

PROGRAMMA DI RETE D'IMPRESE

“Ciampino va in rete”

Candidatura della Rete d'Impresa di “Ciampino va in rete” in riferimento all’Avviso Pubblico per il finanziamento dei programmi relativi alle “Reti di Imprese tra Attività Economiche”. DGR n. 68 del 22/02/2022. Approvazione delle disposizioni attuative dell’art. 94 della Legge regionale 6 novembre 2019 n. 22 “Testo unico del commercio”, relative alle forme aggregative tra imprese commerciali – Reti di Imprese.

PROGRAMMA DI RETE

Indice

1.Solidità e composizione del soggetto	4
<i>1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete</i>	<i>4</i>
<i>1.b Cosa vedere a Ciampino.....</i>	<i>6</i>
<i>1.c Viabilità.....</i>	<i>6</i>
2.Motivazioni , Obiettivi, Finalità.....	9
3.Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività	12
4.Cartografia in scala adeguata rappresentativa dell'area in cui insiste la Rete, con la visualizzazione grafica delle attività aderenti	13
5.Elenco di altri Comuni o Municipi di Roma Capitale, qualora interessati.	13
6.Sintetica descrizione degli interventi proposti all'interno delle diverse Macro Aree e dettaglio dei costi di ciascuna azione	14
<i>Introduzione</i>	
<i>Livello di coinvolgimento della Cittadinanza</i>	
<i>Addizionalità e Sostenibilità</i>	
6.1 Macroarea 1-	18
6.2 Macroarea 2 -	21
6.3 Macroarea 3 –	24
6.4Macroarea 4 -	29
7 – Sintesi del quadro finanziario	35
8. Monitoraggio.....	36
<i>8.1 Obiettivi del Monitoraggio</i>	<i>36</i>
<i>8.2 Gli indicatori per il monitoraggio.....</i>	<i>37</i>
<i>8.3 Monitoraggio Finanziario</i>	<i>38</i>
<i>8.4 Monitoraggio Fisico.....</i>	<i>38</i>
<i>8.5 Monitoraggio Procedurale</i>	<i>39</i>

9. Valutazione	40
10. Workplan e Cronoprogramma	41

1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete

L'area commerciale della Rete d'impresa "Ciampino va in Rete" si sviluppa nel Comune di Ciampino ed ha l'obiettivo di sviluppare un metodo per la creazione di network e reti di impresa finalizzati a condividere i processi di ricerca, innovazione e di marketing integrato insistenti sull'area individuata nel territorio della città.

Ciampino è un giovane comune alle porte di Roma, che deve la sua fortuna alla posizione strategica lungo le principali vie di comunicazione da e verso la capitale ed è un comune italiano di 38 277 abitanti^[1] della città metropolitana di Roma Capitale nel Lazio.

Ciampino nasce solo di recente come comune autonomo, essendo stato fino al 1974 una frazione di Marino. anche se interessato solo marginalmente dalla storia antica, ha avuto un ruolo importante grazie alla sua posizione geografica che lo ha reso terra di passaggio per le principali vie di comunicazioni, sia in passato che oggi. Ciampino infatti fonda la sua matrice di sviluppo su due innovazioni principali: la ferrovia e l'aeroporto.

Una passeggiata in città ci porta alla visita della centrale Chiesa del Sacro Cuore, di moderna costruzione. La città di Ciampino sta creando passo dopo passo un proprio patrimonio culturale. Dispone infatti di una biblioteca comunale che dispone di oltre 13.000 volumi (inserita all'interno del Sistema Bibliotecario dei Castelli Romani SBCR).

Nel 1916 iniziano a sorgere le prime realtà abitative e nello stesso anno sorge anche una stazione dei Carabinieri ed il campo di aviazione, per accogliere le aeronavi della Regia Marina, intitolato a Giovan Battista Pastine, pilota di areostati allora appena scomparso.

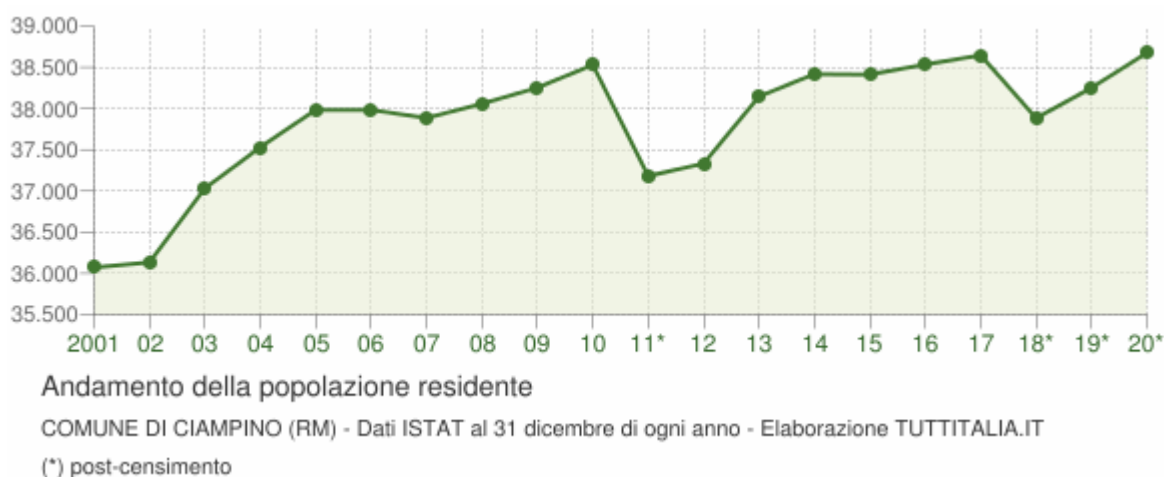
Nel 1925 viene eretto il primo edificio religioso, la **Chiesa del Sacro Cuore di Gesù**, oggi patrono della città, accanto ad una casa religiosa per l'accoglienza delle Ancelle del Sacro Cuore, signorine dell'alta borghesia. La città si stava espandendo e la popolazione cominciava a crescere. Negli stessi anni l'Aeroporto viene diviso in due zone, quella Nord destinata ai dirigibili, quella Sud agli aeroplani. E sarà proprio l'Aeroporto a scrivere pagine di storia di Ciampino. Da qui decollarono i dirigibili di Umberto Nobile: nel 1926 il Norge diretto in Alaska, e nel 1928 il dirigibile Italia, diretto a Milano, da dove sarebbe partito per la sfortunata missione al Polo Nord.

Nel 1938, con la costruzione in pieno centro cittadino della distilleria ed enopolio dei Castelli Romani, viene abbandonato il progetto della Città Giardino. La Seconda Guerra Mondiale

segna la città con la sua distruzione violenta e nefasta, aggressivi bombardamenti danneggiano la distilleria ed il Collegio del Sacro Cuore, divenuto caserma dei tedeschi. Terminato il conflitto, la città inizia la sua rinascita; nasce la Cantina Sociale Cooperativa di Marino, e l'aeroporto viene utilizzato anche a scopi civili, aprono le rotte internazionali Roma-Londra, Roma-New York.

Il boom edilizio ed i nuovi servizi portano una forte crescita demografica: dai 154 abitanti residenti del 1921, si era passati a 5.510 nel 1951, per arrivare ai 12.227 del 1961. In soli dieci anni la popolazione è più che raddoppiata. Gli anni Sessanta sono anni di grande sviluppo. Infrastrutture, servizi, attività ed associazioni creano passo dopo passo le basi per il Comune che Ciampino è oggi. Simbolo di quegli anni è la nascita del giornale locale cittadino Anni Nuovi, ancora oggi attivo. Il desiderio di costituirsi come Comune a sé, staccandosi da Marino, si realizzerà solo nel 1974, anno in cui viene istituito il Comune di Ciampino.

Andamento demografico della popolazione residente nel comune di **Ciampino** dal 2001 al 2020. Grafici e statistiche su dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno.



Il comune è situato alla sinistra del fosso Patatona. Il territorio comunale confina a nord e a ovest con Roma, a est con Grottaferrata e a sud con Marino. Di fatto, il comune è la "cerniera" tra la Capitale e i Castelli romani. Il territorio comunale è attraversato dalla Marrana dell'Acqua Mariana, un fosso che nasce nella zona di Marino e confluisce nel fiume Almona.

Il territorio di Ciampino è adiacente all'antica Via Appia, ed era, in età romana, sede di fattorie e ville rustiche, la più famosa delle quali è quella di Quinto Voconio Pollione risalente al II secolo d.C.

Ciampino deve il suo nome a *Giovanni Giustino Ciampini*, un prelado dalla curia pontificia, scienziato e archeologo nato a Roma nel 1633 e morto nel 1698.

Proprietario di un casale in località Ad Decimum ai piedi dei Castelli Romani, alla sua morte sulle mappe catastali viene indicato come *Il casale di Ciampino* e il vasto territorio agricolo nei suoi pressi viene indicato con il nome di *Vigna Ciampini*.

1.b Cosa vedere a Ciampino

Ciampino mantiene un suo armonico equilibrio architettonico dando rilievo tanto agli edifici civili quanto a quelli religiosi e militari. Alla prima categoria appartengono piuttosto opere commemorative di fatti e periodi, ad esempio la fontana intitolata "Il volo della Cariatide" che si trova ubicata in via IV Novembre o il Monumento ai Caduti in Piazza della Pace, e poi le residenze come Villa Maruffi e Villa di Quinto Voconio Pollione. Queste ultime non sono lontane dal territorio nel quale alcuni importanti scavi archeologici hanno portato alla luce scoperte di accademico scalpore, reperti coincidenti con sculture di classica bellezza riflessa nell'Apollon citaredo, nell'Apoteosi di Omero e nell'Apollon Pithios, opere che però non si trovano esposte a Ciampino bensì ai Musei Vaticani e ai Musei Capitolini.

I visitatori vogliono rilevare qui un filo diretto con la storia antica e si vedono quasi sempre accontentati, così come ad appagare il loro desiderio di eclatante visione pensano luoghi sacri che rispondono ai nomi di Chiesa di San Giovanni Battista, Chiesa del Sacro Cuore di Gesù e Chiesa della Beata Vergine Maria del Rosario.

Nella stessa area in cui Ciampino splende, ecco espandersi il Parco Regionale dell'Appia Antica, che dal 1988 è una zona protetta di 3.400 ettari ricca di suggestioni e adiacenze viarie alla mitica strada

1. c VIABILITA'

Strade

Ciampino è attraversato dalla Strada Statale 7 "Via Appia" e dalla Strada Provinciale 511 "Via Anagnina"; nel suo territorio inoltre ha origine la strada provinciale 217 "Via

dei Laghi", che giunge fino a Velletri dopo aver attraversato, oltre a Ciampino, i territori dei comuni di Marino, Castel Gandolfo, Ciampino e Nemi. Rientrano nel comune di Ciampino anche altri tratti stradali tra i quali la strada provinciale 73/a Marino-Frattocchie e la strada provinciale 77/b "Pedemontana dei Castelli", antica via di transumanza tra i Monti Tiburtini e il mare, che oggi collega trasversalmente la strada statale 6 "Casilina" con la strada statale 7 "Appia".

A poche centinaia di metri dal confine di Ciampino insiste un tratto del Grande Raccordo Anulare di Roma, compreso tra l'uscita 22 Gregna Sant'Andrea e l'uscita 23 Appia.

Ferrovie

- Ferrovia Roma-Napoli (via Cassino)

la stazione di Ciampino, la cui importanza è la terza del Lazio dopo Roma Termini e Roma Tiburtina, è il punto di incontro delle linee ferroviarie FL4 (per/da Frascati, Albano Laziale e Velletri) e FL6 (per/da Caserta via Colleferro, Frosinone e Cassino), che condividono poi lo stesso percorso fino a Roma.

- Ferrovia Roma-Albano

rientrano nel territorio comunale le stazioni di Acqua Acetosa, Sassone e Pantanella, anche se quest'ultima, pur rientrando nel comune di Ciampino, è considerata una stazione di Marino, in quanto molto più vicina a quest'ultimo e pertanto, utilizzata come punto di fermata di quest'ultimo comune.

- Ferrovia Roma-Velletri

rientra nel territorio comunale la stazione di Casabianca.

- Ferrovia Roma-Frascati

linea diretta, senza fermate intermedie, che collega le due città. In precedenza vi era anche una fermata, Galleria di Ciampino, che affiancava la stazione principale nel servizio ferroviario.

Aeroporti

Pur non ospitando materialmente nel proprio territorio l'*Aeroporto Internazionale Giovanni Battista Pastine*, che è situato per i $\frac{3}{4}$ nel territorio del comune di Roma, Ciampino dà il nome

all'aeroporto stesso, gestito per la parte commerciale dalla società Aeroporti di Roma S.p.A. e per la parte militare dall'Aeronautica Militare, 31° stormo. Presso l'aeroporto sono dislocati il *Centro Regionale di Assistenza al Volo* (CRAV) e un impianto dell'ENAV responsabile dello spazio aereo della FIR di Roma.

2.Motivazioni , Obiettivi, Finalità

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

L'obiettivo principale della rete d'impresa è riuscire a consolidare il mercato delle imprese che la costituiscono ed a penetrare in nuovi. Mettendo in comune le conoscenze e le tecnologie, le PMI che compongono la rete vogliono conquistare nuovi clienti, troppo grandi o lontani perché possano riuscirci da sole.

La rete d'impresa vuole essere per loro il mezzo per affrontare la crisi, facendo gruppo e potendo così confrontarsi con competitor dei territori limitrofi.

Tale obiettivo può essere perseguito attraverso le seguenti azioni strategiche:

- Piena collaborazione tra le aziende, ma anche con enti esterni, con l'università e con centri di ricerca. La rete d'impresa è inoltre interessata alla cooperazione internazionale per attività di benchmarking e per progetti di innovazione,
- Individuazione di un'offerta completa e sviluppo di prodotti a marchio "rete d'impresa".

Di conseguenza, la mission della rete d'impresa è quella di relazionarsi con il mercato adottando due strategie di marketing diametralmente opposte: una prima, chiamata logica pull, con la quale il cluster si propone di realizzare commesse su specifiche del cliente, ed una logica push, con la quale la rete, attraverso collaborazioni con università e centri di ricerca, intende sviluppare progetti innovativi da proporre al mercato con il proprio brand.

L'obiettivo generale del progetto consiste nel promuovere la realizzazione di reti tra imprese che operano all'interno del Comune di Ciampino, partendo dalla identificazione di un nucleo di imprese che, per caratteristiche e interesse a cooperare, possano costituire un cluster di riferimento nello sviluppo e rilancio del settore di riferimento delle imprese che compongono la rete d'impresa.

Le aziende della rete "Ciampino va in Rete" è stata definita come una rete complementare. Le aziende che la compongono infatti presentano lavorazioni differenti, che coprono l'intera catena del valore. Le aziende che hanno aderito alla rete lavorano quindi in diversi ambiti di mercato e presentano varie competenze.

Innovazione tecnologica

Tra i settori in maggiore trasformazione grazie al mondo delle tecnologie e dell'innovazione, il commercio ed il turismo stanno vivendo oggi una profonda rivoluzione dell'esperienza d'acquisto da parte del cliente. Cambia il cliente, cambia il punto vendita e cambiano le abitudini di acquisto, sempre più integrate tra interno al punto vendita ed esterno allo stesso, tra online e offline, tra portali ecommerce e interazione con l'addetto alle vendite, tra siti di recensioni e consulente di viaggio. L'acquisto diventa una vera e propria esperienza multicanale per il consumatore, dai suggerimenti condivisi online nei social al nuovo rapporto con il commesso in-store, dai sistemi di pagamento innovativi, in mobilità e con la smaterializzazione degli scontrini, con il check-in in camera o addirittura già durante il trasferimento, fino alla gestione e fidelizzazione del cliente stesso che diventa protagonista di una vera e propria strategia post vendita.

Per operare nella nuova era digitale occorre un nuovo modello di marketing strategico e operativo, nuove competenze, un nuovo modo di pensare e agire per farle competere sia con la grande distribuzione commerciale (Centri commerciali-Grandi strutture) che con i nuovi operatori dell'e-commerce (Amazon - E-Bay ecc.).

Scopo del progetto è quello di dotare la rete di sistemi tecnologicamente innovativi in grado di mettere in condizioni anche il piccolo imprenditore di fidelizzare i clienti e di ampliare il numero degli stessi.

Lo strumento individuato è ciò che viene descritto nella specifica macroarea.

Valorizzazione del territorio

Il valore dell'impresa oltre che dai clienti è fortemente determinato dal territorio, dalla sua fruibilità, dai servizi che lo stesso offre, dal decoro, dalla sicurezza. Il successo dei centri commerciali, oltre che dalla varietà dell'offerta è certamente determinato da un contesto sicuro, decoroso e ricco di servizi (wi-fi, refrigerazione o riscaldamento, accoglienza ecc.).

Scopo del progetto è quello di migliorare e valorizzare il contesto urbano attraverso la migliore conoscenza dei valori dello stesso (ambientali, monumentali, culturali, enogastronomici e di intrattenimento), il miglioramento del decoro, la sicurezza.

Tale obiettivo assume un valore particolare nei confronti dei flussi turistici. La promozione della città è generalmente ristretta ai grandi beni monumentali. Obiettivo della rete è quello di

valorizzare le peculiarità del territorio. Lo strumento che si utilizza è la realizzazione di una applicazione multilingue che permetta al turista di conoscere attraverso itinerari predefiniti il valore storico-ambientale del territorio.

Di pari importanza è nei confronti dei cittadini la conoscenza degli eventi sia di intrattenimento che culturali programmati nel territorio. Rendere disponibili questi contenuti in maniera coordinata e su dispositivi di uso comune contribuisce a migliorare la percezione dello stesso.

Questo obiettivo verrà realizzato inserendo nell'applicazione gli eventi del territorio.

Obiettivi generali della Rete da realizzarsi anche attraverso gli strumenti suindicati possono essere sintetizzati in:

- 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 in cui s'inserisce la Rete d'Imprese in oggetto;
- **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.

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 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.

Eventi

Festa del cioccolato che verrà effettuata l'ultima domenica di gennaio.

Promossa una mostra di Street art viale del Lavoro e via 4 novembre

Festa della birra di Ciampino dal 17 settembre al 3 ottobre

Mercato "Terra e Mare" prima domenica del mese

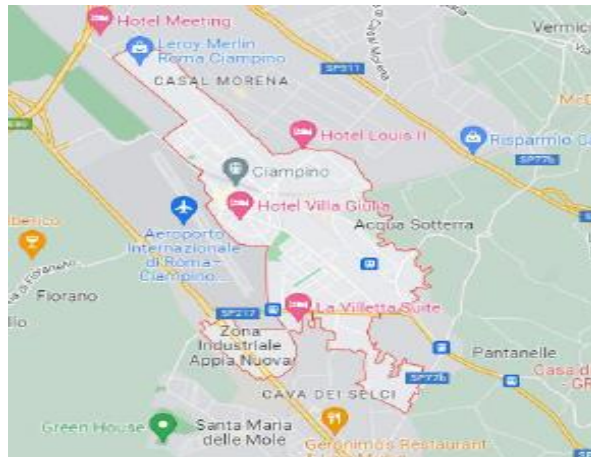
3.Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività.

Alla costituenda Rete d'Imprese hanno attualmente aderito compilando il relativo modulo, come previsto dal bando in oggetto attività commerciali su strada.

Si rimanda all'**ALLEGATO C** per l'elenco completo e il numero 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 le imprese dislocate nel Comune di Ciampino.



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 si sviluppa esclusivamente all'interno del Comune di Ciampino.

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 Comune di Ciampino, 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 relativa a "Ciampino va in Rete".

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 "Ciampino va in Rete" 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 macroaree previste dal bando.

E' prevista la costituzione di un contratto di rete di impresa che verrà **redatto per atto pubblico**; verrà prevista l'istituzione di un fondo patrimoniale comune e la nomina di un organo comune incaricato di gestire in nome e per conto dei partecipanti l'esecuzione del contratto o di singole parti di esso.

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.

Si sono, infatti tenuti, presso gli uffici dell'amministrazione Comunale alcuni incontri e tavoli di lavoro con le associazioni del terzo settore che sono state coinvolte insieme con la costituenda rete nell'organizzazione di due eventi, Notte Bianca e Festa dello Sport, che si terranno a settembre 2023 (verbali delle riunioni agli atti degli uffici).

Addizionalità e Sostenibilità.

Come emerge dalle **Descrizione sintetica degli interventi** previsti dal Programma di Rete, attraverso il supporto del Manager della Rete , la Rete d'impresa "Ciampino va in Rete" 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 condivise con la Cittadinanza (processo bottom up). Relativamente alle possibilità finanziarie in entrata è da considerare l'introito che la pubblicità venduta tramite il Car sharing ci circa 600,00€ mensile per un totale presunto l'anno di 7.200,00.

Sostenibilità finanziaria del Comune di Ciampino

Per garantire una sostenibilità finanziaria reale al presente programma "Ciampino va in Rete", il Comune si impegna a

- concedere l'utilizzo in via del tutto gratuita delle aree pubbliche e degli immobili di proprietà dell'amministrazione necessari allo svolgimento delle attività di promozione e comunicazione inerenti la realizzazione degli eventi, come meglio descritto nella parte dedicata alle iniziative informative e all'intervento concernente la comunicazione.

- Concedere a titolo gratuito il Comune l'occupazione di Suolo.

Dunque per assicurare maggiore efficacia al Programma di Rete, anche dopo aver sollecitato le istituzioni, è stata recepita dunque la volontà dell'Ente di promuovere e sostenere lo sviluppo della Rete attraverso una serie di misure quali:

- garanzia a titolo gratuito degli spazi e dei materiali necessari alla promozione degli eventi legati alla Rete
- riduzione della tassazione in materia di occupazione suolo pubblico (la commissione competente ha approvato lo schema di regolamento che prevede la riduzione per le attività produttive, e quindi per gli aderenti alla Rete di impresa)
- individuazione di nuove aree carico e scarico per gli aderenti alle reti
- stipula di un protocollo di intesa volto a favorire una fruizione più diretta dei parcheggi per i clienti della Rete di impresa
- avvio di uno studio per il marketing territoriale.

Le imprese aderenti alla Rete si impegneranno inoltre a predisporre accordi con Società Assicurative e banche per ottenere servizi a condizioni vantaggiose per la Rete stessa.

Il Comune si impegnerà altresì, in caso di ottenimento del finanziamento, a scorporare quota parte degli introiti derivanti dal prelievo imposte locali per destinarla, mediante convenzione con la Rete, alla gestione e miglioramento dell'area in cui è compresa la costituenda Rete nel rispetto delle finalità di interesse pubblico.

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

- **SERVIZIO EASY PARK** (easyparkitalia.it) ai clienti della rete d'impresa, al momento dell'acquisto verrà ricaricato il proprio credito relativo al pagamento dei parcheggi blu del Comune di Ciampino. Il servizio permette di razionalizzare il tempo, evitando lunghe code e quindi spreco di tempo e di rendere ancora più economica la spesa;
- **RETE PUBBLICA WIFI METROPOLITANA (ex Provincia Wi Fi)** - Diffusione e intensificazione della rete Wi-Fi pubblica
- **PROLOCO CIAMPINO** – realizzazione di attività che consentano la valorizzazione, la gestione e la realizzazione di contenuti informativi turistico culturali specifiche delle aree in cui le Reti di impresa si sviluppano
- **MINISTERO DELL'INTERNO** – per rafforzare il livello di sicurezza e di protezione dei cittadini e delle imprese, il ministero consente di effettuare tramite software il controllo e l'intervento da parte delle centrali operative del pronto intervento dei Carabinieri e della Polizia di Stato (112-113) in situazioni di pericolo e di criminalità nelle aree in cui le Reti di impresa si sviluppano.

Le macroaree di intervento previste

6.1 - Macro area 1. Interventi di manutenzione, arredo dell'ambiente urbano e sicurezza

Progetto "Street Art"

La street art per definizione è un'arte inclusiva, accessibile a tutti e capace di dialogare con la comunità. Si presta dunque per essere realizzata **in modalità partecipata** coinvolgendo i passanti, gli abitanti del quartiere, gli studenti, che danno il loro supporto o nella fase progettuale o spesso nella fase pratica di realizzazione dell'opera. Si tratta di **interventi di grande impatto visivo** che hanno l'obiettivo di **vitalizzare e valorizzare vie, quartieri o edifici anonimi** e al tempo stesso migliorare la vita di chi li vive facendoli **sentire protagonisti**.

Il progetto vuole far portare "allo scoperto" la pratica artistica contemporanea ed in particolare l'arte urbana, come arte di frontiera, ponendola a stretto contatto con il territorio al fine di stimolare un processo di interazione e contaminazione reciproca.

La Rete attraverso l'**obiettivo principale di "Street Art"** vuole sostenere l'ideazione e la creazione di opere di street art dando ad esse la possibilità di occupare numerosi spazi della città di Ciampino. Il progetto punta a mettere **in contatto alcune zone della città, contraddistinte da contesti sociali e territoriali delicati, con la realtà creativa contemporanea portando quest'ultime alla ribalta del palinsesto delle offerte artistiche e performative promosse dalla Rete**.

Accanto alla **concreta riqualificazione fisica delle zone che verranno coinvolte nel progetto**, "Street Art" promuove la diffusione della cultura della Sostenibilità attraverso l'arte. Infatti i quartieri della città scelti per ospitare le nuove opere di giovani street artists si trasformeranno in vettori di "Educazione, sensibilizzazione, comunicazione" che rappresenta una delle dimensioni chiave per l'effettivo raggiungimento degli obiettivi della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile "SNSvS"; la "cultura della sostenibilità", da promuovere a tutti i livelli (impresa, società civile, istituzioni, ricerca) e in tutte le sedi educative - in un'ottica di *lifelong learning* - è essenziale, difatti, per innescare la trasformazione del modello di sviluppo attuale, nonché per la diffusione di conoscenze, competenze, stili di vita e modelli virtuosi di produzione e consumo sostenibili andando ciascuno a visualizzare i relativi temi di fondamentale importanza per il futuro dell'uomo.

Attraverso una serie di strategie di **coinvolgimento attivo che comprendono incontri con gli artisti, dibattiti aperti, performances combinate e mostre di fotografia delle varie fasi del progetto**, si punta a stimolare un'attenzione ed un sentimento di interesse e di cura nei confronti dei luoghi in primis e delle tematiche generali vicine alla Sostenibilità che lo stesso territorio presenta.

"Street Art" vuole essere un progetto concreto, primo passo verso **una buona pratica con un alto grado di scalabilità** che possa essere nuovamente promossa sul territorio in forme sempre nuove e aggiornate; che possa essere capace di ergere la discussione a comune intento; che possa infine **allargare i limiti di un evento fino a raggiungere il concetto di esperienza duratura e condivisa del proprio paesaggio**.

Tutti i cittadini devono avere la possibilità di scegliere un modo diverso di vivere la propria realtà all'interno del proprio territorio e **hanno il diritto e il dovere di partecipare alla discussione sulle necessità impellenti dell'epoca contemporanea** apportando il proprio contributo attraverso aspettative, idee e punti di vista per contribuire alla trasformazione della quale vogliamo essere partecipi.

"Street Art" punta a rendere i muri di Ciampino **un museo a cielo aperto**, ma anche e soprattutto **le ambasciatrici di un cambiamento possibile**.

Opere di questo tipo realizzano un grande impatto sulla scena urbana, veicolano contenuti e messaggi importanti, rimarcano a vario titolo le identità locali e consegnano al pubblico, residenti e passanti, una grande prova di implementazione della bellezza di dimensioni e di qualità pregevoli per mano di giovani e a volte giovanissimi street artisti. La nota tuttavia è da centrare sul coinvolgimento dei gruppi territoriali, di frequente focalizzati addirittura in perimetri ampi quanto una frazione di quartiere o un parco, così che l'opera possa incidere concretamente su un numero contabile di destinatari.

Il progetto "Street art" avrà inizio coinvolgendo una decina di artisti di street art del nostro territorio (fra i 15 ed i 40 anni) appassionati a queste espressioni artistiche. Questa fase sarà determinante per il ruolo di "attivatori sociali" che il gruppo avrà con i coetanei e per rendere i ragazzi stessi protagonisti di tutto il progetto. Il gruppo verrà infatti accompagnato all'ideazione, organizzazione, comunicazione e realizzazione di un grande evento a risonanza regionale che intreccia le loro passioni.

Con questo evento la Rete mira alla:

- Diffusione della street art e delle espressioni culturali giovanili fra preadolescenti ed adolescenti;

- Creazione di buone opportunità di socializzazione, di lotta alla sedentarietà e di prevenzione del disagio giovanile;
- Attivazione e valorizzazione di un gruppo di giovani del territorio, protagonisti in tutte le fasi del progetto;
- Realizzazione di un evento finale (jam), a risonanza regionale, dove i ragazzi possono confrontarsi con i coetanei provenienti da altre regioni e paesi. L'evento vuole quindi essere occasione di scambio giovanile (youth exchange).
- Abbattimento del pregiudizio delle amministrazioni e della cittadinanza verso queste pratiche e favorire così un costruttivo dialogo intergenerazione;
- Attivazione di una collaborazione tra writers e comuni, individuando zone cittadine "adatte" ("hall of fame) a far sì che i writers abbiano a disposizione spazi dove praticare forme di writing libero, ponendo regole condivise di rispetto del decoro ed individuando dei "responsabili".

Macro area 1. Interventi di manutenzione, arredo dell'ambiente urbano e sicurezza	
Progetto "Street Art"	
✓ Rimozione intonaco esistenze e formazione nuovo intonaco pronto per la pittura:	€ 5.000,00
✓ Materiale informativo/pubblicitario: schede di iscrizione ai corsi, schede di raccolta idee, locandine, etc.	€ 500,00
✓ Materiale per la pulizia : l'acquisto di cellophane x non sporcare in terra, spazzole e spatole per la pulizia del muro, guanti monouso, mascherine monouso, eventuale lavoro di giardinaggio...:	€ 500,00
✓ Materiale spray e tappini erogatori :	€ 3.500,00
✓ Vernici per l'imbiancatura del muro, con due mani di vernice per l'esterno (anche colorato, non solo bianco) ed eventuale aggrappante :	€ 1.000,00
✓ Materiale di consumo, ovvero pennelli rulli, secchi, etc...	€ 300,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 10.800,00

6.2 - Macro area 2. Azioni complementari alle politiche di mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale, nonché dirette al miglioramento dell'accessibilità all'area su cui insiste la Rete e alla fruizione degli spazi pubblici interessati

Al fine di migliorare l'accesso al centro della Città e per fare in modo di ovviare allo spinoso argomento dei parcheggi la rete di imprese, vuole iniziare il servizio "CiampinoGo" che consente di prenotare una Ami Citroën che è una piccola automobile completamente elettrica, omologata come quadriciclo leggero: questo significa che lo si può guidare con patente AM (quella dei motorini, per intenderci) anche a partire dai 14 anni.

Ha dimensioni molto contenute: 2,41 metri di lunghezza e 1,36 di larghezza (con i retrovisori chiusi), il che la rende molto facile da parcheggiare.

Ami ha un interno chiuso, con impianto di riscaldamento, dove due persone possono sedere facilmente fianco a fianco. Davanti al passeggero è presente uno spazio di 63 litri che può ospitare un bagaglio a mano. La batteria si ricarica con un voltaggio di 220 V in tre ore ed ha una autonomia di 75 km: per dare un'idea, circa come per andare in auto da Milano a Piacenza. Il cambio è automatico. Ha una potenza di 6 kw. La velocità massima è di 45 km/h. Si potrà sfruttare un'app e un voucher per il noleggio. Le tariffe variano a seconda dell'utilizzo: la sottoscrizione annuale una tantum costa 19,99, poi si può scegliere tra l'abbonamento preparato e il pay-per-use.

Il preparato costa 19,99 euro al mese e garantisce due ore di mobilità al mese, quello pay-per-use non ha costo fisso mensile ma una tariffa di 0,29 euro al minuto. Per entrambe le soluzioni il costo massimo giornaliero è fissato a 43,50 euro, con la possibilità di tenere l'auto per un totale di 24 ore dall'inizio del noleggio. Una volta acquistato il voucher, lo si potrà poi convertire sul sito di Ciampino va in Rete e iniziare a prenotare le vetture.

E' un servizio pensato per collegare i parcheggi più vicini al centro con un tempo di percorrenza e, quindi di frequenza, di 7/10 minuti.

Il servizio di gestione sarà a cura delle rete di imprese.

Questa fase di progetto ha lo scopo di incentivare la mobilità urbana ecosostenibile, attraverso la promozione di tecnologie innovative e l'implementazione di un cambiamento significativo nello stile di vita dei cittadini, invitandoli a limitare l'utilizzo delle auto a favore dei mezzi elettrici.

Gli OBIETTIVI che intendiamo perseguire sono i seguenti:

- Riduzione tempi di percorrenza e dei costi di trasporto;
- Riduzione al minimo del rischio di inquinamento causato dai sistemi di trasporto;
- Sostegno allo sviluppo sostenibile dei sistemi di trasporto;

➤ Più facile accesso ai servizi di informazione e lo sviluppo attrattivo della zona del centro.

L'utilizzo dell'auto elettrica, garantirà la diffusione di veicoli "puliti" a basso consumo energetico per il trasporto di passeggeri. Veicoli più puliti diminuiranno l'inquinamento dell'aria a livello locale e le emissioni di gas a effetto serra, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei cittadini

Le auto saranno personalizzate da messaggi promozionali e pubblicitari relativi al fine di rendere quanto più possibile attuabile la sostenibilità economica della Rete di Imprese.

STAZIONI DI RICARICA SMARTPHONE AD ENERGIA SOLARE

Al fine di sensibilizzare alla sostenibilità energetica la cittadinanza verranno installate sei stazioni di ricarica smartphone ad energia solare innovative e socialmente responsabili.

La stazione di ricarica di cellulari e powerbank è in legno ed è prodotta in Italia da artigiani falegnami che ne permettono la personalizzazione del logo e del colore.

Durante la ricarica i dispositivi possono essere custoditi, al sicuro dal loro surriscaldamento, nell'apposito box di ricarica sul retro della stazione dotato di chiavi di sicurezza.

La colonnina di ricarica solare per smartphone e powerbank, completamente indipendente dalla rete elettrica e personalizzabile nel logo e nel colore, si compone di :

Pannello Solare con 16W di potenza con percentuale di ricarica sino ad 1% al minuto a pieno sole

PowerBank in legno inclusa nel prezzo per poter accumulare l'energia solare e renderla disponibile ai clienti anche al tavolo, all'ombrellone o al lettino come servizio di cortesia o a pagamento sul conto

Dimensioni ridotte (66X24cm) e design accattivante per integrarsi perfettamente in qualsiasi contesto, indoor o outdoor per posizionare il pannello dove si preferisce spostandolo con estrema facilità

Cavo di ricarica 3 in

2 Box posteriori porta cellulare per limitare il surriscaldamento durante la ricarica. Ciascun box ha una serratura per custodire gli apparati durante la ricarica portando via con se la chiave di sicurezza

1 Box frontale porta batteria di accumulo (SunPowered Station) per avere energia pulita 24h su 24 anche dove non c'è corrente elettrica.

Il box ha una serratura di sicurezza con chiave

Solo **1.9kg di peso**, escluso il totem

Ricarica Smart che evita sovratensioni per gli apparati collegati

Efficienza di conversione dell'energia solare del 24%

Progetto di arredo urbano "Belverde"

Il progetto della Rete prevede la riqualificazione dei giardini della piazza della Pace. La città di Ciampino ha un'architettura a raggiera, dove il centro è questa piazza con la chiesa, da cui si irradiano le strade.

Attraverso la dotazione di nuovo arredo urbano si mira al potenziamento ed al miglioramento dell'offerta fruitiva, si garantisce l'abbattimento delle barriere architettoniche e si migliora la qualità estetica dei giardini al centro della piazza al fine di farne un punto panoramico. Detti interventi serviranno a rafforzare il concetto di sosta al fine di supportare un turismo lento ed attento ai percorsi paesaggistici.

ELENCO INTERVENTI:

Dotazione di:

- N 4 nuove panchine in ferro e legno;
- N 3 nuovi cestini porta rifiuti
- N 1 rastrelliera per bici;
- N 2 corpi illuminanti da incasso e arredo urbano;
- Realizzazione rampa per i disabili con relativa ringhiera con pendenza inferiore all'8 %.

Macro area 2. Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale	
Macchine elettriche	
Stazioni di ricarica smartphone	
N. 2 AMI Citroen	€ 15.400,00
N6. Stazioni di ricarica smartphone	€ 2.394,00
Istallazione stazioni	€ 700,00
- N 4 nuove panchine in ferro e legno;	€ 1.400,00
- N 3 nuovi cestini porta rifiuti	€ 1.050,00
- N 1 rastrelliera per bici;	€ 500,00
- N 2 corpi illuminanti da incasso e arredo urbano;	€ 500,00
Realizzazione rampa per i disabili con relativa ringhiera con pendenza inferiore all'8 %.	€ 2.500,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 24.444,00

6.3 - Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di formazione, promozionali e di valorizzazione delle eccellenze.

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 l'azienda municipalizzata 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.

Si vuole prevedere una cartellonistica utile agli automobilisti per raggiungere i parcheggi, sia quelli strutturati e di dimensioni maggiori, sia quelli di dimensioni minori ed in oltre si prevede una segnaletica che indichi l'itinerario pedonale da percorrere per raggiungere il centro. Studio grafico e installazione di elementi di segnaletica specifica e personalizzata che segnalano l'ingresso all'area interessata dalla Rete d'Impresa.

Realizzare delle segnalazioni della attività in prossimità degli ingressi delle vie commerciali, in particolare delle vie secondarie dell'area con degli **elementi cumulativi**, che favoriscono l'identificazione dei commercianti in un progetto unitario. Questi costituiscono elementi di arredo che promuovono e valorizzano le imprese in Rete contribuendo al decoro urbano.

IMPIANTI DI SEGNALETICA TURISTICA

La segnaletica turistica interattiva, dotata di Qr Code, guida il visitatore alla scoperta del Comune, fornisce indicazioni per raggiungere i siti di maggiore interesse e ne permette l'approfondimento grazie ai contenuti multimediali. Molto semplice ed intuitiva, è allo stesso tempo accurata nelle informazioni. Un vero e proprio punto di riferimento importante nella conoscenza della storia del Comune o di un particolare sito di interesse.

La segnaletica turistica sarà integrata con:

- 1) Proposte di itinerari per agevolare il traffico di turisti;
- 2) Mappa del territorio con siti d'interesse geolocalizzati;

- 3) Contenuti informativi e interattivi in doppia lingua;
- 4) Virtual Tour 360° con audioguida professionale

Le principali caratteristiche tecniche:

- Design ritenuto idoneo dalla Soprintendenza ad essere installato all'interno del Centro Storico
- Gli impianti sono realizzati in ferro con zincatura elettrostatica protettiva antigraffio
- Gli impianti sono verniciati con polveri epossidiche resistenti agli agenti atmosferici
- Stampa su vinile polimerico laminato con protezione UV 80% e durata pluriennale garantita

Gli impianti di segnaletica turistica sono suddivisi nelle seguenti tipologie:

- 1) Impianti di Benvenuto o di informazione generale

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (200*100 cm) dotato di mappa del territorio, QR Code e descrizioni sintetiche in 2 lingue (italiano e inglese) per segnalare e mettere in risalto i siti di maggiore interesse, generalmente corredati dalla loro posizione geografica. Verranno installati nelle principali piazze del Comune.

- 2) Impianti di identificazione del Monumento

Impianto per evidenza dei singoli attrattori turistici con pannello in forex (pannello 55*80 cm) con spiegazione in doppia lingua e QR Ccode. Struttura ad arco in ferro (tubolare di diametro 60mm) zincato, verniciato color grigio micaceo con sfera in acciaio.

- 3) Targa di identità Territoriale – 40*60cm

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (40*60 cm) per l'evidenza delle informazioni del singolo monumento.

- 4) Impianti di Benvenuto/arrivederci

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (150*100 cm) per l'accoglienza del turista.

Il pannello è bifacciale e riporta la dicitura BENVENUTI /ARRIVEDERCI. Questo tipo di impianto può sostituire l'impianto di Benvenuto (Scheda tecnica A). Abbiamo pensato di collocarli ai 4 ingressi al Comune, per identificare il territorio.

- 5) Maxi scritta in Polistirene

Scritta con MAXI LETTERE – altezza lettere 60 cm, spessore 20 cm. La scritta è in polistirene espanso resinato (polistirolo ad alta densità).

La scritta sarà colorata in due colori

Le singole lettere presentano una staffa e perni in metallo per l'ancoraggio al terreno.

I PANNELLI REALIZZATI SARANNO TRADOTTI ANCHE IN BRAILLE.

Logo e grafica

Realizzazione di un **logo** e di una **linea grafica coordinata che favorisca la divulgazione** dell'immagine unitaria della Rete d'impresa e che caratterizzi l'utilizzo di elementi decorativi e iconografie specifiche.

Brochure turistico-promozionale

Brochure f.to A5, Aperto A4, carta 170gr, autocopertinato, spillato al centro, 20 pagine. Le copie saranno destinate all'Amministrazione del Comune, alla Pro loco e agli Info Point.

La brochure è dotata di QrCode interattivo. Le aziende hanno diritto ad un banner promozionale con Coupon per offerte e sconti riservati. Saranno messi in evidenza gli Itinerari, il Calendario degli eventi e feste, per richiamare il ritorno dei turisti, l'enogastronomia e i prodotti tipici.

La distribuzione del materiale promozionale coinvolgerà anche le strutture e gli organi non appartenenti alla Rete, come il PIT o la Pro Loco.

Vetrofanie

Vetrofania con logo della Rete, della Regione Lazio e delle strade del Commercio.

FESTA DELA BIRRA DI CIAMPINO

Un evento non rappresenta solo un'occasione di spettacolo e di intrattenimento per il pubblico ma è anche uno strumento con cui generare ricadute economiche positive attraverso la spesa attivata dai visitatori e dagli organizzatori che, a seconda della portata dell'iniziativa e del livello territoriale, può sostenere il tessuto economico locale e, nel caso dei grandi eventi, anche la crescita e lo sviluppo economico di un territorio più ampio.

Può inoltre favorire l'attrazione di investimenti, la crescita e la promozione socio-culturale, la valorizzazione territoriale e lo sviluppo turistico, la conoscenza e la promozione dell'immagine di un territorio.

Un evento può generare quindi impatti di natura economica, socio-culturale, ambientale, di marketing e politico (riferiti cioè alla consapevolezza e al senso di appartenenza e di orgoglio della comunità).

Con queste premesse la Rete vuole sviluppare la domanda turistica e la diffusione dei prodotti tipici e degli eventi fieristici sul territorio di Ciampino mediante la creazione Festa della Birra Artigianale di Ciampino.

La Festa della Birra Artigianale di Ciampino sarà un esclusivo appuntamento con tutto ciò che concerne la produzione di birra artigianale, seguendone la filiera, dalle materie prime alla mescita, dalla promozione alla vendita.

Ospiterà i numerosi birrifici artigianali che sono stati creati sul territorio di Ciampino nonché gastronomie d'eccellenza e vuole essere un momento non solo di promozione di questi produttori ma anche di diffusione di informazioni, di una conoscenza più approfondita sulla birra, grazie anche ad un ricco programma che prevede degustazioni, abbinamenti con il cibo, dimostrazioni pratiche di produzione.

Ma il progetto avrà anche l'obiettivo di avvicinare i consumatori, o i semplici avventori del mercato, a puntuali visite conoscitive guidate, proprio presso le aziende produttrici locali, per far conoscere a tutti il processo produttivo di tutti i prodotti di ogni singola azienda a conduzioni familiari o aderenti a organizzazione.

Particolare attenzione verrà data alla pianificazione degli obiettivi, alla prenotazione di eventuali complementi d'arredo, al sistema di registrazione presenze, alla preparazione dei gadget ed il report dell'evento.

Parte integrante della missione della Rete è creare sviluppo e vuole agire affinché la sua attività generi una ricaduta positiva sul territorio, direttamente e indirettamente, alimentando sia il mercato del lavoro legato alle specifiche competenze del settore fieristico sia l'indotto.

La Rete dedicherà impegno e riserverà risorse alla crescita del tessuto socio-economico in cui opera e al benessere della collettività di cui è espressione attraverso una costante opera di consolidamento, sostenuta dall'innovazione e proiettata verso l'internazionalizzazione.

Con questa iniziativa la Rete punta a costruire dialogo e valore coinvolgendo gli stakeholder economici e culturali del territorio in una innovativa e fruttuosa strategia di valorizzazione dello stesso, di cui fanno parte anche attività e iniziative slegate dalle logiche espositive e gestite al di fuori del territorio di Ciampino.

Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze	
N. 4 - Impianti di Benvenuto o di informazione generale	€ 2.800,00
n° 6 - Impianti di identificazione del Monumento	€ 2.700,00
N. 4 - Targa di identità Territoriale – 40*60cm	€ 1.200,00
N. 4 - Impianti di Benvenuto/arrivederci	€ 4.800,00
Maxi scritta in Polistirene "Ciampino"	€ 3.200,00
Logo e grafica	€ 2.500,00
Brochure turistico-promozionale	€ 2.200,00
FESTA DELA BIRRA DI CIAMPINO	€ 5.000,00
Vetrofanie con Logo della Rete, della Regione e	€ 1.000,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 25.400,00

6.4 - Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini

Fidelity Card

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'azione è destinata sia alla fidelizzazione del cliente, che all'ampliamento della clientela attraverso delle fidelity Card personalizzate in quadricomia. Con queste fidelity Card, il cliente al momento dell'acquisto accumula "punti" che può riscattare nel circuito, risparmiando, così denaro sui suoi acquisto successivi.

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:

- La fidelity Card consente di accumulare "punti" spendibili in tutti i negozi del circuito dando la possibilità di avere un abbattimento dei costi al momento dell'acquisto
- Promozione di azioni stagionali;
- Fidelizzazione grazie ad acquisti a condizioni di favore;
- Servizi al cittadino;
- Coinvolgimento dei cittadini allo sviluppo della Rete d'impresa.

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.

L'obiettivo è quello di creare e diffondere le attività della rete di imprese e di cercare di raccontarne tutti i suoi aspetti culturali e di vita quotidiana.

PORTALE DI DESTINAZIONE TURISTICA

Oggi i nuovi media digitali ci potrebbero permettere senza grande fatica di **proporre le attrattive e i servizi del nostro territorio** presentandoli anche al di sopra delle reali potenzialità, ma non sarebbe questa la strada giusta per conquistare e fidelizzare il nostro target di clientela.

Per questo è importante che un **portale di destinazione** sia la trasposizione online di quello che il turista si troverà di fronte nella realtà dei fatti quando sarà in loco sul territorio. E per fare questo è fondamentale che prima di arrivare alla costruzione di un portale di destinazione degno di questo nome ci sia stato alla base un lavoro di preparazione, in grado di creare e consolidare nel tempo una **rete territoriale** che coinvolga tutti gli stakeholder nella costruzione di un **prodotto turistico integrato** e organizzato.

La destinazione oggi è un prodotto e come ogni prodotto che deve essere promosso e venduto, non può prescindere dall'averne una presenza in rete.

Nel caso del turismo poi, si rileva come proprio questo settore da solo, muova quasi la metà dell'intero e-commerce.

La vendita e la promozione online di prodotti e servizi turistici è in costante aumento, non è una novità, il turismo rappresenta oggi uno dei settori più orientati al digitale, con una crescita doppia rispetto agli altri settori e con una progressione in notevole crescita prevista almeno per i prossimi 20 anni.

Per quanto riguarda il turismo digitale, i dati diffusi dall'**Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo**, indicano che il mercato dei viaggi in Italia è in ripresa, in particolare grazie al turismo digitale. Ecco alcuni numeri che rafforzano ulteriormente questo dato ed indicano quali sono i comportamenti abituali del turista digitale:

- 86% **usa almeno una app durante il viaggio** creando nuove opportunità di engagement
- 86% utilizza la rete per **prenotare**
- 83% utilizza la rete per **cercare informazioni**
- 36% utilizza la rete per **scrivere una recensione**
- 33% **condivide l'esperienza online** alla fine del viaggio

Oggi chi viaggia dispone di una quantità enorme di informazioni direttamente sul proprio smartphone, attraverso cui è in grado di pianificare e organizzare in modo dettagliato il proprio viaggio. Ecco perché nello scenario attuale, **un territorio che voglia proporsi come una destinazione turistica non può prescindere dal diventare essa stessa un prodotto turistico**, trovare la sua identità e promuoversi attraverso un brand ed una presenza online efficace e dotata di tutti i crismi per rispondere alle esigenze del turismo digitale.

Il **portale di destinazione turistica** è lo strumento preposto a fare questo, una porta d'ingresso attraverso cui il visitatore può andare alla scoperta dell'**offerta turistica** del territorio e delle sue attrattive, guidato da contenuti interessanti e ben costruiti.

Finalità dei portali di destinazione turistica

Un portale di destinazione dovrebbe avere due principali funzioni:

1. informare e "convincere" il potenziale visitatore
2. agire come strumento di marketing territoriale

Attraverso il **portale di destinazione** il turista dovrebbe essere supportato e guidato verso la sua scelta di viaggio, ottenere un'informazione completa sulle **attrattive**, gli **eventi**, le **offerte** degli operatori e le **esperienze** che è possibile fare in loco, pronti a guidarlo con strumenti semplici che lo conducano con pochi clic al termine del processo di prenotazione. Il portale deve essere anche un mezzo attraverso cui fidelizzare il turista anche dopo il viaggio, un mezzo per rafforzare l'immagine e il **brand della destinazione**, uno strumento per mettere in atto azioni di **marketing territoriale**, per supportare gli operatori turistici nella promozione delle loro offerte, in grado di posizionare e vendere la destinazione sul mercato.

La check list con le caratteristiche del portale di destinazione

Il portale dovrà:

- essere in grado di raggiungere il maggior numero di clienti potenziali e per fare ciò condizione essenziale che sia realizzato in modalità responsive: un portale di destinazione deve essere pensato per essere fruito prima di tutto da dispositivi mobile, cioè da smartphone, con contenuti chiari, leggeri e facilmente accessibili.
- essere completo di informazioni, ricco di contenuti relativi alle attrattive del territorio, ai prodotti e alle offerte, per indurre alla prenotazione.
- essere sempre aggiornato con novità ed eventi che si svolgono sul territorio.

- stabilire un contatto/dialogo con il potenziale visitatore, attraverso strumenti quali RSS (Really Simple Syndication), newsletter, blog, wiki etc.
- prevedere un alto livello di qualità dei contenuti e l'utilizzo delle nuove tecniche di marketing territoriale come lo storytelling, una modalità che utilizza uno stile di narrazione coinvolgente per raccontare il territorio.
- gestire il social networking ed integrare contenuti propri e contenuti generati dagli utenti grazie alla condivisione dei contenuti di Instagram, Facebook, TripAdvisor: gli user-generated content vengono percepiti come reali e naturali, interessanti e coinvolgenti, in grado di ispirare altri utenti.
- incentivare e facilitare la prenotazione e la vendita diretta o indiretta del prodotto turistico.
- prevedere un'offerta ampia, ben costruita e targettizzata.
- coinvolgere il maggior numero di operatori turistici locali, affinché collaborino a creare e diffondere il prodotto turistico.
- coinvolgere e responsabilizzare il territorio nella produzione di contenuti aggiornati e di valore.
- garantire la distribuzione dell'informazione a visitatori e turisti.
- generare report periodici sui risultati ottenuti.

Verrà creato un sito Web della rete d'Impresa a vantaggio delle attività commerciali che la costituiscono attrarre nuovi consumatori.

Anche la scelta di sviluppare siti di E-commerce singoli per ogni azienda facente parte della Rete d'impresa "Ciampino va in rete" 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.

Governance e Manager di rete

Costituzione della Rete

In caso di ottenimento del finanziamento regionale, coloro che hanno sottoscritto l'impegno alla costituzione della rete 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 **Manager di Rete Dott.ssa Cristina Blasi**.

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.

Il Manager di Rete

Il **Manager di Rete**, 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.

Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini	
Fidelity Card	€ 5.000,00
PORTALE DI DESTINAZIONE TURISTICA	€ 21.356,00
Costituzione della Rete	€ 3.000,00
Manager di rete	€ 10.000,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 39.356,00

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 "Ciampino va in rete" ha rappresentato, dunque, un passaggio fondamentale per lo sviluppo territoriale, ed è stato impostato sulla seguente logica:

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

La Rete ha scelto di optare per un accordo di supporto tecnico ed operativo con il Manager di Rete Dott.ssa Cristina Blasi. Il Manager di Rete 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.

7. Sintesi del quadro finanziario

Sintesi del quadro Finanziario	
Macroarea 1 Interventi di manutenzione e Arredo dell'Ambiente urbano	€. 10.800,00
Macro area 2. Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale	€. 24.444,00
Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze	€.29.400,00
Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini	€. 39.356,000
TOTALE PROGRAMMA DI RETE	€.100.000,00

Costo complessivo del progetto di Rete: **euro 100.000,00.**

Finanziamento richiesto alla Regione Lazio in riferimento al bando Avviso pubblico per il finanziamento dei programmi relativi alle "Reti di Imprese tra Attività Economiche". DGR n. 68 del 22/02/2022. Approvazione delle disposizioni attuative dell'art. 94 della Legge regionale 6 novembre 2019 n. 22 "Testo unico del commercio", relative alle forme aggregative tra imprese commerciali – Reti di Imprese.: **euro 100.000,00.**

8. Monitoraggio

8.1 Obiettivi del Monitoraggio

Il Programma della Rete d'impresa è per sua natura un programma complesso in continua evoluzione, che necessita di un costante 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.

È 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 (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 manager di Rete dovrà assicurare una revisione continua degli obiettivi conoscitivi del programma, ovvero, garantirà nel corso dell'attuazione dello stesso, una serie di analisi finalizzate ad una valutazione dei risultati, allo scopo di verificare 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, l'attività riguardante il monitoraggio si concentrerà sui risultati attesi, inattesi, tangibili e intangibili che la Rete 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 di 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 di 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.

8.2. *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

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).

8.3. 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 manager di rete sottoporrà alla Rete e all'amministrazione pubblica.

8.4. 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. L'attività di monitoraggio sarà svolta in relazione a due aspetti prioritari:

- stato di avanzamento degli interventi per i quali è stata presentata la candidatura al bando regionale e la richiesta di contributo;
- stato di avanzamento degli interventi per i quali non è stato chiesto il finanziamento, pur essendo stati inseriti nel programma di Rete.

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.

8.5. *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 micro attività, le macro attività 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.

9. 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).

10. 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 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 MANAGER DI RETE;
- 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 Gantt 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".

"Ciampino va in rete"

CRONOPROGRAMMA															
Macroarea 1 Interventi di manutenzione e Arredo dell'Ambiente urbano															
	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione				In fieri				In fieri					Ex post		

CRONOPROGRAMMA															
Macro area 2. Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale															
	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	I	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione				In fieri				In fieri					Ex post		

CRONOPROGRAMMA**Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Ideazione (programma eventi e linea grafica)															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Sviluppo piano di comunicazione															
Monitoraggio															
Valutazione	Ex ante					In fieri			In fieri				ex post		

CRONOPROGRAMMA**Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione															

“Ciampino va in rete”