dal fatto che essendo un format "intercomunale" è necessario che le amministrazioni comunali dei grappoli e del futuro Distretto interagiscano. Qualcosa che avviene in un comune ha immediate conseguenze sugli altri e i flussi di clientela si muovono indipendentemente dai perimetri amministrativi.

Questa proposta commerciale dei grappoli è in una fase di maturità e stabile. Infatti, nell'area, in questi ultimi dieci anni, si sono consolidati i diversi tipi di segmenti di offerta. È da considerarsi completo il Format del centro commerciale di Pavone/Banchette e le localizzazioni commerciali ad est e non ultimo il centro commerciale naturale di Ivrea luogo di commercio e di loisir urbano.

Si riesce ad osservare la proposta commerciale "della prossimità intercomunale" dei comuni in quanto è nota la presenza dei diversi segmenti di offerta già esistenti che a sua volta sono in una tipica fase di maturità.

La consistenza e la presenza delle aziende commerciali, para commerciali, extra commerciali, ambulato, somministrazione e ristorazione comunque non presentano elementi di desertificazione e questo è già un elemento positivo.

Questa proposta di attività "urbana" è comunque un ambito di indagine e di approfondimento in quanto occorre osservare i vari segmenti della proposta per capire se la vita "urbana" è migliorabile.

Non esiste ad oggi un'analisi condotta presso le imprese del sistema della proposta che ci possa dare informazioni sul reale grado di efficienza.

In questo caso specifico e in particolare per questo potenziale Distretto è necessario un approccio che osservi come il cliente utente cittadino possa essere soddisfatto nelle diverse sue esigenze.



## 2.2.1 Evoluzione dell'offerta commerciale

In relazione all'evoluzione dell'offerta commerciale locale, si possono fare le seguenti considerazioni:

- Negli ultimi 5/7 anni il sistema dell'offerta locale ha avuto modo di adattarsi rispetto a tutto quello che nel tempo è già stato realizzato nell'hinterland eporediese.
- La presenza della grande distribuzione del largo e generale consumo rappresentata dal format ipermercato è ormai una realtà consolidata anche se è possibile un fenomeno di restyling delle singole unità di vendita in quanto la formula è sempre in continua evoluzione.
- Le medie superfici non food sono ben rappresentate nel territorio e nel medio termine potranno svilupparsi ulteriormente solo marginalmente date le dimensioni del bacino di mercato. Sono aziende che devono realizzare volumi di affari consistenti e non è certo conveniente aprire a dismisura aziende che poi si sovrappongano. In questi ultimi anni la corsa allo sviluppo a qualsiasi costo, da parte della grande distribuzione, la si può considerare conclusa.
- Tutto l'impianto della grande distribuzione nell'eporediese, nei diversi Format ovvero centri commerciali, parchi commerciali naturali, medie superfici lo si può considerare in fase di completa maturità che è ben diversa da quella dello sviluppo che ha caratterizzato gli anni passati. Questo ci permette di potere fare considerazioni sulla proposta commerciale di prossimità con maggiori certezze in quanto non sono prevedibili grossi mutamenti negli altri Format commerciali delle medie e grandi strutture.
- La proposta del centro città di Ivrea non condiziona la proposta di vicinato dei comuni del Distretto.

Relativamente alle attività presenti nel distretto:

- Il centro commerciale di Pavone è da tempo punto di riferimento nel contesto commerciale locale e la sua presenza all'interno del Distretto contribuisce a creare condizioni favorevoli al territorio.
- Nel distretto sono presenti anche aziende con attrazione intercomunale che contribuiscono a rafforzare il suo ruolo di servizio. L'asse arteriale che attraversa alcuni comuni del Distretto può favorire lo sviluppo di questo format che ha può attrarre clientela anche da altri comuni.
- Per valutare il Distretto e la vita di coloro che vi risiedono non ci si può limitare ad osservare l'andamento dei negozi di prossimità, ma anche la qualità della loro offerta. Così come non si possono non considerare le altre "filieri" artigianali, della somministrazione e agricole. Nel processo di evoluzione dell'offerta "distrettuale" un ruolo importante è infatti dato da:
  - sistema della somministrazione, ristorazione e altre forme di ricettività/intrattenimento. Questi format riescono ad attrarre clientela da un'area più estesa;
  - ruolo dell'artigianato di servizio – che è ben espresso anche se allo stato attuale non esistono dati di tipo qualitativo che permetterebbero invece una lettura più strategica e una maggiore comprensione del fenomeno dell'evoluzione dell'offerta "distrettuale";
  - ruolo dell'artigianato di eccellenza, che è, e ancora di più, può essere un importante attrattore per il segmento extralocale;
  - ruolo delle filiere agricole biologiche con il marchio Piemonte Agriqualità e delle iniziative promosse localmente, ad es. con il marchio DE.CO.

---

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

## 2.2.2 Domanda potenziale e rapporto con i competitori

Nel Distretto vi sono circa 20.000 abitanti che sono residenti in comuni molto diversi fra di loro e si passa da Quassolo con 348 abitanti con poche attività – e nessuna di prossimità - a Pavone e Borgofranco con circa 4.000 abitanti e attività di piccole e grandi dimensioni consolidate e “vivaci”. Dunque, nel definire la domanda potenziale e la competitività del Distretto, occorre ragionare il suo territorio in una logica sistemica e sui grappoli di comuni all'interno del Distretto, che insieme raggiungono una consistenza urbana tale da giustificare la presenza di attività commerciali che riescono a remunerarsi.

La domanda potenziale è rappresentata da tutti quei consumi di prodotti e servizi che possono essere acquistati in prossimità. Questo è il segmento di riferimento.

I competitori possono essere funzionali alle esigenze della clientela oppure possono essere negativi per sovrapposizione.

Il competitor negativo è un altro Luogo dove “mi trovo meglio” e non è solo perché ci sono le promozioni o il miglior prezzo praticato dalle aziende.

I negozi presenti nei centri città più grandi (es. monomarche specializzate) non rappresentano competitor negativi per questo Distretto, possono anzi attrarre molti consumatori dei centri città più grandi e dunque costituire un veicolo per la promozione del Distretto stesso.

Il peggior nemico dell'offerta di prossimità dei comuni del Distretto è rappresentato dalla disaffezione al “Luogo vicino casa”.

Altro elemento non controllabile ad oggi è rappresentato dall'e-commerce.

## 2.3 Analisi SWOT: punti di forza e debolezza, opportunità e minacce

| PUNTI DI FORZA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | DEBOLEZZE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Localizzazione su assi stradali che collegano Torino con Aosta, Canavese occidentale e Torino, oltre a Biella con Aosta, anche di viabilità alternativa e scorrevole per bypassare Ivrea centro</li> <li>Presenza di punti di accesso extralocale privilegiati: casello autostradale e stazione ferroviaria</li> <li>Buona offerta commerciale di partenza</li> <li>Presenza significativa di attività e di occupati nei diversi settori (primario, secondario e terziario)</li> <li>Tipicità delle produzioni agricole, alimentari e artigianali</li> <li>Presenza di attrattori paesaggistici e storici</li> <li>Abitudine alla collaborazione tra le amministrazioni</li> <li>Con quasi 20.000 abitanti e 5.000 addetti oltre a migliaia di transiti quotidiani sia di pendolari che di consumatori, buona massa critica di consumo potenziale di prodotti e servizi</li> <li>Conta su una comunità proattiva che lo sostiene</li> <li>Poli commerciali a sud e nord in ingresso al distretto con bacino di utenza ampio</li> <li>Vanta filiere agricole e artigianali (legno, vetro ed edilizia) importanti</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Avanzata desertificazione commerciale nei centri storici, in metà dei comuni coinvolti</li> <li>Indice di vecchiaia elevato</li> <li>Trasporto pubblico limitato tra i comuni</li> <li>Il bacino di mercato attuale è consolidato e non ci sono le condizioni “spontanee” per un ampliamento.</li> </ul> |
| OPPORTUNITA'                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | MINACCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumento di volume d'affari e redditività degli operatori grazie alla costruzione di identità e di riconoscibilità commerciale per aumentare l'attrattività del territorio inbound e outbound.</li> <li>▪ Sviluppo percorsi per turismo dolce e sport outdoor per attrarre visitatori dall'area urbana torinese</li> <li>▪ Sviluppo collaborazione tra operatori commerciali con la cooperazione delle associazioni di categoria</li> <li>▪ Sviluppo di attività coordinate di e-commerce</li> <li>▪ Sviluppo di format e specializzazioni commerciali per rendere evidente il posizionamento differente rispetto ad Ivrea.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perdurare della pandemia</li> <li>▪ Iniziative di tipo commerciale da parte di altri territori competitivi commercialmente</li> <li>▪ La "sindrome di Amazon" ovvero l'e-commerce. Inizialmente per i prodotti e servizi a basso indice di acquisto la soluzione dell'acquisto on line è immediata, ma poi si può verificare un fenomeno di trascinamento su altri prodotti in vendita nel sistema dei negozi fisici vicino casa.</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2.4 L'impatto del COVID sul territorio

Dal panel di aziende monitorato da Confesercenti, che costituisce un attendibile campione dell'universo piemontese con la pandemia da COVID 19, si rileva un calo di fatturato medio fra il 35 e il 40%, con punte molto più alte nel settore del turismo: -70% per gli alberghi, campeggi e rifugi alpini, -60% per bar e ristoranti, -80% per bus turistici e noleggi con conducente, -90% per guide, agenzie di viaggio e animatori turistici. E poi -30% nel dettaglio non alimentare (sia negozi, sia mercati), con il settore abbigliamento e calzature in particolare sofferenza (-40%). Vendite in calo anche nella distribuzione carburanti (-30%).

Risultati in controtendenza sono essenzialmente quelli del settore alimentare, che registra un incremento del 10-15% e un ritorno dei consumatori al negozio di vicinato: una delle poche note positive in una situazione assai critica. Un altro settore che vanta risultati positivi è quello delle librerie: dopo anni di calo, dall'inizio del lockdown e sino a ora, ha registrato incrementi nelle vendite che si possono valutare nel 20% in media. Questo però non rileva nei piccoli comuni del distretto, già desertificati a seguito della crisi del 2008.

La pandemia da COVID-19 sta causando poi una crisi molto importante per il turismo in Canavese: il turismo in Canavese è un settore relativamente nuovo, che ha radici ancora molto giovani e che rischia di venire irrimediabilmente danneggiato da questa gelata improvvisa; in questo contesto le molte imprese del turismo e del commercio che operano in Canavese rischiano di chiudere o fallire, con perdite nel 2020 calcolabili in circa 10 milioni di euro.

I dati locali sono in linea con il monitoraggio di Confesercenti: riduzione nel settore turismo, bar e ristoranti e vendita al dettaglio non alimentare.

Il settore alimentare in particolare nei centri storici dei paesi, fortemente penalizzato negli anni scorsi dalla presenza del Centro Commerciale, ove ancora presente, è riuscito a fidelizzare la clientela grazie ai servizi offerti ai cittadini di consegna a domicilio. L'artigianato ha tenuto anche grazie agli incentivi statali.

### 3 Il partenariato

#### 3.1 Motivazione della scelta del partenariato

Allo scopo di mettere in campo il Distretto Diffuso del Commercio si sono individuati attori e stakeholder locali ed extralocali in grado di contribuire efficacemente e proattivamente alla sua realizzazione. In particolare, si sono individuati, ai fini della costituzione del partenariato:

- Associazioni di categoria del commercio, dell'agricoltura, dell'artigianato e dell'industria e per la valorizzazione dei prodotti locali
- Enti per la promozione e la tutela dei prodotti locali
- Enti di ricerca e di formazione
- Distretti industriali e attività economiche di rilievo per il territorio
- Associazioni locali per valorizzazione culturale e locale

#### 3.2 Presentazione degli attori coinvolti

| ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | Confesercenti di Torino e Provincia è l'associazione delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato. Svolge un ruolo di rappresentanza delle imprese nei confronti delle istituzioni (tutela sindacale) e offre loro una serie di servizi a supporto alle loro attività e consulenze di professionisti e esperti in grado di fornire consigli e informazioni seguendo: commercianti in sede fissa, titolari di bar, ristoranti ed esercizi pubblici, commercianti ambulanti, agenti e rappresentanti di commercio, mediatori, albergatori, titolari di imprese turistiche, gestori di impianti di distribuzione carburanti, edicolanti, tabaccai. |
|  | Forte delle quasi 220.000 imprese che operano in città e provincia, la Camera di commercio di Torino esprime la sintesi degli interessi economici del territorio, con un'attenzione particolare rivolta alla società civile e al mondo dei consumatori.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|  | La Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa (CNA) è la più grande Associazione di rappresentanza delle micro e piccole imprese dell'artigianato, del commercio-servizi e dell'industria nella Città Metropolitana di Torino, con oltre 12.500 soci che diventano più di 30 mila in Piemonte e 650 mila in Italia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  | La Coldiretti è la principale Organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo. È impegnata a promuovere congiuntamente la crescita della persona e dell'agricoltura, assicurando il contributo del settore allo sviluppo della società nel suo insieme.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  | Confindustria Canavese è la principale organizzazione rappresentativa delle imprese canavesane, presente al fianco degli imprenditori dal 1945. Sempre al fianco delle aziende, con la sua autorevolezza e concretezza, ha adeguato nel tempo i propri obiettivi e servizi, al mutare delle caratteristiche e delle esigenze del territorio e delle realtà produttive aderenti.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

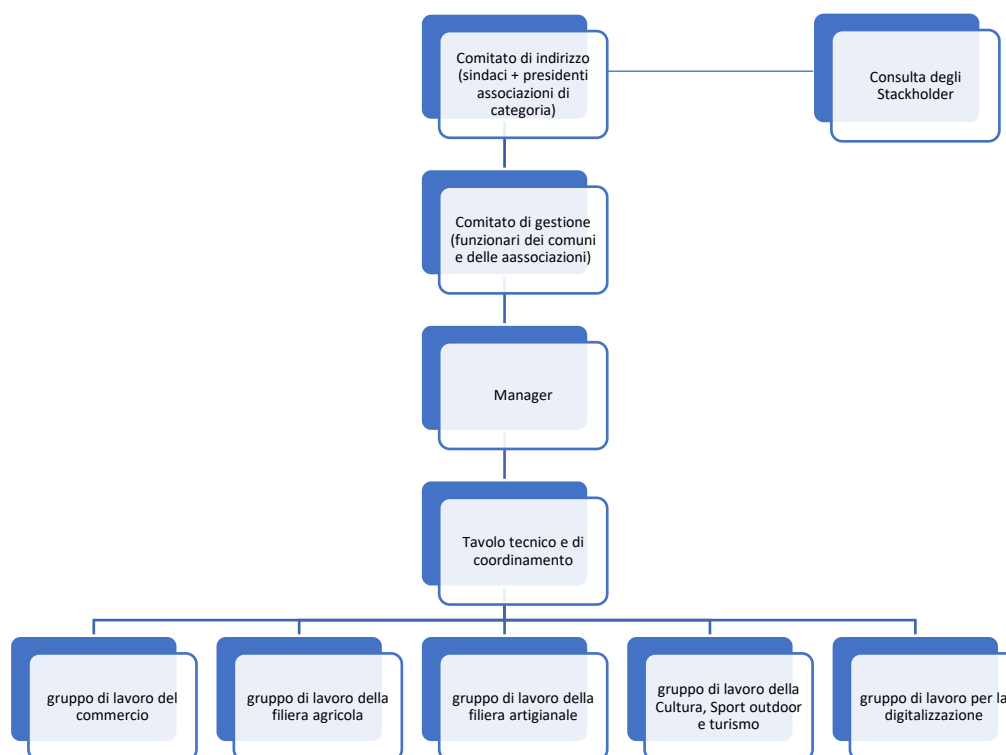
Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

| ENTI DI RICERCA E FORMAZIONE                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Fondazione Links</p>                    | <p>Nata per favorire la crescita tecnologica ed economica, aumentare la competitività dell'ecosistema e valorizzare la proprietà intellettuale, asset generato direttamente dalla ricerca universitaria, lavora per creare connessioni tra mondo della ricerca, start-up, imprese, Pubbliche Amministrazioni e cittadini.</p>                                                                                                                                                                                                              |
|                                            | <p>FORMONT s.c.a.r.l è una società privata con Sede al Parco Regionale 'La Mandria', Formont ha come obiettivo lo sviluppo dell'economia montana attraverso progetti formativi incentrati sulla valorizzazione e promozione delle risorse locali e orientati all'implementazione di nuove attività.</p>                                                                                                                                                                                                                                    |
| ENTI PER LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI E DELLA CULTURA LOCALI                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                            | <p>Nato nel 1991 il Consorzio per la Tutela e la valorizzazione dei vini DOCG di Caluso e DOC di Carema e Canavese vigila sul rispetto del disciplinare di produzione e difendere la denominazione da illeciti, e valorizza e promuove i vini DOC Caluso, DOC Carema e DOC Canavese, rappresentando il 90% dei produttori della denominazione.</p>                                                                                                                                                                                         |
|                                           | <p>L'Agenzia per lo Sviluppo del Canavese poggia le sue basi sul lavoro svolto dal territorio con il Piano di Sviluppo del Canavese, uno strumento di programmazione negoziata condiviso tra le forze economico-sociali e politico-amministrative del territorio, incardinato su quattro assi tematici – Industria e Attività produttive, Infrastrutture e Trasporti, Formazione e Istruzione, Turismo Cultura e Sport – e costruito per individuare e realizzare le priorità per il Canavese portando il territorio a "fare squadra".</p> |
|                                          | <p>L'Associazione per la valorizzazione e promozione del Cavolo Verza di Montalto Dora è nata nel 1998 per promuovere e valorizzare una coltura, quella del cavolo verza, che aveva caratterizzato il territorio nei primi cinquant'anni del secolo scorso.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                          | <p>L'Associazione Turistica PRO LOCO Quassolo Si occupa della valorizzazione enogastronomica e culturale di Quassolo organizzando e gestendo eventi locali.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                          | <p>La Pro Loco Pavone Canavese è attiva dal 1972 nella valorizzazione culturale locale, sia attraverso eventi, sia con interventi sul territorio (es. restauro piloni votivi) e pubblicazioni.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>PRO LOCO SALERANO CANAVESE</b></p>                                                                                    | <p>Istituita nel 2012, promuove la cultura locale di Salerano Canavese organizzando eventi e supportando l'amministrazione locale con molteplici attività</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|  <p><b>PRO LOCO FIORANO CANAVESE</b></p> | <p>Nata nel 1984, la Pro Loco di Fiorano Canavese si adopera costantemente per mantenere sempre vivo il piccolo paese e di riunire la sua comunità con manifestazioni organizzate come momento di aggregazione e opportunità di apertura e confronto verso le vicine popolazioni.</p>                                                                                                                                                                                                                                                      |

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>PRO LOCO<br/>BORGOFRANCO</b></p> | <p>La Pro Loco Borgofranco supporta da decenni le manifestazioni più importanti di Borgofranco d'Ivrea, dalla tradizionale manifestazione Andoma ai Balmit, alla festa dei Balmetti, alla festa patronale di San Maurizio.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>DISTRETTI INDUSTRIALI E ATTIVITÀ ECONOMICHE</b>                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                         | <p>Il Parco Scientifico Tecnologico Bioindustry Park Silvano Fumero attrae grandi investimenti dove multinazionali e startup scelgono di insediarsi per sviluppare il proprio business. È socio di InnovUp, Italian Innovation &amp; Startup Ecosystem, di IASP, International Association of Science Parks and Areas of Innovation e ha contribuito alla costituzione di ALISEI, il cluster nazionale dedicato alle Scienze della Vita. Ospita 34 aziende, 2 centri di ricerca, 3 associazioni e 2 sedi distaccate di università. Sta operando per un ulteriore ampliamento sul comune di Pavone Canavese.</p> |
|                                         | <p>L'Associazione Casainsieme è nata nel 1999 da un gruppo di volontari. Nella struttura di Villa Sclopis, a Salerano Canavese (TO) ha realizzato un Hospice per le Cure Palliative e adiacente ad esso un Centro Diurno per malati di Alzheimer. Collabora con il Comune di Salerano Canavese in diverse iniziative di valorizzazione e partecipazione locale.</p>                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Alimentaria Srl – Borgofranco d'Ivrea</b></p>                                                                      | <p>Azienda leader nella lavorazione delle carni operante a Borgofranco d'Ivrea,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                        | <p>La Egidio Torreano e Figli S.p.A. da oltre 100 anni l'arte nella stagionatura del formaggio e nella produzione di fonduta FONTEGIDIA, marchio registrato operante a Borgofranco d'Ivrea.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

### 3.3 Il modello di governance



Il comitato di indirizzo rappresenta il livello politico quello in cui si definiscono gli indirizzi strategici.

Il comitato di gestione rappresenta il livello amministrativo quello in cui si definiscono e si danno attuazione alle procedure amministrative necessarie alla costituzione e alla vita nel tempo del Distretto.

Il tavolo tecnico ed il coordinamento è il livello operativo, attraverso il quale si dà attuazione pratica agli indirizzi strategici e alle conseguenti azioni.

I gruppi di lavoro sono gruppi tecnici che definiscono nello specifico azioni da sviluppare nei diversi settori.

Il Distretto ha scelto di avvalersi di un manager, che verrà individuato dal partenariato stabile fra i professionisti e gli esperti di settore; è dotato di un elevato profilo curriculare e con esperienza di partecipazione a progetti di gestione urbana in ambito locale, regionale o nazionale.

Questi sarà la cinghia di trasmissione tra il comitato di gestione e il tavolo tecnico di coordinamento che raccorda i gruppi di lavoro tematici, e opererà sul campo per implementare le azioni definite dal programma strategico e dal piano di marketing e comunicazione che ne deriverà, anche effettuando il monitoraggio/valutazione delle attività/servizi realizzati nel Distretto commerciale utili a formulare ipotesi di obiettivi di sviluppo a lungo termine.

## 4 Programma strategico per il raggiungimento degli obiettivi

### 4.1 Indirizzi strategici del Distretto del Commercio

La logica che sottende la strategia del Distretto è che l'evoluzione dell'offerta commerciale del Distretto passa attraverso un concetto di "offerta distrettuale", e dunque:

- o Non esiste il consumatore del prodotto alimentare o del capo di abbigliamento; esiste invece nei comuni del Distretto un cittadino-utente che stabilisce il suo percorso di consumo attraverso una serie di bisogni da soddisfare.
- o I comuni del Distretto sono di piccola dimensione per cui è impossibile pensare che gli abitanti non debbano spostarsi ma occorrerà raggiungere l'obiettivo di offrire il massimo livello di proposta vicino casa e che gli imprenditori siano remunerati per il loro investimento.
- o I comuni del Distretto vantano potenzialità determinate dall'attrattività di alcune loro eccellenze nei diversi settori, coadiuvata dalle attività di valorizzazione per il potenziamento dell'offerta turistica in atto, e confortati dalle proprie valenze ambientali, culturali e architettoniche qualificate e ben conservate.
- o Le attività commerciali del distretto devono ritrovare un obiettivo comune e di sistema per collaborare insieme come hanno già fatto in passato, in collaborazione con le realtà associative locali, a partire dalle Pro Loco.

La missione forte di questo Distretto dovrà essere dunque duplice: consolidare "l'affezione al luogo in cui si vive" per contrastare la sensazione nella potenziale clientela: "qui vicino casa non trovo mai nulla e devo sempre andare da....." e promuovere – inward e outbound – un messaggio di valore per il turismo e il tempo libero per "far fermare" sul territorio tutti coloro che lo attraversano – e farne fruire l'offerta.

### 4.2 Obiettivo strategico del Distretto "Dalla Dora al Chiusella"

Obiettivo strategico è la creazione di un distretto commerciale nel quali gli enti pubblici, i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati facciano del commercio un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle imprese commerciali, anche attraverso interventi integrati per lo sviluppo dell'ambiente urbano di riferimento.

L'obiettivo strategico è quello di mettere in rete gli stakeholder territoriali del settore commerciale e degli altri settori che contribuiscono a caratterizzare l'attrattività del distretto in modo che, accompagnati dalle amministrazioni comunali secondo una governance strutturata e concordata, operino in una logica di progettazione sistemica comune per implementare politiche di crescita economica e sociale del territorio incentrate sullo sviluppo del commercio di inter-vicinato e del commercio dei prodotti tipici a complemento delle filiere artigianali locali e a supporto delle filiera agricole e del turismo dolce.

### 4.3 Obiettivi del Distretto Diffuso del Commercio una volta avviato

Gli obiettivi operativi e le azioni del Distretto sono orientati alla definizione di un modello innovativo di sviluppo del settore commerciale per sostenere e rilanciare il commercio con strategie sinergiche di sviluppo economico e di risposta alle necessità e agli effetti generati dal lungo perdurare del periodo di emergenze economica e sociale dovuto alla pandemia.

Obiettivi operativi di questo Distretto Diffuso del Commercio sono:

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

1. ampliare il settore del commercio nel territorio di riferimento per fornire un contributo allo sviluppo economico e sociale riattivando nei centri più piccoli servizi di prossimità non necessariamente con presenze permanenti fisiche, ma anche con strumenti digitali di prossimità;
2. mantenere e incrementare l'insediamento di attività economiche di tipo artigianale, agricolo, turistico-ricreativo, ricettivo e produttivo per il rafforzamento dell'offerta commerciale rafforzando l'affezione al territorio da parte dei suoi residenti e dei suoi abituali frequentatori, puntando anche a incrementarne l'attrattività da parte di chi vi transita quotidianamente per raggiungere il proprio posto di lavoro
3. rinsaldare la collaborazione tra attività commerciali in logica intercomunale affinché possano, insieme, beneficiare reciprocamente del valore aggiunto che ognuna può contribuire a creare entro un sistema di rete.

Per raggiungere questi obiettivi il distretto svilupperà azioni per:

| <b>SINTESI AZIONI DEL DISTRETTO NEL MEDIO - LUNGO PERIODO</b>                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Il Distretto del Commercio, in sinergia e nel rispetto dei ruoli e delle competenze, contribuisce con gli altri attori istituzionali e privati presenti sul territorio, alla realizzazione di: |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>AMMINISTRAZIONI LOCALI</b>                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | individuare e istituire forme di collaborazione stabili, per la realizzazione di iniziative per la promozione del distretto, tra gli operatori del commercio e gli stakeholder territoriali, che possano autosostenersi nel tempo da declinarsi in ambito commerciale, anche con gli altri Distretti del Commercio costituiti in Canavese e aprendo ai comuni collocati lungo la SS 26 (da Romano a Caluso) con i quali il distretto condivide la vocazione commerciale, agricola e vitinicola;                                                                                                         |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | coordinare una programmazione triennale unitaria di azioni di sviluppo, operando in una logica di progettazione strategica e operativa comune per l'implementazione di politiche di crescita economica e sociale del territorio incentrate sullo sviluppo del commercio di vicinato e del commercio dei prodotti agricoli e artigianali locali a supporto della filiera turistica definendo e implementando la "brand identity" di distretto con un programma di comunicazione omogeneo e la promozione della certificazione di origine per ciascun prodotto che nasce ed è confezionato nel Distretto. |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | Integrare i piani commerciali dei 9 comuni prendendo in considerazione il territorio del Distretto come unico territorio non diviso da confini amministrativi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | significative semplificazioni amministrative per l'area di distretto anche attraverso la riduzione di imposte e tasse, la realizzazione di iniziative di riqualificazione e rigenerazione urbana, progetti di recupero degli immobili, con particolare attenzione ai locali commerciali;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | politiche attive sul riuso degli spazi sfitti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | predisposizione di una rete di servizi commerciali a sostegno di fasce della popolazione colpite da eventi calamitosi o emergenze perduranti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | interventi inerenti al design urbano e gli spazi pubblici, con particolare attenzione alla gestione degli spazi pubblici, all'ampliamento di spazi esistenti per attività commerciali, alla riqualificazione del verde e dell'arredo urbano, all'accessibilità e alla sistemazione della viabilità, alla predisposizione di attrezzature per servizi comuni                                                                                                                                                                                                                                             |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | programmi di riqualificazione urbana coordinata finalizzati alla maggiore riconoscibilità del distretto, fisica e virtuale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>COMMERCianti</b>                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                       | interventi volti all'ammodernamento e al miglioramento dell'esteriorità delle attività commerciali (vetrine, insegne, facciate, etc.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> iniziative per la valorizzazione dei locali commerciali in coordinamento con gli enti e le associazioni per la valorizzazione locale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <input type="checkbox"/> interventi volti alla realizzazione di servizi innovativi fra gli operatori dell'area e a vantaggio dei consumatori, con progetti di consegna delle merci a domicilio e creazione di un sistema organizzato e agile per la distribuzione delle merci specie a favore della popolazione anziana o fragile                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> interventi volti alla fidelizzazione della clientela                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <input type="checkbox"/> azioni di promozione finalizzate esclusivamente alla rivitalizzazione della rete distributiva e ad aumentarne l'attrattività                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>PARTNER</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <input type="checkbox"/> progettualità innovative che possano contribuire alla crescita e allo sviluppo del commercio nell'ambito territoriale del Distretto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> censimento delle attività produttive in sofferenza economica in caso di eventi calamitosi o emergenze perduranti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>MANAGEMENT DI DISTRETTO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <input type="checkbox"/> cernita puntuale delle attività e individuazione dei format commerciali ideali (migliorativo rispetto all'attuale situazione) per l'impianto commerciale ed extra commerciale che permettano di aumentare il grado di soddisfacimento del bacino di utenza esistente, analizzando il fenomeno qualitativo della proposta distrettuale e di gestire il file rouge che mette insieme il parrucchiere, l'idraulico, il pasticciere, il negozio di intimo e di ferramenta;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> e-commerce locale per far sì che vi sia sempre una possibilità di acquisto entro il distretto fornendo agli esercenti strumenti digitali per la promozione delle attività commerciali, per l'acquisto online e per il delivery dei prodotti acquistati online;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <input type="checkbox"/> strumenti di ascolto degli operatori commerciali e dei consumatori per conoscere sempre meglio il territorio ed essere in grado di proporre azioni adeguate, coordinati con gli operatori del commercio con le loro forme associative;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> attività di monitoraggio dell'attività svolta e dei risultati conseguiti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> formazione continua agli operatori commerciali e non solo e consulenza personalizzata con il supporto delle associazioni di categoria e degli enti di formazione coinvolti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/> programma di riqualificazione urbana coordinata finalizzati alla maggiore riconoscibilità del distretto: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ attrezzando gli assi di connessione e di transito delle strade intercomunali con elementi identificativi del distretto in accordo con le Amministrazioni locali</li> <li>▪ rafforzando la visibilità del Distretto in collaborazione con gli enti/associazioni ivi presenti che sono attrattori extraterritoriali, come l'Associazione Casainsieme Onlus e il Bioindustry Park;</li> <li>▪ incrementando l'utilizzo coordinato di spazi pubblici per eventi, spettacoli, manifestazioni di carattere culturale, ludico e sportivo in diretto collegamento con iniziative promozionali poste in essere da Associazioni comunali o di Categoria;</li> <li>▪ attivando mercatini stagionali dei prodotti locali itineranti tra i comuni del distretto per promuovere tutta la sua offerta internamente ed esternamente con il contributo delle Pro Loco locali e delle aziende partner;</li> <li>▪ rafforzare la promozione e la qualità del prodotto vitivinicolo anche grazie al supporto del Consorzio per la Tutela e la valorizzazione dei vini DOCG di Caluso e DOC di Carema e Canavese;</li> <li>▪ promuovendo i marchi territoriali in linea con l'iniziativa De.Co. di Borgofranco e con il supporto dell'Agenzia per lo Sviluppo del Canavese.</li> </ul> |

---

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

#### 4.4 Obiettivi specifici della presente proposta

L'obiettivo della seguente proposta è quella di:

- ☐ avviare il distretto partendo dai valori identitari che ne garantiscano la riconoscibilità
- ☐ strutturare e rendere operativo il sistema di governance del Distretto diffuso del commercio;
- ☐ coinvolgere gli stakeholder territoriali del settore commerciale ad operare in una logica di progettazione sistemica per cogliere opportunità di finanziamento e implementare politiche di crescita economica e sociale del territorio;
- ☐ definire un programma di interventi strategici e significativi per il commercio legati alla vocazione del Distretto per:
  - ampliare il settore del commercio nel territorio di riferimento per fornire un contributo allo sviluppo economico e sociale riattivando nei centri più piccoli servizi di prossimità
  - rafforzarne il posizionamento di mercato definendo i segmenti di clientela esterni ai quali rivolgersi e un'offerta integrata per rafforzare l'affezione al territorio da parte dei suoi residenti e dei suoi abituali frequentatori;
  - predisporre gli strumenti di comunicazione per ogni settore coinvolto e per i segmenti di clientela individuati;
  - programmare programmi di valorizzazione e visibilità del distretto concordati con gli operatori del commercio, le loro forme associative e i partner di progetto.

#### 4.5 Azioni progettuali per l'avvio del distretto

Ai fini dell'avvio e per l'operatività del distretto, si prevedono le seguenti azioni:

- ☐ Predisposizione del programma strategico degli interventi per il Distretto Diffuso del Commercio e linee guida per la campagna di comunicazione per la nascita del Distretto Diffuso del Commercio
- ☐ Attività di formazione
- ☐ Organizzazione serate informative
- ☐ Sottoscrizione del protocollo di intesa
- ☐ Attivazione della governance e del Manager di Distretto

#### 4.6 Percorso operativo per la realizzazione del Distretto de Commercio

| ATTIVITA' |                                                                                                                                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01        | Avvio tavolo di lavoro tra i soggetti fondatori e i soggetti che hanno manifestato l'interesse al percorso                                                                 |
| 02        | Attivazione Manager del Distretto                                                                                                                                          |
| 03        | Predisposizione del programma strategico degli interventi per il Distretto Diffuso del Commercio. Relazione di dettaglio dell'ambito di intervento e redazione linee guida |
| 04        | Campagna di comunicazione per la nascita del Distretto Diffuso del Commercio                                                                                               |
| 05        | Attività di formazione                                                                                                                                                     |
| 06        | Serate informative                                                                                                                                                         |
| 07        | Presentazione Documenti finali del Programma Strategico                                                                                                                    |
| 08        | Sottoscrizione Protocollo di Intesa                                                                                                                                        |

#### 4.7 Indicatori di output e di outcome

| ATTIVITA' | Indicatori di output                                         | Indicatori di outcome                                                               |
|-----------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 01        | Avvio tavolo di lavoro tra i soggetti fondatori e i soggetti | n. incontri tavolo<br>n. soggetti partecipanti<br>Costituzione tavolo di governance |

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella

|    |                                                                                                                                                                            |                                                                                                               |                                                                                                                                                |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | che hanno manifestato l'interesse al percorso                                                                                                                              |                                                                                                               |                                                                                                                                                |
| 02 | definizione funzioni e ruolo e individuazione Manager del Distretto                                                                                                        | attività accompagnamento al partenariato;<br>atto di incarico al manager di Distretto.                        | Avvio attività del manager di distretto                                                                                                        |
| 03 | Predisposizione del programma strategico degli interventi per il Distretto Diffuso del Commercio. Relazione di dettaglio dell'ambito di intervento e redazione linee guida | n. analisi diagnostiche;<br>n. approfondimenti specialistici;                                                 | programma strategico di interventi per il Distretto Diffuso del Commercio;                                                                     |
| 04 | Campagna di comunicazione per la nascita del Distretto Diffuso del Commercio                                                                                               | n. azioni di comunicazione e di marketing territoriale per il coinvolgimento e la promozione dell'iniziativa; | comunicazione avviata interna ed esterna al distretto                                                                                          |
| 05 | Attività di formazione                                                                                                                                                     | n. azioni di formazione;                                                                                      | operatori economici formati                                                                                                                    |
| 06 | Serate informative                                                                                                                                                         | attività di informazione;                                                                                     | cittadini e operatori economici informati                                                                                                      |
| 07 | Presentazione Documenti finali del Programma Strategico                                                                                                                    | n. incontri di presentazione                                                                                  | Lancio del distretto                                                                                                                           |
| 08 | Sottoscrizione Protocollo di Intesa                                                                                                                                        | n. sottoscrizioni protocollo di intesa                                                                        | protocollo d'intesa di costituzione del Distretto del Commercio che individua il perimetro, definisce le regole di funzionamento e di ingaggio |

#### 4.8 Impatto previsto

Con l'istituzione del Distretto l'impatto che si vuole ottenere sul tessuto commerciale è quello di mantenerlo vivo e funzionante e di favorire così la nascita di nuove realtà imprenditoriali in questo modo si contribuisce a trattenere sul territorio i giovani e ad attrarre visitatori dell'esterno aumentando così il reddito degli operatori commerciali e la qualità della vita delle persone che vivono nel territorio.

Nella fase di costituzione del Distretto verrà effettuata un'analisi puntuale per costruire una baseline di valori e definito un impianto indici finalizzato a misurare annualmente il conseguimento dell'impatto previsto che approssimativamente si baserà sui seguenti indicatori di:

- Numero di imprese commerciali
- Numero di addetti del comparto commercio
- Volume di affari delle imprese commerciali annuale
- Volume d'affari delle imprese commerciali ottenuto da e-commerce/delivery
- Numero di acquirenti annuali
- Numero di visitatori annuali
- Stima del PIL prodotto dal comparto commerciale
- Risultato indagine territoriale relativa alla percezione della qualità della vita dei residenti nel distretto.

---

Distretto diffuso del commercio dalla Dora al Chiusella