

# Osservatorio dei Distretti del commercio

## Seminario tecnico

22 marzo 2011

**Prof. Alberto Bramanti**

Università Luigi Bocconi, Milano

[alberto.bramanti@unibocconi.it](mailto:alberto.bramanti@unibocconi.it)

# **Fatti per durare... per molti, ma non per tutti**

**Tre grandi snodi nel futuro a breve dei distretti:**

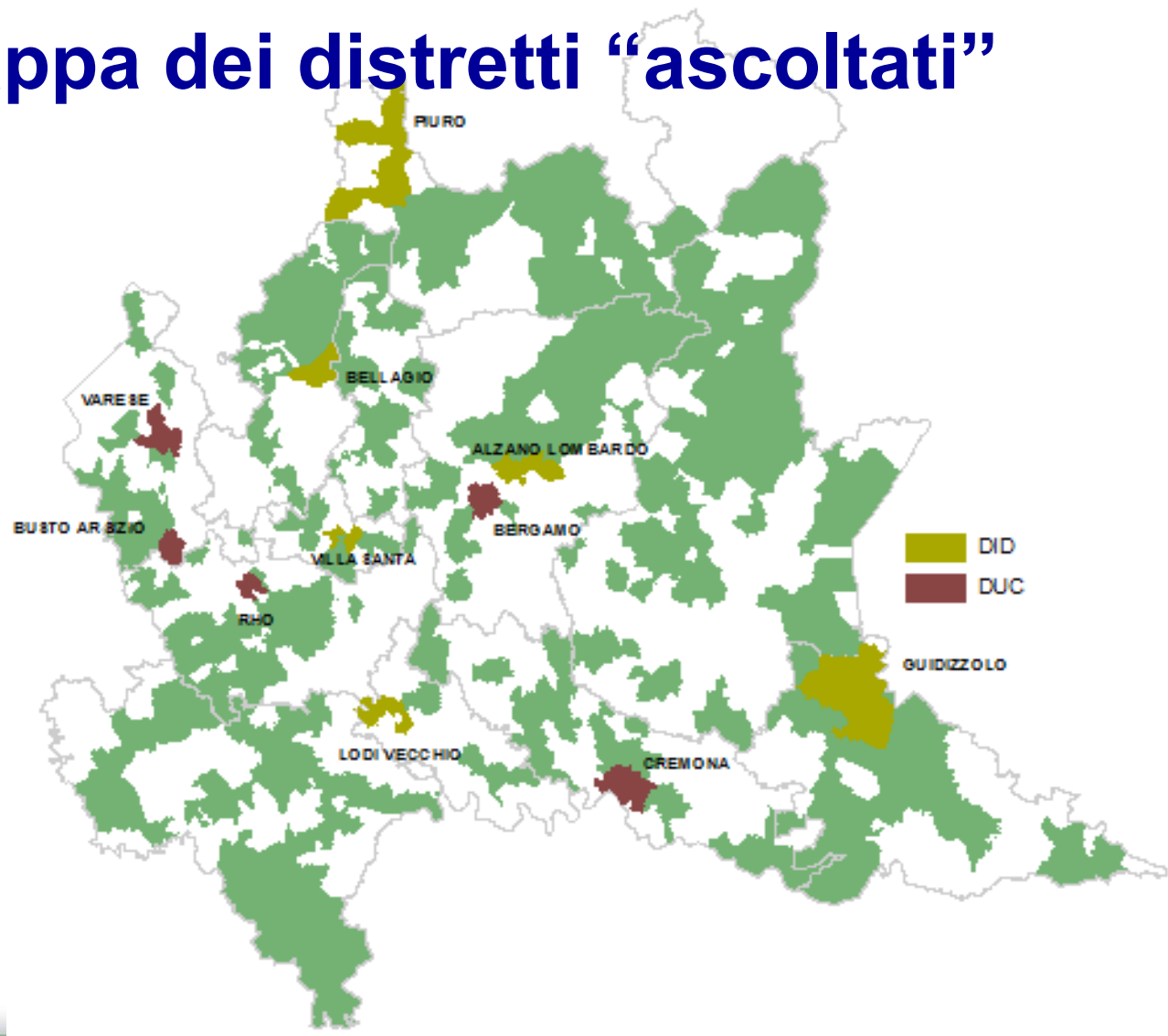
- ① Tema governance (e manager di distretto)**
- ② Tema sostenibilità finanziaria (e forme di finanziamento)**
- ③ Tema “crescita culturale” (commercianti, cittadini/utenti, reti di distretti)**

# Considerazioni a partire dall'indagine svolta

## 10 distretti, bilanciando territorio e tipologia (DUC/DID):

- ① **Maturità dell'esperienza (I e II bando)**
- ② **Presenza di governance strutturata (e manager di distretto)**
- ③ **Un certo grado di pro-attività**
- ④ **Un certo grado di dinamismo**

# La mappa dei distretti “ascoltati”



# Governance

## Presenza di 2 livelli

[assemblea, comitato]

## Necessità di strutturazione/stabilizzazione. Ineludibilità del manager

[competenze, full-time, terzietà]

## Due snodi aperti:

① ruolo Amministrazione Comunale e deleghe al distretto [affrancarlo dal “ciclo elettorale”]

② divisione dei ruoli/compiti [Associazioni Commercianti e Associazione di distretto]

# Finanziamento

**Lavorare sul budget** ⇒ **costi** [andare verso costi standard minimi?]:

① **Manager e gestione** – ② **Animazione distretto** – ③ **Promozione e comunicazione** – ④ **Monitoraggio, indicatori**

**Lavorare sul budget** ⇒ **ricavi** [mix pubblico-privato]

① **Privati** [quote, sponsorizzazioni, pubblicità, progetti speciali]

② **Pubblico** [Comune, Regione, altri settori]

# Crescita culturale/radicamento territoriale

Tre “target” su cui lavorare:

- ① **Commercianti** [da informazione/anima-zione a cambiamento imprenditoriale]
- ② **Cittadini/utenti** [comunicazione, fidelizzazione, profilatura, valutazione soddisfazione]
- ③ **Reti dei distretti** [coordinamento, comunità di pratica, progetti speciali]