

Allegato 2

“Programmazione strategica triennale”

Il presente allegato mette in evidenza problematiche, obiettivi e interventi strategici frutto del percorso di ascolto, confronto, analisi e progettazione avviato dal mese di luglio 2021, nell’ambito delle attività previste per la costituzione del Distretto del Commercio per il territorio di Pianezza.

Il percorso ha permesso di:

1. avvicinare le imprese e gli stakeholders del territorio allo strumento del Distretto del Commercio, fornendo i concetti alla base della sua azione e dando una panoramica rispetto a progettualità realizzate in altri territori, come punto dal quale partire per un confronto costruttivo;
2. individuare le problematiche afferenti ai comparti economici dell’area e del territorio di Pianezza in generale;
3. stimolare il coinvolgimento di cittadini, imprese e stakeholder in modo da favorire l’emersione e la raccolta di bisogni e proposte utili per guidare la definizione della programmazione strategica triennale degli interventi del Distretto;
4. supportare e accompagnare i partner fondatori del Distretto nella definizione del Protocollo d’Intesa.

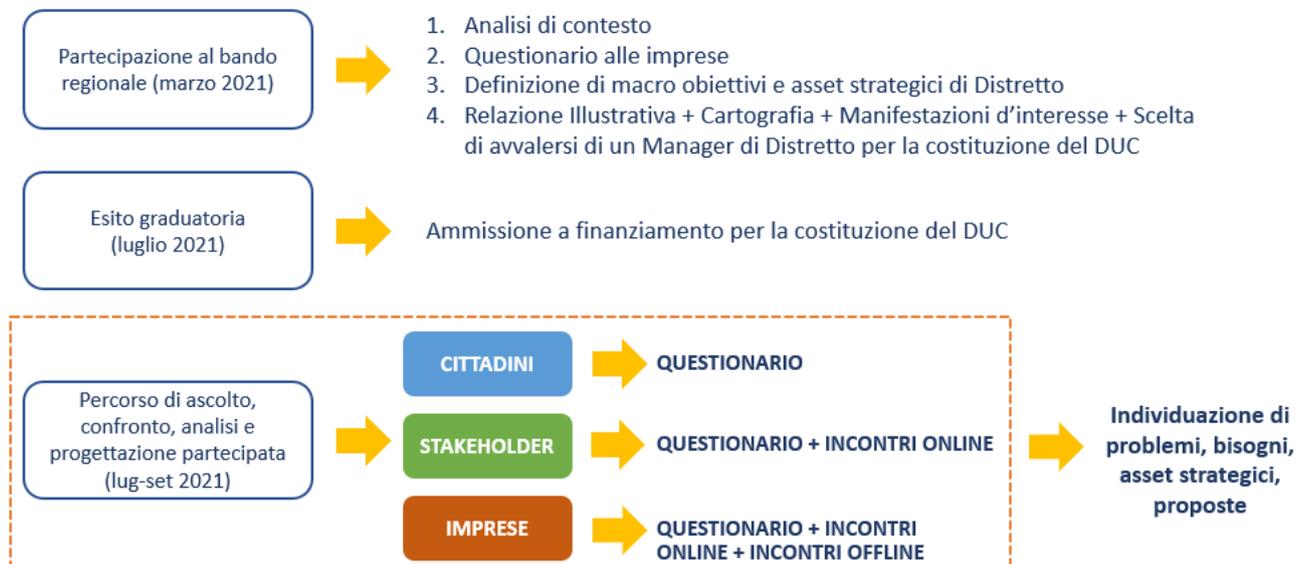
Tale percorso ha visto il ricorso e l’attivazione di diversi strumenti ed attività tra cui:

- la realizzazione di una pagina informativa, dedicata alla costituzione del Distretto, all’interno del sito web istituzionale del Comune di Pianezza (<https://www.comune.pianezza.to.it/it-it/avvisi/2021/distretto-del-commercio-208285-1-5051ff14c6ee6d69486e5ef58ff00f1c>);
- la predisposizione di questionari online rivolti a cittadini, imprese e stakeholder (attivi da agosto a settembre 2021);
- la realizzazione di incontri plenari di progettazione partecipata con le imprese (22 luglio e 14 settembre) e con gli stakeholder (19 luglio e 20 settembre), interviste a soggetti strategici e riunioni ad hoc con i partner fondatori del Distretto.

La metodologia di lavoro impiegata ha così consentito di individuare non solo le criticità e problematiche presenti sul territorio di Pianezza, ma anche bisogni e proposte di imprese e stakeholder, fondamentali per la definizione di obiettivi, strategie e interventi condivisi e realmente in linea con le necessità del territorio.

1) Percorso di lavoro

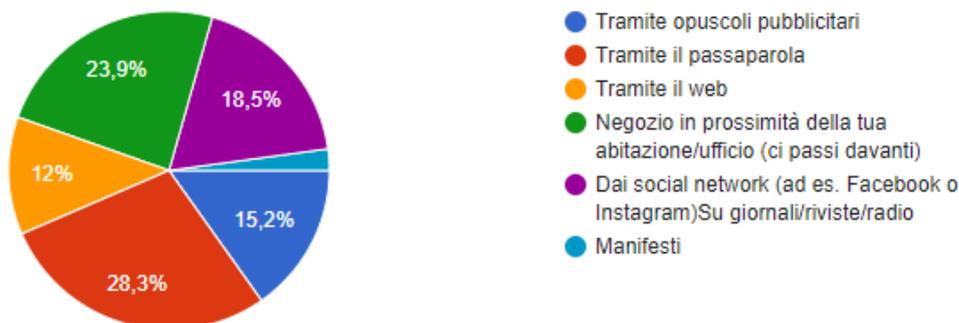
Il grafico mette in evidenza il percorso di lavoro che è stato attivato in questi mesi per il coinvolgimento del tessuto economico locale e per l'emersione di problematiche, bisogni, asset strategici e proposte.



2) Sintesi dei principali elementi raccolti attraverso i questionari ai CITTADINI

Il capitolo mette in evidenza i principali elementi emersi dalla veicolazione del questionario ai cittadini, che in parte sono stati oggetto di analisi e discussione durante il confronto con le imprese di Pianezza.

1. Principali modalità con cui i cittadini vengono a conoscenza degli esercizi commerciali in cui poi decidono di fare acquisti?



2. Di cosa sono MAGGIORMENTE SODDISFATTI i cittadini quando fanno acquisti a Pianezza?

- Rapporto di fiducia che si è instaurato nel tempo
- Esperienza e professionalità del personale
- Possibilità di effettuare pagamenti elettronici

3. Di cosa sono MENO SODDISFATTI i cittadini quando fanno acquisti a Pianezza?

- Convenienza economica di negozi/bar/ristoranti
- Varietà dei servizi/prodotti offerti dai negozi e dai bar/ristoranti
- Qualità degli spazi in cui si sviluppa l'attività economica
- Dotazione di aree di sosta nelle aree dei negozi e dei bar/ristoranti

4. Quali sono le AZIONI che invoglierebbero i cittadini a fare acquisti nei negozi di Pianezza?



5. Quali sono le principali CRITICITÀ e PROBLEMATICHE riscontrate dai cittadini nel fare acquisti a Pianezza?



6. Quali sono le principali INIZIATIVE che - secondo i cittadini - dovrebbero essere intraprese per migliorare la situazione?

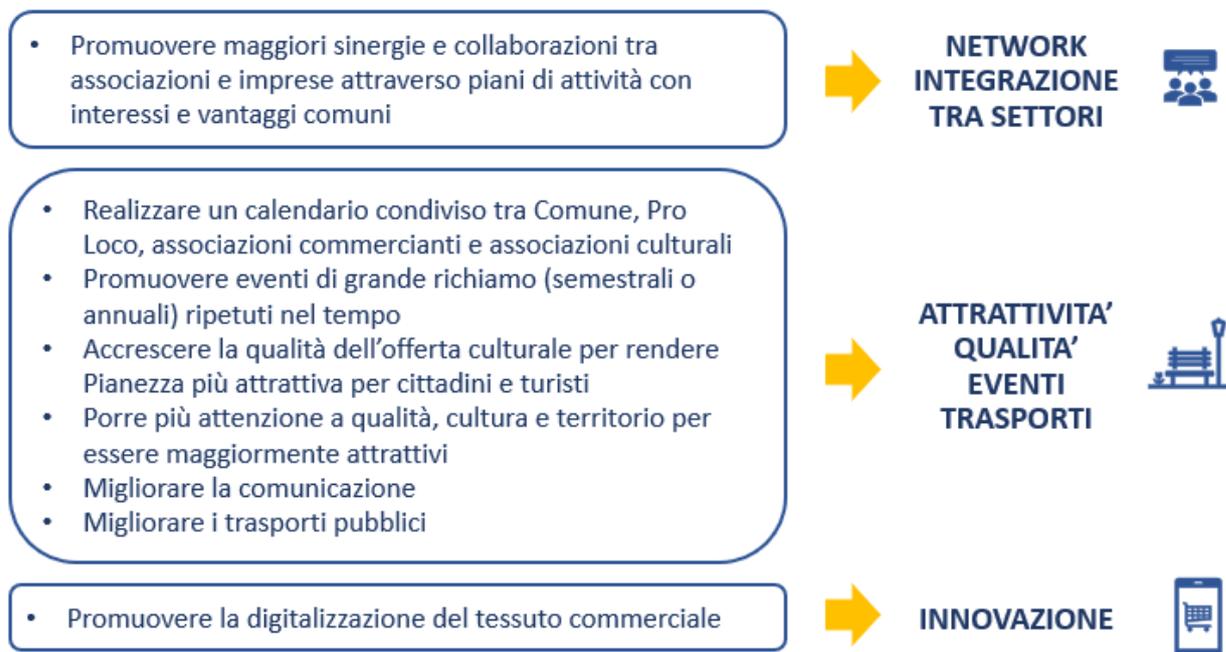


3) Sintesi dei principali elementi raccolti attraverso i questionari agli STAKEHOLDER

1. Quali sono gli **ASSET STRATEGICI** su cui dovrebbe puntare il Distretto?

- **ATTRATTIVITÀ E QUALITÀ URBANA:** spazio pubblico più accogliente, accessibile, attrattivo e vivibile, eventi
- **MOBILITÀ SOSTENIBILE:** potenziamento delle piste ciclabili e dei servizi a sostegno della mobilità sostenibile
- **NETWORK:** incentivare la collaborazione tra gli attori locali e la nascita e lo sviluppo di progetti e servizi congiunti
- **GOVERNANCE:** definire un modello di governance in grado di riunire insieme e far collaborare Comune, imprese, associazioni e attori locali
- **COMUNICAZIONE e PROMOZIONE**

2. Quali sono le principali **AZIONI/INTERVENTI** che il Distretto dovrebbe prevedere per rilanciare il commercio locale ed accrescere l'attrattività del territorio?



3. Che tipo di contributo si è disposti a dare per lo sviluppo del Distretto e il rilancio del commercio locale?

- Favorire sinergie e collaborazioni tra il tessuto associativo e le imprese (le associazioni attirano persone sul territorio, le imprese possono fare da sponsor agli eventi)
- Sviluppare iniziative a favore della socializzazione, formazione e integrazione
- Accrescere la qualità dell'offerta culturale
- Realizzare manifestazioni mirate

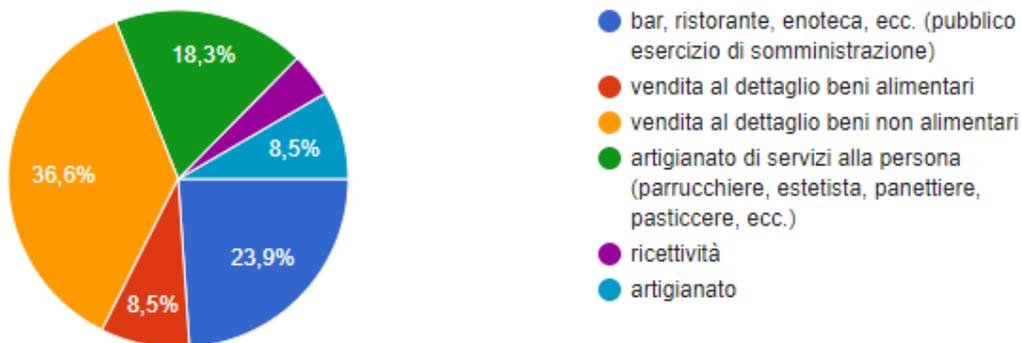
4. Quali sono le principali criticità e problemi del comparto economico (commercio, servizi, somministrazione e turismo) che il Distretto dovrà affrontare nei prossimi anni?



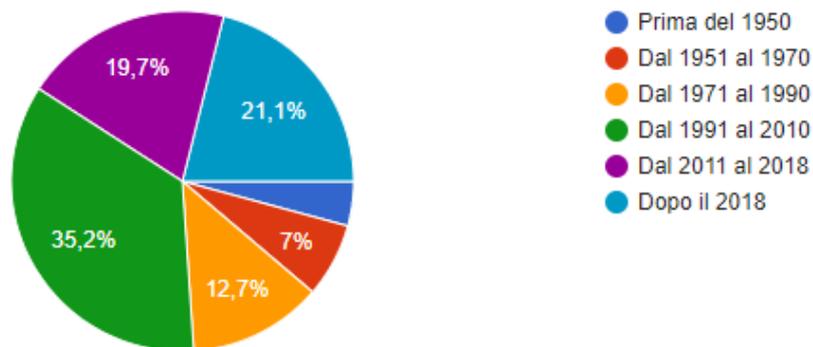
4) Sintesi dei principali elementi raccolti attraverso i questionari alle IMPRESE

1. Profilo di chi ha risposto al questionario

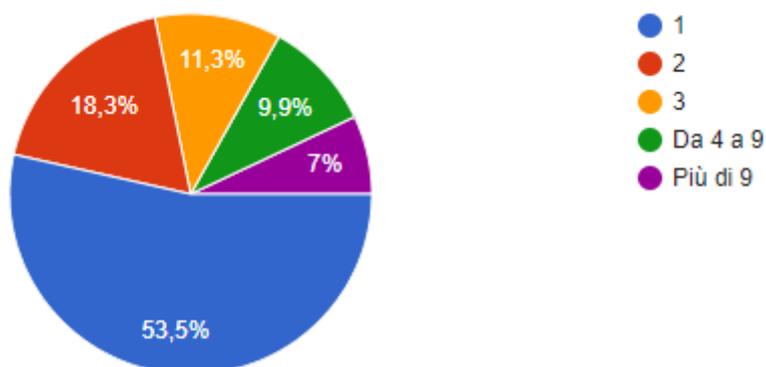
ATTIVITA' SVOLTA



ANNO IN CUI E' STATA APERTA L'ATTIVITA'



NUMERO DI PERSONE CHE LAVORANO NELL'AZIENDA



2. *Principali problematiche incontrate a partire da marzo 2020?*

- Mancanza di credito per effettuare investimenti
- Calo del fatturato
- Calo del numero di clienti
- Concorrenza da parte della grande distribuzione e dei centri commerciali

3. *Tipologie di investimento ritenute più importanti per mantenere la competitività?*

- Posizionamento su web (SEO, newsletter, ..)
- Promozione on-line (google adv, ...)
- Formazione al personale per migliorare le competenze legate all'attività specifica
- Acquisto nuove attrezzature
- Ristrutturazione dei locali
- Riutilizzo dei negozi chiusi per offrire servizi utili per i cittadini
- Maggiore offerta di eventi
- Aiuti economici alle imprese
- Riqualficazione e abbellimento del centro

4. *Quali sono gli aspetti sui quali dovrebbe lavorare il Distretto?*

- Campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali
- Valorizzazione delle eccellenze locali per attrarre utenza (itinerari che uniscano cultura/natura e shopping)
- Politiche per il riutilizzo dei locali sfitti, affinché non restino vuoti e non si crei desertificazione commerciale
- Progettazione di iniziative attrattive
- Progettazione di servizi per il sostegno alle imprese
- Identificazione di un piano di marketing che identifichi il territorio e la sua offerta e che attragga nuova utenza
- Rigenerazione di aree urbane ad alta densità commerciale (arredo, sicurezza, accessibilità)
- Attivazione di canali digitali per restare in contatto con l'utenza
- Avvio di iniziative di collaborazione tra imprese di categorie merceologiche differenti (commercio, agricoltura, artigianato, ...)

5. Quali sono i principali bisogni della tua categoria merceologica?



5) Sintesi dei principali elementi emersi dagli incontri online con le IMPRESE

Su quali INIZIATIVE dovrebbe puntare il Distretto per supportare il rilancio del commercio di vicinato di Pianezza?

1 **Coordinamento / Integrazione / Governance**

- Maggiore coordinamento tra Comune / Pro Loco / attori locali / commercianti
- Maggiore comunicazione tra Comune e commercianti per informarli sugli eventi e fare in modo che i negozi siano aperti durante le iniziative in calendario
- Fare rete

2 **Cambiamento culturale / competitività**

- Ripensare gli orari di apertura dei negozi durante gli eventi
- Abbellire e/o migliorare l'estetica dei negozi e degli spazi esterni
- Definire elementi di arredo comune tra i negozi del Distretto
- Accrescere i servizi offerti alla clientela
- Offrire assistenza e supporto alla clientela
- Accrescere la consapevolezza rispetto il valore e l'importanza del commercio di vicinato

3 **Rigenerazione urbana**

- Riqualificazione ed abbellimento del centro storico
- Riuso e valorizzazione dei locali sfitti incentivando l'apertura di attività commerciali attualmente assenti
- Abbellimento della città durante le feste (filodiffusione)

4 **Elementi di attrattivi ed offerta culturale**

- Definizione di un calendario condiviso di eventi
- Realizzazione di eventi costruiti ad hoc, di qualità e di richiamo (appuntamenti annuali/semestrali)
- Realizzazione di un mercatino natalizio con artigianato di qualità e prodotti dei commercianti locali

6) Sintesi del percorso complessivo sviluppato con gli attori locali tra luglio e settembre 2021



7) Problematiche

Il capitolo mette in evidenza le problematiche dei settori economici rilevate dal confronto con i diversi soggetti coinvolti: cittadini, imprese e stakeholders.

Problematiche riscontrate dai cittadini:

- Assenza/scarsità di esercizi commerciali ritenuti importanti dalla cittadinanza (come ad esempio: negozi di abbigliamento per bambini e ragazzi, negozi di abbigliamento per lo sport, negozi di calzature, negozi di prodotti locali a Km0, librerie) con conseguente scelta di fare i propri acquisti presso i centri commerciali quando si tratta di abbigliamento, calzature e accessori.
- Scarsa varietà degli esercizi commerciali presenti sul territorio.
- Scarsa varietà di prodotti e servizi offerti dagli esercizi commerciali.
- Scarso ricorso, da parte delle attività commerciali di vicinato, del digitale per comunicare e promuovere i propri prodotti e servizi.
- Scarsa qualità degli spazi di alcune attività commerciali.
- Orari di apertura delle attività commerciali che non sempre tengono in considerazione i bisogni e le esigenze della clientela.
- Prezzi poco convenienti.

Problematiche riscontrate dagli stakeholder:

- Scarsa propensione da parte dei commercianti locali a collaborare tra di loro e a sviluppare progetti congiunti.
- Necessità di un cambiamento culturale da parte dei commercianti locali e di una maggiore propensione a puntare sull'innovazione e la qualità e ad accrescere/migliorare la propria offerta e competitività.
- Necessità di una maggiore comunicazione e confronto tra settori diversi (commercio/sociale/cultura) e di collaborazione tra i vari attori del territorio (Comune, associazioni locali e commercianti).
- Necessità di una maggiore digitalizzazione del tessuto commerciale locale.
- Necessità di una maggiore qualità dell'offerta culturale locale e della realizzazione di eventi di grande richiamo.
- Necessità di attrarre giovani e nuova utenza in città.

Problematiche riscontrate dalle imprese:

- Mancanza di credito per effettuare investimenti.
- Calo del fatturato a seguito della pandemia e dei vari periodi di lockdown.
- Calo del numero di clienti.
- Concorrenza da parte della grande distribuzione e dei centri commerciali.
- Necessità di risorse per investire maggiormente: in attività di comunicazione e promozione online, formazione e aggiornamento, formazione del personale, acquisto di nuove attrezzature e ristrutturazione dei locali.
- Necessità di un piano di comunicazione, anche condiviso tra più commercianti, per la promozione dei propri prodotti e offerte.
- Necessità di una campagna di sensibilizzazione agli acquisti locali.
- Necessità di una maggiore valorizzazione delle eccellenze locali per attrarre utenza in città.
- Necessità di politiche attive per il riuso dei locali sfitti.
- Necessità di una maggiore dotazione di parcheggi, soprattutto nel centro.
- Necessità di una maggiore offerta di eventi in grado di richiamare utenza in città.
- Necessità di una maggiore cura e valorizzazione del centro storico.
- Necessità di investire maggiormente nell'abbellimento e nella riqualificazione delle vetrine e degli spazi degli esercizi commerciali.

8) Obiettivi a medio e lungo termine

L'inquadramento territoriale presentato nella Relazione Illustrativa di marzo 2021 (in risposta al primo bando regionale), il percorso di progettazione partecipata (questionari, interviste e incontri online) e di analisi qualitativa sviluppati tra luglio e settembre 2021 con cittadini, imprese e stakeholder hanno portato alla definizione dei principali obiettivi che si intendono raggiungere - a medio e lungo termine - attraverso il Distretto del Commercio e nel dettaglio:

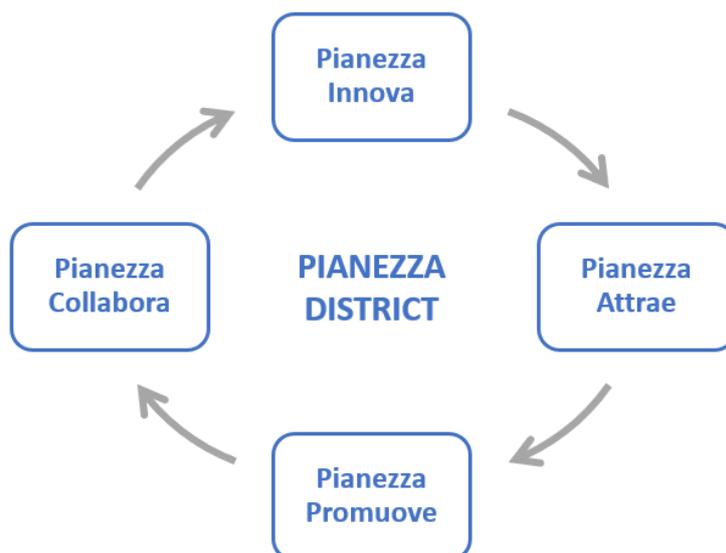
- contrastare la desertificazione commerciale del centro storico;
- promuovere il recupero e la valorizzazione dei locali sfitti;
- promuovere una maggiore attrattività e competitività dell'offerta commerciale locale;
- accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale;
- intercettare nuovi visitatori grazie alla vicinanza con Torino, Rivoli e Venaria Reale e alla presenza di Pianezza sia all'interno del circuito cicloturistico «La Corona di Delizie in bicicletta» sia in quello della Via Francigena;
- supportare imprese e start-up sia a livello economico sia a livello formativo/di aggiornamento;
- incentivare l'apertura di attività commerciali assenti in modo da potenziare e rendere più competitiva l'offerta locale ed evitare che i cittadini debbano spostarsi in altri territori per fare i propri acquisti;
- rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti;
- potenziare e valorizzare i servizi esistenti (Alert System, Pianezza Innova, ecc.) affinché siano maggiormente conosciuti e utilizzati da cittadini, imprese e associazioni locali;
- favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale;
- potenziare la mobilità sostenibile e i servizi ad essa connessi;
- accrescere il coinvolgimento e il dialogo tra pubblico, privato e terzo settore;
- favorire la comunicazione, il confronto e la collaborazione tra Comune, associazioni e imprese per la definizione e sviluppo di iniziative e progettualità congiunte.

L'intento strategico è quello di rafforzare tre elementi fondamentali della città:

- *spazio pubblico/servizi*
- *elementi di attrattività/offerta culturale*
- *offerta commerciale*

in modo da accrescere la qualità e la vivibilità di Pianezza e renderla maggiormente attrattiva sia per i cittadini (di tutte le fasce d'età) sia per gli utenti esterni, con l'obiettivo generale di rendere Pianezza un luogo in cui vivere, fare acquisti e trovare un'offerta integrata di intrattenimento e svago.

Per questo motivo il Distretto è arrivato a impostare un "*Programma strategico di interventi*" incentrato su quattro *asset strategici*: Pianezza Collabora, Pianezza Innova, Pianezza Attrae, Pianezza Promuove.



9) Programma strategico di interventi

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi a medio e lungo termine illustrati sopra è stato impostato uno specifico “Programma strategico di interventi” che prevede quanto segue:

Pianezza Collabora

- Istituzione ed attivazione di «**Laboratori Urbani**» - tavoli di confronto e lavoro su tematiche specifiche - volti a riunire insieme Comune, associazioni e imprese per:
 - a) favorire il raccordo, ascolto, confronto e comunicazione tra enti e soggetti differenti attivi sul territorio;
 - b) far nascere sinergie e collaborazioni tra settori diversi (commercio, cultura, sport, agricoltura, sociale, ecc.);
 - c) accrescere e migliorare i servizi e l’offerta culturale;
 - d) migliorare la comunicazione e promozione del territorio e della sua offerta;
 - e) realizzare iniziative condivise in grado di accrescere l’attrattività di Pianezza;
 - f) elaborare proposte e suggerimenti utili per il Distretto.

Nel dettaglio i Laboratori Urbani, convocati a chiamata dalla Cabina di Regia, avranno il compito di promuovere il coinvolgimento e la partecipazione attiva sia dei soggetti che già fanno parte del Distretto sia di eventuali ulteriori enti e soggetti interessati a collaborare e a costruire progettualità condivise a supporto del commercio locale e della valorizzazione del territorio; il tutto con una particolare attenzione verso i bisogni e le necessità di target specifici come giovani e anziani.

I Laboratori Urbani si riuniranno quindi su proposta della Cabina di Regia e saranno attivati su tematiche specifiche ritenute strategiche per il Distretto (cultura, sport, sociale, ecc.).

Pianezza Innova

- “**Recupero e valorizzazione degli spazi sfitti**” attraverso:
 - 1) mappatura dei locali sfitti;

2) recupero e riuso degli spazi censiti per fini culturali (mostre temporanee, performance artistiche, ecc.) e comunicativi (spazi in cui promuovere esercizi commerciali periferici e/o prodotti locali) e/o per l'avvio di «temporary shop» per la vendita di prodotti locali/a Km0 (rafforzando il rapporto tra commercio e agricoltura) e l'apertura di esercizi commerciali assenti a Pianezza ma fortemente richiesti dalla popolazione, ampliando in questo modo l'offerta e la varietà di prodotti che si possono trovare nel Distretto.

- Definizione di un **“Regolamento comunale per sperimentare l'apertura dei negozi in orari differenti”** in modo da intercettare il più alto numero di utenti possibile grazie all'apertura dei negozi anche durante eventi e manifestazioni, in pausa pranzo, ecc..
- Avvio di **“Percorsi di formazione e aggiornamento per le imprese”** volti ad accrescerne la competitività attraverso l'approfondimento di tematiche ritenute per loro prioritarie (come da es. social e marketing digitale).
- Avvio di **“Iniziativa a supporto dell'apertura di nuove attività commerciali”**, con particolare attenzione alla promozione di quelle assenti e maggiormente richieste dai cittadini, attraverso l'attivazione di sgravi fiscali, bandi, consulenze specialistiche e politiche attive di recupero e la valorizzazione dei locali sfitti.

Pianezza Attrae

- **“Rigenerazione e rivitalizzazione del centro storico”** attraverso: l'ampliamento di Piazza Vittorio Veneto (con la creazione di un porticato e l'apertura di una nuova piazza e collegamento con il Centro Bettini) e la realizzazione di un sottostante parcheggio interrato.
- Definizione e realizzazione di **“Elementi di arredo”** (cestini, fioriere, vetrofanie, ecc.) caratterizzanti il Distretto e i suoi esercizi commerciali e finalizzati ad accrescerne visibilità, attrattività e riconoscibilità.
- Attivazione di **“Incentivi per abbellire vetrine e negozi”** con l'intento di accrescere sia la qualità estetica degli spazi interni ed esterni degli esercizi commerciali sia il decoro e l'attrattività dell'intera città.
- Potenziamento del **“Servizio di navette gratuite”** per facilitare i collegamenti tra periferia e centro e consentire una maggiore e più immediata fruizione del centro e delle aree in cui si sviluppano le principali attività commerciali.
- Definizione di un **“Calendario condiviso di eventi”** tra Comune, Pro Loco, associazioni locali e commercianti volto a rafforzare l'offerta culturale di Pianezza, accrescere le opportunità di svago e intrattenimento per i cittadini e attrarre nuova utenza in città.
- Definizione di una **“Programmazione culturale”** di qualità anche a partire dalle proposte dei Laboratori Urbani e del lavoro congiunto tra più associazioni del territorio per accrescere la visibilità ed attrattività di Pianezza e rivitalizzare il centro, sia di giorno sia di sera, in diversi periodi dell'anno.
- Realizzazione di un **«Mercatino natalizio»** volto a promuovere e dare visibilità non solo all'artigianato di qualità ma anche ai prodotti dei commercianti di Pianezza e ad accrescere la fruizione del centro storico anche nel periodo natalizio.

Pianezza Promuove

- Definizione di un «**Piano di Comunicazione e Sensibilizzazione**» integrato (basato su strumenti online e offline) volto a:
 - 1) far conoscere e promuovere: a) i servizi già esistenti, favorendone l'utilizzo da parte di cittadini, imprese e associazioni (Alert System, Pianezza Innova, piattaforme web, ecc.); b) eventi/manifestazioni e c) attività commerciali locali, il tutto accrescendo la visibilità dell'offerta e l'attrattività del territorio;
 - 2) sensibilizzare associazioni e commercianti sull'importanza del Distretto e del fare rete;
 - 3) sensibilizzare i cittadini a fare acquisti sul territorio e sull'importanza e valore del commercio di vicinato sia in termini di socialità sia in termini di qualità e vivibilità dello spazio urbano;
 - 4) rilanciare l'immagine di Pianezza come città viva e attiva in cui è possibile divertirsi e fare acquisti.



Per la realizzazione delle iniziative sopra riportate, è stata concertata una programmazione strategica triennale, al fine di dare maggiore efficacia all'intervento distrettuale e garantire la necessaria evoluzione al Distretto.

Intervento	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Laboratori Urbani			
Recupero e valorizzazione degli spazi sfitti			
Regolamento comunale per sperimentare l'apertura dei negozi in orari differenti			

Percorsi di formazione e aggiornamento per le imprese			
Iniziative a supporto dell'apertura di nuove attività commerciali			
Rigenerazione e rivitalizzazione del centro storico			
Elementi di arredo			
Incentivi per abbellire vetrine e negozi			
Servizio di navette gratuite			
Calendario condiviso di eventi			
Programmazione culturale			
Mercatino natalizio			
Piano di Comunicazione e Sensibilizzazione			

SCHEDA 1 – LABORATORI URBANI

Focus	PIANEZZA COLLABORA
Obiettivo principale	<p>La necessità di una maggiore collaborazione tra imprese, ma anche con stakeholders e amministrazione locale, ha portato all'idea di attivare dei Laboratori urbani, all'interno dei quali fare emergere costantemente idee e proposte, in linea con gli obiettivi strategici che si pone il Distretto.</p> <p>All'interno dei Laboratori urbani verranno affrontate tutte le tematiche inserite nella programmazione strategica, con l'intento di realizzare in concreto le azioni rispetto ai reali bisogni delle Imprese, di volta in volta riallineati.</p>
Anno 1	<p>Si prevede la creazione dei Laboratori urbani a partire dalla stipula del Protocollo di Intesa, che ne disciplina il funzionamento.</p> <p>Il Manager di Distretto coordinerà i Laboratori, che di volta in volta saranno attivati su tematiche differenti, a seconda della pianificazione temporale delle iniziative inserite nella programmazione strategica.</p>
Anno 2	<p>Si prevede di rendere stabile almeno 1 laboratorio urbano tematico per l'elaborazione di nuove idee e proposte. Essendo un gruppo di lavoro modulare, le tematiche saranno valutate in corso di attività.</p>
Anno 3	<p>Si prevede di rendere stabile un secondo laboratorio urbano tematico per l'elaborazione di nuove idee e proposte. Essendo un gruppo di lavoro modulare, le tematiche saranno valutate in corso di attività.</p>
Strumenti	<p>I Laboratori urbani, per agevolare la partecipazione e l'emersione di idee e proposte potranno fruire dei seguenti strumenti, già utilizzati in questi mesi per la formalizzazione del Protocollo di Intesa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Questionari di ascolto • Percorsi di progettazione partecipata • Social per l'ingaggio di soggetti

Risultati attesi	La creazione di un organismo stabile che possa fungere da effetto moltiplicatore rispetto alle iniziative lanciate dal Distretto e che possa favorire la partecipazione attiva delle Imprese e degli Stakeholders locali.
------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SCHEDA 2 – RECUPERO E VALORIZZAZIONE SPAZI SFITTI

Focus	PIANEZZA INNOVA
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • contrastare la desertificazione commerciale del centro storico; • promuovere il recupero e la valorizzazione dei locali sfitti; • promuovere una maggiore attrattività e competitività dell’offerta commerciale locale; • incentivare l’apertura di attività commerciali assenti in modo da potenziare e rendere più competitiva l’offerta locale ed evitare che i cittadini debbano spostarsi in altri territori per fare i propri acquisti;
Anno 1	//
Anno 2	<p>Si prevede di attivare una mappatura dei locali sfitti di Pianezza, per comprendere meglio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dove insistono i vuoti urbani • quali categorie merceologiche sono venute meno nel tempo <p>Al termine della mappatura, si intende avviare un confronto aperto con proprietari dei locali e con i soggetti coinvolti nei Laboratori urbani, per capire i margini di azione per lo sviluppo di proposte mirate.</p> <p>Una volta stilate alcune proposte, si propone l’attivazione, in forma sperimentale, di alcune di queste, sulla base di quanto già descritto in precedenza (temporary shop, mostre periodiche, ...), da accompagnare ad una intensa azione di comunicazione/promozione.</p> <p>Accanto a questo, si prevede anche di avviare una azione di “sensibilizzazione” alla apertura di nuovi negozi, progettando sgravi fiscali che possano favorire nuove aperture.</p>
Anno 3	Si prevede di rendere stabili e permanenti alcune iniziative sperimentate e di intensificare l’azione di ricerca di nuove imprese interessate ad aprire negozi in Pianezza.
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • censimento “porta a porta” dei locali vuoti, con individuazione delle loro caratteristiche principali • incontri periodici tra proprietari dei locali/agenzie immobiliari • concorsi di idee per il riuso dei locali • regolamentazione comunale e possibili sgravi fiscali per nuove aperture
Risultati attesi	Ci aspettiamo che l’azione porti:

	<ul style="list-style-type: none"> • animazione periodica di alcuni locali, con conseguente maggiore attrattiva per l'utenza • apertura di nuove attività commerciale in grado di ampliare l'offerta locale, sempre a vantaggio dell'attrattività • attivazione di iniziative sperimentali altamente attrattive, che possano garantire afflusso di utenza costante
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SCHEDA 3 – REGOLAMENTAZIONE COMUNALE IN TEMA DI ORARI

Focus	PIANEZZA INNOVA
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promuovere una maggiore attrattività e competitività dell'offerta commerciale locale;
Anno 1	<p>Si prevede di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzare la tipologia oraria (aperture/chiusure) delle attività di Pianezza, per comprendere quali siano in concreto le fasce orarie "scoperte" da servizio • avviare un confronto con le imprese per comprendere i margini di manovra di un'eventuale sperimentazione oraria differente • avviare un'indagine con l'attuale utenza per comprendere le fasce orarie di maggiore interesse per una sperimentazione • avviare, nel rispetto della normativa nazionale e regionale, la sperimentazione oraria in alcune giornate e per alcune categorie merceologiche, accompagnata da adeguata comunicazione e diffusione
Anno 2	<p>Si prevede di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verificare gli effetti della sperimentazione oraria • regolamentare, nel rispetto della normativa nazionale e regionale, nuove fasce orarie • avviare un confronto con stakeholders locali per affiancare sperimentazioni orarie anche alle loro proposte, al fine di rafforzare l'azione intrapresa
Anno 3	<p>Si prevede di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rivalutare e/o ampliare la proposta ad altre categorie merceologiche
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • questionario di ascolto • attivazione del Laboratorio urbano per l'ascolto con Imprese e stakeholders • regolamentazione comunale • questionario di valutazione quanti-qualitativa
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un potenziamento del servizio offerto all'utente

	<ul style="list-style-type: none"> • un incremento delle vendite per le imprese (grazie alla modifica delle fasce orarie) • un potenziamento nell'accesso alla offerta di servizi territoriali
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SCHEDA 4 – FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO PER LE IMPRESE

Focus	PIANEZZA INNOVA
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • supportare imprese e start-up sia a livello economico sia a livello formativo/di aggiornamento; • rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti; • potenziare e valorizzare i servizi esistenti (Alert System, Pianezza Innova, ecc.) affinché siano maggiormente conosciuti e utilizzati da cittadini, imprese e associazioni locali; • favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale;
Anno 1	<p>In questi mesi sono emersi bisogni formativi legati a diverse tematiche, tra le quali il digitale e la strategia di comunicazione. Attraverso il Distretto vogliamo rispondere a questo bisogno, ma dotare le imprese anche di strumenti aggiuntivi e “di sistema” che possano innescare un miglioramento competitivo a 360°.</p> <p>In linea con gli obiettivi strategici del Distretto, il primo anno pensiamo di attivare corsi legati a marketing digitale, ma anche legati al concetto di collaborazione, alla base del Distretto.</p> <p>Accanto a questi temi, si prevede anche una formazione/informazione rivolta a servizi già attivati nell'ultimo periodo, quali Alert System, Pianezza Innova, ecc. per facilitare l'utilizzo da parte delle Imprese.</p>
Anno 2	<p>Si prevede di continuare con l'aggiornamento formativo, coinvolgendo i Laboratori urbani nella definizione di nuove esigenze (che nel tempo per loro natura mutano), ma proseguire anche con iniziative formative più generali, legate appunto al concetto di cooperazione, al fine di raggiungere eventuali nuove imprese nate nel frattempo.</p> <p>L'efficacia dell'azione formativa sarà verificata attraverso un sistema di monitoraggio interno al Distretto.</p>
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • attivazione del Laboratorio urbano per l'ascolto delle esigenze formative delle Imprese e per l'emersione di proposte che integrino le tematiche trattate dal Distretto (per omogeneità e maggiore efficacia di azione) • programmazione formativa

	<ul style="list-style-type: none"> • sistema di monitoraggio
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una maggiore conoscenza di strumenti utili al miglioramento competitivo delle imprese • una maggiore coesione di azione a livello distrettuale • un maggiore scambio di idee e proposte ed eventuale emersione di nuove iniziative collegate ai temi oggetto della formazione

SCHEDA 5 – INIZIATIVE A SUPPORTO DELL'APERTURA DI NUOVE ATTIVITA'

Focus	PIANEZZA INNOVA
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • contrastare la desertificazione commerciale del centro storico; • promuovere il recupero e la valorizzazione dei locali sfitti; • promuovere una maggiore attrattività e competitività dell'offerta commerciale locale; • incentivare l'apertura di attività commerciali assenti in modo da potenziare e rendere più competitiva l'offerta locale ed evitare che i cittadini debbano spostarsi in altri territori per fare i propri acquisti;
Anno 1	//
Anno 2	<p>In collegamento all'azione n. 2 "recupero e valorizzazione dei locali sfitti" intendiamo potenziare maggiormente l'iniziativa di attrazione, da parte di nuove imprese, verso il territorio di Pianezza, al fine di favorire la nascita di nuove aperture.</p> <p>Si prevede di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) avviare un confronto con i proprietari dei locali sfitti per capire gli estremi di azioni nei quali poter lavorare 2) censire i locali "a disposizione" per l'azione progettuale e dare loro visibilità per eventuali nuovi occupanti 3) avviare una azione di promozione di tali spazi, affinché vi siano richieste 4) verificare le categorie merceologiche mancanti e rafforzare l'azione comunicativa proprio su questi target 5) attivare un collegamento con le azioni progettuali già portate avanti da ASCOM Torino (MIP) per capire se tali locali possano essere occupati da nuove imprese e/o creare nuove proposte consulenziali per favorire nuove aperture locali 6) prevedere in alternativa o anche in forma complementare sgravi fiscali e misure similari per favorire i nuovi insediamenti e/o bandi di contributo per finanziare parte dei costi di nuovo insediamento
Anno 3	Prosecuzione dell'azione così come impostata per l'anno 2

Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • incontri periodici tra proprietari dei locali/agenzie immobiliari • regolamentazione comunale e possibili sgravi fiscali per nuove aperture • bando di contributo pubblico per favorire nuovi insediamenti
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una riduzione nel tempo dei locali sfitti • l'inserimento nel tessuto economico locale di categorie merceologiche oggi non presenti • un rafforzamento dell'offerta di prodotti/servizi a vantaggio di tutto il tessuto economico locale

SCHEDA 6 – RIGENERAZIONE E RIVITALIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale;
Anno 1	<p>Il progetto che si intende realizzare prevede l'ampliamento di Piazza Vittorio Veneto (con la creazione di un porticato e l'apertura di una nuova piazza e collegamento con il Centro Bettini) e la realizzazione di un sottostante parcheggio interrato. Il progetto prenderà avvio nel primo anno, per poi concludersi nel II anno.</p>
Anno 2	
Anno 3	<p>Per il terzo anno si prevede l'individuazione di nuove progettualità che possano rafforzare il centro storico, attraverso il coinvolgimento dei Laboratori urbani.</p>
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • progettazione tecnica
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un abbellimento e una rifunzionalizzazione del centro storico, a garanzia di una migliore viabilità locale

SCHEDA 7– ELEMENTI DI ARREDO

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale; • accrescere il coinvolgimento e il dialogo tra pubblico, privato e terzo settore;
Anno 1	<p>Si intende avviare una rigenerazione del territorio puntando su un rinnovamento degli elementi di arredo urbano (cestini, fioriere,</p>

	<p>elementi di arredo, vetrofanie, ecc.) in forma coordinata, così da dare una specifica identità alle zone ove si svolge attività commerciale.</p> <p>All'interno dei Laboratori urbani si progetteranno una serie di interventi specifici, che caratterizzino le diverse aree del territorio secondo le loro specificità (merceologie o elementi di attrattiva da valorizzare in forma integrata), con la possibilità, se ritenuta valida all'atto della progettazione, di attivare dei concorsi di idee che coinvolgano design e artisti, in collaborazione con soggetti locali.</p>
Anno 2	Si prevede la realizzazione fisica degli interventi progettati, con uno sguardo particolare al centro storico, ma anche ad altre vie del Distretto a prevalente presenza di attività economiche.
Anno 3	Per il terzo anno si prevede di mantenere quanto realizzato e di proporre integrazioni.
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • concorso di idee • progettazione tecnica
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un abbellimento e una rifunzionalizzazione del centro storico, a garanzia di una migliore viabilità locale

SCHEDA 8 – INCENTIVI PER ABBELLIRE VETRINE E NEGOZI

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale; • promuovere una maggiore attrattività e competitività dell'offerta commerciale locale; • accrescere il coinvolgimento e il dialogo tra pubblico, privato e terzo settore;
Anno 1	<p>Si intende avviare un insieme di azioni per migliorare l'estetica e l'attrattiva dei negozi, puntando su interventi che coinvolgano le vetrine del centro storico e delle vie a maggiore densità economica. Durante il primo anno, attraverso i Laboratori urbani, si lavorerà per l'individuazione di idonee misure per l'incentivazione al miglioramento. Nello specifico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • progettazione di uno o più bandi di contributo rivolti alle imprese per finanziare spese di sistemazione delle vetrine: opere murarie e tinteggiatura facciate, arredo della vetrina, insegna e elementi di arredo esterni; il tutto in forma coordinata rispetto al concept di arredo urbano che andrà a caratterizzare l'esterno dei locali. • Progettazione di un concorso per la "miglior vetrina" che coinvolga anche l'utenza nelle votazioni, progettando un

	meccanismo di “premiazione” dell’utenza e della miglior vetrina
Anno 2	Si prevede di stabilizzare il concorso delle vetrine.
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • concorso di idee • bando di contributo pubblico
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l’azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un miglioramento del decoro urbano e dell’estetica • una rivitalizzazione delle vetrine, a vantaggio di una maggiore attrattiva da parte dell’utenza • un abbellimento e una rifunzionalizzazione del centro storico, a garanzia di una migliore viabilità locale

SCHEDA 9 – SERVIZIO NAVETTE GRATUITE

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promuovere una maggiore attrattività e competitività dell’offerta commerciale locale; • intercettare nuovi visitatori; • potenziare la mobilità sostenibile e i servizi ad essa connessi;
Anno 1	<p>Pianezza ha già sperimentato un servizio navetta per il trasporto verso il centro storico dalla periferia, sia per supportare le persone prive di mezzo privato, sia per decongestionare il traffico in prossimità dei negozi del centro. Si intende potenziare tale servizio, progettando al meglio giornate, orari e percorso. Si avvierà:</p> <ul style="list-style-type: none"> • analisi dell’attuale percorso, degli orari e delle giornate • ascolto dell’utenza • sperimentazione di nuove tratte
Anno 2	Si prevede di stabilizzare il servizio e di creare collegamenti con i paesi limitrofi
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • questionari di ascolto
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l’azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un afflusso regolare di utenza verso il centro storico • un decongestionamento del traffico in prossimità delle aree ad alta densità economico/commerciale • un centro storico più a misura di pedone

SCHEDA 10 – CALENDARIO CONDIVISO DI EVENTI

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l’attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico

	<p>(soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale;</p> <ul style="list-style-type: none"> • rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti; • favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale;
Anno 1	<p>Pianezza offre durante l'arco dell'anno diversi eventi di richiamo. In questi mesi di lavoro è emersa la necessità di poter valorizzare al meglio tale offerta e di sfruttarla adeguatamente per attrarre un flusso costante di utenza, a vantaggio dei negozi. Attraverso i Laboratori urbani, si prevede di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • censire gli eventi che ogni anno vengono organizzati • individuare eventi aggiuntivi che potrebbero favorire la creazione di sinergie utili tra le proposte standard • creare, laddove possibile, un calendario di eventi almeno semestrale, così che possa essere adeguatamente promosso attraverso idonei canali di comunicazione e attrarre di conseguenza un maggior numero di utenti • coinvolgere stakeholders (ad esempio Proloco e associazioni locali) e Imprese per cercare idonee connessioni tra gli eventi • dare una specifica identità alle iniziative proposte, per fidelizzare nel tempo l'utenza
Anno 2	Si intende proseguire con l'azione, cercando di arricchire e potenziare il calendario
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • incontri di cooperazione
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una programmazione stabile e annuale di eventi attrattivi • la nascita di ulteriori eventi di richiamo da inserire nella programmazione standard, al fine di arricchire le proposte attuali • una maggior cooperazione tra stakeholders che organizzano eventi e Imprese • un maggiore afflusso di utenza • una maggiore identità rispetto all'offerta di eventi ed iniziative locali

SCHEDA 11 – PROGRAMMAZIONE CULTURALE

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico

	<p>(soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale;</p> <ul style="list-style-type: none"> • rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti; • favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale;
Anno 1	<p>Dal confronto con stakeholders e imprese di questi mesi, è emersa la necessità di creare eventi di ampia valenza culturale, da inserire nella programmazione attuale e che contribuiscano ad animare Pianezza di giorno e di notte. Si procederà come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> • attivazione dei Laboratori urbani per l'emersione di proposte legate a tradizioni locali e a proposte culturali di qualità • progettazione di iniziative attraverso il coinvolgimento di enti culturali che operano sul territorio • creazione di collegamenti con le imprese (vetrine a tema evento, promozioni mirate, ...) • inserimento delle iniziative nel palinsesto di eventi territoriali
Anno 2	Si intende proseguire con l'azione, cercando di arricchire e potenziare le iniziative culturali
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • incontri di progettazione
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una programmazione stabile e annuale di eventi attrattivi • la nascita di ulteriori eventi di richiamo da inserire nella programmazione standard, al fine di arricchire le proposte attuali • una maggior cooperazione tra stakeholders che organizzano eventi e Imprese • un maggiore afflusso di utenza • una maggiore identità rispetto all'offerta di eventi ed iniziative locali

SCHEDA 12 – MERCATINO NATALIZIO

Focus	PIANEZZA ATTRAIE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale; • rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti;

	<ul style="list-style-type: none"> • favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale;
Anno 1	<p>Si vuole proporre una iniziativa attrattiva stabile negli anni, un mercatino natalizio che volto a promuovere e dare visibilità non solo all'artigianato di qualità ma anche ai prodotti dei commercianti di Pianezza e ad accrescere la fruizione del centro storico per tutto il periodo natalizio.</p> <p>Si intende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • attivare il Laboratorio urbano per intercettare artigianato di qualità da integrare all'interno del mercatino, avendo cura di coinvolgere operatori complementari, per offerta, ai negozi di Pianezza • inserire eventi ed iniziative attrattive legate al Natale, da cornice alle proposte di prodotti/servizi del mercatino • individuare le imprese che possano esporre bancarelle di qualità
Anno 2	Si intende proseguire con l'azione, cercando di arricchire e potenziare il mercatino natalizio e al contempo utilizzare questo format anche in altri periodi dell'anno
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • incontri di progettazione
Risultati attesi	<p>Ci aspettiamo che l'azione porti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la nascita di un evento di forte richiamo nel periodo natalizio che possa attrarre utenza in vista degli acquisti di Natale • una maggior cooperazione tra stakeholders che organizzano eventi e Imprese • un maggiore afflusso di utenza

SCHEDA 13 – PIANO DI COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Focus	PIANEZZA PROMUOVE
Obiettivo principale	<p>La linea strategica si ricollega ai seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • accrescere l'attrattività di Pianezza sia attraverso una maggiore qualità e vivibilità dello spazio pubblico (soprattutto del centro storico) sia potenziando l'offerta culturale; • rafforzare la comunicazione e promozione di risorse, prodotti e servizi verso cittadini, imprese, associazioni e turisti; • favorire una maggiore integrazione e sinergie tra settori: commercio/sport, commercio/cultura, commercio/agricoltura e commercio/sociale; • intercettare nuovi visitatori grazie alla vicinanza con Torino, Rivoli e Venaria Reale e alla presenza di Pianezza sia

	<p>all'interno del circuito cicloturistico «La Corona di Delizie in bicicletta» sia in quello della Via Francigena;</p> <ul style="list-style-type: none"> • potenziare e valorizzare i servizi esistenti (Alert System, Pianezza Innova, ecc.) affinché siano maggiormente conosciuti e utilizzati da cittadini, imprese e associazioni locali;
Anno 1	<p>Dal confronto di questi mesi, è emersa la forte necessità di poter disporre di un Piano di Comunicazione e di Sensibilizzazione rivolto alle Imprese e alla cittadinanza/utenza.</p> <p>Si intende avviare un Piano comunicativo che permetta di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • far conoscere e promuovere: <ul style="list-style-type: none"> ○ a) i servizi già esistenti, favorendone l'utilizzo da parte di cittadini, imprese e associazioni (Alert System, Pianezza Innova, piattaforme web, ecc.); ○ b) eventi/manifestazioni ○ c) attività commerciali locali, il tutto accrescendo la visibilità dell'offerta e l'attrattività del territorio; • informare sulle iniziative in corso per migliorare Pianezza (locali sfitti, nuove aperture, concorsi di idee, ...) e far comprendere ai cittadini e ai soggetti che operano sul territorio che Pianezza è in movimento e si sta trasformando; • sensibilizzare associazioni e commercianti sull'importanza del Distretto e del fare rete; • rilanciare l'immagine di Pianezza come città viva e attiva in cui è possibile divertirsi e fare acquisti. <p>Al contempo, si intende avviare un piano di sensibilizzazione rivolto ai cittadini, volto sia a incentivarli a fare acquisti sul territorio, e in generale a renderli maggiormente consapevoli sull'importanza e valore del commercio di vicinato sia in termini di socialità sia in termini di qualità e vivibilità dello spazio urbano.</p>
Anno 2	<p>Si intende proseguire con il piano, utilizzando sempre più gli strumenti messi a disposizione.</p> <p>Dal II anno si cercherà di lavorare con i Laboratori urbani per la creazione di itinerari esperienziali che possano accompagnare l'utenza a conoscere l'offerta territoriale integrata con iniziative culturali e la riscoperta delle tradizioni locali, in collegamento con altre azioni previste da progetto legate agli eventi e alle iniziative culturali.</p>
Anno 3	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • social • web • vetrofanie e immagini territoriali

	<ul style="list-style-type: none">• momenti di diffusione delle iniziative portate avanti in ambito distrettuale, in occasione di eventi (stand di Distretto)
Risultati attesi	Ci aspettiamo che l'azione porti: <ul style="list-style-type: none">• una maggior conoscenza dei servizi e dei prodotti presenti a livello territoriale• un maggiore attaccamento, da parte della cittadinanza, al territorio di Pianezza• un maggiore afflusso di utenza nel centro storico

Le modalità di sostegno economico di queste iniziative, riguardano in primis la possibilità di attingere a risorse provenienti dal bilancio del Comune di Pianezza, che in questa prima fase andranno a favorire progetti per la riqualificazione del centro storico e per l'avvio di un piano di comunicazione strategico a livello territoriale.