



PROGRAMMA DI RETE D'IMPRESE

# Re di Roma

**Candidatura della Rete d'Impresa di Via Appia Nuova e Piazza Re di Roma in riferimento all'Avviso Pubblico per il finanziamento regionale a favore delle Reti d'Imprese tra attività economiche su strada.**

## Indice

### 1. Solidità e composizione del soggetto:

- 1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete
- 1.b Assortimento merceologico dell'area e della Rete d'impresa
- 1.c Struttura e articolazione organizzativa interna della Rete d'Imprese Re di Roma
- 1.d Rilevanza dell'area prescelta
- 1.e Viabilità e Analisi del posizionamento della Rete.

### 2. Motivazioni , Obiettivi, Finalità

*Coerenza tra strategia di sviluppo, obiettivi individuati e singoli interventi previsti.*

### 3. Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività (ALLEGATO C)

### 4. Cartografia in scala adeguata rappresentativa dell'area in cui insiste la Rete, con la visualizzazione grafica delle attività aderenti (ALLEGATO D)

### 5. Elenco di altri Comuni o Municipi di Roma Capitale, qualora interessati;

### 6. Sintetica descrizione degli interventi proposti all'interno delle diverse Macro Aree:

azioni e del programma nel suo complesso, dettaglio dei costi di ciascun intervento/azione e costo generale del Programma di Rete

#### Introduzione

*Livello di coinvolgimento della Cittadinanza*

*Addizionalità e Sostenibilità*

- 6.1 **Macroarea 1** - Governance e Manager di rete
- 6.2 **Macroarea 2** - Interventi di Manutenzione e Arredo dell'ambiente urbano
- 6.3 **Macroarea 3** - Azioni complementari alle politiche di Mobilità intelligente nonché al miglioramento dell'Accessibilità all'area e alla fruizione degli spazi pubblici interessati
- 6.4 **Macro area 4** - Sicurezza, legalità e azioni complementari alle politiche di contrasto dell'abusivismo commerciale

6.5 **Macro area 5** - Comunicazione, Marketing di rete, Animazione territoriale, Iniziative promozionali e valorizzazione delle eccellenze

6.6 **Macroarea 6** - Innovazione di filiera e gestione di servizi in comune rivolti alle imprese e/o ai cittadini

## **7. Sintesi del piano finanziario**

### **8. Monitoraggio**

8.1 Obiettivi del Monitoraggio

8.2 Gli indicatori per il monitoraggio

8.3 Monitoraggio Finanziario

8.4 Monitoraggio Fisico

8.5 Monitoraggio Procedurale

### **9. Valutazione**

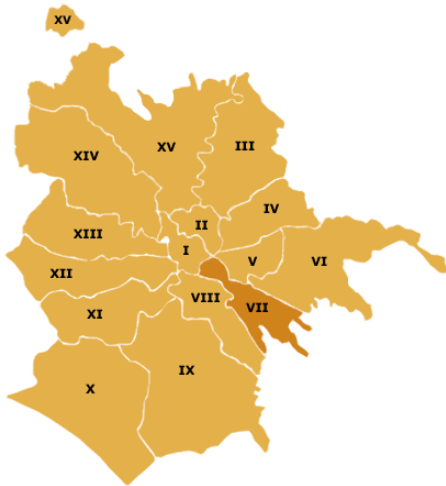
### **10. Workplan e Cronoprogramma**

## 1. Solidità e composizione del soggetto

### 1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete

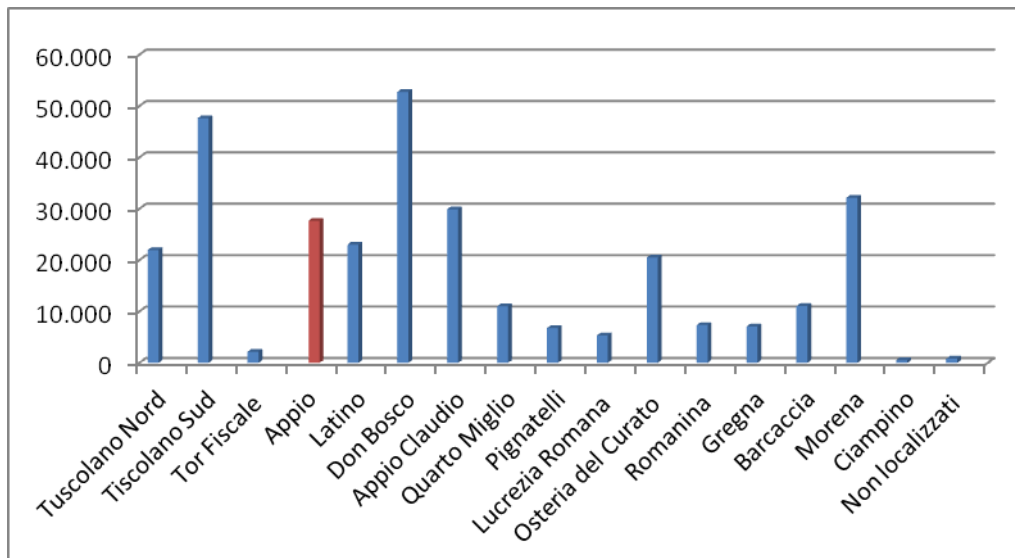
L'area commerciale interessata dalla Rete d'impresa Re di Roma si sviluppa nel Municipio VII di Roma Capitale, su via Appia Nuova nel tratto di strada compreso tra Piazzale Appio e via Alba/Via

Don Orione, coinvolgendo l'intera Piazza Re di Roma. S'inserisce dunque nel quartiere Appio, poco distante dal Centro Storico della Capitale. Il tessuto urbanistico è intenso, con palazzi alti e pochissimi spazi destinati al verde; l'urbanizzazione risale agli inizi del Novecento.



Il Municipio VII si estende nel quadrante sud-est della città, da Porta San Giovanni, zona Celio, fino ai confini comunali, lungo gli assi della via Appia Nuova e della via Tuscolana. Nato a seguito del processo di unificazione dei Municipi

romani il Municipio VII (ex IX ed ex X) conta oggi 307.607 abitanti. E' il Municipio di Roma con il più alto numero di cittadini residenti.



La fascia più ampia di popolazione residente è rappresentata da soggetti con capacità e autonomia di spesa. “Nel Municipio si rileva l’accrecimento di un’area di “fragilità sociale”, costituita da soggetti a limitata autonomia o a rischio di emarginazione, mentre la stratificazione sociale indica una popolazione residente di ceto medio con preminenza nei settori del commercio, dei servizi ed impiego”<sup>1</sup>

Negli ultimi anni l’incidenza della popolazione straniera è aumentata (+33,4%) fino ad attestarsi nel 2011 al 9,7% della popolazione residente (a fronte del 7,1% del 2005). Analizzando nel dettaglio le aree di provenienza dei cittadini stranieri, a fine 2010 prevalgono le presenze di comunità asiatiche (34%) soprattutto Filippine. La distribuzione dei cittadini provenienti da Paesi comunitari mostra invece la prevalenza di cittadini rumeni (13,9%).

Ad interrompere la linearità di via Appia Nuova nel tratto di via in cui s’inserisce la Rete è Piazza Re di Roma, meeting point per molti giovani, piazza che si presta all’organizzazione di eventi e iniziative speciali finalizzate alla promozione del commercio e che ha già ospitato importanti manifestazioni. Una delle piazze esterne al Centro Storico più note della Capitale, per questo l’organo collettivo costituendo ha scelto d’identificarsi nel nome **Rete d’Imprese Re di Roma**, anche a sottolineare attraverso il riferimento alla romanità la vicinanza al Centro Storico e la storicità del territorio.

<sup>1</sup> Municipio Roma IX, *Piano Sociale Municipale 2011/2015*, p. 14.

## 1.b Assortimento merceologico dell'area e della Rete d'impresa

Nonostante la grande intensità abitativa, dall'inizio del 2014 ad oggi, il quartiere ha assistito alla chiusura di molti esercizi commerciali, un fenomeno che ha interessato anche alcune attività di via Appia Nuova e dell'intero quartiere, dove l'offerta commerciale rimane comunque molto ampia e diversificata. Nell'area sono dislocate oltre 2400 attività imprenditoriali di cui **728 attività commerciali su strada, in via Appia Nuova e 35 su Piazza Re di Roma.**

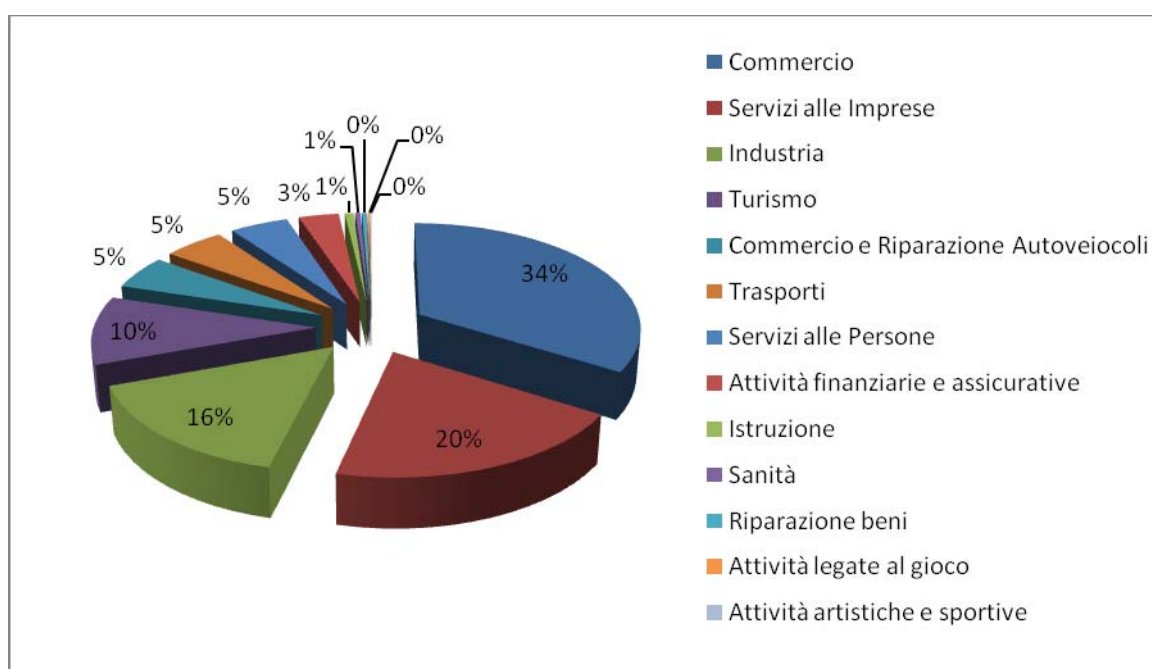
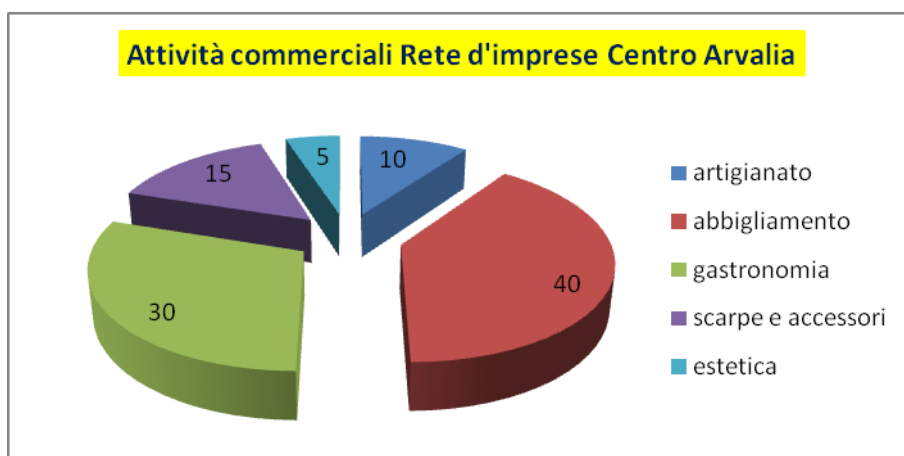


Grafico 1 – Quadro relativo all'attività imprenditoriale nell'area

Alla costituenda **Rete d'impresa Re di Roma** hanno attualmente aderito (sottoscrivendo l'impegno alla costituzione in caso di ottenimento del finanziamento regionale), **45 imprese**, tutte appartenenti operanti su strada.

L'assortimento merceologico della Rete rispecchia quello generale relativo alle attività commerciali su strada presenti nell'area commerciale di appartenenza, con una prevalenza di attività operanti nel settore abbigliamento e somministrazione.



**Grafico 2 – Assortimento merceologico della Rete d'impresa Re di Roma**

**Per l'Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività si rimanda, come previsto dal bando in oggetto all'ALLEGATO C.**

Grandi marchi nazionali e internazionali della piccola e media imprenditoria vengono distribuite dalle attività commerciali presenti nell'area. In prossimità dell'area commerciale della Rete d'impresa Re di Roma sono presenti tutti i **servizi utili**: dall'**Ufficio Postale** alle filiali delle principali banche nazionali. In prossimità della Fermata Metro Furio Camillo vi è inoltre il cinema Maestoso.

### **1.c Struttura e articolazione organizzativa interna della Rete d'Imprese Re di Roma**

La Rete d'impresa Re di Roma si costituirà, in soggetto collettivo promotore del progetto, attraverso una delle forme giuridiche previste dal bando (par.5 punto 4 – lettere a,b,c) a seguito dell'eventuale ottenimento del finanziamento regionale. La Rete sarà costituita esclusivamente da imprese su strada, esercizi di vicinato, attività artigianali e produttive (Grafico 2) che si riconoscono in un comune programma di Rete per la valorizzazione del commercio.

Collettivamente le **imprese** aderenti hanno deciso di:

- identificarsi nella **Rete d'impresa Re di Roma** e di creare un logo e una grafica coordinata e identificativa;

- dialogare e coinvolgere Cittadini e PA per il raggiungimento di obiettivi comuni di promozione e valorizzazione del territorio, nonché per l'organizzazione e gestione di singole iniziative o progetti;
- di coinvolgere associazioni e soggetti privati diversi da quelli appartenenti alle Rete, le CCIAA e loro società collegate, i proprietari immobili, gli istituti finanziari, i media locali, le catene di franchising e altre attività economiche per la partecipazione a singole iniziative o progetti;
- di accogliere eventuali ulteriori adesioni alla Rete che dovessero pervenire successivamente alla costituzione della stessa;
- di stabilire convenzioni con enti pubblici e privati a vantaggio dell'attività commerciale e dei Cittadini stabilendo servizi e formule commerciali integrate anche con soggetti non aderenti e/o facenti parte della Rete.

Il soggetto promotore collettivo ha inoltre affidato il supporto tecnico operativo progettuale della Rete al **Centro Servizi dell'Artigianato di CNA Roma**.

**Per ulteriori approfondimenti relativi alla struttura organizzativa interna del soggetto si rimanda alla *Descrizione sintetica degli interventi, Introduzione e La Governance* (p. 12)**

### **1.d Rilevanza dell'area prescelta**

Già Centro Commerciale Naturale, via Appia Nuova è nota ai consumatori come “la strada commerciale più lunga d'Europa”, da anni infatti è caratterizzata da un'intensa attività commerciale dove trovano collocazione attività su strade di importanti marchi italiani e internazionali. In questo contesto d'acquisto s'inserisce però con forza anche l'attrattività turistica. Il visitatore dell'area può partendo da San Giovanni seguire il tragitto indicato dalle Mura Aureliane. Da Piazza Re di Roma lungo la via Appia Nuova è possibile raggiungere Villa Lazzaroni e proseguire fino al Parco della Caffarella, area verde di grande valore paesaggistico, botanico e storico con il Casale cinquecentesco della Vallareccia, il Tempio di Annia Regilla, il Bosco Sacro, la Chiesa di Sant'Urbano. La linea Metro A collega l'area al Centro della Città raggiungibile anche a piedi per chi ama passeggiare.

### **1.e Viabilità**



La linea Metro A collega piazza Re di Roma al Centro storico da un lato e al quartiere Tuscolano – Anagnina dall'altra. L'area commerciale è inoltre servita dalla linee di trasporto pubblico Atac 81 e dal 412 che la collegano anche alla Linea Metro C e 648 che invece collega l'area alla Linea Metro B e alla stazione Ferroviaria Roma Tiburtina.

Nonostante i numerosi posti auto a disposizione dei consumatori, l'alta densità abitativa e un ruolo di primo piano nella viabilità cittadina causano lunghe code di traffico in via Appia Nuova, soprattutto nei periodi dell'anno caratterizzati da un intenso shopping, come le festività natalizie e i Saldi di fine stagione.

## 2. Motivazioni , Obiettivi, Finalità

### *Coerenza tra strategia di sviluppo, obiettivi individuati e singoli interventi previsti.*

L'innovazione, la diversificazione delle forme distributive avvenuta a partire dalla fine degli anni '90, l'esplosione dell'e-commerce con una crescita nel 2015 del 19% ed il raggiungimento del 7% del mercato distributivo e la crisi degli ultimi anni hanno mutato significativamente le condizioni di competizione non solo a livello internazionale, ma anche più semplicemente in aree circoscritte, tanto da imporre alle attività economiche su strada la ricerca di soluzioni nuove, innovative, in grado di rispondere ad un mercato sempre più esigente e targettizzato. Così, anche nel commercio, come in molti altri settori della vita moderna, è diventata sempre più evidente la necessità di innescare **pratiche collaborative** che trovano compimento nel **Contratto di Rete** e nel relativo Programma.

Obiettivo della Rete d'impresa Re di Roma è quello di realizzare progetti di promozione e valorizzazione del territorio per il miglioramento della qualità di vita dei cittadini con una conseguente ricaduta positiva sulla **competitività dell'area commerciale**. La costituzione della Rete permette agli esercenti di promuovere progetti e raggiungere obiettivi che difficilmente avrebbero potuto realizzare individualmente.

**Obiettivi generali** della Rete d'Imprese Re di Roma :

- promuovere la realizzazione di progetti volti ad accrescere la **competitività**, la **soddisfazione del cliente** e il **marketing**;
- favorire il dialogo tra Cittadini e Pubblica Amministrazione;
- contribuire a innescare un **processo collaborativo bottom up** per la riqualificazione territoriale nell'area commerciale dell'area di via Appia Nuova in cui s'inserisce la Rete;
- **ricercare collaborazioni per nuove opportunità di business**;
- contribuire ad un'analisi di mercato finalizzata ad una maggiore razionalizzazione delle attività commerciali;

- favorire l'animazione territoriale attraverso eventi e iniziative partecipate;

La realizzazione del presente progetto concorre a garantire lo start up della Rete d'Imprese Re di Roma. Le iniziative infrastrutturali, da un lato, e quelle immateriali di promozione e comunicazione, dall'altro, sono tese a far sì che:

- Le imprese aderenti **percepiscano e traggano vantaggio dall'opportunità offerta dalla partecipazione alla Rete**, al fine di sperimentare un nuovo modello di gestione e di collaborazione che, in prospettiva, si sviluppi e si consolidi sempre più, integrando la partecipazione di altre attività commerciali;
- si sviluppi un programma di comunicazione omogeneo per l'intero territorio distrettuale, anche tramite la creazione del "marchio" del commercio locale, che permetta di incrementare la visibilità dello stesso;
- l'area commerciale Piazza Re di Roma, si connota sempre più come ambito privilegiato per iniziative di promozione, animazione e qualificazione territoriale del commercio, così da attrarre visitatori e utenti anche dalle aree limitrofe;
- Si consolidi il rapporto, oggi ancora in divenire, tra il segmento commerciale e quello turistico, anche grazie a un'adeguata azione di marketing.

**3. Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività.**

Alla costituenda Rete d'Imprese Re di Roma hanno attualmente aderito compilando il relativo modulo, come previsto dal bando in oggetto 45 attività commerciali su strada. Si rimanda all'**ALLEGATO C** per l'elenco degli aderenti.

**4. Cartografia in scala adeguata rappresentativa dell'area in cui insiste la Rete, con la visualizzazione grafica delle attività aderenti**

Hanno aderito alla costituenda Rete d'Imprese Re di Roma attività commerciali su via Appia Nuova, nel tratto compreso tra Piazzale Appio e via Alba/Via Don Orione, e su Piazza Re di Roma.

Per la cartografia in scala dell'area si rimanda all'**ALLEGATO D**.

**5. Elenco di altri Comuni o Municipi di Roma Capitale, qualora interessati.**

La Rete d'impresa Re di Roma si sviluppa esclusivamente all'interno del Municipio Roma VII.



## **6. Sintetica descrizione degli interventi proposti all'interno delle diverse Macro Aree e dettaglio dei costi di ciascuna azione**

### **Introduzione**

Il programma di Rete, predisposto dal soggetto promotore, formalmente sottoposto al Municipio Roma VII, in qualità di soggetto beneficiario del finanziamento, è il risultato di un processo condiviso di progettazione urbana democratizzato e reso pubblico per permettere agli esercenti dei negozi di vicinato e botteghe artigianali e storiche, ai cittadini, ai privati, alle associazioni e alla PA di collaborare per la riqualificazione dell'area commerciale dell'area commerciale di Via Appia Nuova/Piazza Re di Roma.

Il rapporto dialogico instaurato con le realtà associative del territorio ha coinvolto tutti gli stakeholders del progetto che, attraverso confronti e indagini campionarie hanno contribuito significativamente all'analisi del territorio e all'individuazione delle azioni realmente utili ad uno sviluppo territoriale volto a raggiungere risultati concreti, misurabili a breve e a lungo termine.

Tali confronti hanno permesso d'inserire nel programma di Rete alcune azioni che saranno realizzate attraverso la collaborazione delle Associazioni culturali del territorio e di ulteriori "supporter" privati, **sponsorizzazioni**, **convenzioni**, attività di **crowdfunding** e volontariato.

La proposta progettuale esposta di seguito, con la quale la Rete d'impresa Re di Roma si candida all'ottenimento di un **finanziamento di 100.000€** si articola in singole azioni, ciascuna delle quali ricade all'interno di almeno una delle 7 macroaree previste dal bando.

**Obiettivo generale** è quello di rilanciare il commercio e al contempo altri settori come l'offerta culturale e l'attrattività turistica, attraverso l'aggregazione: la creazione di un'area commerciale integrata con il proprio territorio, organizzata, capace di utilizzare pienamente le nuove

tecnologie, per migliorare la promozione e **rispondere in maniera competitiva alle nuove sfide di un mercato in forte evoluzione.**

Un modello di integrazione che può garantire un futuro di sviluppo, di miglioramento e diversificazione dell'offerta commerciale e turistica e che non può prescindere dalla collaborazione tra la sfera pubblica e quella privata.

Pertanto una proficua collaborazione tra il pubblico e il privato risulta sempre più fondamentale per garantire il successo di progetti e di interventi di sviluppo locale soprattutto quando s' intende affrontare e sostenere il settore commerciale.

Compito di questi soggetti è quello di impegnarsi ad assicurare la completa realizzazione degli interventi per i quali è stata fatta richiesta di inserimento nel presente programma, nel rispetto della previsione dei tempi, fasi e modalità individuate e descritte nel **Cronoprogramma**.

### **Livello di coinvolgimento della Cittadinanza**

Inoltre, nell'ambito del progetto sono inserite una serie di azioni specifiche volte a informare e formare la cittadinanza relativamente alle Reti d'impresa e ai servizi attivati attraverso la realizzazione del progetto:

- **Workshop formativi**, che consentono agli esercenti di fruire dei servizi messi a disposizione per la promozione dell'impresa (Macroarea 5 – Marketing territoriale);
- **Meeting per i monitoraggio e la valutazione del programma di Rete**, per la condivisione con i cittadini e la PA dello stato di avanzamento lavori in maniera tale da garantire la trasparenza dell'informazione (Monitoraggio);
- Eventi per la **condivisione dei risultati** raggiunti e per la promozione dell'area commerciale;
- Campagne promozionali attraverso l'APP di rete per un **coinvolgimento innovativo**, ludico, in grado di raggiungere target molto differenti tra loro.

Già nella fase di progettazione gli aderenti alla Rete d'Imprese hanno coinvolto associazioni culturali e Cittadini, condividendo e raccogliendo opinioni e idee che hanno contribuito ad



arricchire il presente progetto e ad avvalorarne il **carattere partecipativo**, per una progettazione dal basso (**bottom up**) finalizzata ad una piena democratizzazione del programma di Rete.



## Addizionalità e Sostenibilità.

Come emerge dalle **Descrizione sintetica degli interventi** previsti dal Programma di Rete, attraverso il supporto di CSA di CNA Roma la Rete d'impresa Re di Roma ha potuto programmare già in fase preliminare alcune azioni finalizzate a garantire **l'addizionalità e la sostenibilità del progetto**.

Relativamente **all'ottenimento di finanziamenti integrativi** la Rete potrà ottenere **sponsorizzazioni** per iniziative specifiche; in particolare si svilupperà la **collaborazione** con quelle realtà imprenditoriali che, pur avendo manifestato interesse per il Programma di Rete, non hanno potuto aderire alla stessa a causa dei requisiti richiesti dal bando (par. 5 punto 2.a) e attiverà una piattaforma **crowdfunding** a sostegno di una ulteriore progettazione d'iniziativa di sviluppo territoriale condivisa con la Cittadinanza (processo bottom up).

La Rete d'Imprese Re di Roma ha inoltre stabilito **convenzioni con aziende erogatrici di servizi pubblici locali e della municipalità**. In particolare con :

- **Servizio Tu passi** (tupassi.it) collegamento informativo costante tra chi necessita d'un appuntamento e chi desidera offrire un'accoglienza ordinata e programmata attraverso agende on-line. Il servizio permette di razionalizzare il tempo, evitando lunghe code e quindi spreco di tempo;
- **Cotral** – analisi dei percorsi ed eventuale intensificazione delle linee in base alle necessità della popolazione residente e dei frequentatori abituali, nonché collegamento informativo costante relativo alle corse e al trasporto pubblico.
- **Provincia WI-FI** – Diffusione della rete Wi-Fi pubblica
- **Zetema** – Collaborazione su gestione eventi, diffusione presso i cittadini degli eventi culturali cittadini;
- **AMA**

## **6.1 Macroarea 1**

### **Governance e Manager di rete**

#### **6.1.1 Costituzione della Rete**

In caso di ottenimento del finanziamento regionale, coloro che hanno sottoscritto l'impegno alla costituzione della rete (Allegato C) procederanno, entro i tempi previsti dal bando, alla formalizzazione della Rete d'Imprese attraverso una delle forme previste dal bando che sancisce la costituzione del soggetto promotore e affida il supporto tecnico operativo e progettuale della Rete al **Centro Servizi dell'Artigianato** (di cui art. 33 della legge regionale 17 febbraio 2015, n.3) di CNA Roma.

La costituzione della Rete d'Imprese, nonché l'attivazione e lo sviluppo del presente progetto, programma di Rete, contribuisce a facilitare il dialogo tra la piccola e media imprenditoria locale e la Pubblica Amministrazione, garantendo un confronto diretto, regolare (Cronoprogramma) collaborativo e programmatico tra le parti.

La **CSA, Agenzia per le Imprese di CNA Roma**, coordina la Rete d'Imprese facilitando il dialogo della stessa con la Pubblica Amministrazione e ponendosi, quale facilitatore di rapporti tra le parti e promotore di ulteriori progetti di sviluppo e supporto per il rilancio dell'attività commerciale locale.

Lo sviluppo di un programma di attività complesso come quello della Rete d'Imprese, costituisce l'occasione per ristabilire rapporti di fiducia e instaurare un processo di coesione e coordinamento fra la Amministrazioni Pubblica locale e i referenti delle parti private (attività su strada).

A tal fine, la metodologia organizzativa adottata è quella di un processo di sviluppo dal basso (bottom up) legato al territorio, alle realtà che vi operano, alle variabili socioeconomiche che localmente si esprimono.

La presente proposta progettuale quindi, oltre a fondarsi sui concetti di **integrazione e di addizionalità**, si pone l'obiettivo di intervenire sul territorio utilizzando e valorizzando le risorse presenti in maniera **equilibrata e competitiva**, rispetto a quelli che sono gli scenari di mercato in divenire.

**L'obiettivo generale** è quello di realizzare un modello strategico di sviluppo integrato, nella consapevolezza che lo sviluppo non può prescindere dall'integrazione degli elementi di pianificazione e di competenza pubblica, di partecipazione e concertazione, di pertinenza dei livelli pubblici o privati che stanno alla base del territorio e lo rendono vivo, vitale.

In tale prospettiva il ruolo ricoperto dalla Rete d'Imprese risulta fondamentale, quale reale motore di crescita e di avvio dei processi.

Lo sviluppo del soggetto promotore Rete d'Imprese Re di Roma ha rappresentato, dunque, un passaggio fondamentale per lo sviluppo territoriale, ed è stato impostato sulla seguente logica:

- Prima definizione dell'idea forza del programma e individuazione dell'area di intervento
- Azione di confronto e di sintesi, raccolta di proposte dei commercianti e delle adesioni;
- Individuazione dei privati interessati all'iniziativa.

La Rete ha scelto di optare, così come previsto dall'art. 7 lettera A) comma 2 per un accordo di supporto tecnico ed operativo con il CSA Agenzia delle Imprese della CNA - Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – Associazione provinciale di Roma autorizzato ad operare con Determina del Direttore delle Attività Produttive e Rifiuti della Regione Lazio del 19 Novembre 2010 n. 5936. Il CSA organizza e coordina le risorse assegnate creando un collegamento tra gli interessi di tutti i soggetti del partenariato: amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, consumatori e altri soggetti profit/no profit.

<b>MACROAREA 1. - GOVERNANCE E MANAGER DI RETE</b>	
<b>6.1.1 Assistenza tecnico operativa</b>	<b>20.000,00 €</b>
<p>Il Centro Servizi Artigianato assiste la Rete d'impresa dalla fase di costituzione, allo sviluppo della Rete, offrendo assistenza e consulenza tecnico legale per tutto l'arco di tempo necessario alla realizzazione e al completamento del presente progetto e assistendo la rete anche nella fase di deposito del bilancio.</p>	
<b>TOTALE: MACROAREA 1. - GOVERNANCE E MANAGER DI RETE</b>	<b>20.000,00 €</b>

## 6.2 Macroarea 2

### Interventi di Manutenzione e Arredo dell'ambiente urbano

Nell'ambito di riqualificazione dell'area commerciale la costituzione della rete e quindi l'attuazione di un piano di Town Centre Management si traduce in un miglioramento dei "servizi comuni" a vantaggio della qualità di vita dei residenti e dei frequentatori dell'area commerciale. Tali servizi (accessibilità, decoro e arredo urbano, sicurezza, ecc. ) contribuiscono a qualificare e caratterizzare il "contesto di acquisto" modificando l'esperienza e la **vision** del consumatore. Ciò, come vedremo di seguito, è realizzabile attraverso accordi con aziende municipalizzate al fine di stimolare insieme all'Amministrazione Pubblica un maggior coordinamento, una maggiore efficacia, della fornitura dei servizi, oppure attraverso interventi diretti o, ancora, attraverso la gestione di alcuni servizi da parte della Rete.

<b>MACROAREA 2</b>	
<b>INTERVENTI DI MANUTENZIONE E ARREDO DELL'AMBIENTE URBANO</b>	
<b>6.2.2 Elementi di arredo urbano</b>	<b>5.000,00 €</b>
<p>In riferimento alla tematizzazione della via commerciale si procederà allo studio grafico, realizzazione e installazione di un arredo urbano personalizzato, caratterizzato da un'iconografia specifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 panchine;</li> <li>• Fioriere e riqualificazione del verde urbano;</li> <li>• 2 elementi personalizzati agli ingressi dell'area commerciale;</li> <li>• Portabiciclette;</li> <li>• 2 dogtoilette;</li> </ul>	

Elementi che arricchiscono l'immagine dell'Area e la sua godibilità estetica e funzionale.

<b>TOTALE: MACROAREA 2</b>	<b>5.000,00 €</b>
----------------------------	-------------------

### 6.3 Macroarea 3

#### **Azioni complementari alle politiche di Mobilità intelligente nonché al miglioramento dell'Accessibilità all'area e alla fruizione degli spazi pubblici interessati**

Tra le tematiche principali si sviluppo urbano finalizzato ad un rilancio dell'attività commerciale s'inserisce con forza il concetto di smart mobility. L'accesso e la fruibilità dell'area commerciale, infatti, determinano significativamente l'esperienza d'acquisto del consumatore. Per questo interventi specifici sono finalizzati a riqualificare l'immagine dell'area commerciale aumentando la percezione di un ambiente accogliente.

Oltre a politiche specifiche per la gestione della sosta e dei parcheggi auto, attraverso intese da stipulare con l'Amministrazione Municipale, Roma Capitale ed i gestori del trasporto pubblico, si procederà a riconsiderare orari e percorsi al fine di favorire la presenza di turisti e di nuovi consumatori.

<b>MACROAREA 3</b>	
<b>AZIONI COMPLEMENTARI ALLE POLITICHE DI MOBILITA' INTELLIGENTE NONCHE' AL MIGLIORAMENTO DELL'ACCESSIBILITA' ALL'AREA E ALLA FRUIZIONE DEGLI SPAZI PUBBLICI INTERESSATI</b>	
<b>6.3.2 Localizzazione carico e scarico-luoghi e orari</b>	<b>400,00 €</b>
<p>Individuazione e segnalazione degli spazi da adibire allo scarico e carico delle merci, con apposita segnalazione di orari consentiti attraverso la realizzazione di apposita segnaletica. Tale azione contribuisce significativamente a migliorare la viabilità, soprattutto negli orari di maggiore frequentazione dell'area che può coincidere con momenti di carico e scarico merci per alcune attività commerciali.</p> <p><b>N. 1 postazioni carico e scarico merci</b></p>	
<b>6.3.3 Realizzazione parcheggi rosa</b>	<b>600,00 €</b>
<p>All'interno dell'area commerciale sarà individuato due posteggi da destinarsi alle donne in gravidanza o con bambini fino a 3 anni. Il posteggio sarà indicato attraverso una segnaletica</p>	

specifica del servizio cortesia, sia orizzontale che verticale.

## **N. 2 Parcheggi Rosa**

### **6.3.4 Promozione del car sharing**

**500,00 €**

Sarà individuata un'area per la collocazione di un servizio di car sharing, in prossimità di fermate metro o capolinea in maniera tale da favorire gli spostamenti a piedi e l'utilizzo del trasporto pubblico. Presso gli spazi destinati al car sharing, dove gli utenti possono usufruire di un'auto pubblica ad uso privato, sarà collocata la mappa dell'area commerciale. L'obiettivo dell'attivazione del servizio di car sharing è quello di favorire la viabilità dell'area commerciale.

**n. 1 posto auto per car sharing**

**TOTALE: MACROAREA 3**

**1.500,00 €**

## 6.4 Macro area 5

### Comunicazione, Marketing di Rete, Animazione territoriale, Iniziative promozionali e valorizzazione delle eccellenze

Il Marketing territoriale definito per la Rete d'impresa Re di Roma si sviluppa su diversi piani.

Nell'ambito della promozione si riassume in un'attività pubblicitaria comune a condizioni di acquisto migliore. Il risultato è una promozione più efficace, innovativa. La Rete gestisce la propria immagine in funzione delle caratteristiche dell'Area e realizza una gestione coordinata dell'insieme dei servizi comuni.

Anche la scelta di sviluppare un'APP specifica per la Rete d'impresa Re di Roma è motivata dall'obiettivo di sviluppare un piano di **direct marketing** che permetta al consumatore di essere sempre aggiornato, in base ai propri interessi, sulle offerte e le iniziative che riguardano la Rete. L'azione è destinata sia alla fidelizzazione del cliente, che all'ampliamento della clientela attraverso iniziative ludiche specifiche (gamification).

D'altro canto, nell'ambito del marketing territoriale, la promozione delle attività operanti nel territorio, dei luoghi d'interesse e delle attività culturali, dunque lo sviluppo del *knowledge marketing*, permette all'utente consumatore di aumentare la propria conoscenza del territorio e di conseguenza di apprezzare maggiormente l'offerta complessiva dell'area. Il risultato è l'aumento della competitività dell'area commerciale della Rete d'Imprese che può caratterizzare l'offerta e i servizi in base alle richieste della clientela e valorizzare l'esperienza d'acquisto.



<b>MACROAREA 5</b>	
<b>COMUNICAZIONE, MARKETING DI RETE, ANIMAZIONE TERRITORIALE, INIZIATIVE PROMOZIONALI E VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE</b>	
<b>6.4.1 Sviluppo di azioni di marketing funzionali alla valorizzazione della Rete</b>	
<b>a) Logo e grafica coordinata della Rete d'Imprese - realizzazione</b>	<b>1.200,00</b>
<p>Realizzazione di un logo e di una linea grafica coordinata che favorisca la divulgazione dell'immagine unitaria della Rete d'impres e che ne caratterizzi l'identità anche attraverso l'utilizzo di elementi decorativi e iconografie specifiche.</p> <p>La grafica coordinata viene diffusa capillarmente su tutta l'area interessata dalla Rete d'Imprese attraverso <b>elementi di merchandising</b>: vetrofanie, adesivi, etc.</p>	
<b>6.4.2 Interventi integrati e di sistema dedicati alla clientela della Rete</b>	
<b>a) APP della Rete d'impresa</b>	<b>25.000,00 €</b>
<p>Ideazione, creazione, sviluppo e promozione di un sistema che si basi sulla costruzione di una banca dati (CRM) alimentata dagli stessi commercianti o attraverso l'autonoma registrazione degli utenti (consumatori, cittadini, turisti ecc.) attraverso un sistema informatico complesso composto da un'interfaccia in back-end per la gestione dei contenuti (commercials, culturali, informativi, turistici ecc) e un'APP specifica. Il tutto finalizzato a promuovere attività commerciali e servizi dell'area di riferimento, in cui è inserita la Rete d'impres. Si tratta di uno strumento di promozione delle attività commerciali, conseguentemente rappresenta uno strumento di promozione e comunicazione per tutti gli aderenti alla Rete, poiché permette loro di comunicare con i consumatori, fidelizzando la clientela e estendendo la capacità di vendita a nuovi acquirenti. Il sistema prevede la geolocalizzazione di tutti gli esercizi aderenti alla Rete e offre la possibilità di ricercare le attività per tipologia merceologica e nome.</p> <p>Con questa modalità di interazione il marketing di prossimità è in grado di interagire con i device dell'utente inviando comunicazioni alle persone che transitano per una determinata area.</p> <p>In aggiunta, la creazione dell'APP dedicata permette di non limitare l'interazione al solo momento dell'evento, ma di creare un canale di contatto diretto con l'utente anche successivamente.</p> <p>Sarà infatti possibile comunicare e fidelizzare gli utenti con comunicazioni di direct marketing</p>	

anche in un secondo momento e al di fuori dell'area del commerciale.

Il Sistema fornirà informazioni relative all'attività commerciale e all'artigianato, ai luoghi d'interesse turistico, ai servizi, alle linee di trasporto pubblico più vicino, ai prodotti tipici dell'area interessata dalla Rete d'impresa.

Regolarmente saranno infatti proposti attraverso il Sistema attività che permetteranno di conquistare voucher da spendere presso le attività in rete che vorranno aderire alle varie iniziative.

A seguito di un'analisi e di una ricerca preliminare i contenuti saranno redatti in lingua italiana e in lingua inglese e integrati da contenuti multimediali, quali video, foto e immagini.

### **DESCRIZIONE TECNICA FUNZIONALE DELL'APPLICAZIONE**

#### **Sezione dedicata agli esercenti mostrati su lista e mappa:**

- Navigazione attraverso filtro multicategorie (es. tipologia esercenti)
- Vista su mappa e su lista con ordinamento per distanza rispetto alla posizione dell'utente

#### **Scheda dettaglio esercente:**

- Immagine principale, testo descrittivo (dettagli, biografia, informazioni...)
- Galleria immagini correlate
- Geolocalizzazione e indicazioni stradali grazie all'Integrazione con navigatore del telefono
- Contatti interattivi
- Condivisione da parte dell'utente sul suo profilo Facebook e Twitter, via Whatsapp e mail
- Pulsante promozioni correlate

#### **Sezione dedicata alle promozioni:**

- Lista promo con immagine di anteprima, titolo;
- Dettaglio promo con immagine, descrizione, dettagli;
- Condivisione social (Condivisione Facebook e Twitter su profilo utente, Whatsapp ed email)

#### **Campagne promozionali voucher tramite proximity marketing**

- Inserimento da parte dell'esercente di "campagne voucher" a punti;
- Utilizzo da parte dell'utente dei voucher acquisiti tramite APP (Nessuna transazione economica)
- Campagne strutturate attraverso proximity marketing

### **Luoghi d'interesse turistico culturale**

All'interno dell' Applicazione di rete vengono inseriti contenuti relativi anche all'offerta complessiva del Comune al fine d'integrare l'offerta commerciale con quella turistica e culturale, saranno quindi promossi e valorizzati i luoghi d'interesse turistico, e le eccellenze dei centri storici e urbani attraverso:

- il caricamento di contenuti multimediali (audio, video, testi, immagini) centralizzati gestiti attraverso un pannello dedicato direttamente dal gestore del luogo d'interesse;
- Georeferenziazione dei luoghi d'interesse che permetterà all'utente di selezionare le unità d'interesse intorno alla sua posizione geografica;

### **Promozione dei Prodotti tipici**

All'interno dell'APP di Rete, una sezione specifica sarà dedicata alla produzione tipica enogastronomica per la promozione e valorizzazione della tradizione locale. Specifiche notifiche segnaleranno all'utente che si trova all'interno dell'area commerciale presso quali esercizi di ristorazione o attività commerciali su strada potrà reperire prodotti tipici locali.

### **Eventi**

Comunicazione eventi tramite APP a due livelli (dipendenti dall'acquisizione del contatto/cliente);

Livello rete (comunicazione eventi, promozioni a tutti gli utenti della Rete);

Livello esercente (comunicazione eventi, promozioni a tutti gli utenti/clienti del singolo esercente);

### **Utility**

Inserimento contenuti pubblica utilità territoriali:

Orari mezzi pubblici;

Indirizzi e contatti uffici pubblici di zona;

### **Notifiche Push (\*)**

Sistema di invio di messaggi interattivi a tutti gli utenti che hanno scaricato l'APP e dato il consenso a ricevere le notifiche:

- Distribuzione dei messaggi a tutta la base utenti
- Distribuzione di messaggi selettiva a gruppi categorie utenti

## **GESTIONE APPLICAZIONE**

### Gestione back end Gestore di Rete

La gestione dei contenuti avviene tramite un unico Pannello di Controllo web based per l'amministratore dell'app:

- accesso tramite browser Internet, con inserimento delle credenziali amministratore univoche fornite;
- inserimento, modifica, pubblicazione e cancellazione contenuti;
- sistema di invio notifiche push;
- visualizzazione statistiche download delle app;
- gestione autonoma categorie;

### Backend Aderente

- Accesso con le credenziali fornite
- Inserimento dei prodotti/servizi e loro classificazione
- Registrazione del Cliente
- Registrazione vendite associate al cliente e relativa profilazione
- Direct Marketing
- Creazione campagne promozionali

### Back end luoghi d'interesse

#### (Amministratore di Rete – Gestori di luoghi di interesse Accreditati)

- accesso con le credenziali fornite
- inserimento contenuti multimediali

### b) Fidelity Card

1.000,00 €

Sarà inoltre possibile fidelizzare la clientela anche attraverso l'introduzione di una FIDELITY CARD che permette l'identificazione puntuale dei clienti e l'associazione con gli accessi e le transazioni. L'adozione della fidelity card permette di fidelizzare anche quella parte di clientela che non utilizza abitualmente APP e Smartphone. Ad essa sono inoltre legati una serie di altri vantaggi:

- Promozione di azioni stagionali;
- Fidelizzazione grazie ad acquisti a condizioni di favore;
- Servizi al cittadino ;
- Coinvolgimento dei cittadini allo sviluppo della Rete d'impresa.

## 6.4.3 Campagna Promozionale

### a) Promozione App

5.000,00 €

**Promozione del Sistema e Applicazione di Rete** per la costruzione del bacino di utenti e promuovere il download su supporti portatili (Smartphone, computer, tablet ecc. ). **Il download dell'APP sarà promosso attraverso una specifica campagna pubblicitaria** realizzata, qualora possibile, anche con la collaborazione di sponsor. L'azione è finalizzata al coinvolgimento di un

ampio bacino di utenza, per la fidelizzazione della clientela e al contempo per l'acquisizione di nuovi potenziali acquirenti.

<b>b) Programma eventi – animazione territoriale</b>	<b>20.000,00</b>
--	------------------

Nell'area sarà realizzato un programma di eventi finalizzato a promuovere e condividere con i Cittadini tutti le azioni svolte e le fasi del progetto portate a compimento.

Gli eventi saranno al contempo:

- occasione di promozione delle attività commerciali della Rete;
- promozione delle eccellenze tipiche;
- momento di coinvolgimento e di **condivisione con i Cittadini dei risultati ottenuti**;
- occasione di valorizzazione del territorio.

Il valore pubblicitario delle iniziative si unisce alla valorizzazione del progetto e del territorio interessato dalla Rete. Potranno contribuire al successo dell'iniziativa sponsor, (in qualità di aziende non inserite nella Rete) associazioni culturali e sportive, personaggi pubblici in qualità di testimonial del progetto di Rete e del Rilancio del commercio nel Lazio.

Gli eventi saranno pubblicizzati attraverso un piano di comunicazione specifico, che permetta di informare e attrarre i consumatori da tutta la Città: dalla grafica dell'evento alla pubblicità, dal social media planner alla produzione di video e spot promozionali.

Gli eventi saranno legati ad una o più tematiche che saranno concordate gli aderenti alla Rete:

- saldi primaverili;
- promozione delle eccellenze tipiche;
- festività natalizie.

Tutti gli stakeholders del Progetto saranno resi partecipi alla realizzazione delle attività di animazione territoriale.

#### 6.4.4 Organizzazione di servizi ad hoc in occasione di eventi e manifestazioni di rilievo

<b>a) Mezzo di trasporto personalizzato e tematizzato</b>	<b>3.500,00 €</b>
---	-------------------

In occasione dell'evento di chiusura del progetto che inaugura e presenta ufficialmente ai Cittadini i risultati derivanti dall'attuazione del presente progetto si procederà all'attivazione di una navetta bus o altro mezzo di trasporto (trenino turistico su ruota di gomma o carrozza a traino o altro mezzo di trasporto e animazione stabilito in accordo con i commercianti aderenti alla Rete e la PA) che faciliterà l'accesso all'area rendendolo maggiormente attraente e rappresentando occasione ludica e di animazione territoriale. La navetta sarà personalizzata da messaggi promozionali e pubblicitari relativi alla Rete e alle imprese in essa inserite.

<b>TOTALE: MACROAREA 5</b>	<b>55.700,00</b>
----------------------------	------------------

## 6.6 Macroarea 6

### Innovazione di filiera e gestione di servizi in comune rivolti alle imprese e/o ai cittadini

Le iniziative di TMC finalizzate all'innovazione e alla gestione di servizi in comune sono finalizzate a:

- favorire tutte le attività di marketing e le iniziative promozionali che possono rafforzare l'attrattività dell'area commerciale della Rete d'Imprese Re di Roma ;
- valorizzare l'area attraverso un progetto che possa costituire *best practice* territoriale e contribuire allo sviluppo urbano in un'ottica smart;
- migliorare l'offerta complessiva di servizi;
- favorire la partecipazione alla realizzazione di piani di sviluppo e contribuire alla sostenibilità delle azioni realizzate, nonché all'ideazione e programmazione di nuovi progetti.

Per la definizione degli interventi nell'ambito dell'innovazione gestione dei servizi comuni si è tenuto conto dei continui cambiamenti in atto e delle caratteristiche di una popolazione sempre più abituata all'utilizzo nelle nuove tecnologie in tutti gli ambiti della quotidianità.

<b>MACROAREA 6</b> <b>INNOVAZIONE DI FILIERA E GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE RIVOLTI</b> <b>ALLE IMPRESE E/O AI CITTADINI</b>	
<b>6.6.1 WiFi Free</b>	<b>16.000,00€</b>
Attraverso l'installazione di specifici <b>hot-spot</b> wifi personalizzati si procederà a rendere l'area commerciale, un'area dinamica, che offre all'utente la possibilità di una <i>user experience</i> completa e continua. Sarà realizzata un'architettura di gestione per il tracciamento delle sessioni d'utente mantenendone l'anonimato secondo le norme sulla privacy. Il <b>WiFi di Rete</b> sarà inoltre inserito all'interno della Rete Pubblica WIFI Metropolitan (ex Provincia WIFI)	

Tali hot spot saranno arricchiti da ulteriori supporti tecnici come <b>ricarica batterie per smartphone</b> , contribuendo al miglioramento dello <i>smart living</i> del territorio.	
<b>6.6.3 Crowdfunding di Rete</b>	<b>1.000,00 €</b>
<p>Nato come forma di <b>microfinanziamento dal basso</b> che mobilita persone e risorse, il <b>crowdfunding</b> è oggi tra le forme più diffuse ed efficaci di finanziamento di progetti imprenditoriali e creativi. I siti web fanno da piattaforma e permettono ai <b>fundraiser</b> di incontrare un ampio pubblico di potenziali finanziatori. Si procederà ad attivare un crowdfunding di tipo <b>reward based</b> (raccolta fondi che, in cambio di donazioni in denaro, prevede una ricompensa o un riconoscimento da parte della Rete d'Imprese). Sarà creata una piattaforma online sulla quale si promuoverà il progetto della Rete Re di Roma.</p> <p>L'utente avrà la possibilità di conoscere i vari progetti che la Rete d'impresa intende mettere in campo e potrà contribuire a finanziarne la realizzazione con un semplice click.</p>	
<b>TOTALE: MACROAREA 6</b>	<b>17.000,00 €</b>

## 4.7 Macroarea 7

### Azioni complementari alle politiche di Sostenibilità Energetica Ambientale

Le azioni complementari alle politiche di sostenibilità energetica e ambientale sono pensate al fine di avviare un processo di riduzione delle sostanze inquinanti e dei consumi, favorendo l'utilizzo di mezzi di trasporto a bassa emissione.

Il progetto intende contribuire anche a migliorare la vivibilità dell'area attraverso interventi di sensibilizzazione e promozione della raccolta differenziata.

MACRO AREA 7	
AZIONI COMPLEMENTARI ALLE POLITICHE DI SOSTENIBILITA' ENERGETICA AMBIENTALE	
<b>4.7.2 Realizzazione e diffusione di video tutorial promozionali per la raccolta differenziata</b>	<b>800,00 €</b>
<p>S'intende incoraggiare la raccolta differenziata attraverso la <b>produzione di 1 video tutorial</b> volti ad illustrare al cittadino come procedere per differenziare correttamente e come si svolge su Roma il processo di riciclaggio dei rifiuti.</p> <p>Il coinvolgimento di testimonial, personaggi pubblici con ampio seguito, permetterà di raggiungere target specifici: i giovani, i bambini (che rappresentano un importante canale di comunicazione poiché trasferiscono le loro conoscenze ai genitori, ai nonni e a tutti gli adulti).</p>	
<b>TOTALE: MACROAREA 7</b>	<b>800,00 €</b>





## 5. Sintesi del quadro Finanziario

<b>Macroarea 1</b>	Governance e Manager di Rete	20.000,00 €
<b>Macroarea 2</b>	Interventi di manutenzione e Arredo dell'Ambiente urbano	5.000,00 €
<b>Macroarea 3</b>	Azioni complementari alle politiche di mobilità intelligente nonchè al miglioramento dell'Accessibilità all'area e alla fruizione degli spazi pubblici interessati	1.500,00 €
<b>Macroarea 5</b>	Comunicazione, marketing di rete, animazione territoriale, iniziative promozionali e valorizzazione delle eccellenze	55.700,00 €
<b>Macroarea 6</b>	Innovazione di filiera e gestione di servizi in comune rivolti alle imprese e/o ai cittadini	17.000,00 €
<b>Macroarea 7</b>	Azioni complementari alle politiche di sostenibilita' energetica ambientale	800,00 €
<b>TOTALE</b>	<b>PROGRAMMA DI RETE D'IMPRESE CENTRO RE DI ROMA – VIA APPIA NUOVA</b>	<b>100.000,00 €</b>

Costo complessivo del Progetto di Rete: 100.000,00 €

Finanziamento richiesto alla Regione Lazio in riferimento al Bando Reti d'Imprese tra Attività Economiche su Strada: 100.000,00 €



*Reti d'impresa tra attività economiche su strada*  
*Re di Roma*

---

## 6. Monitoraggio

### 6.1 Obiettivi del Monitoraggio

Il Programma della Rete d'Imprese Re di Roma è per sua natura un programma complesso in continua evoluzione, che necessita di un regolare processo di analisi e di valutazione dello stato di attuazione degli interventi, sia da un punto di vista procedurale, che da un punto di vista fisico (n. degli interventi realizzati) e finanziario (valore degli investimenti effettuati, ammontare dei contributi ricevuti).

Ciò può essere realizzato solo attraverso specifici strumenti di monitoraggio che consentono di verificare sia lo stato di attuazione dei singoli interventi previsti nel programma di sviluppo, sia di valutare *in fieri* se il programma nel suo complesso richieda modifiche e miglioramenti nonché aggiornamenti in funzione di quei bisogni e di quelle richieste e aspettative di sviluppo territoriale che dovessero emergere in futuro.

Il presente capitolo ha, quindi, l'obiettivo di fornire alcune indicazioni circa le procedure e gli strumenti che potranno essere messi in campo, nella consapevolezza che solo attraverso una attenta attività di controllo e di *reporting* sarà possibile verificare se gli **obiettivi generali e specifici** perseguiti dalla Rete vengano raggiunti, verificando che questi siano condivisi con gli **stakeholder**.

La fase di monitoraggio dei progetti è, quindi, un'attività di fondamentale importanza in vista della realizzazione efficace degli interventi. Mettere a sistema ed integrare le diverse fasi che portano nel loro complesso all'attuazione dei progetti, risulta una condizione necessaria sia per il buon andamento delle attività sia per la loro attuazione del programma di sviluppo.

E' evidente che per poter svolgere l'attività di analisi dei risultati, sarà necessario dotarsi di un modello di gestione, quindi di una serie di **indicatori** di varia natura (finanziari, fisici, di risultato e d'impatto) in grado di consentire alla Rete la possibilità di mantenere un costante controllo circa lo

stato di realizzazione dei progetti, con lo scopo di poter intervenire prontamente per far fronte ad eventuali problemi o criticità che dovessero sorgere nel corso del programma.

**Per ogni macroarea e azione prevista dal presente progetto, sono stati individuati tempistiche e priorità di realizzazione, oltre agli obiettivi e ai costi.**

Al fine di verificare la correttezza dei dati e delle informazioni riportate nel documento di programmazione, il CSA dovrà assicurare una revisione continua degli obiettivi conoscitivi del programma di sviluppo locale, ovvero, garantirà nel corso dell'attuazione del programma, una serie di analisi finalizzate ad una valutazione dei risultati, allo scopo di analizzare i progressi compiuti in relazione al grado di raggiungimento degli obiettivi specifici preventivati.

Alla luce di tali considerazioni ed in relazione agli obiettivi perseguiti dal programma di sviluppo locale, l'attività riguardante il monitoraggio si concentrerà sui **risultati attesi, inattesi, tangibili e intangibili** che la Rete d'Impresa sarà in grado di raggiungere nel corso della sua programmazione.

Alla luce di tali considerazioni l'approccio proposto per l'analisi dei risultati non può che prescindere **dall'utilizzo dei dati del monitoraggio e del sistema di indicatori** (di realizzazione, di risultato e d'impatto), ma anche dalle informazioni qualitative e quantitative prodotte da una costante attività di azione-ricerca sul campo, attraverso interazioni dirette con i soggetti interessati a vario titolo dall'attuazione dei progetti previsti dal programma.

Gli obiettivi dell'attività di monitoraggio possono essere in sintesi individuate nei seguenti punti:

- **verificare** gli esiti conseguiti dall'attività d'informazione e diffusione circa le opportunità offerte dal programma in relazione agli strumenti di programmazione regionale
- **valutare** la corrispondenza tra le modalità di selezione degli interventi e gli obiettivi specifici perseguiti tramite il programma;
- dare vita ad un flusso costante di informazioni per il monitoraggio dello stato di avanzamento delle attività rispetto alla tempistica ipotizzata e alle risorse finanziarie richieste in ogni singolo progetto;

- individuare eventuali aspetti critici che possano ostacolare l'efficiente attuazione dei progetti e delle iniziative contenute nel programma;
- verificare l'effettivo impatto dei progetti selezionati e il raggiungimento degli obiettivi prefissati tramite la loro attuazione;
- acquisire le necessarie conoscenze per la valutazione dei risultati conseguiti dal programma.

## **6.2 Gli indicatori per il monitoraggio**

Allo scopo di monitorare gli elementi qualitativi e quelli quantitativi (e di conseguenza predisporre un quadro generale circa l'andamento del programma e delle ricadute dello stesso), saranno utilizzati una serie di indicatori, di diversa natura, in grado di evidenziare gli aspetti:

- **finanziari,**
- **fisici**
- **procedurali.**

Tramite la definizione di tali indicatori sarà possibile concorrere al conseguimento di uno degli obiettivi più rilevanti delle attività di gestione del programma, ovvero quello di offrire un contributo per **l'accelerazione e l'attuazione degli interventi proposti, nel rispetto dei tempi previsti per la realizzazione e il completamento del programma stesso.**

Il sistema di monitoraggio garantirà l'**acquisizione, l'organizzazione ed il coordinamento di dati** relativi agli indicatori procedurali, finanziari, fisici e d'impatto e degli aspetti qualitativi della realizzazione del programma (in particolare gli aspetti socioeconomici, operativi, giuridici e procedurali) e consiste nel rilevare i progressi compiuti nell'attuazione dei singoli progetti e nel redigere le relazioni mensili e la relazione finale.

L'oggetto delle attività di monitoraggio riguarda in particolare la rilevazione, il trattamento e la restituzione periodica di informazioni dettagliate inerenti ai seguenti aspetti:

- stato di attuazione finanziaria del programma (monitoraggio finanziario)

- livello di realizzazione fisica degli interventi programmati (monitoraggio fisico)
- efficienza delle procedure di attuazione del programma (monitoraggio procedurale)

### **6.3 Monitoraggio Finanziario**

Il monitoraggio finanziario consiste in un'attività di rilevazione puntuale degli impegni di spesa e dei contributi pubblici ricevuti che accompagnano l'attuazione del Programma di Rete: attraverso esso è possibile rilevare le informazioni inerenti lo **stato di avanzamento finanziario** del programma e dei singoli progetti. I dati rilevati concernono essenzialmente **l'attuazione degli impegni e dei pagamenti**.

Nello specifico l'attività, da un punto di vista operativo, sarà finalizzata a fornire periodicamente informazioni dettagliate circa lo stato di attuazione finanziaria del programma. A fronte di tale attività di monitoraggio verranno elaborati report sintetici informativi che il CSA sottoporrà alla Rete e all'Amministrazione Pubblica.

### **6.4 Monitoraggio Fisico**

Il monitoraggio fisico consiste nella misurazione degli output prodotti; costituisce il risultato dell'analisi di quei dati e di quelle informazioni che sono immediatamente misurabili e che costituiscono nella loro natura la logica conseguenza delle attività ed azioni che sono poste in essere durante la realizzazione degli interventi e/o durante la gestione del progetto di Rete.

Attraverso esso, dunque viene regolarmente monitorato lo **stato di avanzamento degli interventi** per i quali è stata presentata la candidatura al bando Regionale e la richiesta di contributo

L'attività di monitoraggio rispetto alla **realizzazione fisica degli interventi programmati**, avrà l'obiettivo di verificare **l'effettiva attuazione degli interventi finanziati, nei tempi e secondo le modalità previste dal programma**. Tale attività sarà, quindi, finalizzata alla verifica del progressivo

**raggiungimento dei risultati fisici previsti**, risultati che potranno essere agevolmente quantificati man mano che i singoli progetti si avviano a conclusione, fino al completamento del programma. Ciò consentirà di esprimere giudizi in merito, non solo sulla verifica delle performance delle procedure attuative del programma, ma permetterà anche di formulare precise indicazioni circa lo stato di attuazione delle iniziative sia in relazione al raggiungimento degli obiettivi assunti a base della programmazione, che in funzione delle eventuali azioni correttive da porre in essere.

Attraverso il monitoraggio fisico, e in particolare grazie alla capacità di elaborazione dei dati, sarà possibile svolgere una precisa attività di valutazione delle informazioni e dei risultati elaborati.

## **6.5 Monitoraggio Procedurale**

Per quanto riguarda il monitoraggio di tipo procedurale, gli indicatori di avanzamento misureranno gli aspetti della qualità relativi alla gestione del programma. Gli indicatori di avanzamento procedurale misurano alcuni aspetti della **qualità della gestione del progetto**. L'analisi fondata sulle procedure può consentire di ottenere utili informazioni sulla tempistica di attuazione dell'intervento e di individuare lo "step" dell'iter attuativo in cui si può collocare l'operazione, permettendo di stabilirne il ritardo o la speditezza nella realizzazione (tempi di espletamento delle procedure).

Il monitoraggio procedurale consente di effettuare una prima valutazione complessiva della bontà del programma, in quanto permette di valutare l'efficienza delle procedure di attuazione: obiettivo dell'attività quello di verificare, rispetto alle linee di intervento inizialmente individuate, l'effettivo livello di realizzazione dei progetti così come previsto nel programma per i diversi ambiti di intervento.

Tale attività si sostanzia nelle seguenti azioni:

- scomposizione di ciascuna procedura in singoli step e passaggi procedurali identificando le microattività, le macroattività e le fasi alle quali si riferiscono;



- previsione dei tempi occorrenti all'espletamento di ciascun passaggio individuando ex-ante le procedure che consentono di considerare espletato ciascun passaggio in esame;
- definizione del grado di propedeuticità di ciascun passaggio eventualmente previsto rispetto agli adempimenti programmati;
- **aggiornamento dei cronoprogrammi** procedurali di ciascun intervento, secondo uno schema dinamico di rilevazione che permetta di tenere sotto costante controllo il processo di attuazione procedurale dell'intero programma.

Operativamente, per quanto riguarda gli indicatori di realizzazione, mensilmente saranno redatti dei report per monitorare lo stato di avanzamento delle attività e per permettere di intervenire sugli operatori che non dovessero realizzare il progetto o che abbiano incontrato ostacoli nella realizzazione.

Il monitoraggio procedurale consiste nella misurazione degli **output prodotti**; costituisce il risultato dell'analisi di quei dati e di quelle informazioni che sono immediatamente misurabili e che costituiscono nella loro natura la logica conseguenza delle attività ed azioni che sono poste in essere durante la realizzazione degli interventi e/o durante la gestione dei progetti previsti.

Per una maggiore utilità gli indicatori verranno elaborati per tipologia di investimento (Infrastrutture, attrezzature, promozione, ecc).

## 7. Valutazione

Sulla base del sistema degli indicatori sarà possibile procedere all'analisi dei risultati, quindi, esprimere le valutazioni circa gli obiettivi raggiunti dal Progetto. Al fine di poter effettuare tale valutazione le azioni di controllo, relative all'attività di monitoraggio, porteranno alla realizzazione delle seguenti attività:

- **Valutazione ex-ante:** realizzata attraverso incontri tra i partner di progetto con somministrazione di questionari e tabelle per rilevare idee e aspettative rispetto alla realizzazione dei progetti in programma, definendone altresì le priorità;
- **Valutazione in itinere e intermedia:** realizzata analizzando il rapporto tra i dati rilevati con gli obiettivi prefissati.

La fase di valutazione intermedia è essenziale in quanto consente di monitorare attraverso forum partecipativi, sondaggi guidati e forme di coinvolgimento attivo dei soggetti interessati, l'impatto degli interventi proposti dal progetto cercando di leggere il valore e le caratteristiche delle singole attività implementate attraverso la percezione dell'utente/operatore. I punti di vista e l'esperienza dei gruppi coinvolti incrementa la capacità di fare sistema. In particolare la valutazione intermedia permetterà di conoscere:

- l'Identificazione dei fattori organizzativi o di contesto che inibiscono o facilitano la realizzazione del progetto;
- l'Identificazione delle modifiche rispetto al progetto iniziale;
- i primi risultati ottenuti;
- la corrispondenza rispetto alle aspettative definite nella valutazione ex-ante.

**Valutazione ex-post:** prevede una fase di valutazione finale che rilevi l'impatto del programma al fine di ottenere le considerazioni conclusive in merito a:

- il successo del programma;
- la soddisfazione dei soggetti coinvolti;
- la qualità delle competenze acquisite da ciascun attore del progetto;
- il livello di raggiungimento degli obiettivi;
- la qualità dei risultati ottenuti;
- l'idoneità delle strutture di gestione e coordinamento;
- l'adeguatezza, congruenza e tempestività dei resoconti, dei report e della comunicazione.

**La valutazione non può essere una risorsa utilizzabile, se non si diffondono i risultati del progetto:** per questo motivo la valutazione non si conclude con la sola stesura del rapporto finale, ma con tutte le azioni operative di **divulgazione, di sensibilizzazione e di eventuale implementazione** delle attività del progetto in fase di riuso. I dati e le informazioni raccolte saranno diffuse sotto forma di **report (iniziale, intermedio e finale)**.

## 8. Workplan e Cronoprogramma

Per la realizzazione del progetto si procederà per ciascuna Macroarea d'intervento secondo Fasi specifiche di realizzazione.

Fase 1 – **Attivazione**: scelta delle aziende incaricate di svolgere gli interventi previsti;

Fase 2 – **Pianificazione**: start up meeting e distribuzione dei lavori per la realizzazione degli interventi. Definizione dei dettagli.

Fase 3 – **Realizzazione**: realizzazione delle singole azioni/interventi. Attivazione di processi e servizi. Formazione degli esercenti. Predisposizione di eventuali modifiche al programma a causa di imprevisti sorti in fase di realizzazione.

Fase 4 – **Completamento**: svolgimento dell'evento di presentazione delle azioni svolte;

Fase 5 – **Monitoraggio**: raccolta dati attraverso profilazione di questionari e ricerche campionarie;

Fase 6 – **Valutazione** – *ex ante, in fieri*. **Valutazione post**: incontro finale e conferma della ripetibilità dell'evento. Produzione di report.

La Macroarea d'intervento 1, Governance e Manager di Rete, quindi la costituzione e lo sviluppo della Rete d'Imprese, il lavoro del Manager di Rete o del CSA rappresenta in tal senso un'eccezione, perché descritta da un workplan specifico che si riassume nelle seguenti fasi di realizzazione:

Fase1 - Formalizzazione della Costituzione della Rete;

Fase 2 – Attivazione del Supporto Tecnico operativo CSA;

Fase 3 - Ricerca sponsor e ulteriori finanziamenti;

Fase 4 - Governance e sviluppo della Rete;

Fase 5 – Monitoraggio;

Fase 6 - Valutazione

**La fase di ideazione** del progetto non viene riportata in quanto da considerarsi preliminare alla redazione del presente Progetto di Rete.

Il diagramma di Gaantt riportato di seguito illustra il ciclo di vita del progetto. Tale descrizione è di carattere generale e dovrà essere ampliata e continuamente aggiornata durante la realizzazione e il monitoraggio del progetto, come descritto nel paragrafo "Monitoraggio Procedurale".

### CRONOPROGRAMMA

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 1	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Formalizzazione della costituzione della Rete															
Attivazione del supporto tecnico operativoCSA															
Ricerca sponsor e ulteriori finanziamenti															
Governance e Sviluppo della Rete															
Monitoraggio															
Valutazione	Ex ante			In fieri				In fieri					Ex post		

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 2	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione				In fieri				In fieri					Ex post		

## CRONOPROGRAMMA

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 3	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione						In fieri			In fieri				ex post		

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 4	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione			In fieri				In fieri						Ex post		

## CRONOPROGRAMMA

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 5	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Ideazione (programma eventi e linea grafica)															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Sviluppo piano di comunicazione															
Monitoraggio															
Valutazione	Ex post					In fieri			In fieri				ex post		



## CRONOPROGRAMMA

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 6	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione					In fieri				In fieri				Ex post		

RETE D'IMPRESA: RE DI ROMA	2017												2018		
MACROAREA 7	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione					In fieri				In fieri				Ex post		