

**PROGETTO DI
QUALIFICAZIONE
URBANA BORGO
VECCHIO CAMPIDOGLIO
L.r. n.28 del 12.11.1999 e
D.G.R. n.44-29534 del
1.03.2000**

INDICE

Analisi dello scenario

1. Premessa generale e descrizione del contesto
2. Obiettivi commerciali finalizzati alla Legge regionale e ai criteri di finanziamento
3. Descrizione degli ambiti di intervento a) riqualificazione urbana (vie, piazza)
 - b) viabilità e parcheggi
 - c) verde pubblico
 - d) illuminazione
 - e) cultura
 - f) commercio

Diagnosi dello stato di fatto per il progetto di qualificazione urbana

1. planimetria area e ubicazione negozi aderenti
2. risultati monitoraggio relativo ad interventi privati
3. risultati monitoraggio relativo a priorità di intervento pubblico (commercianti e cittadini)
4. analisi merceologica dell'area

Strategia di marketing commerciale

Esposizione strategia di marketing commerciale che si intende adottare e relativi obiettivi di marketing.

Piano degli interventi pubblici

Indicazioni di massima su:

1. viabilità e trasporto pubblico
2. viabilità e trasporto privato
3. parcheggi
4. vie e piazze
5. illuminazione pubblica
6. arredo urbano
7. verde pubblico
8. mercato di Corso Svizzera

Piano degli interventi privati

Indicazioni di massima relative a:

1. serramenti
2. insegne
3. illuminazione
4. vetrine
5. tende
6. facciate
7. promozione
8. servizi alla clientela

Allegati

- a) planimetria dell'area corredata dall'ubicazione degli interventi e degli esercizi commerciali aderenti al Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio
- b) questionario interventi privati
- c) questionario priorità intervento commercianti
- d) questionario vivibilità e percezione dell'area cittadini
- e) risultati indicazioni interventi privati di massima
- f) risultati monitoraggio priorità interventi commercianti
- g) risultati monitoraggio vivibilità e percezione dell'area cittadini
- h) analisi posizionamento dell'area (Matrice di Boston
- i) progetto di immagine coordinata
- j) studio per il progetto di massima del 1995
- k) progetto riqualificazione Borgo Vecchio Campidoglio lotti 1 e 2
- l) progetto parcheggio pertinenziale
- m) progetto Museo d'Arte Urbana
- n) progetto arredo urbano – installazione opere d'arte
- o) progetto illuminazione artistica
- p) progetto definitivo mercato corso Svizzera
- q) proposta progettuale viabilità e trasporto privato
- r) immagine coordinata interventi esercizi commerciali

ANALISI DELLO SCENARIO

Premessa

Il miglioramento e la creazione degli addensamenti commerciali nella città di Torino riveste un'importanza strategica a sostegno delle piccole realtà commerciali, artigianali e mercatali, affinché queste possano fronteggiare con adeguati strumenti la concorrenza e la grande capacità d'attrazione dei centri commerciali artificiali presenti nella città e nella prima cintura.

Per creazione di addensamenti commerciali si intende l'integrazione di attività commerciali di un certo rilievo (negozi, pubblici esercizi, laboratori artigiani, aree mercatali) ad un contesto urbano spesso non adeguato ad offrire servizi alla clientela: parcheggi, trasporti, arredo urbano, animazione, etc...e a bassa visibilità a livello di immagine percepita da parte della clientela.

E' evidente che gli interventi migliorativi debbano essere di tipo sinergico pubblico-privato, non lasciando alla sola Amministrazione Comunale l'onere, sia operativo che economico, di investimento.

A tal proposito nella IV° Circoscrizione operano da alcuni anni due associazioni, il Comitato di Riqualificazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio ed il Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio, associazioni molto attive, che dal 1995 ad oggi hanno reso possibile l'attuazione della prima fase del progetto di riqualificazione urbana e il riconoscimento, da parte della competente commissione del Comune di Torino, del succitato Centro Commerciale.

E' inoltre operante l'Associazione Museo d'Arte Urbana che sta trasformando il cuore del Borgo Vecchio in un vero e proprio museo a cielo aperto, per il tramite della realizzazione di pitture murali su finestre cieche e facciate degli edifici.

Il perimetro in cui insistono le attività commerciali e gli interventi previsti dal Progetto di Qualificazione Urbana, oggetto del presente documento, è compreso tra i corsi Lecce e Tassoni e le Vie Giacomo Medici e Cibrario (cfr. allegato a).

In tale contesto operano i 65 soci del Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio e gli operatori commerciali del mercato di corso Svizzera (cfr. allegato a).

La sinergia d'attrazione che creano la completezza merceologica dei negozi con il mercato ne fa una realtà a livello cittadino rilevante e conosciuta, anche se le potenzialità dell'area, sono decisamente superiori.

In attesa della Legge Regionale per il commercio, il Centro Commerciale Naturale aveva già elaborato un progetto; progetto presentato ed approvato dal Comune di Torino nel luglio del 1998 contestualmente al riconoscimento di Centro Commerciale Naturale, che in un certo senso anticipava lo spirito della legge regionale: individuando nel miglioramento dell'immagine globale dell'area, nella creazione di servizi alla clientela e nella promozione delle attività, dei plus che in termini di competitività possono assicurare una maggiore capacità di attrazione dell'area.

Con il progetto di Qualificazione Urbana, di cui al presente documento, si intende riprendere il progetto originario, finalizzandolo agli obiettivi specifici previsti dalla Legge Regionale e all'accesso ai relativi finanziamenti.

Considerato lo spirito con cui il legislatore ha operato, si tiene a precisare che il progetto di Qualificazione Urbana risponde prevalentemente a criteri che possiamo definire *-marketing oriented-*, e cioè finalizzare il progetto al ri-posizionamento dell'area a livello di città metropolitana, attraverso l'integrazione di obiettivi di mercato e urbanistici, entrambi rispondenti ad effettivi bisogni.

Gli obiettivi di mercato sono sintetizzabili in:

- fidelizzazione dell'attuale clientela;
- aumento delle quote di mercato sulla area metropolitana.

Per raggiungere i quali sono preliminari obiettivi di tipo urbanistico:

- riqualificazione urbana dell'area;
- miglioramento della viabilità e aumento della disponibilità posti auto nell'area

e d'immagine:

- immagine coordinata
- visibilità
- servizi alla clientela
- promozione.

La vivacità dell'area ha fatto sì che una parte del processo sia stata già realizzata o sia in corso di realizzazione, ma soprattutto ha sviluppato la partecipazione degli operatori privati sia livello di programmazione che di investimento economico diretto, come si evincerà nella parte di monitoraggio sulla volontà degli interventi di cui alla parte privata appunto.

Obiettivi commerciali finalizzati alla Legge Regionale e ai criteri per l'accesso ai finanziamenti

Nel novembre del 1999 la Regione Piemonte ha approvato la Legge n.28 "Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo n.114 del 31 marzo 1998", che al Capo II – Indirizzi generali per l'insediamento commerciale e criteri urbanistici – all'art.3 lettera e) recita: "sviluppare e potenziare la funzione del sistema distributivo commerciale locale, in relazione al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale, per la valorizzazione delle zone di insediamento commerciale o altri aggregati di offerta consolidata e per il recupero delle piccole e medie imprese (omissis) anche attraverso la concertazione con soggetti privati, specifici progetti denominati di Qualificazione Urbana" e all'art.18 – Credito al commercio – comma1: "La Regione agevola l'accesso al credito delle imprese operanti nel settore del commercio attraverso interventi diretti: lettera a) alla realizzazione di progetti integrati con il concorso degli enti locali per la valorizzazione del tessuto commerciale urbano (omissis) la qualificazione del territorio e la creazione di centri commerciali naturali".

Successivamente con deliberazione n.44-29534 del 1 marzo 2000 è stato approvato il programma per l'accesso al credito di enti locali e piccole imprese commerciali, operanti attraverso interventi diretti alla realizzazione di progetti integrati.

Il finanziamento previsto dalla Regione mira alla creazione di veri e propri poli commerciali attraverso la progettazione globale unitaria volta a favorire e a costruire un'immagine globale attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto ai soggetti pubblici, nella misura del 40%, e ai soggetti privati, nella misura del 50%.

Per l'area Borgo Vecchio Campidoglio si tratterà di aggiornare un progetto esistente alla luce dei criteri sotto elencati ed integrare interventi già realizzati, interventi in corso di realizzazione, e progettazione di nuovi interventi a partire dall'esistente.

Si intende, con il presente progetto di Qualificazione Urbana, accedere alle agevolazioni previste per:

- gli enti locali, interventi A.1 (40% a fondo perduto e del 60% a rimborso il cui tetto massimo non può superare complessivamente lire 900.000.000)

relativamente a:

- risistemazione spazi pubblici da destinare ad aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica, con particolare riferimento alle opere di adeguamento igienico-sanitario ed alle infrastrutture idriche, elettriche e fognarie
 - rifacimento illuminazione pubblica
 - realizzazione arredi urbani
- per le piccole imprese operanti nel settore del commercio, interventi A.2 50% a fondo perduto la cui massima entità dell'agevolazione è di Lire 20.000.000)

relativamente a:

- illuminazione esterna negozi
- rifacimento facciate per la porzione su cui insiste il negozio
- sistemazione vetrine, comprese le insegne
- sistemazione dehors
- sistemazione chioschi edicole e bar
- sostituzione tende dei banchi dei mercati e relative opere accessorie.

Attraverso la predisposizione di uno specifico Progetto di Qualificazione Urbana per l'area Borgo Vecchio Campidoglio, rispondente alle logiche del marketing commerciale e della creazione dell'immagine globale ed unitaria dell'area, si intende accedere al credito previsto dalla Regione Piemonte per poter dare avvio al primo vero Centro Commerciale Naturale esistente a livello nazionale.

La metodologia di lavoro ha risposto ad un bisogno e ad una sollecitazione arrivati dal basso, ovvero dalle associazioni che hanno del territorio una conoscenza puntuale e aggiornata, le quali si sono fatte carico di elaborare lo studio progettuale in stretta collaborazione con i competenti uffici comunali (arredo urbano, viabilità, suolo pubblico, commercio, promozione al commercio, etc..).

Un'opportunità unica per la Città di Torino come esempio di partnership pubblico-privato che in seguito potrebbe essere estesa come modello ad altre aree.

Certamente in quest'area la vivacità del settore privato, rappresentato dalle due Associazioni, Comitato di Riqualficazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio e dal Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio, nonché dal Museo d'Arte Urbana, contribuisce nel privilegiare proprio la predisposizione del primo progetto di Qualificazione Urbana da parte dell'amministrazione comunale nel Borgo Vecchio Campidoglio.

Infatti nel successivo capitolo relativo alla diagnosi dello stato di fatto emerge una chiara volontà di investimento del settore privato nel contribuire al miglioramento dell'immagine con investimenti sui propri esercizi commerciali: n.23 vetrine, n.38 illuminazione, n.28 tende, n.18 insegne, n.16 rifacimento o ripulitura facciate.

Descrizione degli ambiti di intervento

Gli ambiti di intervento del progetto sono molteplici, tra questi alcuni sono già stati o sono attualmente oggetto di attività.

L'integrazione degli ambiti più rilevanti potrà consentire una reale trasformazione dell'area, ma ciò che più conta è che il progetto prende le mosse dal percorso storico di trasformazione che il Borgo Vecchio Campidoglio sta vivendo.

Riqualificazione Urbana

Verso l'ultima metà dell'800, con il boom dell'industria, si assiste al fenomeno dell'immigrazione dalla campagna alla città. Ed è proprio arrivando dalla bassa della Dora o dai campi della Pellerina che si poteva intravedere una parte della Cinta Daziaria che racchiudeva la città. Un muro che percorreva gli attuali corsi Tassoni e Ferrucci con diversi ingressi alla città: la barriere di Francia, S. Rocchetto e Martinetto; intorno a questi varchi inizia a svilupparsi il Borgo Campidoglio.

A partire dal 1880 circa attraverso un piano privato di lottizzazione si dà vita alle vie del Borgo (Colleasca, San Rocchetto, Locana, etc...). Nel 1886 viene costruito l'Ospedale Maria Vittoria e nel 1890 inizia la costruzione della chiesa di Sant'Alfonso.

Nel 1901, con Regio Decreto, la città si apre verso ovest e prevede la costituzione dei corsi Altacomba (oggi Svizzera), Via Giacomo Medici, e piazza Risorgimento, recuperata dalla strada vecchia di Collegno, oggi Via Nicola Fabrizi.

Il Piano Unico Regolatore e d'Ampliamento approvato prima con Regio Decreto del 1908, successivamente con quello del 1913, valido fino al 1959, confermano le indicazioni precedenti.

Intanto nel 1911-1912 viene abbattuta la cinta Daziaria che consente lo sviluppo di Corso Tassoni, Via Cibrario.

Il Borgo ha rischiato in questo periodo di perdere la sua caratterizzazione a causa di una forte pressione edilizia, tempestivamente nel 1959 arriva il nuovo Piano Regolatore che vincola il Borgo Campidoglio

creando le cosiddette “aree bianche”, garanzia di sopravvivenza del Borgo storico e del suo ambiente.

Nel 1995 il Comune di Torino ha commissionato uno studio per la progettazione della riqualificazione urbana dell'area Borgo Vecchio Campidoglio.

Lo studio parte dalla tipicità del tessuto urbano costituito da fabbricati bassi, cortili interni, e vie strette, e definendolo un paese nella città, ne suggerisce un connubio tra immagine urbana e viabile.

Per il recupero del patrimonio storico di questa zona omogenea è risultata opportuna una ristrutturazione delle sedi veicolari e pedonali con tipologie costruttive coeve al fine di rafforzarne, anche con la ristrutturazione dell'impianto della pubblica illuminazione, le caratteristiche storiche.

Il progetto, si è concretizzato in un primo intervento di riqualificazione (cfr. allegato j), terminato nell'inverno del 1999, ed è in corso il potenziamento dell'illuminazione previsto.

La riqualificazione urbana del Borgo Campidoglio e l'attività del Comitato di Riqualificazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio, hanno consentito la realizzazione, attualmente in corso d'opera, del parcheggio pertinenziale di Piazza Risorgimento.

Si è infatti costituita la Campidoglio Società Cooperativa a.r.l., che ha nel mese di dicembre del 1999 iniziato i lavori di scavo per la realizzazione del parcheggio pertinenziale, di cui si prevede il completamento per l'estate del 2001.

Il progetto prevede la riqualificazione della piazza (cfr.allegato k) area verde e strategica in quanto polmone verde e spazio ricreativo centrale per l'asse commerciale di Via Nicola Fabrizi.

Viabilità e Parcheggi

La situazione della viabilità e dei parcheggi non è peggiore che in altre zone della città. Anche a quanto emerge dal monitoraggio (cfr. allegato g) la situazione percepita dal pubblico non sembra essere troppo critica; al termine dei lavori del pertinenziale saranno liberati ben 168 posti auto in superficie, residenti che hanno acquistato i box, anche se non sufficiente è una parziale risposta alle esigenze ed il piano urbano del traffico con la creazione di sensi unici sulle vie secondarie e la realizzazione di posti a pettine, contribuiranno notevolmente al miglioramento della situazione attuale.

Ciononostante lo sforzo che si intende fare è incentivare comunque l'utilizzo del mezzo pubblico che ben serve questa zona con le linee 13, 9, 65, 71 e 16.

Verde pubblico

Il verde pubblico dell'area ha in essere grandi potenzialità, il polmone verde della Pellerina a pochi isolati di distanza, i corsi alberati Svizzera, Tassoni e Appio Claudio, le piazze Risorgimento, Moncenisio, Campidoglio, e i giardini del Sanctus (dispersi del fronte Russo).

La situazione nel complesso appare decisamente buona, ottime le condizioni dei viali alberati, che saranno rispettate anche dal progetto di risistemazione dell'area mercatale di corso Svizzera, Piazza Risorgimento oggetto di intervento nell'ambito dei lavori del parcheggio sarà restituita al pubblico con un potenziamento del verde urbano notevole.

Soltanto le piazze Moncenisio e Campidoglio restano in condizioni non proprio buone e dovrebbero rientrare in una seconda fase di intervento sulla base delle indicazioni dello studio preliminare di riqualificazione del '95.

Cultura

La cultura rappresenta per il Borgo Campidoglio una componente rilevante, anzi ne è l'anima stessa, la peculiarità propria.

Una cultura non tradizionale sicuramente che prende le mosse da una specifica storicità del Borgo Vecchio Campidoglio, come descritta precedentemente, e che si avvale della presenza del Rifugio antiaereo di Piazza Risorgimento, del Museo d'Arte Urbana, i progetti di educazione ambientale sviluppati sull'area dalle scuole.

Il Rifugio Antiaereo, riaperto dopo quasi 50 anni nel 1995, si presenta ancora in ottime condizioni; ha suscitato l'interesse del Comune di Torino nel 1999 nell'ambito delle manifestazioni per il 25 aprile, tanto da diventare oggetto di uno specifico progetto museale in corso di studio da parte dei Musei Civici, quando al termine dei lavori per il parcheggio sarà accessibile con ascensori, scale di sicurezza, etc..

Il Rifugio è posto a 12 metri di profondità, presenta una superficie di 700 mq . distribuiti su tre gallerie parallele, larghe circa 4,5 metri, lunghe 40 i cui muri hanno uno spessore di 80 centimetri e la struttura è realizzata in cemento armato. (cfr. allegato k)

Nell'ambito del progetto di riqualificazione urbana del '95 era prevista la realizzazione del Museo d'Arte Urbana; attraverso l'inserimento di opere d'arte permanenti inserite su pareti o finestre cieche gli artisti hanno portato un segno personale di interpretazione del Borgo.

Nel 1998 il è costituita l'Associazione Museo d'Arte Urbana che continua a lavorare al progetto integrandosi oggi con la realtà commerciale per la sua

caratterizzazione così come descritta nel capitolo “Strategie di marketing commerciale”.

Il Museo ha operato in stretto contatto e con la collaborazione dei residenti, innanzitutto per chiedere la disponibilità delle pareti, ma anche per concorrere all’abbattimento dei costi per il rifacimento delle facciate che nel tempo ha migliorato l’immagine complessiva degli edifici.

Attualmente sono una trentina le opere realizzate anche da artisti importanti come Carena, Nespolo, Rivoir, selezionata dalla commissione artistica composta da un rappresentante della Facoltà di Architettura, Arch. Carla Bartolozzi, dall’Accademia delle Belle Arti di Torino, Prof. Carlo Giuliano, dal Comitato di Riqualificazione Urbana, Arch. Franco Adorno, e da un critico d’arte, Edoardo Di Mauro, anche presidente del Museo.

Dal punto di vista artistico l’area è estremamente interessante e lo sarà ancor di più una volta terminati i lavori per il rifugio.

Potrebbe diventare a livello non soltanto cittadino un’attrattiva anche turistica se si avrà la capacità di offrire servizi di qualità e una adeguata promozione nell’ambito dei circuiti proposti da Turismo Torino.

Illuminazione

L’illuminazione pubblica è percepita come uno dei fattori maggiormente critici dalla popolazione, quasi la totalità degli intervistati ne richiede un potenziamento.

Nell’ambito del progetto di riqualificazione, 1° lotto del maggio 1998, è previsto il rifacimento dell’illuminazione pubblica dell’area (cfr. allegato j), attualmente in corso d’opera.

Il progetto della sistemazione del mercato contribuirà sicuramente al miglioramento della situazione di corso Svizzera, ed anche l’illuminazione permanente delle pitture murali realizzata dal Museo d’Arte Urbana ha già migliorato in parte la condizione esistente.

Con il presente progetto si intende ulteriormente intervenire con i seguenti strumenti:

- potenziamento dell’illuminazione pubblica sugli assi commerciali di Via Nicola Fabrizi e Balme
- l’illuminazione dei privati ai propri negozi
- l’illuminazione delle pitture che saranno concentrate sugli assi commerciali

Commercio

L’avvio dei diversi interventi avvenuti in questi ultimi due anni, sembra aver contribuito ad un leggero miglioramento della situazione commerciale del Borgo Vecchio Campidoglio. Parecchie sono le nuove attività insediatesi

e numerosi sono stati gli investimenti privati per il miglioramento della propria attività.

Questo sta avvenendo soprattutto lungo gli assi viabili più importanti, mentre nelle vie del Borgo si continua ad assistere ad uno spopolamento dei piani terreni, in precedenza destinati al commercio ed alle attività artigianali, dovuto alla difficoltà di carico-scarico merci, alla scarsa visibilità esterna, alla situazione di degrado esistente fino all'ultimazione del 1° lotto dei lavori terminato da poco.

Il progetto di Qualificazione Urbana, oltre a proporsi degli obiettivi di miglioramento del contesto esistente, non deve perdere di vista l'importante obiettivo di rivitalizzazione di un'area, le piccole vie soprattutto, che un tempo avevano un forte connotazione artigianale, avviando un circolo virtuoso per l'insediamento di realtà produttive artigianali, magari legate alle tematiche artistiche.

Inoltre la realtà del mercato di corso Svizzera, molto conosciuto per la qualità e la ricchezza dell'offerta, rappresenta una importante volano per tutto il commercio dell'area e la sua sistemazione (cfr. allegato o) contribuirà a dare un notevole impulso al rilancio dell'area.

DIAGNOSI DELLO STATO DI FATTO

Tra il 10 ed il 23 maggio sono stati realizzati tre monitoraggi finalizzati alla diagnosi reale dello stato di fatto.

Nell'area oggetto di studio sono state veicolate tre schede differenti:

1. La prima tesa a rilevare la volontà di adesione al progetto da parte dei soggetti privati, ovvero l'intenzione di accedere ai finanziamenti regionali e di uniformare elementi dei negozi e il relativo arredo all'immagine globale dell'area.
2. La seconda mirava invece ad evidenziare le priorità percepite dai commercianti relativamente agli interventi pubblici da avviare nell'ambito del progetto.
3. La terza invece aveva come destinatari i clienti degli esercizi commerciali e si proponeva di verificare a livello globale la percezione dell'area di riferimento.

Unitamente all'analisi dello stato di fatto sono allegate le planimetrie del Borgo Vecchio Campidoglio.

Planimetria dell'area

Nella planimetria oggetto del Progetto di Qualificazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio, sono indicati gli interventi pubblici e privati già realizzati, gli ambiti di intervento programmati e l'ubicazione degli esercizi commerciali aderenti al Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio (allegato a).

Risultati monitoraggio relativo agli interventi privati

Sono stati veicolati dei questionari autocompilati, presso i 65 commercianti aderenti al Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio, con lo scopo di individuare il grado di partecipazione dei commercianti al progetto di Qualificazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio (allegato b).

Il questionario forniva informazioni sommarie relative alle opportunità della Legge regionale ed i finanziamenti concessi nell'ambito dei progetti di Qualificazione Urbana e ha consentito di rilevare, in fase preliminare, quanti interventi la parte privata intenda adottare concorrendo alla creazione dell'immagine unitaria dell'area.

Su 44 esercizi che hanno consegnato il questionario ben 37 sono intenzionati a realizzare l'illuminazione delle vetrine, 22 dichiarano di voler intervenire sulla vetrina, 15 sulla facciata, con la pulitura o la ritinteggiatura, 27 esercizi manifestano di voler sostituire le tende, 17 sono disponibili a realizzare una nuova insegna, ed infine un bar dichiara di voler realizzare il dehor.

La numerosità degli interventi privati sembra dunque essere, già in questa prima fase di realizzazione del progetto, sufficiente a creare un forte impatto d'immagine del Campidoglio (cfr. allegati a-b-c).

E' negli obiettivi del Centro Commerciale Artigianale e Naturale estendere il più possibile il numero degli interventi di pertinenza degli esercizi commerciali.

Per quanto concerne il mercato di Corso Svizzera, in seguito alla realizzazione del progetto di messa a norma igienico-sanitaria previsto dal Comune di Torino, saranno coinvolti anche gli ambulanti per l'estensione dell'immagine unitaria ai banchi del mercato e l'accesso ai finanziamenti previsti.

Monitoraggio priorità di intervento pubblico presso i commercianti

Ai 65 commercianti aderenti al Centro Commerciale sono stati somministrati dei questionari autocompilati per individuare le priorità di intervento pubblico sull'area (allegato c).

Sono state raccolte 43 schede.

Dall'indagine si evince come assoluta priorità di intervento con quasi il massimo del punteggio totalizzabile un l'intervento sull'illuminazione pubblica, ovvero il suo potenziamento.

A seguire la necessità di interventi sull'arredo urbano e sulla realizzazione di aree ristoro.

Anche se la seconda urgenza rilevata dai commercianti è relativa alla concreta possibilità di realizzare nelle vie circostanti gli assi commerciali prioritari parcheggi a pettine e relativa circolazione a senso unico.

Questo intervento consentirebbe al momento di aumentare con costi nulli e con buoni risultati la disponibilità dei posti macchina per i clienti, anche a fronte del cantiere aperto per la realizzazione del parcheggio pertinenziale di Piazza Risorgimento che al momento toglie ulteriori possibilità di parcheggio.

Relativamente al problema del carico scarico merci dai commercianti è preferibile la definizione di appositi orari anziché la creazione di aree specifiche per il carico e lo scarico. Si tratterebbe di una sorta di regolamentazione del traffico pesante, soprattutto in considerazione dei due supermercati presenti nell'area.

In allegato risultati monitoraggio (allegato f).

Sintesi dei risultati, punteggio massimo 215

- modificazione viabilità e trasporti	punti 119
- parcheggi a pettine	punti 183
- pavimentazione stradale/marciapiedi	punti 118
- eliminazione barriere architettoniche	punti 118
- potenziamento illuminazione pubblica	punti 200
- creazione orari carico/scarico merci	punti 111
- creazione aree carico/scarico merci	punti 65
- arredo urbano	punti 175
- creazione aree ristoro	punti 159

Tra le segnalazioni l'appello a maggiori controlli sulla pulizia delle strade, dei marciapiedi ed al senso civico degli amanti dei cani che spesso imbrattano le strade con indecenza.

Monitoraggio vivibilità e servizi area commerciale presso i cittadini

Per valutare correttamente la percezione dell'area si è ritenuto opportuno analizzare anche la percezione dei clienti degli esercizi commerciali nei confronti dell'area Campidoglio.

Ai clienti è stato somministrato, presso gli stessi esercizi commerciali, un questionario strutturato autocompilato (allegato d).

Dall'indagine sostanzialmente emergono alcune indicazioni simili a quelle dei commercianti dove al primo posto troviamo la necessità del potenziamento dell'illuminazione pubblica seguito dalla creazione di aree ristoro.

La valutazione complessiva della viabilità e dei trasporti pubblici è giudicata sufficiente, mentre la necessità di posti auto è valuta non sufficiente al reale fabbisogno, soprattutto nella prospettiva di un lancio promozionale dell'area.

I cittadini si dimostrano piuttosto favorevoli alla realizzazione di una zona blu per non residenti.

Grande importanza è data unitamente anche alla creazione di aree gioco per i bambini, la quali possono essere pensate unitamente alle aree sosta, oppure alla creazione di una vera e propria area attrezzata e gestita da un servizio di nursery.

Con favore sarebbe vista da parte dei clienti l'intervento sull'arredo urbano, mentre pare essere di poca importanza la creazione di servizi alla clientela quali carrelli, deposito borse, etc....

In allegato i risultati del monitoraggio (allegato g).

Sintesi dei risultati, punteggio massimo 395:

- viabilità e trasporti privati	punti 255
- posti auto disponibili	punti 227
- realizzazione zona blu per non residenti	punti 278
- pavimentazione marciapiedi e strade	punti 278
- servizio mezzi pubblici	punti 295
- eliminazione barriere architettoniche	punti 277
- potenziamento illuminazione pubblica	punti 316
- arredo urbano attuale	punti 251
- creazione aree ristoro	punti 302
- realizzazione fioriere	punti 263
- realizzazione vetrine, insegne, coordinate	punti 259
- servizi ai clienti	punti 117
- creazione aree gioco bimbi	punti 284

Analisi merceologica dell'area

Da un punto di vista merceologico l'area presenta completezza assoluta, la ricchezza è rappresentata soprattutto dall'integrazione di commercio fisso e ambulante, ma anche dalla presenza di due supermercati e un grande magazzino dell'abbigliamento.

Il tutto concentrato in una porzione di spazio urbano che non supera i due chilometri quadrati.

Da segnalare soprattutto le diverse fasce di qualità dei prodotti della stessa categoria, che sono in grado di soddisfare qualsiasi tipo di esigenza sia estetica che economica.

La presenza di pubblici esercizi è inoltre molto alta, si tratta soprattutto di bar. Questi legano molto i propri orari e le aperture alle attività commerciali, infatti la domenica e la sera la zona si spopola e conseguentemente essi chiudono.

Con il progetto di qualificazione urbana ed i relativi interventi di miglioramento dell'immagine (cfr. "Strategia di marketing commerciale") si tenta anche di consentire che la nuova immagine legata all'arte consenta una vivibilità dell'area anche nelle ore serali e nei giorni festivi, contribuendo ad un possibile incremento di queste attività.

Il progetto di Qualificazione urbana si propone un'ulteriore incremento dell'insediamento commerciale nell'area, attraverso la costruzione di un'immagine comune, il miglioramento dei servizi, la promozione costante, l'organizzazione di iniziative di animazione sociale (Festa dell'Uva), il servizio di consulenza per l'accesso ai diversi strumenti di credito per il commercio, non ultima la possibilità, interessante dal punto di vista economico, che rientrando in un'area oggetto di P.Q.U. esse possano beneficiare di finanziamenti a fondo perduto per alcuni interventi al 50% e rientrare nell'ambito degli interventi previsti per l'accesso al credito tra quelli prioritari.

Ritornando all'analisi merceologica dell'area è interessante rilevare una consistente presenza di oreficerie, unica forse in tutta la città, ad esclusione del centro storico, e tutte di alta qualità.

Per quanto riguarda i supermercati essi distano l'uno dall'altro un solo isolato, si tratta di un CRAi e di un PAM, entrambi si affacciano sul mercato e completano l'offerta alimentare e di articoli per la casa dell'area.

Per quanto riguarda le attività di recente insediamento si tratta per lo più di complementi d'arredo e di una agenzia di viaggi.

Ha contribuito molto alla rivitalizzazione commerciale la presenza su Piazza Risorgimento dell'OVIESSE, grande magazzino dell'abbigliamento che anche in questo caso non è entrato in concorrenza con nessuna attività presente in precedenza, anzi è stata volano per l'aumento della presenza in zona.

STRATEGIA DI MARKETING COMMERCIALE

La crisi degli esercizi commerciali è estesa a livello nazionale, la pressione e la capacità di attrattiva dei centri commerciali artificiali è una realtà con cui necessariamente il piccolo commercio deve fare i conti.

E' necessario per il piccolo commercio misurarsi non soltanto in termini di qualità dell'offerta merceologica, ma di servizi offerti alla clientela, dove per servizi si intendono:

- accessi facilitati con i mezzi pubblici e privati
- completezza merceologica in un'area sufficientemente circoscritta
- visibilità esterna e caratterizzazione del luogo (la sua unicità)
- vivibilità dell'area
- promozione unitaria che contribuisca a fare del luogo una tendenza per poi trasformarsi in un'abitudine che si consolida con l'esperienza diretta
- animazione sociale

Andando ad analizzare i punti forza e di debolezza dell'area Borgo Vecchio Campidoglio, monitorati ed esposti nel capitolo precedente (- Diagnosi dello stato di fatto-), ed attraverso una programmazione degli interventi pubblici e privati nel tempo, potremo riuscire a posizionare l'area allo stesso livello dei competitori, con un vantaggio in termini competitivi non da poco: cioè il rapporto "umano" caratteristico dei piccoli esercizi commerciali dove è lo stesso titolare a servire il cliente, con la possibilità di instaurare un rapporto di fiducia e di conseguente "*fidelizzazione*" che i centri commerciali artificiali non possono e non potranno mai vantare.

Fermo restando gli interventi di base che vanno a migliorare una situazione, viabilità, parcheggi, trasporti pubblici, verde pubblico, diventa importante trovare l'elemento unificante gli interventi che danno visibilità all'area.

La caratterizzazione dell'area, la "*reason why*", l'immagine unitaria, è uno degli aspetti più complessi da individuare, affinché la promozione risulti vincente in termini di quote di mercato conquistate e mantenute nel tempo.

Diventa importante farlo prima di avviare i processi di progettazione dei singoli interventi, pubblici e privati, affinché questi siano in armonia con l'immagine globale che si intende offrire al pubblico.

L'area, nello specifico le vie ed i corsi su cui insistono gli esercizi commerciali, non ha particolari caratteristiche di tipo architettonico, storico tali da poter essere spese in termini di immagine e quindi di comunicazione.

Bisogna inventarle, e bisogna inventarle a partire da ciò che esiste nell'area ed è concettualmente così distante dal commercio: la cultura.

Esiste infatti nel tessuto delle piccole vie che stanno a ridosso delle arterie commerciali il Museo di Arte Urbana (cfr. allegato I). Galleria di opere d'arte contemporanea realizzata sulle pareti delle case e sulle finestre cieche delle facciate, oltre 40 le opere eseguite anche da artisti famosi come Nespolo, Carena, Rivoir, Giuliano, Mercurio.

Quale il legame tra commercio e cultura? La galleria, intesa come galleria commerciale e come galleria d'arte, dove la vetrina del negozio si sposa con la tela degli artisti, dove l'illuminazione dell'opera si abbina all'illuminazione degli oggetti esposti.

In termini di visibilità la scenografia globale che si intende realizzare è simile a quella di una galleria artistica. Illuminazione, arredo urbano, vetrine, dehors, tutto dovrà contribuire a suscitare la sensazione di muoversi in una dimensione del tutto inconsueta: una esposizione di opere d'arte.

Ed ecco la caratterizzazione, l'immagine unitaria, il contributo che il commercio dà alla cultura e viceversa, un'unica galleria attraverso la quale i clienti passano e ammirano opere e prodotti.

Tutto dovrà essere all'insegna della contemporaneità culturale, i serramenti, le tendine, le fioriere, l'illuminazione.

E tale dovrà diventare l'area: una galleria, la Galleria Campidoglio.

Ecco l'unicità dell'intervento, l'elemento che si potrà spendere anche nel merchandising di prodotti riproducibili e vendibili anche al cliente: la tendina per la sua abitazione, la fioriera, etc....

Ma soprattutto la sua identità immediatamente riconducibile a quell'area e solo a quella, a livello non soltanto cittadino o di area metropolitana, ma nazionale.

Nella definizione degli obiettivi di marketing non si può e non si deve prescindere però da obiettivi di tipo economico.

Da un punto di vista privato gli obiettivi economici sono evidenti:

- mantenimento e miglioramento dei servizi per l'attuale clientela
- aumento delle quote di mercato a livello metropolitano
- fidelizzazione della nuova clientela attraverso iniziative di animazione sociale, marketing diretto, servizi (spazio bimbi, carrelli, servizi igienici, etc..)

Da un punto di vista pubblico non esistono ovviamente benefici quantificabili dal punto di vista economico, ma obiettivi strategici relativi a:

- miglioramento della qualità della vita dei residenti
- creazione di un'area strategica limitrofa agli accessi autostradali e tangenziali in previsione delle Olimpiadi del 2006
- creazione di un luogo della cultura innovativo a livello cittadino.

La strategia di marketing sopra esposta è già condivisa degli operatori commerciali e dai residenti, che nell'ambito del progetto Museo d'Arte Urbana hanno contribuito anche economicamente alla realizzazione delle opere con l'intonacatura delle facciate, e contribuirà a costruire un posizionamento alto medio-alto dell'area (allegato h).

PIANO DEGLI INTERVENTI PUBBLICI

Viabilità e trasporti

La Divisione Mobilità sta ultimando, in collaborazione con l'ATM, il progetto funzionale di prolungamento e riorganizzazione della circolazione e della sosta delle linee 13 e 65 nell'area della IV° Circoscrizione.

Il progetto preliminare prevede nel Borgo Campidoglio in direzione ovest per la linea 13 il percorso lungo C.so Tassoni, Via Nicola Fabrizi, mantenendo lo stato attuale, mentre la linea di bus 65 in direzione ovest si sposta da Via Giacomo Medici in Via Nicola Fabrizi.

In direzione est la linea 65 proseguirà lungo il percorso attuale su Via Giacomo Medici, mentre la linea 13 proseguirà su Via Cibrario per svoltare in Corso Lecce e riprendere il percorso attuale con il prolungamento della linea fino a Piazza Passoni.

Tutto ciò comporterà una positiva trasformazione del Campidoglio, gli interventi che saranno realizzati nel 2001:

- Via Nicola Fabrizi diventerà unico senso di marcia, consentendo la creazione di posti auto su un lato della via
- Le vie laterali agli assi commerciali prioritari diventeranno senso unico di marcia, consentendo anche in questo caso la creazione di posti auto ai due lati sulle vie Roasio, Carisio, Buronzo, Bianzè, Digione, Rosta, Cordero di Pamparato, Barbaro, mentre sulle vie Saluggia e Digione saranno realizzati dei parcheggi a pettine.

Parcheeggi

La legge n.122/89 (legge Tognoli) ha dato l'opportunità al Comitato di Riqualficazione Urbana Borgo Vecchio Campidoglio di elaborare una proposta per fornire una risposta concreta, anche se parziale, al problema dei parcheggi.

Sono in corso attualmente i lavori per la realizzazione del parcheggio pertinenziale a due piani interranti poggianti solo nella zona centrale alla struttura esistente del rifugio antiaereo.

I lavori saranno ultimati nell'estate del 2001 e offriranno all'area 168 box e n.20 posti auto (di dimensione 3x6xh.2,8 mt., notevolmente superiori alla media cittadina).

La realizzazione delle opere restituirà la superficie della piazza alla cittadinanza completamente rinnovata e studiata come spazio centrale del Borgo (cfr. allegato k).

Completati i lavori per il parcheggio, anche il rifugio, grazie ad un'apposita convenzione tra la Cooperativa e il Comune di Torino, sarà integralmente recuperato e ne saranno realizzati gli accessi con le dotazioni tecnologiche più avanzate sul piano della sicurezza e delle norme antincendio. (cfr.allegato k).

La realizzazione del parcheggio consentirà di liberare 168 posti auto in superficie, e sarà integrata con la creazione dei sensi unici sulle vie secondarie, Buronzo, Bianzè, Rosta, Digione, Cordero di Pamparato, Barbaro, Nazzaro, e la conseguente realizzazione dei parcheggi a pettine (cfr. allegato p) prevista nell'ambito del progetto preliminare della Divisione Mobilità.

Le Associazioni operanti sul territorio stanno inoltre valutando la possibilità di individuare ulteriori aree per la realizzazione di parcheggi pertinenziali.

Vie e Piazze

Sono stati ultimati da poco gli interventi straordinari alle pavimentazioni delle vie San Rocchetto, Corio, Locana, Musinè, Fiano, Ceres, Rocciamelone, Rivara. (cfr. allegato j)

Suddivisi in due lotti gli interventi sono stati realizzati dal Comune di Torino, Divisione Ambiente, Settore Tecnico Suolo Pubblico, nell'ambito della riqualificazione urbana dell'area Borgo Vecchio Campidoglio.

L'intervento ha ristrutturato le sedi veicolari e pedonali con tipologie costruttive coeve al fine di rafforzare le caratteristiche storiche dell'area.

Il progetto definitivo ha previsto il rifacimento dell'intero corpo stradale e delle sedi pedonali con l'esclusivo impiego di materiali litici (sienite, luserna e ciottoli) posati su una fondazione, in calcestruzzo cementizio, atta a sopportare i moderni carichi, oltre al rinnovo della rete per la raccolta delle acque meteoriche, ha previsto inoltre il rifacimento della pubblica illuminazione come da progetto A.E.M..

La superficie complessiva di suolo pubblico da sistemare e le opere più significative dell'intervento ammontano a mq.9.209 e L.3.08.000.000.

La Divisione..... ha previsto nel programma pluriennale degli interventi per il 2002 la riqualificazione della piazza Campidoglio, le indicazioni progettuali terranno conto dell'integrazione della piazza nel contesto storico del Campidoglio, nonché delle indicazioni del progetto i massima del 1995.

Si prevede nei prossimi anni il completamento del progetto di riqualificazione urbana del Borgo Vecchio Campidoglio, così come da indicazioni del progetto preliminare elaborato nel 1995.

Illuminazione pubblica

Per quanto concerne l'illuminazione pubblica sono previsti interventi relativamente a:

- rinnovo dell'illuminazione esistente sull'area mercatale con l'inserimento di corpi illuminanti sottostanti le alberate (cfr. allegato p)
- rinnovo dell'illuminazione sulla via Nicola Fabrizi contestualmente all'intervento funzionale e di prolungamento della circolazione e della sosta
- intervento decorativo sugli assi commerciali in cui saranno installati i contributi artistici (cfr. allegato n).

Con l'AEM è in corso di definizione un piano unitario degli interventi , al fine di creare un effetto complessivo unitario, utilizzando dei corpi illuminanti omogenei e che contribuiscano alla realizzazione di una scenografia omogenea e idonea all'area Campidoglio.

Piano Colore

Arredo Urbano

Verde pubblico

Mercato corso Svizzera

E' stato predisposto dalla Divisione Ambiente a Mobilità, Settore Tecnico Suolo Pubblico Nuove Opere e Settore Tecnico Viabilità e Traffico, ed approvato, anche dalla IV° Circoscrizione, il progetto definitivo per al nuova sistemazione dell'area mercatale del corso Svizzera e al relativa sistemazione viabile nel tratto compreso tra Piazza Perotti e Via Giacomo Medici (cfr. allegato o).

Il progetto si inserisce nel quadro più ampio della riqualificazione dell'area ed anche nella scelta dei materiali tende ad integrare l'asse del mercato quanto più possibile con il tessuto storico del Borgo.

Il progetto è stato redatto sia per adeguare l'area mercatale agli standard previsti dalle ultime norme in materia di sicurezza e di igiene, sia per ovviare ai problemi di carattere viabile.

L'intervento consentirà inoltre la creazione di nuovi posti auto sul corso Svizzera tra la Via Musine e Piazza Perotti, nonché la protezione degli attuali posti auto su tutto il corso attraverso l'allargamento dei camminamenti all'altezza degli incroci.

Il rialzamento della sede stradale in corrispondenza degli incroci consentirà una maggiore protezione dei pedoni che percorrono il mercato, nonché fenomeni di ambulanti abusivi spesso posizionati proprio in queste aree.

Il progetto prevede inoltre la creazione di piccole aree di sosta, anch'esse in prossimità degli incroci, che opportunamente corredate di panchine miglioreranno la fruibilità del mercato e del Borgo.

PIANO DEGLI INTERVENTI PRIVATI

Serramenti

Insegne

Illuminazione

Vetrine

Tende

Facciate

Promozione

Il progetto prevede un intervento di comunicazione articolato nel tempo, in una prima fase si tratterà di far conoscere l'area e la sua nuova connotazione, la sua caratterizzazione, in una seconda fase invece si intende puntare alla fidelizzazione della clientela acquisita.

Fase 1 promozione ed inaugurazione dell'area per il Natale 2000

- realizzazione depliant informativo
- annunci sulla stampa quotidiana e affissione circuito comunale
- veicolazione depliant presso Turismo-Torino
- inserimento nell'ambito dell'iniziativa Luci d'Artista
- omaggio biglietto ingresso musei sulla base dell'importo degli acquisti effettuati

Fase 2 fidelizzazione

- realizzazione di una card della Galleria Campidoglio con sconti, omaggi, benefits
- veicolazione card tramite compilazione coupon
- creazione mailing clienti
- organizzazione annuale festa dell'Uva (ottobre)
- proseguimento campagna comunicazione

Servizi alla clientela

Nell'ambito dei servizi alla clientela sarà data grande importanza alla qualità dell'accoglienza, in proposito si intende realizzare una carta dell'accoglienza sottoscritta dai commercianti aderenti alla quale essi si atterranno a garanzia del servizio effettuato.

Accogliente sarà inoltre l'area Campidoglio dotata di un'immagine caratteristica propria costruita nell'ambito del progetto di Qualificazione Urbana.

Al termine del processo di trasformazione del Campidoglio saranno individuate apposite aree ristoro, nelle piazze, in prossimità degli incroci e delle fermate dei bus.

Inoltre, sempre al termine degli interventi previsti saranno disponibili un numero maggiore di posti auto per i clienti del Centro, che come servizio sono indispensabili per aumentare le quote di mercato dell'area.

Si prevede inoltre di realizzare alcuni servizi tipici dei Centri Commerciali artificiali, quali:

- servizio di animazione e assistenza per i bambini
- servizio carrelli per mercato e negozi
- garanzia di qualità per i prodotti acquistati

Studio realizzato da
Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio
Piazza Risorgimento n. 22
TORINO
codice fiscale n.97582390015
Gruppo di lavoro
Segreteria organizzativa
Rag. Commercialista
Rostagno
Presidente del Centro Commerciale Artigianale Naturale Campidoglio
Elvio Guglielmet
Responsabile Marketing
Dott.ssa SilviaMaria Venutti
Scenografia
Prof. Carlo Giuliano
Presidente Museo d'Arte Urbana
Prof. Edoardo Di Mauro
Studio d'immagine coordinata
Arch. Giovanni Sanna