Allegato 2 alla Deliberazione n. 88 del 23/07/2026

DUC Brescia – HUB COMMERCIALE URBANO. Un network che cresce

Descrizione generale del progetto in 4000 battute (come da richiesta del portale BANDI di Regione Lombardia)

Il progetto "DUC Brescia – HUB COMMERCIALE URBANO. Un network che cresce" è promosso dal Comune di Brescia in qualità di soggetto capofila, in partenariato con C.C.I.A.A. di Brescia, associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato, Visit Brescia scrl, Consorzio Centro città e il Comitato per lo sviluppo economico locale, organo di governance del distretto. Il DUC Brescia si configura come un sistema commerciale urbano multifunzionale in profonda trasformazione, che evolve da distretto prevalentemente commerciale verso un modello di hub urbano integrato, in cui commercio, cultura e turismo costituiscono componenti interdipendenti di un unico ecosistema territoriale.

L'esperienza di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023 ha rappresentato un punto di svolta, generando nuovi flussi turistici, rafforzando l'attrattività della città e accelerando l'integrazione tra sistema culturale e tessuto commerciale urbano.

Il progetto si sviluppa lungo due direttrici complementari — continuità rispetto alle linee strategiche già avviate e innovazione in risposta alle nuove dinamiche turistiche e urbane — articolandosi in sette ambiti di intervento integrati: supporto alle imprese, rigenerazione e qualità urbana, formazione, governance del distretto, servizi comuni, marketing e comunicazione, animazione e attrattività, monitoraggio e valutazione.

Gli interventi previsti sono nove.

L'Intervento 1 prevede l'emanazione di un bando pubblico del Comune di Brescia (€ 200.000 con risorse proprie) per sostenere investimenti delle imprese del distretto, con priorità alle nuove aperture. L'Intervento 2 riguarda la riqualificazione delle pavimentazioni lapidee in aree centrali del distretto (Via Musei, Corso Zanardelli, Corso Palestro ed altre), con l'obiettivo di migliorare la qualità urbana, la sicurezza pedonale e l'attrattività turistica.

L'Intervento 3 prevede un sistema di monitoraggio statistico basato su dati aggregati di telefonia mobile e carte di credito.

L'Intervento 4 attiva una campagna di comunicazione multicanale per il retail urbano.

L'Intervento 5 prevede percorsi di alta formazione per gli esercenti su temi quali marketing, gestione d'impresa e innovazione digitale.

L'Intervento 6 promuove l'offerta enogastronomica, locale integrandola con i servizi turistici del territorio (Taste Experience).

L'Intervento 7 sviluppa servizi commerciali integrati in ambito turistico — Welcome Point, itinerari di shopping urbano, potenziamento del portale Brescia.eu — per trasformare il commercio urbano in asset turistico strutturato.

L'Intervento 8 mira a trasformare il DUC da semplice rete di operatori economici a una community commerciale capace di offrire servizi condivisi, esperienze integrate e strumenti innovativi di fidelizzazione attraverso la creazione di una piattaforma digitale di servizi.

L'Intervento 9 prevede azioni di co-marketing con i principali eventi culturali cittadini per rafforzare la visibilità e la frequentazione del distretto.

Il progetto si inserisce in un quadro coerente di pianificazione territoriale, in sinergia con il Piano Strategico della Cultura, il Piano Operativo per il Turismo e il Progetto di governance turistica della Provincia di Brescia, confermando il ruolo del DUC come piattaforma operativa di integrazione tra politiche pubbliche e sistema delle imprese.

BANDO A FAVORE DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO 2026

1. Distretto del Commercio proponente

Distretto Urbano del Commercio di Brescia

2. Titolo del progetto

DUC Brescia – HUB COMMERCIALE URBANO. Un network che cresce

3. Soggetto capofila

Comune di Brescia

4. Partenariato

Descrivere sinteticamente i soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato, indicando anche la presenza di eventuali soggetti partner ulteriori rispetto a quelli obbligatori previsti dal bando al punto A.4 e specificando il motivo del loro coinvolgimento, nonché il loro ruolo ed il contributo concreto al progetto

I Soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato:

- Comune di Brescia;
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia;
- Associazione Confcommercio Brescia;
- Associazione Confesercenti della Lombardia Orientale;
- Associazione Artigiani di Brescia e Provincia;
- Associazione Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – Associazione Provinciale di Brescia;
- Associazione Confartigianato Imprese Brescia e Lombardia Orientale;
- Associazione Assopadana CLAAI;
- Visit Brescia;
- Consorzio Centro Città;
- Comitato per lo sviluppo economico locale.

I ruoli dei Soggetti partner sono esemplificazione del modello di gestione unitario e coordinato del DUC Brescia che vede nel Comitato per lo sviluppo economico locale l'organo di governance del distretto commerciale della città di Brescia. I Soggetti partner sopra elencati compongono il Consiglio di Amministrazione del Comitato per lo sviluppo economico locale, ad eccezione del Consorzio Centro Città il quale può partecipare alle riunioni del CDA senza diritto di voto, e assumono un ruolo chiave nella definizione degli interventi, oltre che nella relativa implementazione.

Soggetti partner che realizzano interventi mediante esposizione di spese a valere sul Progetto:

- Comune di Brescia;
- Comitato per lo sviluppo economico locale.

Soggetti partner che realizzano interventi mediante la valorizzazione di attività senza esposizione di spese a valere sul Progetto:

- Associazione Confcommercio Brescia;
- Associazione Confesercenti della Lombardia Orientale;
- Associazione Artigiani di Brescia e Provincia;
- Associazione Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – Associazione Provinciale di Brescia;
- Associazione Confartigianato Imprese Brescia e Lombardia Orientale;

- Associazione Assopadana CLAAI.

Tra le attività svolte dai Soggetti partner sopra elencati vengono individuate le azioni d'informazione e affiancamento alle imprese in riferimento agli interventi relativi all'intervento 1 - **Bando Imprese DUC. Investire per competere,** bando destinato alle imprese promosso dal Comune di Brescia e più sotto meglio descritto.
Sostengono inoltre le azioni di promozione e valorizzazione del DUC Brescia e del sistema di offerta locale mediante i rispettivi mezzi e canali di comunicazione, potenziando il coinvolgimento delle imprese del distretto nella realizzazione degli interventi di cui al presente progetto.

Altri soggetti partner che operano a sostegno del progetto mediante la valorizzazione di attività senza esposizione di spese a valere sullo stesso con particolare riferimento agli aspetti legati allo sviluppo dell'economia distrettuale in ambito turistico:

- Visit Brescia scrl
- Brescia Mobilità spa

Tra le attività svolte dai Soggetti partner sopra elencati vengono individuate le azioni di promozione e valorizzazione del DUC Brescia come sistema attrattivo turistico mediante i rispettivi mezzi e canali di comunicazione, nonché azioni correlate alla progettazione e promozione di servizi turistici integrati cultura – mobilità in grado d'incrementare l'appeal turistico del distretto e la conseguente crescita del suo tessuto imprenditoriale.

5. Analisi di contesto

Descrivere il contesto economico e territoriale del Distretto, in termini di imprese presenti, qualità del tessuto urbano e del territorio, dinamiche commerciali, esigenze di sviluppo e riqualificazione.

Il DUC Brescia si colloca all'interno di un contesto urbano caratterizzato da un'elevata densità di funzioni commerciali, artigianali, culturali, turistiche e istituzionali, che concorrono a definire l'identità economica e sociale della città.
Il sistema commerciale distrettuale urbano svolge un ruolo centrale nella struttura della città, non solo come presidio di servizi di prossimità per la cittadinanza, ma anche come componente fondamentale dell'attrattività urbana complessiva.

Negli ultimi anni, il distretto ha progressivamente ampliato il proprio perimetro funzionale, evolvendo da modello prevalentemente commerciale a **ecosistema integrato**, in cui commercio, cultura e turismo interagiscono in modo sempre più strutturato.
Il periodo recente ha rappresentato una fase di profonda trasformazione per il sistema distrettuale commerciale, influenzata da dinamiche macroeconomiche, cambiamenti nei modelli di consumo e dagli impatti legati alla crisi pandemica, ma anche dalla realizzazione di sfidanti progetti di rilancio attuati a seguire, quali a titolo esemplificativo Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023).

In tale scenario, il DUC Brescia ha avviato un percorso di adattamento e innovazione, basato su:

- rafforzamento delle reti tra imprese;
- valorizzazione dello spazio urbano come luogo di esperienza;
- integrazione crescente con il sistema culturale cittadino;
- apertura progressiva verso i flussi turistici.

Il triennio 2020–2022 ha rappresentato un periodo di riorganizzazione e sperimentazione, che ha consentito la costruzione di una base conoscitiva utile alla definizione di strategie evolutive del distretto.
L'anno 2023, segnato dall'esperienza di Brescia Bergamo Capitale Italiana della Cultura, ha rappresentato un punto di svolta significativo per il posizionamento del territorio.

Tale esperienza ha generato:

- un incremento della visibilità e attrattività della città;
- un rafforzamento del legame tra sistema culturale e tessuto urbano;
- una maggiore integrazione tra eventi culturali, attività commerciali e fruizione turistica;
- l'avvio di nuove dinamiche di visita e permanenza sul territorio.

In questa prospettiva, il 2023 non può essere interpretato solo come evento temporaneo di promozione territoriale, ma come **innesco di un processo strutturale di evoluzione del DUC Brescia verso un modello di economia urbana esperienziale caratterizzata dal mix commercio-turismo**.

Il DUC Brescia si trova oggi quindi in una fase di transizione verso un modello più complesso e integrato, caratterizzato da:

- crescente interdipendenza tra commercio, cultura e turismo;
- evoluzione del ruolo del commercio da funzione distributiva anche a nuova funzione esperienziale;
- aumento della domanda di esperienze urbane da parte di residenti e visitatori;
- necessità di rafforzare la competitività del commercio di prossimità;
- centralità delle politiche di rigenerazione urbana e riuso degli spazi sfitti.

Parallelamente, emerge la necessità di semplificare e consolidare strumenti di governance e coordinamento in grado di sostenere la complessità crescente del sistema.
Il contesto attuale evidenzia rilevanti opportunità di sviluppo per il DUC Brescia, in particolare:

- **possibilità di trasformazione del commercio in leva di attrattività territoriale;**
- crescita del turismo urbano e culturale;
- sviluppo di nuovi modelli di fruizione del centro urbano;
- valorizzazione del patrimonio storico e identitario della città;
- potenziamento delle reti tra operatori economici e culturali.

In tale quadro, il distretto può evolvere verso un **ecosistema di servizi integrato**, capace di generare valore economico, sociale e culturale attraverso la connessione tra imprese, cittadini e visitatori.

Accanto alle opportunità, il contesto evidenzia alcune criticità strutturali:

- pressione competitiva del commercio digitale e della grande distribuzione;
- riduzione della marginalità per le imprese di prossimità;
- presenza di spazi commerciali sfitti in alcune aree del centro urbano;
- necessità di rafforzare la capacità attrattiva e la permanenza dei flussi turistici;
- esigenza di una maggiore integrazione tra politiche economiche, culturali e urbane.

Tali elementi rendono necessario un approccio integrato e strategico, in grado di intervenire simultaneamente su dimensione economica, urbana e sociale.

Il DUC Brescia si configura quindi oggi come un sistema urbano in trasformazione, che da distretto commerciale tradizionale evolve verso un **modello di hub commerciale urbano integrato**, in cui commercio, cultura e turismo costituiscono componenti interdipendenti di un unico ecosistema di sviluppo.

La sfida principale consiste quindi nel consolidare questa evoluzione, strutturando politiche e interventi capaci di:

- rafforzare la competitività delle imprese;
- valorizzare lo spazio urbano come luogo di esperienza;
- integrare stabilmente il sistema culturale e turistico;
- aumentare l'attrattività complessiva del territorio.

6. Strategia di sviluppo

Descrivere la strategia di sviluppo di lungo periodo Distretto, coerente con l'analisi di contesto, indicando punti di forza e di debolezza, opportunità e direttrici di sviluppo, vocazioni territoriali da valorizzare, eventuali focus su specifiche aree.

La strategia del Progetto di Distretto 2026 del DUC Brescia valorizza la significativa sinergia sviluppatasi negli ultimi anni al suo interno tra il sistema del commercio urbano e l'ecosistema culturale della città, integrandola con le nuove prospettive di sviluppo turistico.

L'obiettivo è quello di rafforzare un modello di crescita imprenditoriale che coniughi le attività commerciali e artigianali di prossimità con l'offerta culturale e turistica, generando un sistema integrato di servizi, rivolti sia alla cittadinanza sia ai visitatori, che sia in grado di tradurre lo sviluppo imprenditoriale in crescita territoriale.

Il progetto si articola secondo due direttrici complementari:

- **Continuità**, in relazione alle linee strategiche già avviate dal DUC Brescia nell'ambito dei precedenti progetti attuati;
- **Innovazione**, in coerenza con gli obiettivi del presente bando e con l'evoluzione delle dinamiche urbane, commerciali e, soprattutto, turistiche.

Il progetto si sviluppa attraverso sette principali ambiti di intervento integrati:

- Supporto alle imprese
- Rigenerazione e qualità urbana
- Formazione
- Servizi comuni del distretto
- Marketing e comunicazione
- Animazione e attrattività territoriale
- Monitoraggio e valutazione

Supporto alle imprese

Le azioni previste mirano al rafforzamento della competitività delle imprese esistenti e alla promozione di nuovi investimenti nel tessuto commerciale e artigianale urbano, con particolare attenzione ai processi di innovazione e adattamento ai cambiamenti dello scenario distrettuale sopra descritto.

Rigenerazione e qualità urbana

Le attività intendono migliorare la qualità dello spazio urbano e la relazione tra ambiente costruito, funzioni economiche e dimensione sociale, valorizzando il sistema commerciale come elemento strutturante della vivibilità urbana e dell'appeal turistico.

Formazione

La formazione delle imprese costituisce un elemento strategico del Piano per accompagnare l'evoluzione del sistema commerciale verso modelli più innovativi e competitivi. Le attività previste approfondiranno temi legati alla trasformazione digitale, alla presenza online, al marketing e alla qualificazione dei servizi, con l'obiettivo di accrescere l'attrattività delle attività commerciali e valorizzarne il ruolo all'interno dell'esperienza turistica urbana, supportando gli operatori nello sviluppo di modelli di offerta più attrattivi, integrati e orientati all'esperienza del visitatore, in una logica di crescente connessione tra commercio e turismo.

Governance del distretto

Elemento di continuità strategica, la governance del DUC garantisce coordinamento operativo, regia progettuale e supporto alle attività del distretto, favorendone l'efficacia attuativa e la coerenza complessiva degli interventi.

Al fine di renderla più strategica, si procederà alla semplificazione organizzativa del Comitato per lo Sviluppo economico locale, organo di governance del DUC Brescia, di seguito "Comitato", attraverso la creazione di un organigramma strutturale così costituito:

- Redazione e approvazione progetti e cronoprogrammi: tali attività sono in capo al CDA del Comitato, sotto il coordinamento del Presidente;
- Verifica attuazione cronoprogrammi: tali attività sono in capo alla Segreteria del Comitato che agisce in stretta collaborazione con la presidenza e con il supporto del team di gestione contabile – amministrativa:
- Redazione budget e revisione dei conti: tali attività sono in capo al team di gestione contabile – amministrativa, Studio Pro Team srl, incaricato dal Comitato fino al 31.12.2028 per le attività di gestione contabile – amministrativa con il compito di:
    - Tenuta dei registri contabili;
    - Redazione bilanci (Cassa e Competenza)
    - Redazione del bilancio di previsione e relativa relazione;
    - Rendicontazione a seguito di assegnazione di fondi e/o cofinanziamenti;
    - Gestione contabile e rapporti bancari secondo le deliberazioni del CDA;
- Acquisti e forniture: tale attività sono in capo a Brescia Infrastrutture spa che agisce come Stazione Appaltante in supporto al Comitato fino al 31.12.2028.

Servizi comuni del distretto
Ambito a forte contenuto innovativo, finalizzato allo sviluppo di servizi condivisi a beneficio di imprese, cittadini, visitatori e turisti. L'obiettivo è rafforzare l'accessibilità, la fruibilità e l'attrattività complessiva del sistema urbano.

Marketing e comunicazione
Le attività di comunicazione supportano la narrazione unitaria del distretto, rafforzando il posizionamento del territorio verso imprese, investitori, cittadini e flussi turistici, attraverso strumenti integrati di promozione e storytelling territoriale.

Animazione e attrattività
Le iniziative di animazione costituiscono il livello esperienziale del progetto, mettendo in relazione il sistema economico locale con eventi, attività e percorsi capaci di valorizzare le eccellenze del territorio e generare nuove forme di attrattività urbana.

Monitoraggio e valutazione
Il sistema di monitoraggio garantisce il controllo quantitativo e qualitativo degli interventi, consentendo la valutazione dell'efficacia delle azioni e l'eventuale rimodulazione delle strategie in funzione dei risultati raggiunti e dei fabbisogni emergenti.

Il nuovo progetto s'inserisce quindi in un quadro di trasformazione progressiva del DUC Brescia verso un modello di distretto evoluto, in cui commercio, cultura e turismo si integrano in un unico ecosistema urbano commerciale, con l'obiettivo di consolidare un sistema urbano sempre più attrattivo, capace di generare valore economico e sociale attraverso la connessione tra imprese, spazi pubblici, patrimonio culturale e nuove forme di esperienza turistica. In tale contesto, lo sviluppo dell'economia turistica rappresenta una delle principali direttrici di innovazione del distretto, con ampi margini di crescita e consolidamento nei prossimi anni.

7. Area dell'intervento (eventuale)

Qualora il progetto insista solo su una porzione del Distretto (DUC) o solo su alcuni Comuni del Distretto (DID), descrivere le motivazioni alla base della scelta.

L'area di intervento coinvolge il **Distretto Urbano del Commercio di Brescia** ed i relativi **Sistemi commerciali che lo compongono**

Il DUC Brescia si sviluppa principalmente nel **centro storico,** e nelle aree di sua connessione (direttrici d'ingresso), dove si concentrano le principali funzioni commerciali, istituzionali, culturali e turistiche della città. La sua struttura può essere letta come un sistema policentrico articolato in ambiti integrati:

- **Centro storico e assi commerciali principali**
- **Aree culturali e museali**
- **Piazze e spazi pubblici a forte attrattività**
- **Assi di accesso e connessione urbana**
- **Ambiti di prossimità commerciale a forte vocazione ristorativa e residenziale**

Questa articolazione genera un distretto diffuso, in cui il commercio non è concentrato in un unico punto, ma distribuito e interconnesso con funzioni urbane diverse.

La vocazione commerciale urbana è la funzione storicamente dominante del DUC. Si caratterizza per:

- commercio di vicinato strutturato e specializzato;
- presenza di attività storiche e identitarie;
- mix tra retail indipendente e insegne nazionali;
- forte ruolo del commercio come presidio urbano.

A questa si aggiungono ulteriori vocazioni, e più precisamente:
1. la vocazione culturale e identitaria, che rappresenta la prima trasformazione del DUC dell'ultimo decennio. La città di Brescia presenta una forte densità di patrimonio culturale che incide direttamente sul distretto.

- musei, siti UNESCO e luoghi della cultura (teatri, cinema, ecc.);
- eventi culturali e programmazione continuativa;
- spazi pubblici storici e monumentali;
- presenza hub culturali contenitori di creatività (Mo.Ca., CarMe, ecc.)

2. la vocazione esperienziale e urbana. Questa vocazione rappresenta la trasformazione più recente del DUC, ora in fase di consolidamento. Il centro urbano non è più solo luogo di acquisto, ma di esperienza:

- eventi, animazione e attività diffuse;
- fruizione dello spazio pubblico come "luogo di vita";
- integrazione tra commercio, cultura e intrattenimento;
- centralità della dimensione relazionale.

3. la vocazione di servizio per la città. Il DUC mantiene una funzione fondamentale di servizio alla comunità:

- servizi quotidiani per residenti e lavoratori;
- accessibilità e prossimità;
- presidio sociale del centro urbano;
- supporto alla qualità della vita cittadina.

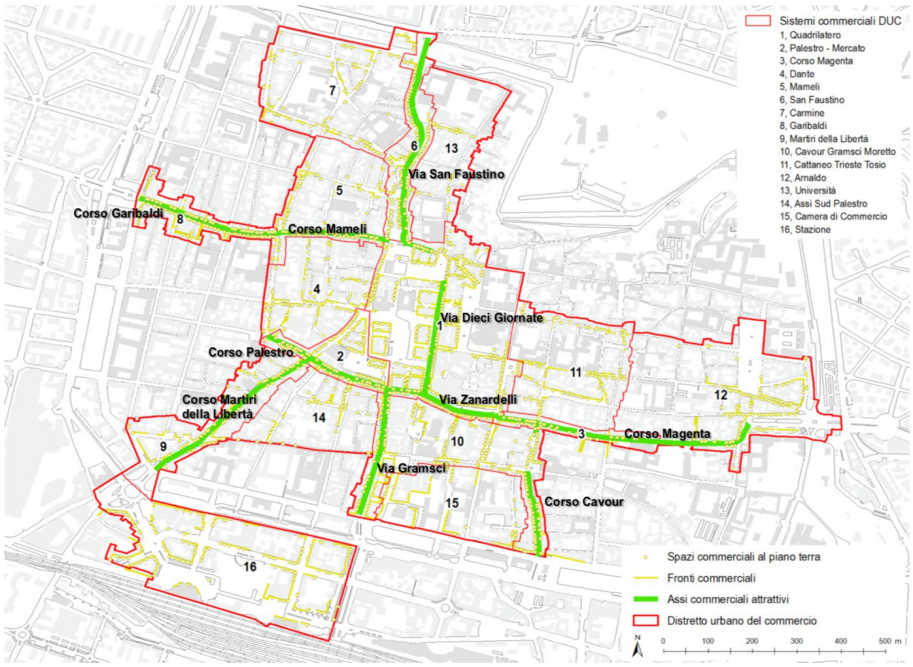
4. la vocazione turistica. Dal 2023, anno di Bergamo Brescia Capitale italiana della Cultura, il DUC Brescia sta sviluppando altresì una nuova e crescente vocazione turistica emergente, oggi strategica per lo sviluppo futuro, caratterizzata da:

- aumento dei flussi legati al turismo culturale ed esperienziale;
- maggiore permanenza media dei visitatori;
- sempre maggiore integrazione tra visita culturale e fruizione commerciale/ristorativa;
- attrattività rafforzata da eventi e grandi progettualità (es. 1000 Miglia, Festa dell'Opera. Festa della Musica, Librixia, ecc.).

Il DUC Brescia si configura quindi come un **sistema commerciale urbano multifunzionale**, in cui convivono e si integrano:

- una forte identità commerciale;
- un patrimonio culturale strutturante;
- una vocazione turistica in espansione;
- una crescente dimensione esperienziale;

- una funzione di servizio per la comunità.



La sua evoluzione recente mostra una chiara traiettoria verso un modello di **"distretto urbano esperienziale integrato"**, in cui commercio, cultura e turismo non sono compartimenti separati, ma componenti di un unico ecosistema territoriale.

Interprogettualità

Il progetto **DUC Brescia – HUB COMMERCIALE URBANO** si inserisce all'interno di un quadro di pianificazione territoriale che coinvolge il distretto cittadino in modo ampio e articolato, caratterizzato dalla presenza di strumenti strategici e operativi che, a diverso livello, concorrono allo sviluppo economico, culturale e turistico del territorio.

In particolare, si pone in stretta relazione e coerenza con il Patto per la creazione di un sistema di governance turistica della Provincia di Brescia, approvato con deliberazione di G.C. N. 375 in data 24.09.2025, e successivamente sottoscritto tra le parti in data 13.11.2025, con il Piano Strategico della Cultura, approvato con deliberazione di G.C. N. 493 in data 03.12.2025, e con il Piano Operativo per il Turismo, approvato con deliberazione di G.C. n. 41 in data 11.02.2026.

Tale sistema di strumenti non agisce in modo isolato all'interno del perimetro territoriale del distretto, ma configura un quadro integrato di programmazione in cui le diverse politiche settoriali convergono verso obiettivi comuni di sviluppo.

Il DUC Brescia rappresenta, in questo contesto, un ambito privilegiato di intermediazione tra politiche e attuazione operativa, in quanto traduce a livello urbano e di distretto le strategie definite nei documenti di programmazione sopra citati.

La logica di interprogettualità si fonda sulla crescente integrazione tra le politiche del commercio, della cultura e del turismo, che nel contesto urbano bresciano trovano una naturale convergenza.
Il Piano Strategico della Cultura rafforza la dimensione identitaria e patrimoniale del distretto, contribuendo ad accrescerne l'attrattività. L'area distrettuale ospita infatti al suo interno i due più importanti teatri cittadini (Teatro Grande e Teatro Sociale) e due degli hub creativi individuati nel piano stesso e denominati Mo.Ca – Centro per le nuove culture (Via Moretto, 78) e C.AR.ME Centro arti culturali etnosociali (Via delle Battaglie, 61).

Il Piano Operativo per il Turismo definisce invece le linee di sviluppo dei flussi e dell'accoglienza e si riferisce al distretto commerciale cittadino in modo esplicito, essendo presenti al suo interno molti dei più iconici attrattori turistici cittadini (monumenti, palazzi, piazze e vie storiche).
Il Progetto di governance turistica della Provincia di Brescia amplia ulteriormente la scala territoriale di riferimento, in quanto, promuovendo un approccio sistemico alla valorizzazione dell'offerta turistica provinciale, garantisce un'organica restituzione dei benefici al distretto cittadino e alla sua annuale programmazione strategica.

In questo quadro, il DUC Brescia assume un ruolo centrale di connessione operativa tra livelli strategici e dimensione locale, fungendo da piattaforma di integrazione tra politiche pubbliche e sistema delle imprese, e si configura come uno strumento di attuazione integrata delle politiche territoriali, in grado di tradurre gli indirizzi strategici in azioni concrete sul tessuto urbano.

Attraverso le proprie linee di intervento – dal supporto alle imprese alla rigenerazione urbana, dal marketing territoriale all'animazione, fino al monitoraggio degli impatti – il distretto contribuisce a rendere operativi i principi di integrazione tra commercio, cultura e turismo.

In tale prospettiva, il DUC non rappresenta un ambito isolato di intervento, ma un ecosistema progettuale interconnesso, in cui le diverse politiche trovano coerenza attuativa e capacità di generare impatti sinergici.

8. Progetti Interdistrettuali

Indicare il/i distretto/i del commercio con cui il progetto viene condiviso, descrivendo le motivazioni alla base della condivisione del progetto e i benefici attesi.

9. Modalità di gestione del progetto

Descrivere le modalità operative per la predisposizione e gestione del progetto e la condivisione delle scelte all'interno del partenariato.

La proposta progettuale è stata condivisa all'interno dell'organo di goverance del DUC, il Comitato, che vede la partecipazione delle associazioni maggiormente rappresentative del settore del commercio e dell'artigianato a livello provinciale, oltre che di consorzi d'imprese proattivi nel perimetro del distretto e di un ente promotore della città.

La funzione di governance, coordinamento e sostegno operativo e progettuale al DUC è in carico al predetto comitato che opera attraverso la struttura organizzativa su indicata.

10. Attività di progetto

Intervento 1 - Bando Imprese DUC. Investire per competere

Tipologia di intervento:
Supporto alle imprese
Modalità:
Continuità

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:
Emanazione da parte del Comune di Brescia di un bando ad evidenza pubblica per la concessione di agevolazioni alle imprese del Distretto, che abbiano i requisiti definiti al punto A.4 "Indicazioni non vincolanti per la redazione dei bandi per le impese – Bando a favore dei Distretti del Commercio 2026".

L'intervento prevede l'attivazione di un **bando ad evidenza pubblica** finalizzato alla concessione di contributi economici a favore delle imprese localizzate all'interno del Distretto Urbano del Commercio di Brescia, con l'obiettivo di sostenere investimenti orientati alla qualificazione del sistema commerciale e artigianale urbano.

L'azione si inserisce nella strategia di sviluppo del DUC Brescia volta a rafforzare la competitività delle attività economiche locali, favorire il miglioramento della qualità dell'offerta commerciale e promuovere nuovi investimenti in grado di accrescere l'attrattività del territorio.
Attraverso il bando, il Comune intende supportare sia le imprese già insediate nel distretto sia l'apertura di nuove attività economiche, incentivando processi di innovazione, riqualificazione e sviluppo imprenditoriale.

L'intervento persegue i seguenti obiettivi:

- sostenere la competitività delle imprese del commercio, dell'artigianato e dei servizi;
- favorire l'apertura di nuove attività economiche all'interno del distretto;
- incentivare investimenti per la riqualificazione degli spazi commerciali;
- migliorare la qualità urbana attraverso il rinnovo delle attività affacciate sullo spazio pubblico;
- contrastare il fenomeno della dismissione commerciale e della presenza di locali sfitti;
- rafforzare l'attrattività del DUC nei confronti di cittadini, visitatori e turisti;
- accompagnare l'evoluzione del sistema commerciale verso modelli più innovativi e sostenibili.

Il bando potrà sostenere investimenti relativi a:

- spese per l'avvio e l'insediamento di nuove attività economiche;
- riqualificazione di negozi, laboratori artigianali e attività di servizio;
- miglioramento delle vetrine e dell'immagine coordinata degli esercizi;
- interventi quali sistemi di videosorveglianza, anti-intrusione, controllo accessi, illuminazione esterna, serramenti e vetrine di sicurezza, dispositivi tecnologici di prevenzione e protezione;
- interventi di ammodernamento e innovazione tecnologica;
- acquisto di attrezzature e arredi funzionali all'attività;
- efficientamento energetico e miglioramento della sostenibilità ambientale;
- interventi finalizzati all'accessibilità e all'inclusione;
- soluzioni digitali per la promozione, la vendita e la relazione con la clientela.

L'intervento contribuirà al rafforzamento del sistema economico locale attraverso:

- apertura di nuove imprese e consolidamento di quelle esistenti a seguito di incremento degli investimenti privati nel distretto;
- miglioramento della qualità e dell'attrattività delle attività commerciali.

L'ordine di priorità nell'assegnazione delle agevolazioni sarà definito prevedendo una riserva prioritaria di risorse per le nuove aperture di attività economiche, al fine di incentivare l'insediamento di nuovi operatori e favorire il ricambio e il rafforzamento del tessuto commerciale del Distretto.

Il bando è finanziato con risorse messe a disposizione del Comune di Brescia.
Le fasi di progetto prevedono:

Fase 1: Approvazione elementi essenziali nel rispetto requisiti definiti al punto A.4 "Indicazioni non vincolanti per la redazione dei bandi per le impese – Bando a favore dei Distretti del Commercio 2026" per il riconoscimento di contributi con riferimento ad interventi di riqualificazione realizzati o da realizzare e richiesta attribuzione codice CAR.

Fase 2: Stesura, approvazione e pubblicazione, con atti propri del Comune di Brescia, del **Bando Imprese DUC.** Investire per competere**;**

Fase 3: Raccolta domande di contributo da parte delle imprese (sia spese sostenute che progetti);

Fase 4: Pubblicazione graduatoria degli ammessi al contributo, con riferimento alle richieste inerenti interventi già realizzati e rendicontati, e degli ammessi al contributo con riserva, con riferimento alle richieste di contributo vincolate a successiva attività di rendicontazione con riferimento ad interventi

pianificati e non ancora realizzati.

Esaurite le fasi su indicate in presenza di disponibilità residue della dotazione finanziaria a bando, seguiranno eventuali riaperture dello stesso con il fine di assegnare tutte le risorse del bando a favore delle imprese commerciali del distretto.

*Soggetti partner che rea*lizzan*o l'intervento:*
Comune di Brescia
Costo complessivo dell'intervento:
€ 200.000,00 in conto capitale
Indicatore temporale:
Data avvio: 2027 con pubblicazione bando – data conclusione: entro il 2028, fatto salvo antecedente esaurimento della dotazione finanziaria a bando.

Intervento 2 – Spazio urbano e Attrattività - **Riqualificazione delle pavimentazioni lapidee in ambito DUC**

Tipologia di intervento:
Rigenerazione e qualità urbana
Modalità:
Innovazione

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

L'intervento consiste nella realizzazione d'interventi di riqualificazione indirizzate al rafforzamento della qualità urbana dell'ambito del DUC Brescia.

Il progetto prevede in modo specifico la riqualificazione dello spazio urbano fruibile a cittadini, visitatori, turisti, con particolare attenzione alle pavimentazioni pregiate collocate all'interno del perimetro del distretto, contribuendo nel contempo a mantenere adeguate condizioni di sicurezza. Il progetto è stato redatto tenendo conto delle vie maggiormente degradate che saranno oggetto di interventi manutentivi per lo più localizzati. Sono interessate al progetto le seguenti vie del distretto: Via Musei, Vicolo Sant'Agostino, Via Capriolo, Piazzetta Santa Maria in Calchera e Piazzetta San Francesco, a cui si aggiungono i centrali Corso Zanardelli e Corso Magenta, che sono i luoghi maggiormente attrattivi in ambito distrettuale.

Il dettaglio degli interventi è meglio riportato nella relazione di progetto e nella deliberazione di G.C. n. 2023 in data 06.05.2026 con cui è stato approvato il progetto esecutivo degli interventi di riqualificazione su indicati.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:
Comune di Brescia
Costo complessivo dell'intervento:
€ 501.463,97 in conto capitale
Indicatore temporale:
Data avvio: 06.05.2026 - Data conclusione: 31.12.2028

Intervento 3 – Monitoraggio e analisi dei fenomeni turistici ed economici del DUC Brescia 2026-2027

Tipologia di intervento:
Monitoraggio e valutazione
Modalità:

Continuità
Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

L'intervento prevede la progettazione e l'avvio, attraverso l'attivazione di una o più collaborazioni con istituti universitari, di un sistema di monitoraggio statistico periodico per misurare le dinamiche delle presenze (anche con riferimento a quelle turistiche) e della spesa nel distretto, a supporto della programmazione territoriale del suo organo di governance, il Comitato. Obiettivo è lo studio e l'analisi dei fenomeni turistici ed economici del distretto, nonché la misurazione dell'andamento della sua geografia.

Il sistema si basa sull'integrazione di flussi di dati anonimizzati e aggregati che saranno forniti dal Comune di Brescia tramite piattaforme WeXplore, che contengono:
- Dati telefonia mobile (Olivetti – TIM)
- Dati carte di credito (Olivetti – MASTERCARD)

Potrà essere prevista anche un'attività più strettamente territoriale (sopralluoghi, verifiche in sito, ecc.) con la finalità di incrementare i dati da utilizzare nelle fasi di analisi e monitoraggio.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:
Comitato per lo sviluppo economico locale
Costo complessivo dell'intervento:
€ 30.000,00 spesa corrente
Indicatore temporale:
Data avvio: 31.07.2026 – Data conclusione: 31.12.2027

Intervento 4 – Retail Identity. **Campagna di comunicazione per il Retail**
Tipologia di intervento:
Marketing e comunicazione
Modalità:
Continuità

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:
È prevista l'attivazione di una campagna di comunicazione territoriale multicanale volta a promuovere in modo coordinato i servizi del DUC Brescia. L'intervento mira a rafforzare il posizionamento del distretto come ecosistema integrato di commercio, cultura e attrattività urbana, incrementando la riconoscibilità dell'offerta e favorendo l'accesso ai servizi da parte di residenti e flussi turistici.

La campagna valorizzerà le imprese del territorio e l'offerta di servizi del distretto attraverso una narrazione coordinata e contemporanea, orientata a cittadini, visitatori e flussi turistici. L'obiettivo è aumentare la riconoscibilità del brand distrettuale, armonizzandolo con il TOV di quello cittadino, e stimolare la fruizione attiva del sistema di offerta commerciale, rafforzando la competitività complessiva del distretto.

La campagna di comunicazione del DUC Brescia è finalizzata a supportare la promozione integrata del distretto attraverso azioni coordinate di comunicazione e marketing territoriale.

In particolare, la campagna si pone i seguenti obiettivi:
- rafforzare il posizionamento del DUC come ecosistema urbano integrato tra commercio, cultura e turismo;
- incrementare la visibilità e la riconoscibilità dell'offerta del distretto;
- migliorare l'accessibilità e la fruizione dei servizi da parte di cittadini, visitatori e turisti;
- sostenere la competitività delle imprese locali attraverso azioni di promozione coordinata;

- favorire l'integrazione tra politiche del commercio, della cultura e del turismo.

La strategia da adottare si basa su un approccio **integrato, multicanale e data-driven**, orientato alla promozione dell'identità unitaria del distretto e alla valorizzazione delle sue componenti economiche, culturali e territoriali.

Sebbene il DUC verrà interpretato come hub commerciale unico, in grado di rappresentare un sistema coerente di esperienze urbane e di servizi, **la campagna verterà in modo più diretto alla promozione del comparto commerciale più stretto (area retail)**

La comunicazione sarà strutturata secondo due direttrici principali:

- **Comunicazione operativa e promozionale**, orientata alla valorizzazione delle imprese e dei servizi offerti con particolare riferimento a quelli commerciali (retail).
- **Comunicazione istituzionale e di sistema**, finalizzata al posizionamento del distretto e al rafforzamento della governance territoriale;

La campagna sarà sviluppata attraverso strumenti digitali e offline, con una narrazione coordinata e coerente dell'identità del distretto attraverso:

- sviluppo di linee guida grafiche e narrative;
- definizione del tone of voice;
- costruzione di un sistema di comunicazione di co-branding coordinato (DUC e brand della città).

La campagna prevede specifiche attività dedicate alla valorizzazione del tessuto imprenditoriale, tra cui:

- storytelling delle attività commerciali e artigianali;
- campagne dedicate a cluster di imprese;
- promozione delle eccellenze locali.

Le azioni di comunicazione sono rivolte a:

- cittadini residenti;
- imprese del distretto;
- visitatori e turisti, con uno specifico e più ampio interessamento dei quelli in ambito provinciale e provincie limitrofe;
- investitori e stakeholder istituzionali;
- operatori culturali e turistici.

Soggetti partner che realizzano l'intervento
Comitato per lo sviluppo economico locale *Costo complessivo dell'intervento:*
€ 165.000,00 spesa corrente
Indicatore temporale:
Data avvio: 31.07.2026 – Data conclusione: 31.12.2028

Intervento 5 – Alta formazione per imprese
Tipologia di intervento:
Formazione
Modalità:
Innovazione

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

L'intervento prevede di realizzare attraverso istituti di formazione qualificati un percorso di alta formazione in grado di offrire agli esercenti commerciali ubicati in area DUC strumenti formativi in diverse aree tematiche (**management d'impresa, marketing e comunicazione, sales management, turismo ed eventi e innovazione digitale e AI).**

La didattica sarà affidata a docenti professionisti e organizzata in modo tale da essere facilmente fruibile da parte degli esercenti.
Le imprese potranno confrontarsi tra di loro, mettere in pratica le competenze apprese nello svolgimento del percorso formativo**,** andando ad approfondire anche tematiche innovative che rappresentano la fida del presente, quali innovazione digitale e AI.
Il progetto si svilupperà in diverse fasi, che verranno individuate nei programmi di dettaglio, e sarà destinato all'approfondimento delle seguenti tematiche:

1. attività di marketing e social per il retail
2. controllo di gestione
3. attività online e offline
4. analisi del consumatore (comportamenti di acquisto)
5. analisi processi buying, efficienza business, controllo di gestione
6. innovazioni tecnologiche.

I moduli formativi saranno orientati alle seguenti tematiche:

1. analisi dei consumatori secondo la metodologia lifestyle
2. analisi del mercato globale e locale secondo la metodologia lifestyle
3. brand positioning
4. merchandising & Buying process
5. retail process
6. il negozio (identità, personalità, posizionamento, coerenza prodotto-cliente, ecc.)
7. il cliente (evoluzione dei comportamenti d'acquisto, nuove aspettative dei consumatori, il ruolo delle vetrine, ecc.)
8. gestione dell'esperienza d'acquisto (il ruolo della relazione umana, progettazione dell'esperienza, analisi dei fattori alla base della fidelizzazione, ecc.)
9. costituire comunità (approfondimenti sul ruolo sociale del commercio e sul suo valore in termini di servizi collettivi - anche turistici, il negozio come presidio urbano e punto di accoglienza turistica, ecc.)

Soggetti partner che realizzano l'intervento:

Comitato per lo sviluppo economico locale

Costo complessivo dell'intervento:

€ 100.000,00 spesa corrente

Indicatore temporale:

Data avvio: 01.01.2027 – Data conclusione: 31.12.2028

Intervento 6 – **Taste Experience. Turismo, ristorazione e cultura del territorio**
Tipologia di intervento:
Marketing e comunicazione
Modalità:

Innovazione

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:
Nell'ambito del più ampio progetto di valorizzazione enogastronomica della città e del sistema delle Denominazioni Comunali di Origine (DE.CO.), è prevista l'attivazione di una campagna di comunicazione integrata e multicanale finalizzata alla promozione dell'offerta enogastronomica locale localizzata nel DUC Brescia e al rafforzamento della sua connessione con i servizi turistici del territorio.
La campagna si inserisce nella strategia di posizionamento della città come destinazione enogastronomica esperienziale, in grado di coniugare identità locale, qualità delle produzioni, cultura del cibo e attrattività turistica.
L'intervento ha l'obiettivo di valorizzare le eccellenze del territorio attraverso una narrazione coordinata che integri dimensione culturale, commerciale e turistica.
E' altresì finalizzata al potenziamento del comparto della ristorazione presente all'interno del distretto.
La campagna di comunicazione persegue i seguenti obiettivi:

- rafforzare il posizionamento della città come destinazione enogastronomica di qualità;
- promuovere l'integrazione tra offerta enogastronomica e servizi turistici locali;
- incrementare la visibilità delle imprese e dei produttori coinvolti
- stimolare la fruizione esperienziale del territorio da parte di visitatori e turisti;
- favorire la permanenza media e la spesa turistica attraverso percorsi enogastronomici integrati.

La campagna sarà sviluppata secondo un approccio esperienziale, narrativo e multicanale, orientato alla costruzione di un'immagine coordinata dell'offerta enogastronomica cittadina.
Le azioni previste includono:

- storytelling del prodotto tipico locale, del prodotto DE.CO. e delle imprese locali;
- promozione di itinerari enogastronomici tematici integrati con l'offerta culturale e turistica;
- valorizzazione dei punti di ristorazione, vendita e produzione locale;
- produzione di contenuti digitali (video, social media, piattaforme web dedicate);
- campagne di promozione rivolte ai flussi turistici nazionali e internazionali;
- collaborazione con operatori turistici per l'inserimento dell'offerta enogastronomica nei pacchetti di visita.

La campagna si configura quindi come elemento operativo del sistema di governance turistica locale, contribuendo alla costruzione di un'offerta integrata città–territorio (area DUC Brescia).
In tale prospettiva, l'enogastronomia diventa una componente centrale dell'esperienza turistica, capace di connettere luoghi, imprese e identità culturale.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:
Comitato per lo sviluppo economico locale
Costo complessivo dell'intervento:
€ 75.000,00 spesa corrente
Indicatore temporale:
Data avvio: 01.07.2026 – Data conclusione:31.12.2028

Intervento 7 – Retail experience. Creazione di servizi commerciali integrati all'esperienza turistica

Tipologia di intervento:

Servizi comuni del distretto

Modalità:

Innovazione

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

Il presente intervento si inserisce nel quadro delle strategie di sviluppo del DUC Brescia, in collaborazione con la **DMO cittadina**, e risponde all'esigenza di rafforzare l'integrazione tra sistema commerciale e offerta turistica, secondo un modello di retail experience.

L'evoluzione recente dei flussi turistici della città di Brescia evidenzia una crescente domanda di esperienze urbane integrate, in cui lo shopping rappresenta una componente significativa dell'esperienza di visita della città.

In tale contesto, il progetto mira a trasformare il sistema commerciale urbano in un asset turistico strutturato, capace di generare attrattività, permanenza e valore economico per il territorio. Elemento centrale dell'intervento sarà il potenziamento della funzionalità del portale del turismo di Brescia, **Brescia.eu**, che diventerà sempre di più la piattaforma digitale di riferimento per la promozione e la fruizione dei servizi turistici legati allo shopping urbano e all'offerta commerciale del distretto.

Il progetto si pone i seguenti obiettivi strategici:

- sviluppare servizi commerciali integrati all'esperienza turistica;
- valorizzare il commercio di prossimità come esperienza culturale e identitaria;
- aumentare l'attrattività turistica del centro urbano;
- migliorare l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori;
- incrementare la permanenza media dei turisti e la spesa sul territorio;
- integrare il sistema commerciale con l'offerta culturale e ricettiva;
- rafforzare il posizionamento della città come destinazione di urban shopping experience;
- potenziare il portale Brescia.eu con riferimento alla sezione "servizi commerciali" quale hub digitale per la fruizione integrata dei servizi forniti in ambito commerciale dal DUC (potenziamento banca dati attività economiche, realizzazione schede digitali, raccolta dati su servizi, specializzazioni, offerte e caratteristiche distintive delle imprese).

Il progetto sarà articolato nelle seguenti fasi operative:

1. Creazione di servizi commerciali integrati per l'esperienza turistica. Realizzazione di un sistema di servizi dedicati ai visitatori, tra cui:

- info point diffusi e digitali sul commercio locale (Welcome Point Brescia);
- mappe e itinerari dello shopping urbano (esempio, negozi storici, shopping natalizio, artigianato, ecc.);
- mappe e itinerari dedicati agli Atelier Aperti e Hub Creativi con l'intento di trasformare i laboratori artigianali in centri di "artigianato esperienziale", dove la produzione non è solo vendita, ma anche attrazione culturale e turistica, in sinergia con quanto già esistente (esempio, Makers HUB di Mo.Ca).

Welcome Point Brescia: Il progetto prevede la realizzazione di un sistema diffuso di Welcome Point, una rete di imprese aderenti che offriranno servizi comuni di accoglienza, informazione e

orientamento a cittadini e visitatori. Attraverso standard condivisi di qualità, strumenti digitali, formazione e materiali informativi, le attività commerciali diventeranno punti di riferimento per la promozione del territorio e delle sue eccellenze. L'iniziativa rafforza l'integrazione tra commercio e turismo, migliora l'esperienza di visita e contribuisce ad accrescere l'attrattività e la competitività del Distretto come destinazione urbana

Itinerari dello shopping: Il progetto prevede la realizzazione di mappe e itinerari tematici dedicati allo shopping urbano, pensati per valorizzare l'offerta commerciale del Distretto e favorire la scoperta delle sue eccellenze. I percorsi, fruibili sia in formato cartaceo che digitale, guideranno cittadini e visitatori attraverso esperienze dedicate ai negozi storici, all'artigianato locale, allo shopping stagionale e alle principali vocazioni commerciali del centro, integrando commercio, cultura e attrattività turistica.

Itinerari Atelier e HUb creativi: Il progetto prevede la realizzazione di mappe e itinerari dedicati agli Atelier Aperti e agli Hub Creativi, valorizzando i laboratori artigianali come luoghi di produzione, esperienza e scoperta. L'iniziativa intende promuovere un modello di artigianato esperienziale, in cui i visitatori possano conoscere i processi creativi, incontrare gli artigiani e vivere esperienze autentiche, in sinergia con realtà già presenti sul territorio, contribuendo a rafforzare l'attrattività culturale e turistica del Distretto.

2. Potenziamento del portale del turismo di Brescia – Brescia.eu. Il progetto prevede il rafforzamento e l’evoluzione del portale turistico della città, che sarà implementato come piattaforma centrale di accesso all’offerta turistica e commerciale. Le principali azioni includono:

- integrazione dei percorsi di shopping urbano all’interno del portale;
- valorizzazione delle imprese del DUC attraverso schede dedicate e storytelling;
- sviluppo di contenuti esperienziali legati a commercio, cultura ed enogastronomia;
- implementazione di strumenti di navigazione e itinerari digitali;

3. Promozione degli itinerari esperienziali di shopping urbano. Sviluppo di percorsi tematici che connettono commercio, cultura e territorio:

- itinerari del commercio storico e identitario;
- percorsi moda, design e artigianato locale;
- esperienze stagionali e tematiche

Soggetti partner che realizzano l’intervento:

Comitato per lo sviluppo economico locale

Costo complessivo dell’intervento:

€ 150.000,00 spesa corrente

Indicatore temporale:

Data avvio: 31.07.2026 – Data conclusione: 31.12.2028

Progettazione itinerari: entro il 2026

Sviluppo servizi: entro il 2027

Aggiornamento portale turismo Brescia.eu entro il 2028

Intervento 8 – Smart DUC Experience. Distretto connesso.
Tipologia di intervento:
Servizi comuni del distretto
Modalità:
Innovazione

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:
L'intervento intende accompagnare l'evoluzione del DUC Brescia verso un modello di piattaforma digitale urbana integrata, capace di mettere in rete imprese, cittadini e visitatori attraverso servizi digitali condivisi e strumenti di fidelizzazione.
L'obiettivo è rafforzare la competitività del commercio di prossimità trasformando il centro cittadino in un ecosistema connesso, dove l'esperienza di acquisto è arricchita da servizi, relazioni e iniziative comuni.
L'intervento prevede la realizzazione di un'infrastruttura digitale del distretto composta da una App dedicata, una Carta Fedeltà Unica e un wallet digitale, attraverso cui gli utenti potranno accumulare punti, usufruire di coupon e cashback, prenotare servizi ed eventi, ricevere comunicazioni personalizzate e partecipare alle iniziative promosse dal Distretto.
Il sistema consentirà inoltre di sviluppare un database territoriale condiviso (CRM), utile per migliorare la conoscenza dei flussi, delle preferenze degli utenti e dell'efficacia delle azioni promozionali
Accanto agli strumenti digitali saranno sviluppate azioni di marketing territoriale finalizzate a rafforzare il senso di appartenenza alla comunità commerciale del Distretto, promuovendo lo stile di vita urbano, le eccellenze locali e le esperienze che caratterizzano il centro storico. La comunicazione integrerà campagne social, storytelling, newsletter, contenuti digitali e collaborazioni con creator e testimonial del territorio.
Per incrementare il coinvolgimento dei cittadini e dei visitatori saranno inoltre introdotti meccanismi di gamification (quali a titolo esemplificativo, percorsi a tappe, passaporti dello shopping, punti fedeltà e premi esperienziali) capaci di incentivare la frequentazione del distretto e implementare l'utilizzo dei servizi commerciali offerti dalle attività commerciali, nonché la partecipazione continuativa alle iniziative promosse dal distretto.
L'intervento mira a trasformare il DUC da semplice rete di operatori economici a una community commerciale capace di offrire servizi condivisi, esperienze integrate e strumenti innovativi di fidelizzazione. La competitività del Distretto sarà così fondata non sulla leva del prezzo, ma sulla qualità dell'esperienza, sulla collaborazione tra imprese e sulla capacità di presentarsi come un'unica destinazione commerciale, culturale e turistica, mantenendo al contempo l'identità e l'autenticità delle singole attività aderenti.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:
Comitato per lo sviluppo economico locale
Costo complessivo dell'intervento:
€ 300.000,00 spesa corrente
Indicatore temporale:
Data avvio: 31.07.2026 - Data conclusione: 31.12.2028

Intervento 9 – DUC Events Experience. **Co-Marketing per l'attrattività distrettuale**
Tipologia di intervento:
Animazione territoriale

Modalità:
Continuità

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:
L'intervento prevede la partecipazione del DUC Brescia ai principali eventi culturali, turistici e di animazione promossi dalla città, attraverso forme di collaborazione finalizzate allo sviluppo di azioni di co-marketing territoriale.
L'obiettivo è valorizzare il sistema commerciale e artigianale del distretto, sfruttando la capacità attrattiva e la visibilità generata dai grandi eventi cittadini, riconosciuti come importanti occasioni di promozione del territorio e di intercettazione di nuovi flussi di visitatori.
Attraverso accordi di collaborazione con gli organizzatori e i soggetti promotori delle principali manifestazioni, il DUC potrà beneficiare delle opportunità di comunicazione e promozione connesse ai grandi contenitori culturali della città, favorendo la presenza del brand del Distretto all'interno delle campagne promozionali, dei materiali informativi e delle attività di comunicazione collegate agli eventi.
L'azione consentirà inoltre di sviluppare iniziative integrate tra eventi e sistema commerciale, promuovendo percorsi, offerte, esperienze e servizi dedicati a cittadini, visitatori e turisti, con l'obiettivo di incrementare la frequentazione delle attività economiche del distretto e rafforzare il legame tra commercio, cultura e turismo.
L'intervento è volto a consolidare il ruolo del commercio come elemento attivo dell'attrattività cittadina e a favorire la costruzione di un ecosistema territoriale integrato in cui grandi eventi, cultura e imprese locali generano valore condiviso per la città.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:
Comitato per lo sviluppo economico locale e Comune di Brescia
Costo complessivo dell'intervento:
€ 30.000,00 spesa corrente
Indicatore temporale:
Data avvio: 31.07.2026 – Data conclusione: 31.12.2028

---

11. Presenza di servizi comuni del distretto offerti a imprese, utenti e visitatori
Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire servizi comuni che verranno offerti ad imprese, utenti e visitatori, indicando eventuali elementi di innovatività.

L'intervento 7 - **Retail Experience. Creazione di servizi commerciali integrati all'esperienza turistica** e alla valorizzazione delle eccellenze commerciali locali e prevede la realizzazione di un sistema di servizi condivisi a supporto delle imprese del Distretto, dei cittadini e dei visitatori. Per le imprese saranno sviluppati strumenti di promozione integrata, percorsi tematici e iniziative di valorizzazione finalizzati ad aumentarne la visibilità e l'accesso a nuovi segmenti di clientela. Per utenti e visitatori saranno messi a disposizione servizi informativi e di orientamento, itinerari dedicati allo shopping e alla scoperta delle eccellenze locali, contenuti digitali e iniziative esperienziali in grado di facilitare la fruizione dell'offerta commerciale e urbana.
L'azione vuole favorire la costruzione di un ecosistema integrato tra commercio, turismo e servizi, generando benefici diffusi per l'intero Distretto e rafforzandone l'attrattività come destinazione urbana.
Nello specifico i servizi sono così identificabili:

- **Servizi per le imprese:** promozione coordinata, inserimento nei percorsi tematici, strumenti digitali di visibilità, accesso a campagne di marketing territoriale.
- **Servizi per gli utenti:** informazioni centralizzate sull'offerta commerciale, percorsi esperienziali, eventi e iniziative di animazione.

- **Servizi per i visitatori:** itinerari shopping-turismo, strumenti digitali di accoglienza e orientamento, valorizzazione integrata di commercio, cultura ed enogastronomia.

L'intervento 8 – **Smart DUC Experience. Distretto connesso** prevede la realizzazione di una community digitale di distretto che mette a disposizione di imprese, cittadini e visitatori servizi comuni di informazione, fidelizzazione e promozione. Attraverso una app dedicata, una carta fedeltà unica, strumenti di marketing digitale e iniziative di gamification, le imprese potranno beneficiare di servizi integrati di comunicazione e relazione con la clientela, mentre utenti e visitatori avranno accesso a un'esperienza di fruizione unitaria e personalizzata. L'elemento di innovatività risiede nella creazione di un ecosistema digitale condiviso che consentirà al distretto di operare come un'unica piattaforma commerciale, valorizzando la rete degli operatori e offrendo servizi evoluti non disponibili a livello di singola impresa.

12. Presenza di soluzioni per il riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, in particolare nelle aree a rischio desertificazione

Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire le soluzioni adottate ai fine del riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, indicando eventuali elementi di innovatività.

Il progetto contribuisce al riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e al rafforzamento del presidio del territorio attraverso il bando imprese (Intervento 1 - **Bando Imprese DUC. Investire per competere**) con cui saranno incentivati l'insediamento di nuove attività economiche, il rilancio di esercizi esistenti e il recupero di locali inutilizzati, favorendo il mantenimento di una rete diffusa di servizi di prossimità.

Le azioni di marketing e comunicazione del distretto (Intervento 4 - **Retail Identity. Campagna di Comunicazione per il Retail Urbano** e Intervento 6 - **Taste Experience. Turismo, ristorazione e cultura del territorio**) contribuiranno inoltre ad aumentare l'attrattività delle aree interessate, generando maggiori flussi di visitatori e consumatori, sostenendo la vitalità del tessuto commerciale locale e rafforzando la percezione di sicurezza e presidio degli spazi urbani.

L'azione di cui all'Intervento 7 - **Retail Experience. Creazione di servizi commerciali integrati all'esperienza turistica** contribuisce alla rivitalizzazione del tessuto commerciale locale attraverso la creazione di servizi commerciali innovativi legati all'esperienza turistica e alla scoperta delle eccellenze del territorio. L'incremento dell'attrattività e dei flussi di visitatori favorirà nuove opportunità di insediamento per le attività economiche, incentivando il recupero e la riattivazione degli spazi commerciali sfitti. L'integrazione tra commercio, turismo, cultura ed enogastronomia consentirà di rafforzare la vitalità delle aree interessate, contrastando i fenomeni di desertificazione commerciale e contribuendo a un maggiore presidio e animazione del territorio durante tutto l'anno.

IL SEGRETARIO GENERALE
(dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(ing. Roberto Saccone)