



COMMERCIO E CITTÀ

G. LIMONTA - M. PARIS / DESCRIVERE E MONITORARE IL COMMERCIO URBANO

L. TAMINI / COMMERCIO E CITTÀ: TEMI E SCENARI EVOLUTIVI

S. NATALICCHIO / FORMAT COMMERCIALI DI INTERESSE PER
IL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO: I RETAIL PARK

A. SERAVALLI - L. AMADIO / UN ATLANTE PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE





UDM / N 4 DICEMBRE 2016

SOMMARIO

IN QUESTO NUMERO



COMMERCIO E CITTÀ

Editoriale - A. Seravalli - <i>A ricordo del Dott. Onorio Zappi</i>	3
Arte e dintorni.....	5
Bandi e news	8
G. Limonta / M. Paris - <i>Descrivere e monitorare il commercio urbano</i>	11
L. Tamini - <i>Commercio e città: temi e scenari evolutivi</i>	19
S. Natalicchio - <i>Format commerciali di interesse per il mercato immobiliare italiano: i retail park</i>	28
A. Seravalli / L. Amadio - <i>Un atlante per la grande distribuzione</i>	31
Save the date.....	55

GIORGIO
LIMONTAMARIO
PARISRICERCATORI PRESSO
IL LABORATORIO
URB&COM DEL
POLITECNICO DI MI-
LANO.DI GIORGIO LIMONTA
E MARIO PARIS

DESCRIVERE E MONITORARE IL COMMERCIO URBANO

Ricerca sviluppata su incarico del DUC di Bergamo al
Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico
di Milano

UNA PREMESSA

Una recente esperienza di ricerca realizzata dal Laboratorio URB&COM del Politecnico di Milano sull'ambito delle polarità distrettuali del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo è l'opportunità per riflettere sui metodi di indagine e descrizione dei sistemi commerciali urbani. La sperimentazione, avviata in collaborazione con gli operatori interessati, prevede un loro coinvolgimento attivo nell'aggiornamento delle informazioni relative alla geografia delle attività insediate, così da poter dotare il DUC di uno strumento utile ed efficace nel supporto alle strategie di rafforzamento del sistema d'offerta e nelle azioni di rilancio dei locali commerciali dismessi o sottoutilizzati.

Il presente articolo racconta di una esperienza recente di ricerca che è stata sviluppata su incarico del DUC di Berga-

mo al Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico di Milano nell'ambito di una convenzione stipulata nel corso del 2016.

Sulla scorta dei criteri individuati dalla Giunta Regionale lombarda nell'ambito delle politiche per il sostegno al settore del commercio, il Comune di Bergamo ha attivato nel 2008 un Distretto Urbano del Commercio (DUC)¹.

¹ Per un approfondimento sui Distretti del Commercio in Lombardia si consulti la pagina: http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it//cs/Satellite?c=Page&childpage= DG_Commercio%2FDGLayout&c id=1213566055412&p=1213566055412&page= DG_COMMWrapper



E CARTOGRAFIE E I MATERIALI ANALITICI PRODOTTI DOVEVANO SERVIRE COME BASE CONOSCITIVA A SUPPORTO DELLE STRATEGIE DI QUALIFICAZIONE DEL DISTRETTO NEL SUO COMPLESSO.

Si tratta di un ambito territoriale spazialmente definito entro il quale attivare iniziative per l'innovazione, la valorizzazione e l'integrazione del commercio. Nelle intenzioni del legislatore, l'obiettivo dei DUC è quello di accrescere l'attrattività dei sistemi commerciali locali, di rigenerare il tessuto urbano e di sostenere la competitività delle polarità commerciali insediate nel territorio (art. 5, L.r. 6/2010).

L'interesse di quest'esperienza è legato al ruolo che il DUC di Bergamo riveste nell'elaborazione di strategie ed azioni a livello locale e nella sua partecipazione in qualità di partner nei tavoli decisionali legati alla valorizzazione dell'attrattività urbana e in qualità di leader o promotore ad azioni legate a progetti pilota ed iniziative regionali².

Con il decreto 3293 del 14/04/2016, Regione Lombardia³ ha riconosciuto l'ampliamento del DUC di Bergamo per cui, insieme all'ambito della città bassa, già ricompreso e denominato "Centro", sono state aggiunte le tre polarità di "Borgo Palazzo", "Santa Caterina-Pignolo" e "Città Alta". In seguito, la cabina di regia del Distretto ha manifestato la necessità di effettuare uno studio ricognitivo sulla distribuzione spaziale delle attività economiche insediate e, attraverso una lettura interpretativa, sulla loro tendenza a creare sistemi urbani di offerta che riguardano sia le attività commerciali che quelle ad esse integrate (esercizi di somministrazione, artigianato, terziario direzionale, ecc.). Le cartografie e i materiali analitici prodotti dovevano servire come base conoscitiva a supporto delle strategie di qualificazione del distretto nel suo complesso, delle politiche di consolidamento per l'offerta insediata nelle polarità e per le azioni di rilancio che dovrebbero agire

² Per esempio, si vedano le recenti iniziative promosse dalla Regione Lombardia "Fare impresa in franchising in Lombardia" e "Sto@ 2020 - Successful Shops in Town-centers through Traders, Owners & Arts Alliance": contributi per interventi di innovazione a sostegno e rilancio delle attività del commercio in aree urbane attraverso il recupero di spazi sfitti".

in particolare sui locali commerciali sfitti. Tale obiettivo presuppone un percorso di ricerca che prevede la raccolta e l'analisi di dati complessi, per il quale si rende necessario il ricorso all'approccio multidisciplinare ed alle innovative metodologie di indagine conoscitiva elaborate nell'ambito del Laboratorio URB&COM⁴ in alcune recenti esperienze di ricerca redatte o in fase di completamento (Si ricorda in particolare i Comuni di Parma, 2016; Giussano, 2011 e Milano, 2016, 2014 e 2008).

In questo articolo sono raccolti alcuni risultati del lavoro realizzato nell'ambito del DUC di Bergamo, grazie al quale è stato possibile: (i) individuare le caratteristiche quali/quantitative del commercio urbano presente nel contesto delle quattro polarità distrettuali, attraverso un'attività di rilievo diretto sul campo delle attività economiche localizzate ai piani terra e (ii) definire un sistema di monitoraggio della geografia dell'offerta commerciale basato su sistemi VGI (Volunteer Geographic Information) da implementare in stretta collaborazione con il SIT del Comune di Bergamo attraverso il linguaggio informativo codificato da OpenStreetMap (OSM).

³ Decreto 3293 del 14/04/2016, avente come oggetto la modificazione del distretto urbano del commercio di Bergamo ai sensi del paragrafo 4 della D.g.r. 28 ottobre 2009 n. 10397.

⁴ Il laboratorio URB&COM è, ad oggi, l'unica struttura a livello accademico nazionale che si occupa delle relazioni tra urbanistica e commercio con competenze tecnico-scientifiche riconducibili alla disciplina urbanistica e a quella geografico-economica, con un forte orientamento all'integrazione tra formazione didattica e attività di ricerca di base e applicata. Le attività di ricerca e consulenza, coordinate dal Prof. Luca Tamini e sviluppate dagli autori del presente articolo, riguardano la sperimentazione di metodi di indagine conoscitiva e di raccolta di dati, e la redazione di strumenti di indirizzo strategico, di dispositivi di regolazione pubblica dei servizi commerciali urbani e delle attività integrate e di criteri urbanistici per integrazione delle politiche insediative di tali servizi e attività nei processi di governo del territorio. Per un approfondimento sui temi e le attività del laboratorio è utile visitare il sito internet: <http://www.urbecom.polimi.it/>



DESCRIVERE IL COMMERCIO URBANO INSEDIATO NELLE POLARITÀ DISTRETTUALI

La descrizione della geografia del commercio all'interno delle polarità distrettuali del DUC di Bergamo prende avvio da una campagna di rilievo effettuata in due fasi (febbraio e giugno 2016), attraverso cui sono state individuate le attività commerciali insediate e, su di esse, si è basato il lavoro di studio e classificazione considerando, in particolare, le novità introdotte dal Decreto legislativo 114/98 e le successive normative regionali in materia di commercio. A questo proposito, precedenti esperienze di ricerca effettuate hanno evidenziato quanto sia riduttivo ai fini conoscitivi ricondurre le questioni commerciali esclusivamente alle attività che rientrano nella definizione giuridica di commercio al dettaglio. Per questo all'interno del rilievo si è deciso di considerare tutto il sistema delle attività insediate ai piani terra, nella sua accezione più ampia, includendo anche i locali sfitti e quelli in fase di ristrutturazione. Normalmente la spazializzazione delle autorizzazioni delle attività commerciali avviene attraverso la mappatura dei numeri civici (geocoding). Tale procedura è sicuramente efficace ma comporta delle problematiche:

1. il dettaglio della mappatura delle attività dipende strettamente dalla capacità dei

civici di descrivere l'articolazione degli usi ai piani terra degli edifici (organizzazione e articolazione dei numeri civici sul territorio comunale);

2. è possibile che a una singola attività commerciale corrispondano più autorizzazioni comunali (ad esempio per un bar oltre all'autorizzazione per l'esercizio di somministrazione di alimenti e bevande può essere stata rilasciata un'autorizzazione di commercio al dettaglio per la vendita di prodotti confezionati);

3. l'Ufficio Commercio del comune non rilascia alcuna autorizzazione (e dunque non monitora) per le attività cosiddette "terziarie direzionali" presenti ai piani terra degli edifici (ad esempio agenzie immobiliari, banche, assicurazioni, spazi di coworking, etc.);

4. l'Ufficio Commercio non sempre riesce a monitorare le dismissioni e le chiusure delle attività commerciali.

Solo la modalità di raccolta dati tramite rilievo sul campo permette una completa osservazione della complessità delle attività a rilevanza commerciale necessarie a restituire indicatori realmente efficaci descrittivi delle dinamiche in atto, utili anche all'attivazione e al monitoraggio delle politiche regionali a sostegno dei sistemi commerciali locali.



**PRECEDENTI
ESPERIENZE DI
RICERCA EFFETTUATE
HANNO EVIDEN-
ZIATO QUANTO SIA
RIDUTTIVO AI FINI
CONOSCITIVI RICON-
DURRE LE QUESTIONI
COMMERCIALI
ESCLUSIVAMENTE
ALLE ATTIVITÀ CHE
RIENTRANO NELLA
DEFINIZIONE GIURIDI-
CA DI COMMERCIO AL
DETTAGLIO.**

**IL DUC DI BERGAMO:
CONSISTENZA DELLE
ATTIVITÀ ECONOMICHE AI
PIANI TERRA**

MACROCATEGORIA	DUC DI BERGAMO	
	CONSISTENZA	%
ATTIVITÀ DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO E ALL'INGROSSO	880	38,5%
ATTIVITÀ ARTIGIANALI	350	15,3%
INTRATTENIMENTO E SVAGO	9	0,4%
ATTIVITÀ DI INTERESSE CULTURALE	4	0,2%
RICETTIVO	18	0,8%
ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE	292	12,8%
TERZIARIO DIREZIONALE	356	15,6%
DISTRIBUTORI AUTOMATICI	10	0,4%
LOCALI SFITTI	343	15,0%
RISTRUTTURAZIONE - PROSSIMA APERTURA	23	1,0%
TOTALE ATTIVITÀ MAPPATE	2.285	

Questa modalità di indagine permette inoltre di evidenziare la distribuzione spaziale di queste attività e di definirne le geografie. Letture disaggregate e cambi di scala permettono inoltre di definire gli effetti generati dall'interazione spaziale delle attività commerciali con gli elementi territoriali e le altre attività economiche. In particolare sono stati studiati i fenomeni di sinergia e asinergia che determinano la formazione o meno di sistemi aggregativi spontanei o, di contro, ne ostacolano la formazione o ne indeboliscono la struttura.

}} UTILITÀ DEL MONITORAGGIO DELLA GEOGRAFIA DELL'OFFERTA COMMERCIALE E RUOLO DEI SISTEMI VGI

La criticità informativa di qualsiasi processo di mappatura ed analisi delle attività commerciali sta nel monitoraggio costante dell'evoluzione del fenomeno della dismissione commerciale utili alla valutazione dell'efficacia delle politiche avviate. Per questo è necessario non solo provvedere al rilievo, alla digitalizzazione ed alla georeferenziazione dei dati relativi alle attività ai piani terra ma anche al mantenimento della mole informativa rilevata e restituita e al suo costante aggiornamento. Le attività commerciali sono infatti soggette, più di altre tipologie di attività,

a processi continui di mutamento quali chiusure, subingressi, cambi di gestione, accorpamenti, modifiche merceologiche, cambi di insegna, cambi di orario di apertura. Il gruppo di lavoro del Laboratorio URB&COM sperimenta nuovi approcci al tema della costruzione di spatial knowledge (Limonta & Paris, 2016; Paris & De las Rivas, 2016) come supporto delle politiche attive e delle azioni avviate da decisori pubblici ed enti locali. Per avviare un monitoraggio efficace della geografia dell'offerta commerciale nell'ambito del sistema integrato di offerta del DUC, il laboratorio URB&COM ha avviato una fattiva collaborazione con il Sistema Informativo Territoriale (SIT) del Comune di Bergamo per definire le modalità di restituzione informatica del materiale prodotto durante la ricerca e la sua diffusione e aggiornamento attraverso canali non istituzionali come OpenStreetMap (OSM)⁵ in grado di sfruttare le potenzialità offerte dai Volunteered Geographic Information (VGI)⁶. Anche la cabina di regia del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo si è mostrata sensibile al tema, così da prevedere all'interno dell'approfondimento conoscitivo un'azione specifica legata proprio al monitoraggio e all'aggiornamento delle informazioni mappate.

⁵ <http://www.openstreetmap.org/>

⁶ Sul concetto di VGI si veda il contributo di M.F. Goodchild (2007).

“

LE ATTIVITÀ
COMMERCIALI
SONO INFATTI
SOGGETTE, PIÙ DI
ALTRE TIPOLOGIE
DI ATTIVITÀ, A
PROCESSI CONTINUI
DI MUTAMENTO.

14



DISMISSIONE COMMERCIALE
IN VIA ZAMBONATE – RILIEVO FEBBRAIO 2016



NUOVA APERTURA
IN VIA ZAMBONATE – MAGGIO 2016



MONITORAGGIO DELLE DISMISSIONI E DELLA RETE COMMERCIALE

I VGI sono informazioni georeferenziate provenienti da progetti di collaborative mapping che rappresentano l'insieme di informazioni di natura geografica generate e condivise da una comunità di utenti, ispirati alla filosofia del progetto Wikipedia. Uno dei più utilizzati e analizzati dal mondo accademico è il già citato OSM, un progetto sorto nel 2004 con lo scopo di creare una mappa a livello mondiale costruita ed editabile direttamente dagli utenti, liberamente condivisa ed utilizzabile da parte di chiunque in licenza ODbL⁷. A questo proposito, il fattore critico legato all'aggiornamento delle informazioni e dei dati di un contesto specifico è la presenza di una comunità di contributor attivi. Da questa sintetica descrizione delle caratteristiche del progetto OSM emergono alcune criticità ma soprattutto significative potenzialità per la definizione di una modalità di aggiornamento e monitoraggio continuo delle dinamiche commerciali per l'ambito delle quattro polarità distrettuali del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo. Il percorso ipotizzato prevede un lavoro che considera la pubblicazione dei dati spaziali sulla piattaforma OSM e, contemporaneamente, la loro diffusione come utile strumento di

lavoro per le attività del DUC ma anche per le singole imprese in esso localizzate. Per fare questo è stato necessario introdurre una modalità di mappatura delle attività commerciali in grado di stabilire una relazione univoca tra la classificazione normativa delle attività del terziario commerciale e la tassonomia utilizzata in OSM, così da permettere la condivisione dell'informazione sia attraverso il SIT del Comune di Bergamo che attraverso la piattaforma stessa. Questa procedura, condivisa con la cabina di regia del DUC e i responsabili del Ufficio SIT, è stata definita anche grazie al confronto con i responsabili italiani del progetto OSM che hanno validato la metodologia⁸ elaborata da membri del Laboratorio URB&COM suggerendo migliorie e accorgimenti procedurali⁹.

⁸ La metodologia è stata presentata alla community di Wikimania durante l'evento "Wikimedia, mappe libere e musei" tenutosi a Milano il 20 e 21 maggio 2016.

⁹ Uno dei temi principali legati al ruolo della comunità è quello del rispetto dei dati già presenti ed inseriti dai diversi contributor che, di fatto, sconsiglia l'utilizzo di caricamenti massivi di dati e impone un attento lavoro di integrazione/correzione delle informazioni presenti e non la loro cancellazione. Durante l'upload delle informazioni sulla piattaforma il gruppo di lavoro si è mostrato sensibile rispetto a queste tematiche, non solo informando la comunità di utenti, ma interagendo con il loro lavoro e correggendo alcune modalità di inserimento quando richiesto.

⁷ Open Database Licence (Attribuzione-Condizioni allo stesso modo per i database).



OSM, UN PROGETTO SORTO NEL 2004 CON LO SCOPO DI CREARE UNA MAPPA A LIVELLO MONDIALE COSTRUITA ED EDITABILE DIRETTAMENTE DAGLI UTENTI.

PROGRAMMA DELL'EVENTO DURANTE IL QUALE È STATA PRESENTATA E CONDIVISA LA METODOLOGIA DI MONITORAGGIO SPERIMENTALE



20 e 21 maggio 2016 - Milano

WIKIPEDIA, MAPPE LIBERE E MUSEI

Due giorni dedicati all'open content, con il raduno nazionale OpenStreetMap Italia, un'edit-a-thon al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci e un mapping party. Al termine, un brindisi per l'inaugurazione della nuova sede milanese di Wikimedia Italia e BASE.

WIKIPEDIA, MAPPE LIBERE E MUSEI

20-21 MAGGIO 2016

Due giorni dedicati all'open content con il raduno nazionale OpenStreetMap Italia, un'edit-a-thon al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia e un mapping party. In serata, un brindisi per inaugurare la nuova sede milanese di Wikimedia Italia e BASE.

PROGRAMMA

VENERDÌ 20 MAGGIO 2016

BASE, via Bergognone 34, Milano

Wikimedia Italia e la comunità italiana di OpenStreetMap dedicano una giornata al dialogo con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione.

Sala Conferenze

- 9.30 Registrazione dei partecipanti
- 9.45 Apertura dei lavori. Esempi virtuosi di geoportali regionali e comunali e analisi degli strumenti di controllo qualità in OpenStreetMap
Simone Cortesi Tesoriere di Wikimedia Italia
- 10.30 Open source per servizi ai cittadini: l'esperienza di Regione Piemonte
Roberta Castelli ST e **Claudio Berro** Regione Piemonte
- 11.00 Il dizionario "tag OpenStreetMap - codici ibrozo" e l'utilizzo di OpenStreetMap per aggiornare la cartografia della Regione Liguria
Francesca Castagnola Liguria Digitale
- 11.20 Tavolo rotondo: Volunteer Geographic Information, la P.A. coglierà la sfida? Dalla collaborazione alla contaminazione
MODERA: **Luca Perlich** AMAT Milano
- 13.00 PAUSA PRANZO
- 14.30 Preparazione dei servizi WTKOM e Maproulette
Simone Cortesi Tesoriere di Wikimedia Italia
- 15.00 Qualità dei dati OpenStreetMap: sperimentazioni sulla città di Milano e risultati
Marco Minghini e **Monia Molinari** Politecnico di Milano
- 15.30 Presentazione e monitoraggio attività commerciali del Comune di Bergamo tramite OpenStreetMap
Giorgio Linetta URB&COM City POLINI
Andrea Maffei SIT del Comune di Bergamo
- 16.00 Il progetto <http://mappadimontepiani.org/>
Marco Barbieri Convegno
Alessio Piccoli Presidente della sezione Pisa del C.A.I.

Sala riunioni

- 10.30 Come documentare ciclo-infrastrutture e ciclovie con OSM
Wilhelm Schwanitz mappadimontepiani.org





UNA PROPOSTA OPERATIVA PER LA MAPPATURA DELLE ATTIVITÀ DEL TERZIARIO COMMERCIALE IN OSM

Le categorie impiegate per la restituzione dei dati considerano e discendono dalle tipologie normative introdotte dalle leggi regionali e nazionali in materia di Commercio, nonché dalla classificazione delle attività economiche dell'ISTAT (ATECO 2007). Si tratta dunque di una classificazione rigorosa, che se può essere acquisita come tale dal SIT comunale, ma che deve essere raccordata con la tassonomia definita negli anni dalla comunità¹⁰, maggiormente interessata agli aspetti pratici connessi al riuso delle informazioni mappate.

È stato dunque intrapreso un attento lavoro di “raccordo” tassonomico che ha permesso di rispettare le codifiche previste da OSM mantenendo inalterata l'informazione e soprattutto la possibilità di risalire alle differenziazioni funzionali e nominalistiche previste dalla normativa italiana e lombarda e allo stesso tempo la gestione del dato su OSM consente di migliorare l'attuale profondità informativa connessa ad ogni singolo record.

¹⁰ Disponibili all'indirizzo:
https://wiki.openstreetmap.org/wiki/IT:Pagina_Principale.



È STATO DUNQUE INTRAPRESO UN ATTENTO LAVORO DI “RACCORDO” TASSONOMICHE CHE HA PERMESSO DI RISPETTARE LE CODIFICHE PREVISTE DA OSM.

MODALITÀ DI MAPPATURA IN OSM DI ALCUNE TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO ALIMENTARE/NON ALIMENTARE

Tipologia	Specifica merceologica	shop (OSM)	clothes (OSM)
Commercio al dettaglio alimentare/misto	enoteca	wine	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	grande distribuzione superette/supermercato/ipercarato	supermarket	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	infusi e caffè (cialde)	coffee	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	macelleria	butcher	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	alimentari (generico), minimercati e superette	convenience	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	ortofrutta	greengrocer	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento e accessori per l'infanzia	baby_goods	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento e attrezzature sportive	sports	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento intimo	clothes	underwear
Commercio al dettaglio non alimentare	accessori e articoli da regalo	gift	
Commercio al dettaglio non alimentare	accessori per telefonia	mobile_phone	
Commercio al dettaglio non alimentare	arredamenti, accessori e complementi d'arredo	furniture	
Commercio al dettaglio non alimentare	bricolage-ferramenta-colorificio	doityourself	

MODALITÀ DI MAPPATURA IN OSM DEI NEGOZI E DELLE ATTIVITÀ DI INTERESSE STORICO

Tipologia speciale	historic:shop (OSM)	historic:amenity (OSM)	historic:craft (OSM)	historic:office (OSM)	historic:tourism (OSM)
Attività di interesse storico	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia

ESEMPI DI TASSONOMIA UTILIZZATA DAL PROGETTO OSM PER LA DEFINIZIONE DEI TAG ASSOCIATI ALLE ATTIVITÀ COMMERCIALI
 FONTE: [HTTP://WIKI.OPEN-STREETMAP.ORG/WIKI/MAP_FEATURES#SHOP](http://wiki.openstreetmap.org/wiki/Map_Features#Shop)

Key	Value	Element	Comment	Rendering on default layer (osm-carto)	Photo
Shop					
The shop tag is used as a place of business that has stocked goods for sale. See the page titled Shop for an introduction on its usage.					
Food, beverages					
shop	alcohol		Shop selling alcohol to take away		
shop	bakery		Shop focused on selling bread		
shop	beverages		Shop focused on selling alcoholic and non-alcoholic beverages. See also shop=alcohol		
shop	brewing_supplies		Shop focused on selling supplies for home brewing of beer, wine and spirits (where permitted)		
shop	butcher		Shop focused on selling meat		
shop	cheese		Shop focused on selling cheese		
shop	chocolate		Shop focused on selling chocolate		
shop	coffee		Shop focused on selling coffee		
shop	confectionery		Shop focused on selling sweets or candy		



**IL CARATTERE
ALTAMENTE
SPERIMENTALE
DELLA PROCEDURA
DI MONITORAGGIO
RENDE IMPOSSI-
BILE PREVEDERNE
L'EFFICACIA.**

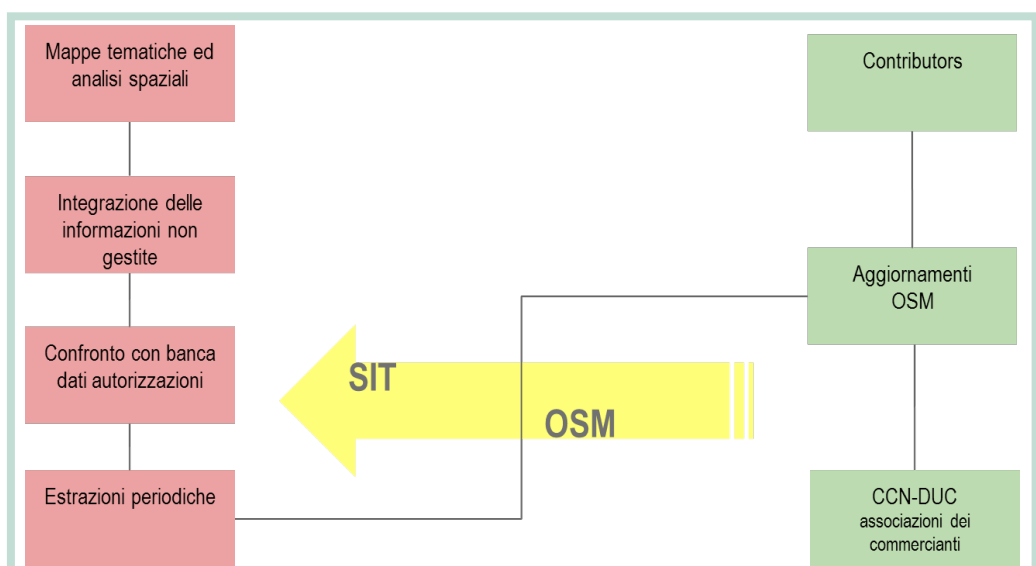
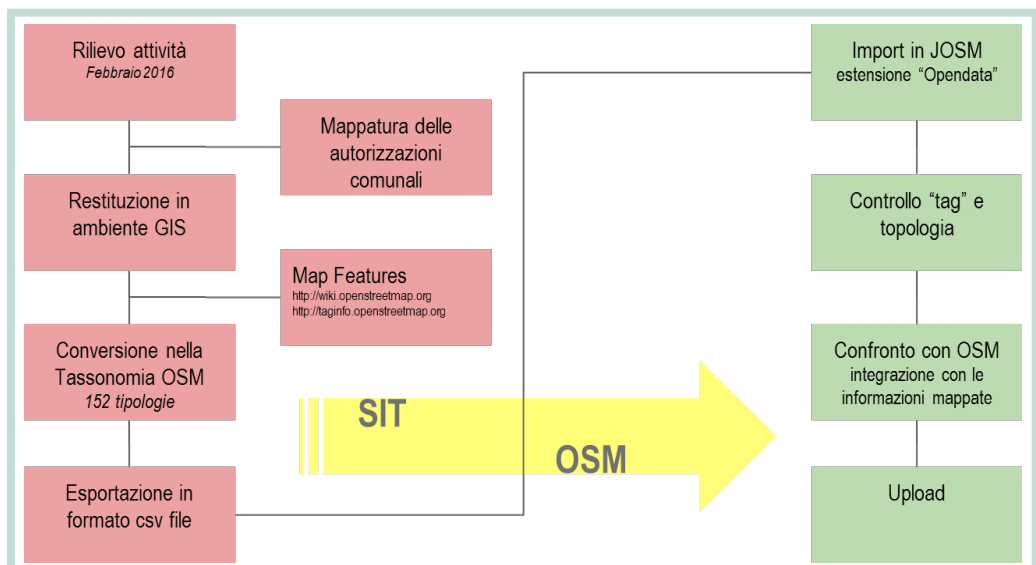
Come accennato in precedenza la probabilità di riuscita di un processo di monitoraggio basato sui VGI è connesso al livello di attività della comunità di utenti; in questo caso, e con riferimento al carattere settoriale del tema oggetto di monitoraggio, si è scelto di coinvolgere direttamente le associazioni di commercianti locali che lavorano sul territorio. Così i dati prodotti dal rilievo sulla polarità “Centro” del DUC -e già caricati sulla piattaforma OSM dall’Ufficio SIT comunale- sono divenuti un laboratorio di sperimentazione, con l’impegno di far seguire a questo primo caricamento anche quello delle polarità distrettuali “Borgo Palazzo”, “Santa Caterina-Pignolo” e “Città Alta”.

I successivi workshop formativi con gli operatori volontari sono stati utili per

descrivere gli aspetti pratici dell’inserimento e/o modifica delle informazioni sulla piattaforma OSM e, più in generale, per diffondere la cultura del dato “libero” e della condivisione dell’informazione.

Il carattere altamente sperimentale della procedura di monitoraggio rende impossibile prevederne l’efficacia che è direttamente correlata al grado di coinvolgimento fattivo della comunità e, in primis, dei commercianti del DUC e che dunque potrà essere valutata solo in futuro. Alcuni risultati sono invece già riscontrabili e sono connessi alla fase di ricerca iniziale che ha portato l’ufficio SIT del Comune di Bergamo ad adottare di fatto il progetto OSM come un ulteriore piattaforma di condivisione delle informazioni affiancata ai canali e agli strumenti OpenData istituzionali.

**SCHEMATIZZAZIONE DEL
PROCESSO DI MAPPATURA
E MONITORAGGIO DELLE
ATTIVITÀ COMMERCIALI
ATTRAVERSO OSM**



In conclusione il processo di monitoraggio e partecipazione intrapreso dal DUC vuole essere il più possibile aperto ed inclusivo, per cui si è scelto di lavorare secondo tre tipi di azioni, che dovrebbero funzionare in parallelo. La prima riguarda la comunicazione, e per questo il DUC si incarica di diffondere le informazioni relative agli esiti del lavoro attraverso incontri pubblici e newsletter mirate ai commercianti e alla popolazione in genere.

La seconda azione verte sull'avviamento di un canale di scambio di dati con il Comune di Bergamo, con la possibilità di segnalare alla segreteria del DUC informazioni riguardanti nuove aperture e cessazioni, così da favorire l'interazione fra queste due entità e produrre un patrimonio conoscitivo inedito e solido sulle dinamiche commerciali in atto.

La terza riguarda appunto l'attivazione di quella che è stata definita "l'unità di monitoraggio sperimentale" del DUC, della quale faranno parte alcuni commercianti in rappresentanza delle diverse polarità e la segreteria del Distretto che, opportunamente formati, potranno

fungere da "rilevatori sul campo" delle trasformazioni in atto e successivamente comunicarle al Distretto o di modificare/aggiungere le informazioni direttamente in OSM.

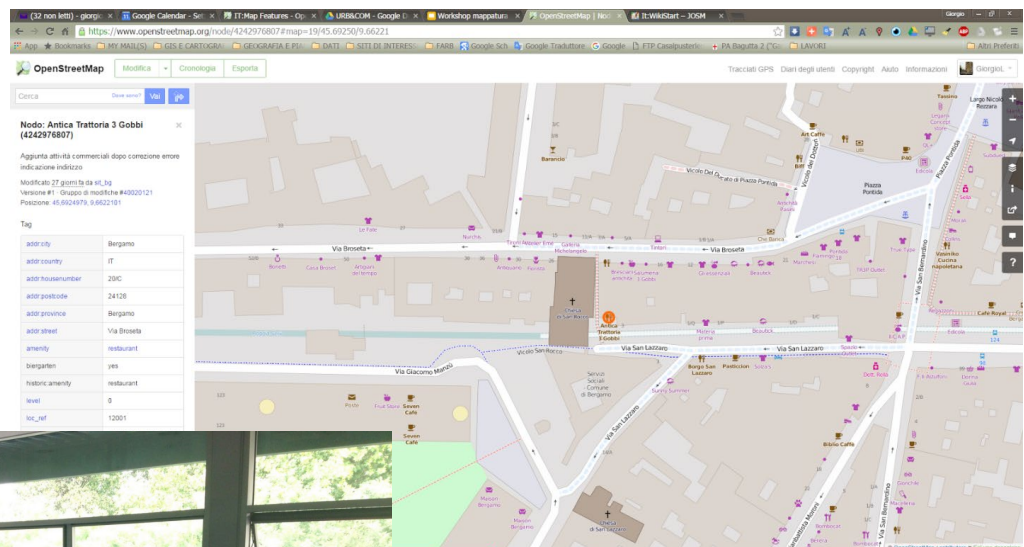
BIBLIOGRAFIA

Goodchild, M.F. (2007), *Citizens as sensors: the world of volunteered geography* in *GeoJournal*, no. 69, vol. 4, pp. 211-221.

Limonta G. (2012), *Representation and analysis of retail phenomena to support urban planning policies. Some applications of the Kernel Density Estimation method in the Milan area*, in Campagna M., et al. (a cura di), *Planning Support Tools: Policy Analysis, Implementation and Evaluation. Proceedings of the Seventh International Conference on Informatics and Urban and Regional Planning INPUT2012*, Franco Angeli, Milano, pp. 930-941.

Limonta G., Paris M. (2016), *Riconoscere e monitorare la potenziale fragilità dei sistemi commerciali urbani: una proposta per la Regione Lombardia*, in *Atti della XVII Conferenza Nazionale SIU*, Cambiamenti, Planum Publisher, Milano-Roma, In press.

Paris M., De las Rivas J.L.(2016), *Spatial knowledge and regional governance: toward an alternative map of Castilla y Leon (Spain)*, in Dotti N.F. (ed.), *Knowledge, Policymaking and Learning for European Cities and Regions*, Edward Elgar Ed., Brussels, In press.



LE ATTIVITÀ COMMERCIALI IN OSM: CARATTERISTICHE DELLA MAPPATURA E DELLE INFORMAZIONI ASSOCIATE



UN MOMENTO DEL WORKSHOP FORMATIVO REALIZZATO CON I COMMERCianti DELL'UNITÀ DI MONITORAGGIO SPERIMENTALE