



SMARTCITY

Il distretto rimane al centro delle strategie di sviluppo urbano perché in grado di mettere a sistema tutti gli attori, aggregando la domanda di servizi e infrastrutture basate sulla fornitura di **beni collettivi**

A CURA DI ANDREA GRANELLI E PAOLO TESTA (Cittalia - Fondazione ANCI)

→ Il Sistema Camerale diventa volano dei territori «intelligenti»

Imprese innovative per far rivivere le città

Grazie a un sapiente mix di tecnologia e organizzazione le Camere di Commercio sono in grado di rendere smart le comunità italiane. Reti di impresa, hi-tech e marketing territoriale le chiavi di volta

La legge di riordino del sistema delle **Camere di Commercio** del 2010 ha contribuito a consolidarne il ruolo nel tessuto imprenditoriale dei territori, riconoscendo al Sistema Camerale una valenza importante nel coordinare ed attivare realtà specifiche, per declinare esigenze ed obiettivi nazionali ed europei in progetti territorializzati concreti. Tale dinamica tra centro e periferia rende il **Sistema Camerale** interfaccia preferenziale tra il mondo dell'impresa e le iniziative portate avanti dal Governo, perché in grado di armonizzare istanze locali con strategie sovra-nazionali, rappresentando un terminale ideale per iniziative di sviluppo urbano che possono ricadere nell'ambito dei progetti "Smart".

Il confronto, infatti, tra gli obiettivi di crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva - stabiliti dalle misure strategiche Europa 2020 - con i dati più recenti sull'abbandono delle campagne e sull'avanzata del rischio di povertà nei territori urbani italiani, mette in luce l'esigenza di ricostruire un tessuto cittadino depauperato e messo in crisi dalla delocalizzazione - o chiusura - di imprese e zone commerciali.

La capacità del Sistema Camerale di operare a livello micro, concen-

trandosi su aree specifiche, talvolta addirittura su segmenti di mercato o gruppi di operatori ben precisi, permette alle Camere di Commercio di dare concretamente atto alle strategie elaborate in sede europea, attraverso piani di intervento più o meno innovativi basati su un mix di innovazioni organizzative e tecnologiche.

Uno sguardo alla mappatura dei progetti tesi a rivitalizzare centri storici ed aree urbane italiane, eseguita a fine 2012 dall'Indis di **Unioncamere**,



rivela le più interessanti tra le misure messe in atto. Reti d'impresa, nuove tecnologie e marketing territoriale sono i tre assi lungo cui si sviluppano i progetti supportati dalle Camere di Commercio e finalizzati a rendere Smart le città italiane, o perlomeno, il commercio al loro interno.

Il concetto di Distretto rimane al centro di molte riflessioni, perché in grado di "mettere a sistema" gli attori di settori ben definiti, aggregando la domanda di servizi ed infrastrutture, e consentendo strategie basate sulla fornitura di beni collettivi per la competitività a loro beneficio.

Il **Distretto urbano del commercio di Lodi** nasce per esempio con lo scopo di mettere in grado i piccoli

esercizi e le botteghe artigiane del centro cittadino di competere con il crescente potere dei centri commerciali, non tanto in termini di prezzo, quanto su qualità ed accessibilità dell'offerta. Il progetto si basa su azioni di comunicazione e marketing territoriale, con interessanti inserti come fidelity card del Distretto e riqualificazione estetica di arredamento ed immobili. Approccio simile, seppur con una componente tecnologica maggiore, quello adottato dal **Distretto del commercio e del turismo di Cuneo**: una piattaforma comune di digital signage - il **Progetto Totem** - governata da un sistema unificato ed accessibile da remoto, permette di dare visibilità a esercenti o iniziative, e di modificare i messaggi promozionali in tempo reale. La Camera di Cuneo è anche promotrice di un progetto - il **Tourval Café** - che dimostra l'importanza attribuita al commercio di vicinato nella rigenerazione urbana.

Nasce come tentativo di importare il modello dei Bistrot de pays francesi in aree rurali italiane: vere e proprie strutture qualificate polifunzionali ospitano, oltre al bar, un angolo per assaggiare i prodotti tipici ed accedere ad una piattaforma informativa loro dedicata, che funge anche da proxy per la fruizione di servizi istituzionali. Un progetto parallelo ha innestato su questo modello un sistema di fidelizzazione basata sul meccanismo dei check-in georeferenziati.

Innovenergy è infine un progetto sperimentale legato alle green technology, lanciato dalla **Camera di Commercio di Campobasso**, e basato su un nuovo approccio al monitoraggio dei consumi, che riaggrega la domanda energetica secondo l'innovativo schema del microsistema: applicando i principi della smart grid e della co-generazione su una scala molto ridotta, ed introducendo in complessi misti sistemi per misurare i consumi del singolo terminale radiante, della singola caldaia, di ogni unità abitativa o commerciale, è stato possibile verificare le maggiori possibilità di controllo del monitoraggio sperimentato.

Daniele Dal Sasso

SMARTSERVICE

I negozi multiservizio collante sociale

L'esperienza cuneese dei Bistrot de pays multifunzionali è interessante soprattutto per via della riflessione relativa al commercio di prossimità in aree a bassa densità e a caratterizzazione rurale portata avanti dalla locale Camera di Commercio.

Come è noto, lo spopolamento progressivo delle valli e delle aree rurali a favore delle città crea problemi rilevanti di sostenibilità delle infrastrutture e dei servizi pubblici, con costi per abitante in aumento, e ricadute negative sul turismo, privo del sostegno di un tessuto sociale ed imprenditoriale adeguato. Per le istituzioni locali di tali aree, il mantenimento della presenza antropica è elemento fondamentale per garantire l'integrità di elementi paesaggistici - come i canali di irrigazione - che necessitano di manutenzione continue, e per evitare che i costi del monitoraggio del territorio per rischi come frane o incendi ricadano interamente sulle spalle della Pubblica Amministrazione. La tendenza all'invecchiamento della popolazione residente in quelle aree introduce poi criticità legate all'accessibilità dei luoghi ed alla capacità di movimento, causate da reti viarie ed infrastrutture spesso non adeguate a garantire spostamenti agevoli, e da orografie non facili: il risultato è una popolazione senior spesso a rischio concreto di isolamento - fisico, prima ancora che sociale.

I Negozi Multiservizio - concetto introdotto dalla Camera di Commercio di Bergamo - rappresentano un tentativo di far fronte a tali problematiche attraverso il rafforzamento dell'offerta commerciale nei comuni e nelle frazioni del territorio bergamasco: un nuovo tipo di esercizio, che

punta a raccordare pubblico e privato secondo un modello misto basato su infrastruttura di comunicazione a banda larga, marketing territoriale e formazione imprenditoriale per garantire il presidio commerciale e dei territori e preservare la qualità della vita dei suoi abitanti.

Nei Negozi Multiservizio coesistono l'esercizio di prossimità per le spese di tutti i giorni, l'ufficio turistico, l'internet point ed alcune funzioni pubbliche tradizionalmente indisponibili in comuni e frazioni di piccolissime dimensioni.

L'iniziativa ha portato alla creazione di 5 Negozi Multiservizio - 4 in Val Brembana ed 1 in Vall'Imagna - contribuendo fattivamente al mantenimento di un presidio territoriale per la Pubblica Amministrazione, supportando peraltro lo sviluppo imprenditoriale locale attraverso l'erogazione di moduli formativi e consulenziali a garanzia della qualità dei servizi offerti, e di un servizio di check-up preliminare per verificare la fattibilità della trasformazione di un esercizio commerciale tradizionale in un Negozio Multiservizio.. Le ricadute

attese dalla Camera di Commercio di Bergamo - e da Bergamo Sviluppo, società speciale facente capo al Sistema Camerale che si è occupata della realizzazione del progetto - vanno dalla riduzione dei costi per l'erogazione di servizi pubblici, al miglioramento della qualità della vita nelle frazioni e dei comuni, fino alla crescita del tessuto imprenditoriale e commerciale - adesso portatore delle medesime istanze di valorizzazione delle specificità locali in chiave turistica.

D.D.S.

