

IL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI MALNATE



RELAZIONE ILLUSTRATIVA

PREMESSA	3
IL CONTESTO DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO	8
I FATTORI DI ATTRAZIONE	20
LA DOMANDA	26
IL SISTEMA DI OFFERTA	30
LA SWOT ANALYSIS	40
POSIZIONAMENTO E LINEE STRATEGICHE	43

PREMESSA



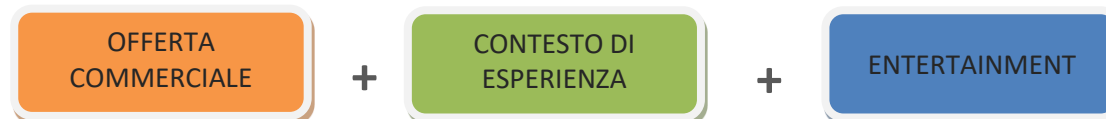
COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DELLA CITTA' E RUOLO DEL DISTRETTO

- Nel nostro Paese - come più in generale in Europa - lo sviluppo urbano e quello commerciale hanno registrato percorsi sempre più divergenti, facendo progressivamente venir meno quella sintesi naturale che per tanti secoli aveva caratterizzato le città. Con qualche eccezione - vale a dire quella dei grandi magazzini che all'inizio del secolo scorso hanno trovato una loro collocazione all'interno della città, spesso in zone centrali - in Italia i punti vendita della distribuzione moderna si sono localizzati al di fuori dal contesto urbano.
- La crescita delle grandi superfici di vendita (ipermercati, grandi supermercati, grandi superfici specializzate) e dei centri commerciali al dettaglio avvenuto nel corso degli anni '80 e '90 ha, infatti, difficilmente trovato spazio all'interno della città. Uno sviluppo che è stato certamente favorito dal crescente utilizzo dell'auto nella mobilità privata e dalla espansione urbanistico-residenziale delle città in ambiti sempre più periferici. D'altro canto, la scelta localizzativa extraurbana ha rappresentato una buona soluzione sia per le imprese di distribuzione che ricercavano ampie aree a basso costo per poter impiantare le nuove forme distributive, sia per le Amministrazioni comunali e gli altri soggetti pubblici che erano chiamati a prendere decisioni su dove inserire nel territorio queste formule commerciali a "elevato consumo di spazio" per soddisfare la domanda di servizi distributivi dei consumatori/residenti.
- A partire dalla metà degli anni '90 si sono, tuttavia, registrate alcune importanti modificazioni che hanno influenzato lo scenario commerciale e le stesse modalità con cui competono le imprese distributive. A tale riguardo, basti richiamare alcune delle principali tendenze di fondo:
 - l'aumentata partecipazione femminile al mercato del lavoro;
 - la crescente multietnicità demografica e culturale;
 - la presenza di stili di vita molteplici e instabili;
 - l'esistenza di nuclei familiari di sempre minor dimensione,
 - il ruolo di Internet e dell'e-commerce.

COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DELLA CITTA' E RUOLO DEL DISTRETTO (segue)

- L'articolazione di questi cambiamenti economico-sociali e la loro dimensione hanno sviluppato una crescente frammentazione dei bisogni e dei consumi determinando significative modificazioni nel comportamento di acquisto delle persone. Ciò che si è venuto a prospettare è, così, uno scenario distributivo sempre più polarizzato su due principali alternative. Da un lato l'affermarsi di soluzioni orientate a fornire al consumatore un servizio commerciale veloce ed efficiente centrato sulla funzionalità (*procurement*); dall'altro l'affermarsi di uno stile di acquisto con contenuti più edonistici con forte enfasi ai "contenitori di offerta" (veri e propri meta-punti vendita) capaci di creare valore proponendosi come una gratificante *shopping experience*.
- Tali tendenze hanno spinto in misura crescente il settore commerciale verso una concorrenza tra "agglomerazioni di offerta" - una concorrenza che si sovrappone a quella tra forme distributive e tra punti vendita appartenenti a diverse insegne - in cui l'attrattiva dell'agglomerazione è riconducibile a un mix tra le caratteristiche dell'offerta commerciale, le caratteristiche del contesto in cui si articola l'esperienza di acquisto e le connessioni con le altre attività di entertainment.

Il "contenitore" come punto di riferimento per lo shopping
ATTRATTIVITÀ COME MIX



COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DELLA CITTA' E RUOLO DEL DISTRETTO (segue)

- Il ruolo dell'agglomerazione di offerta e questo nuovo concetto di attrattività come mix rappresentano così il nuovo terreno di sfida per il commercio urbano, costituendo nel contempo un'opportunità per ricreare quella sintesi tra lo sviluppo commerciale e quello della città venuto meno con lo sviluppo della grandi superfici extraurbane. In modo simile a quanto avviene per le forme distributive, anche le agglomerazioni di offerta si possono, infatti, caratterizzare per gli elementi del loro marketing mix. Questo marketing mix si sostanzia fisicamente nelle caratteristiche oggettive dell'agglomerazione che sono percepite dai potenziali acquirenti/frequentatori e che si traducono in una valutazione complessiva della sua capacità di attrazione. È proprio questo processo di valutazione che influenza in misura rilevante il comportamento del consumatore in termini sia di scelte di dove svolgere l'attività di shopping, sia di quali prodotti e marche acquistare.
- È da questo nuovo scenario competitivo che occorre partire per comprendere come il commercio urbano possa ricercare una strategia comune per competere con i poli di offerta extraurbani (Centri commerciali, Factory Outlet Centre). Le ragioni alla base del successo di queste polarità commerciali sono certamente riconducibili alle diverse formule di vendita con cui si sono identificate nel tempo e ai servizi commerciali e non che offrono, ma soprattutto alla presenza di una regia unitaria. Il gestore del centro svolge, infatti, una funzione di regia a favore di tutti i punti vendita che vi sono localizzati, una funzione che si articola nelle seguenti quattro attività principali: una pianificazione strategica, l'articolazione dell'offerta dei servizi, la fornitura di alcuni servizi comuni (parcheggi, pulizia, sicurezza) e la gestione delle attività di marketing. Grazie a questa gestione centralizzata il centro commerciale al dettaglio riesce a esprimere un posizionamento di mercato preciso e a comunicarlo, a definire un'offerta coerente e a fornire in modo efficiente e coordinato alle imprese che si localizzano al loro interno quei servizi di contesto in grado di migliorarla ulteriormente.
- Ormai da diversi anni anche in Europa, sulla scorta di quanto già avvenuto in altri contesti internazionali, si sono sviluppate iniziative che consentano alle agglomerazioni spontanee di offerta di poter meglio competere con i centri commerciali pianificati extraurbani e di soddisfare meglio le nuove tendenze di acquisto dei consumatori. Si tratta di iniziative di *Town Centre Management* (TCM) che, pur declinate in modo differente a secondo dei diversi contesti territoriali, sono finalizzate a costruire una regia e a fornire una gestione coordinata a tali agglomerazioni.

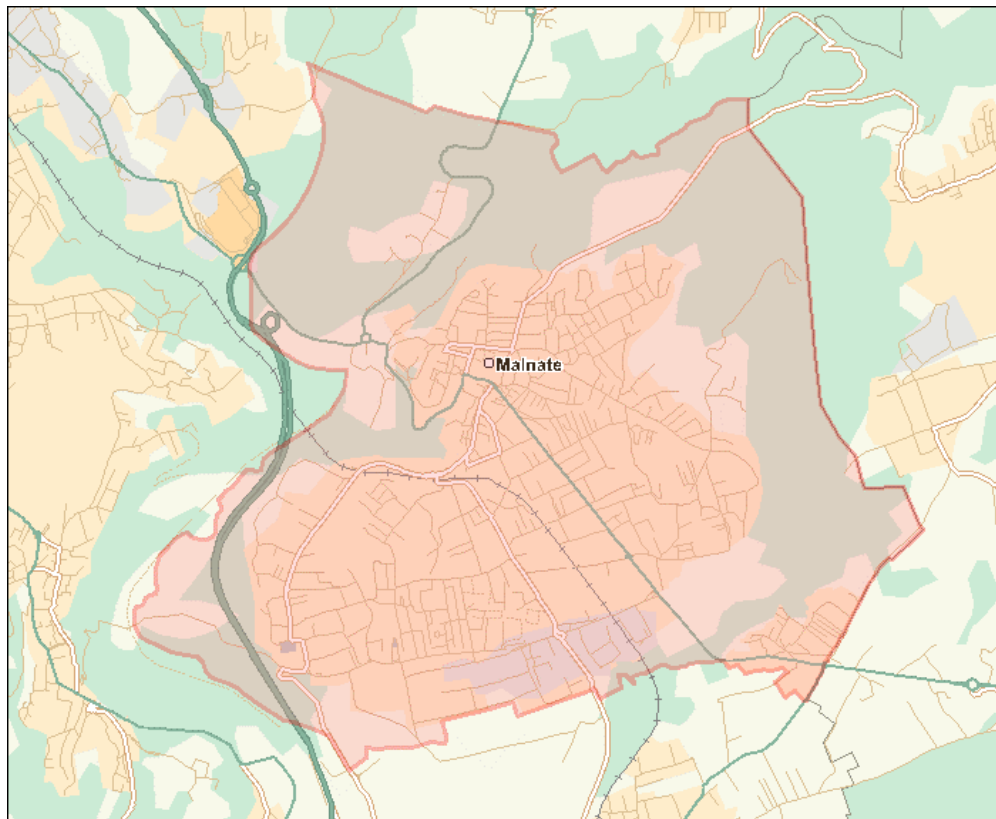
COMMERCIO URBANO, SVILUPPO DELLA CITTA' E RUOLO DEL DISTRETTO (segue)

- L'importanza che assumono queste iniziative non deve, però, essere vista soltanto in funzione della loro capacità di agire come meccanismo di valorizzazione e di promozione del commercio urbano, in quanto la loro valenza strategica sta proprio nel rappresentare uno strumento organizzativo capace di riconciliare lo sviluppo della città e quello del commercio.
- Proprio la comprensione dell'importanza strategica di questo strumento ha spinto la Regione Lombardia a promuovere lo sviluppo dei Distretti del Commercio attraverso l'attivazione di risorse economiche specifiche a disposizione del territorio lombardo, all'interno di una logica che vede lo stesso territorio investire direttamente sul commercio e sulla sua capacità attrattiva e la Regione contribuire in modo addizionale. A tale riguardo, la Regione Lombardia fornisce la seguente definizione di distretto: *“un Distretto del commercio è un'area con caratteristiche omogenee per le quali soggetti pubblici e privati propongono interventi di gestione integrata nell'interesse comune dello sviluppo sociale, culturale ed economico e della valorizzazione ambientale del contesto urbano e territoriale di riferimento”*.
- Tale definizione mette in evidenza due aspetti rilevanti che rappresentano anche i pilastri su cui poggia il progetto di Distretto Urbano del Commercio che successivamente viene sviluppato.
 - Il primo aspetto attiene alla consapevolezza dei soggetti promotori del Distretto che il commercio debba svolgere il ruolo di agente di integrazione dello sviluppo locale.
 - Il secondo aspetto, rimanda, invece, al metodo di lavoro che si è utilizzato nella predisposizione del progetto e che vuole rappresentare il modus operandi del Distretto, vale a dire la condivisione tra i soggetti promotori dell'iniziativa che “essere un distretto” - prima ancora di rappresentare un'entità logicamente e razionalmente definita - significa auto-riconoscere l'interdipendenza delle proprie azioni e operare per implementare soluzioni su obiettivi condivisi.

IL CONTESTO DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO



CARTA D'IDENTITÀ DEL DISTRETTO



Partner: Comune di Malnate, Confcommercio ASCOM Varese e Confesercenti Varese

Superficie territorio, Comune di Malnate:

9 kmq (355 m s.l.m.)

Popolazione, Comune di Malnate:

16.525 abitanti

Commercio al dettaglio nel Distretto:

Esercizi di vicinato: 77

Medie strutture di vendita: 6

Atri esercizi nel Distretto:

Pubblici esercizi/circoli: 47

Estetisti, Parrucchieri, Tatuatori: 39

Numero di imprese attive, Comune di Malnate:

TOTALE: 781

- Attività manifatturiere: 101
- Costruzioni: 181
- Servizi/Commercio: 334
- Altro: 165

IL TERRITORIO IN SINTESI

- Il comune di Malnate è localizzato nella zona est della provincia di Varese. Confina ad ovest con Varese, a est con la provincia di Como e si trova a circa 8 km dal confine con la Svizzera.
- Malnate è il nono comune della provincia di Varese per numero di abitanti, dista solo 8 km dal capoluogo ed è il primo paese che si incontra percorrendo la SS 342 Briantea in direzione Como. Oltre al nucleo principale il comune è costituito da diverse altre località: Folla, Rovera, Monte Morone, Baraggia, San Salvatore e Gurone.
- Malnate sorge nella Regione agraria n. 4 - Colline di Varese e il suo paesaggio è caratterizzato da due rilievi, il Monte Morone (498 m s.l.m.) e il Monte Casnione (492 m s.l.m.), e dalla valle del Lanza, che attraversa il territorio malnatese per buttarsi nell'Olona. Dal punto di vista altimetrico il territorio comunale va dai 282 m s.l.m. del fondovalle dei Mulini di Gurone ai 498 m s.l.m. della cima di Monte Morone.
- Il centro abitativo di Malnate, come Gurone, sorge sui terrazzi alluvionali delle sponde sinistre del torrente Lanza e del fiume Olona, nella zona in cui l'alta pianura entra nella collina, mentre i fondovalle del torrente Lanza e del fiume Olona hanno caratteristiche che li rendono non idonei ad essere abitati ma luoghi ideali per lo sviluppo di attività come i mulini e le "folle" (che danno il nome a tali zone).
- Il Comune di Malnate è capofila del Parco della Valle del Lanza, un'area protetta di interesse sovracomunale (PLIS) costituito nel 2002 e situato a ridosso del confine tra la Confederazione Elvetica e le provincie di Varese e Como. Oltre a Malnate (358 ettari) per la provincia di Varese troviamo nel PLIS anche il Comune di Veduggio (86 ettari) mentre per la provincia di Como appartengono al Parco i Comuni di Bizzarone (124 ettari), Solbiate con Cagno (190 ettari), Valmorea (111 ettari) e Rodero (195 ettari). Nel 2015 è stato istituito nel territorio del Parco il Monumento naturale Sistema naturalistico delle cave di Molera di Malnate e Cagno. Dal 1 gennaio 2020 il PLIS Valle del Lanza è gestito dal Parco regionale della Pineta di Appiano Gentile e Tradate.

IL TERRITORIO IN SINTESI (segue)

- Secondo il **Piano Territoriale Regionale della Regione Lombardia (PTR)** il territorio della Provincia di Varese è diviso in 5 Ambiti Territoriali Omogenei (ATO). Nello specifico il Distretto è inserito nell'**ATO Varese e valli fluviali**, che nel Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Varese (PTCP) viene così identificato nei suoi aspetti principali: l'indice di urbanizzazione dell'ambito (31,2%) è leggermente superiore all'indice provinciale (28,5%). Le criticità sono legate agli alti livelli di frammentazione insediativa, come nell'area di Varese, lungo le direttrici verso Milano e verso il Sempione. Nell'ATO sono presenti potenzialità connesse alla forte presenza di un tessuto produttivo maturo, e la necessità di azione deve essere definita con specifiche politiche di rigenerazione, rendendo la diminuzione di consumo di suolo effettiva e di portata significativa, contenendo la frammentazione del tessuto rurale e salvaguardando i residui varchi di connessione ambientale posti lungo le direttrici di conurbazione. Le previsioni di trasformazione devono quindi prioritariamente, essere orientate alla rigenerazione, salvaguardando la funzione delle aree libere con gli elementi di valore ambientale (Parco lombardo della Valle del Ticino, Parco Campo dei Fiori, Parco della Pineta di Appiano Gentile e Tradate, SIC, ZPS, PLIS, ecc.).



IL TERRITORIO IN SINTESI (segue)

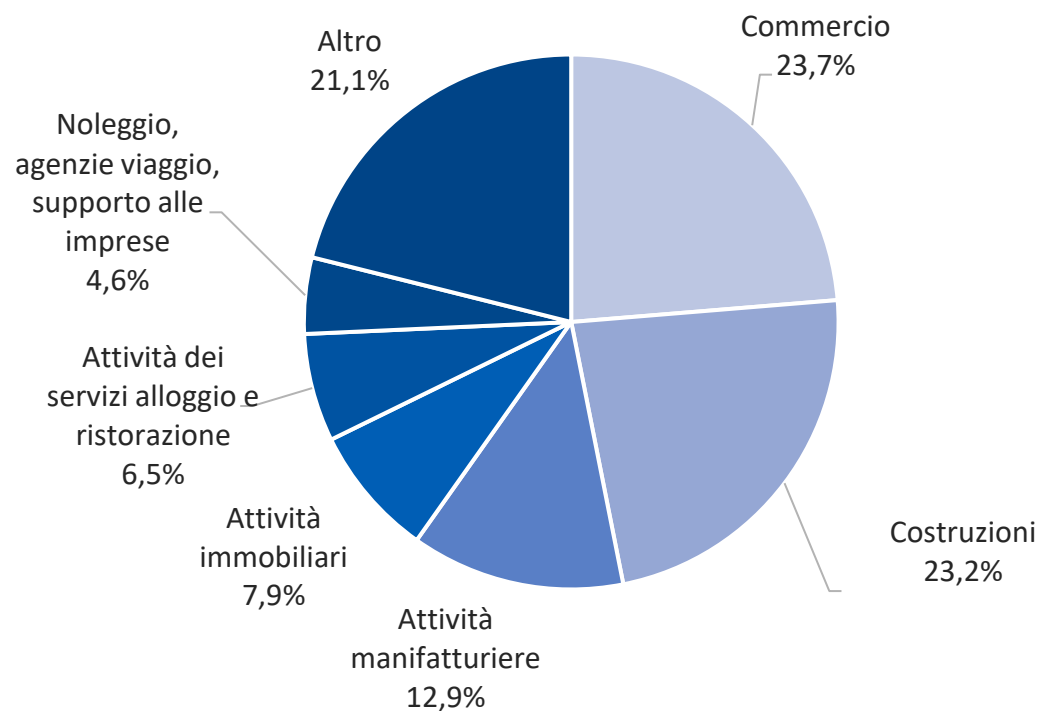
- L'elevato livello tecnologico e l'intensa attività innovativa che contraddistinguono il tessuto produttivo provinciale trovano conferma nella partecipazione di molti comuni sia ai metadistretti che ai cluster tecnologici. Il territorio del Distretto e le sue attività economiche sono coinvolti nel **Metadistretto dei Nuovi Materiali** che include i seguenti comuni: Besozzo, Bodio Lomnago, Brunello, Buguggiate, Castelseprio, Castiglione Olona, Castronno, Gavirate, Gerenzano, Gornate Olona, Ispra, Lonate Ceppino, **Malnate**, Marnate, Morazzone, Oggiona con Santo Stefano, Saronno, Tradate, Uboldo, Varano Borghi, Varese, Vedano Olona, Venegono Inferiore, Venegono Superiore.
- Dal punto di vista dei Cluster il Distretto è interessato da quello denominato "**Lombardia Aerospace Cluster**". Va, infatti, rilevato che il settore dell'industria aerospaziale in Lombardia vanta competenze e tecnologie sia nel comparto elicotteristico, sia aeronautico, sia dello spazio. Nel raggio di pochi chilometri si concentrano grandi, piccole e medie imprese altamente specializzate, che, dall'avionica ai materiali, dagli equipaggiamenti alla componentistica e fino ai servizi, sono in grado di produrre, dall'inizio alla fine, elicotteri, aerei e satelliti avanzati di ultima generazione, anche grazie alla continua collaborazione con Università e centri di ricerca.
- A livello turistico il Distretto è inserito nel **Sistema Turistico Locale (STL) Varese Land of Tourism**, che include i 138 comuni della provincia di Varese ed è diviso in 3 Ambiti turistici: il Lacuale Varesino (che coinvolge 17 comuni), il Montano Varesino (24 comuni) e l'Urbano, rurale e fluviale della pianura varesina (34 comuni). L'STL presenta una significativa diversificazione dell'offerta turistica complessiva, articolata su 4 prodotti turistici tradizionali principali: lago, montagna, campagna-natura, città. Il programma dell'STL si articola nelle seguenti linee strategiche: consolidamento delle potenzialità turistiche, miglioramento della qualità dei prodotti turistici, integrazione tra le differenti tipologie di turismo; realizzazione di interventi infrastrutturali e di riqualificazione del territorio; aggiornamento professionale degli attori del Sistema Turistico; promozione di attività di marketing. Nel programma sono inseriti progetti per qualificare percorsi esistenti o realizzare nuovi tratti di collegamento tra aree di interesse turistico, la creazione di percorsi naturalistici e di nuovi tratti di piste ciclabili e sentieri pedonali, inseriti in contesti naturali di elevato interesse storico-naturale. Tra le iniziative di promozione previste nel programma di sviluppo turistico figurano la creazione di pacchetti turistici, la promozione dei grandi eventi, il marketing dei prodotti turistici e tipici e la promozione della rete museale. Relativamente alle strutture, i progetti proposti riguardano la riqualificazione di musei e orti botanici, la creazione di impianti sportivi e il recupero di edifici di interesse storico.

IL TESSUTO IMPRENDITORIALE DEL DISTRETTO

- L'economia del Comune, fino al 1800 per lo più di matrice agricola ed edile, è attualmente basata più su un assetto di tipo industriale (industrie tessili, meccaniche e di abrasivi).
- Le cave di molera, oggi non più attive, sono state una delle più grandi ricchezze del paese. La molera, il cui nome deriva dall'utilizzo della pietra per la costruzione di mole per i mulini, veniva infatti utilizzata per costruzioni edili di ogni tipo e qualche traccia è ancora visibile negli edifici più vecchi.
- Lo sviluppo industriale è stato chiaramente legato all'Olonà, che forniva acqua e forza motrice attraverso i mulini. L'industria serica e le cartiere sono state le prime a svilupparsi lungo il corso del fiume nella zona della Folla (il cui nome deriva da "follatura" ovvero operazione nella produzione della carta). Dalla ristrutturazione e dall'ampliamento di alcuni mulini sorsero le prime industrie meccaniche e ancora oggi ciò che rimane di questi pezzi di storia è visibile nella valle dell'Olonà.
- Durante il 900 le industrie più diffuse sono state quelle meccaniche e del vestiario. Queste ultime, in particolare, assorbivano la maggior parte dei lavoratori; la Tessitura Braghenti, costruita nel centro di Malnate, ha rappresentato infatti per molti anni l'attività industriale del Paese consentendone lo sviluppo. Un'altra attività produttiva, di cui per molti anni Malnate ha rappresentato la maggiore area produttiva nazionale, è stata quella delle mole abrasive degli impianti Ermoli (tuttora attiva), continuazione dell'attività che precedentemente era connessa alle cave di molera.
- Secondo i dati di Infocamere, nel 2019 erano attive sul territorio 781 imprese, per la maggior parte appartenenti ai settori commercio (ingrosso e dettaglio, riparazioni auto) e costruzioni, seguite dalle attività manifatturiere.

IL TESSUTO IMPRENDITORIALE DEL DISTRETTO (segue)

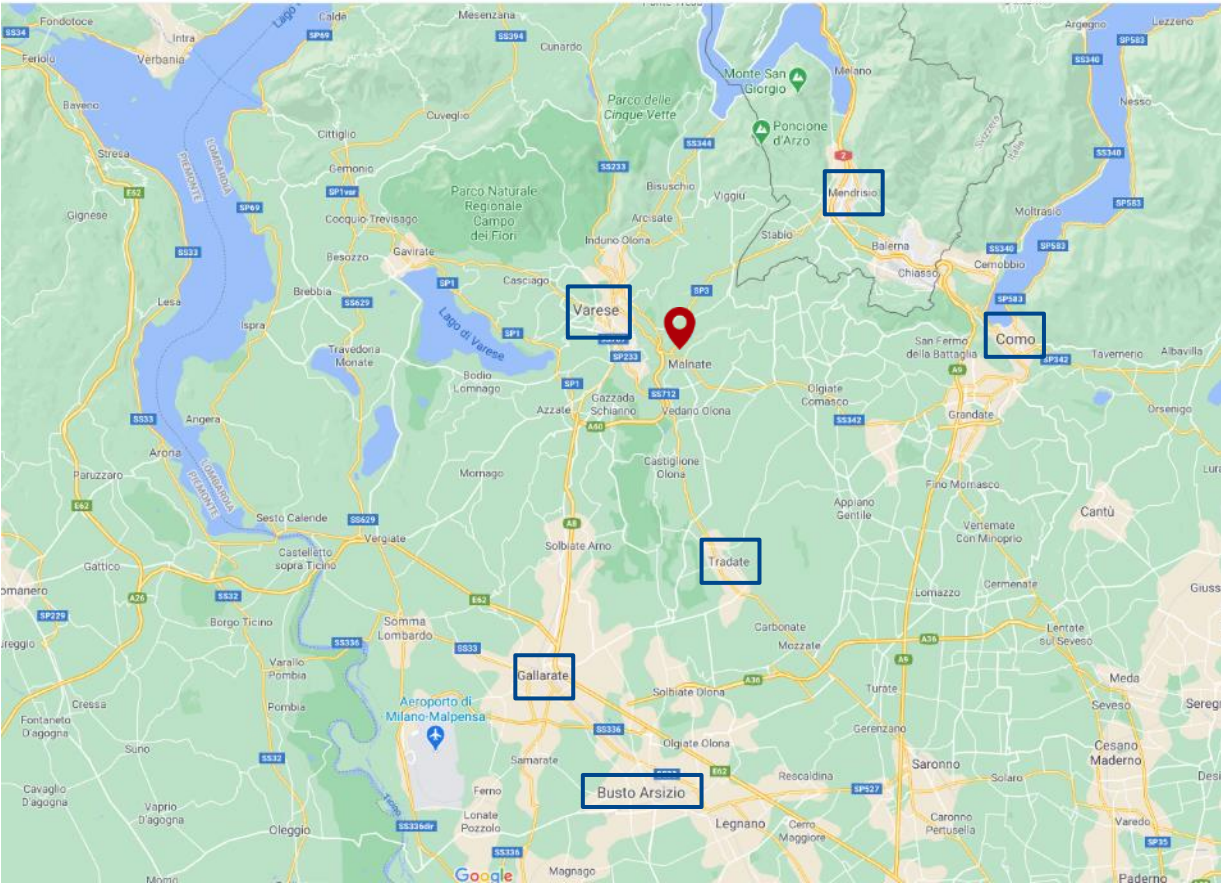
Imprese attive nel Comune di Malnate al 31.12.2019 per settore di attività



Settore	N
Commercio (dettaglio, ingrosso, ..)	185
Costruzioni	181
Attività manifatturiere	101
Attività immobiliari	62
Attività dei servizi alloggio e ristorazione	51
Noleggio, agenzie viaggio, supporto alle imprese	36
Altro	165
Totale Imprese	781

Dati: Infocamere

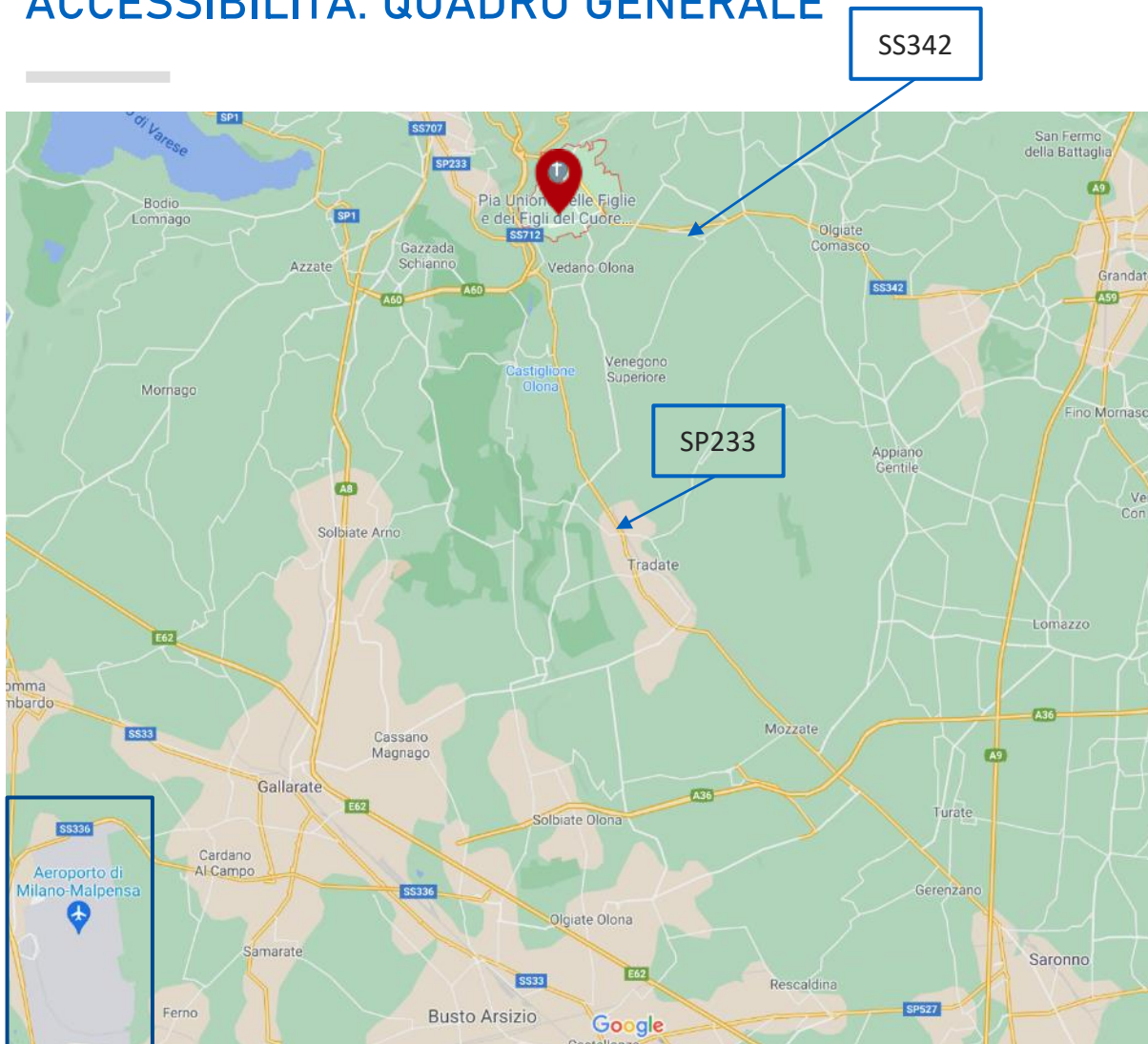
INQUADRAMENTO TERRITORIALE DEL DISTRETTO



Distanze delle principali città da Malnate

Comune	Distanza km	Percorso in auto	
		h	min
Varese	7,7	-	17
Tradate	12,3	-	20
Mendrisio	15,8	-	25
Gallarate	23,6	-	32
Como	26,0	-	38
Busto Arsizio	29,1	-	37

ACCESSIBILITÀ: QUADRO GENERALE

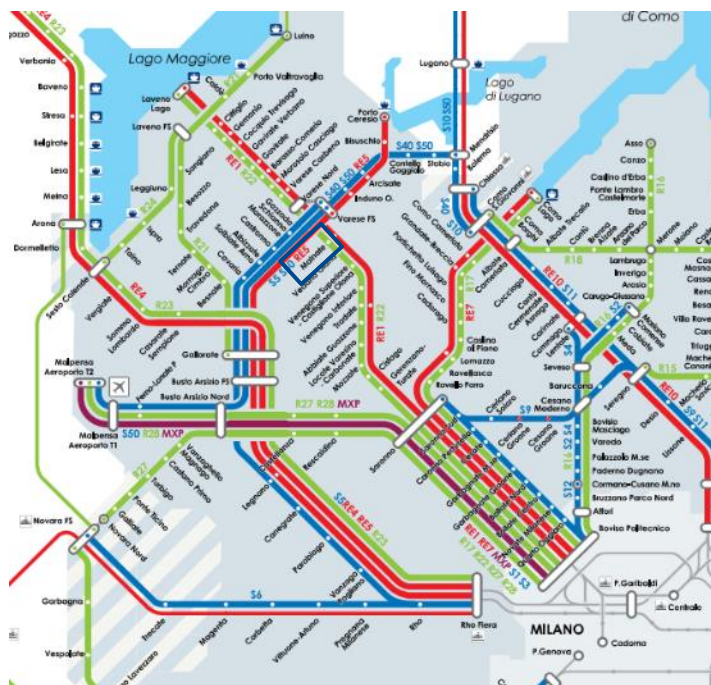


- La macro-viabilità che interessa il Comune è caratterizzata dalla presenza di arterie di elevato carico di traffico soprattutto nelle ore di punta mattutina e serale, ove si concentrano la maggior parte degli spostamenti.
- La principale strada di collegamento è la SS342, strada di attraversamento al paese e di collegamento tra Varese e la zona ad est del capoluogo provinciale, in particolar modo con il territorio della Provincia di Como.
- Il comune è inoltre attraversato dai tronchi Nord-Est, Nord e Sud del sistema tangenziale di Varese.

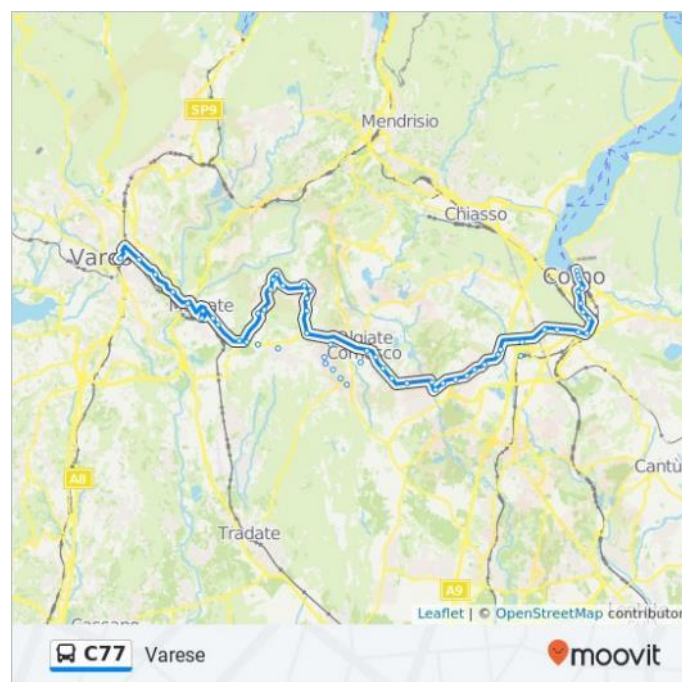
ACCESSIBILITÀ: TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

Un ruolo importante nello sviluppo e nella storia di Malnate fu giocato dal trasporto ferroviario: nel XX secolo il territorio comunale fu nodo della rete gestita dalle Ferrovie Nord Milano. Il comune era infatti servito da quattro stazioni: Malnate (punto di diramazione tra la Saronno-Laveno e la Varese-Como), Binago-San Salvatore (sulla Varese-Como), Malnate Olona e Bizzozzero-Gurone (sulla linea internazionale di Valmorea). Tale ruolo si ridimensionò a seguito della dismissione della Varese-Como (con smantellamento del tratto Malnate-Grandate) e della linea di Valmorea (poi recuperata a fini turistici sul tronco Malnate Olona-Stabio-Mendrisio).

L'offerta di trasporto pubblico a Malnate è oggi costituita dalla linea ferroviaria Milano-Varese (servizio gestito da Trenord) e dalle linee di trasporto pubblico locale (Linea C77 – Como-Varese), gestite dall'azienda FNM Autoservizi S.p.a..



Fonte: Sito trenord.it



Fonte: Sito fnmautoservizi.it

IL SISTEMA DI PISTE CICLABILI

Se attualmente la rete ciclabile di Malnate appare poco sviluppata e caratterizzata da tratti isolati che non permettono di creare una continuità di percorso ciclabile, sono diversi i progetti di sviluppo che consentiranno di connettere Malnate anche con l'esterno: oltre a TicioVia con la Provincia di Varese, anche "MoveOn", il proseguimento della ciclabile della Valle Olona che conetterà Malnate alla mobilità dolce, in particolare la realizzazione della tratta della Ciclovía da Folla di Malnate al Confine Svizzero .

Ti-Ciclo-Via, la pista ciclabile transfrontaliera che attraverserà le valli dell'Olona, del Lanza e del Mendrisiotto

- Il progetto è finalizzato al miglioramento della mobilità nella zona transfrontaliera situata tra le città di Varese e Mendrisio, attraverso la promozione della mobilità ciclistica ed in particolare grazie:
 - al completamento del tratto della pista ciclopedonale della Valle Olona e lungo la Valle del Lanza (dal confine di Stabio in loc. Gaggiolo a Malnate),
 - e all'integrazione con il sistema di trasporto pubblico.



ACCESSIBILITÀ: TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

- Data la vicinanza e la rilevanza dell'Aeroporto di Malpensa, non si può non inserirlo nel quadro dei collegamenti dell'area in cui è inserito il Distretto.
- L'aeroporto intercontinentale di Milano è dotato di due Terminal: il Terminal 1, completamente riqualificato dopo il completamento del restyling dell'area Schengen, offre un'ampia gamma di destinazioni domestiche, internazionali e intercontinentali e un'offerta commerciale diversificata per rispondere alle esigenze di tutte le tipologie di passeggeri che transitano in aeroporto; il Terminal 2 è la più grande base di EasyJet in Europa con un'ampia offerta di destinazioni. Entrambi i Terminal sono raggiungibili con il treno.
- Come emerge dai dati riportati nella tabella, Malpensa è il secondo scalo italiano in quanto a movimenti e numero di passeggeri. Malpensa nel 2019 ha anche registrato il volo Extra Ue (per l'aeroporto JFK di New York) con il maggior numero di passeggeri (875 mila). Va evidenziato che il dato del 2019 presenta un aumento condizionato dalla chiusura dal 27 luglio al 25 ottobre dello scalo di Milano Linate, con conseguente trasferimento a Milano Malpensa delle attività operative. La posizione di Malpensa era comunque la stessa anche negli anni precedenti.

**Dati totali annuali con
raffronto 2019 vs 2018
primi 10 aeroporti italiani**

N.	Aeroporto	Movimenti	%	Passeggeri	%	Cargo (tons)	%
1	Roma Fiumicino	309.783	0,7	43.532.573	1,3	194.526,81	-5,5
2	Milano Malpensa	234.054	20,3	28.846.299	16,7	558.481,48	-2,5
3	Bergamo	95.377	6,5	13.857.257	7,1	118.964,00	-3,3
4	Venezia	95.232	-0,2	11.561.594	3,4	63.970,20	-6,0
5	Milano Linate	85.730	-25,6	6.570.984	-28,8	7.586,01	-39,7
6	Napoli	82.577	3,6	10.860.068	9,3	11.750,39	0,5
7	Bologna	77.126	7,9	9.405.920	10,6	48.832,51	-7,3
8	Catania	75.070	2,1	10.223.113	2,9	5.748,80	-10,4
9	Palermo	54.243	5,5	7.018.087	5,9	1.166,00	211,8
10	Roma Ciampino	52.253	-0,8	5.879.496	0,7	18.447,56	1,0

Fonte: Assaeroporti - Associazione Italiana Gestori Aeroporti

I FATTORI DI ATTRAZIONE



MALNATE TRA ARTE, STORIA E NATURA

- Nel Comune di Malnate sono presenti diverse architetture religiose di prestigio e importanti testimonianze storiche per il territorio. In particolare:

- **LA CHIESA PREPOSITURALE DI SAN MARTINO**, risalente al Medioevo è stata oggetto di diverse ristrutturazioni soprattutto nella seconda metà del XVII secolo, quando la grande crescita demografica ha portato all'ampliamento radicale della struttura con l'aggiunta delle navate laterali. Nel 1912 venne definitivamente ampliata e assunse l'odierna conformazione con il rovesciamento della disposizione interna, ma solo dopo la prima guerra mondiale vennero conclusi i lavori con la costruzione della nuova facciata. Nel 1956 venne inaugurato il nuovo campanile, in sostituzione dell'originale abbattuto nel 1948, il secondo più alto della zona dopo quello della basilica di San Vittore di Varese. Nel 2012 è stata inaugurata una Via Crucis in terracotta dello scultore Felice Mina posizionata sulla parete centrale del transetto alla sinistra della Cappella del Sacro Cuore.
- **LA CHIESA DI SAN MATTEO**, situata in posizione strategica tra l'antico nucleo del paese e la valle dell'Oloni, dove probabilmente era già stata costruita prima dell'anno 1000 una fortificazione difensiva, è la prima chiesa costruita a Malnate. Nel Settecento venne ampliata utilizzando ancora materiale povero e di recupero e vennero coperti alcuni dipinti del 1400, mentre il pavimento, costruito con piastrelle di pasta di mattoni, venne alzato di circa mezzo metro, nascondendo in parte i dipinti di alcuni Santi, riportati alla luce solo successivamente. Al suo interno gli antichi dipinti cinquecenteschi si mescolano con quelli realizzati dopo l'ampliamento e tra i Santi rappresentati troviamo: santa Caterina d'Alessandria, la Madonna del Latte, sant'Antonio abate, santa Liberata ed altri dipinti rappresentanti l'incoronazione di santa Teresa d'Avila, la Trinità e la Madonna col Bambino.



MALNATE TRA ARTE, STORIA E NATURA (segue)

- **LA CAPPELLA DI SAN ROCCO**, eretta tra il 1529 e il 1534 nella piazza antistante l'antico nucleo del paese, venne in parte demolita alla fine del Settecento durante i lavori di ristrutturazione della piazza. La parete interna è adornata da un affresco coevo, lo "Sposalizio mistico di santa Caterina da Siena con Gesù Bambino", sotto il quale è ancora presente il vecchio altare in pietra. A lato della Madonna sono rappresentati san Rocco e san Sebastiano mentre sul frontale vi sono i lacerti di due stemmi, a sinistra quello di papa Leone X de'Medici e a destra quello del Regno di Spagna di re Filippo II, caricato dallo stemma del Ducato di Milano, quale arma di dominio sullo stesso, e circondato dal collare dell'Ordine del Toson d'Oro.
- **LA CHIESA DI SAN CARLO (località Rovera)**, costruita per volere dell'arcivescovo Carlo Borromeo nel corso del XVII secolo, grazie al contributo dell'Ospedale Maggiore di Milano, proprietario di molti terreni della zona, e della famiglia Oddoni, affittuaria della chiesa, sostituì l'antica cappella dedicata a san Gemolo e legata alla Badia di Ganna, proprietaria di alcuni terreni in paese. Nei primi anni del Novecento a causa della crescita della popolazione venne ampliata e ristrutturata, cercando di mantenere una continuità con la parte più antica. La chiesa è a pianta rettangolare con un'unica navata, separata dall'abside da un arco trionfale, su cui è visibile il simbolo della famiglia Borromeo, una corona con la scritta "Humilitas".
- **IL SANTUARIO DELLA MADONNA DELLA CINTOLA**, situato nell'abitato di Monte Morone custodisce all'interno una statua della Madonna, in legno chiaro intagliata in un pezzo unico, che porta sulle ginocchia il Bambino benedicente e tiene nella mano destra una cintura. Con un primo restauro del 1912 venne ricoperta di stucco e dipinta di azzurro mentre all'inizio degli anni ottanta, quando la ricopertura iniziò a staccarsi, si decise di riportare alla luce la statua originaria. Successivamente anche le corone vennero sostituite, lasciando scoperto il capo del Bambino e cingendo quello della Madonna con un diadema di Stanislao Borghi.



MALNATE TRA ARTE, STORIA E NATURA (segue)

- **IL PONTE DI FERRO**, simbolo della città e dello stemma comunale è stato costruito completamente in cemento armato nel 1927, in sostituzione del vecchio ponte di ferro del 1884, e rappresenta un'opera di ingegneria civile molto imponente per i materiali utilizzati. Il ponte venne costruito per superare la larga vallata dell'Oloni e collegare Malnate a Varese lungo il prolungamento fino al capoluogo della ferrovia Milano-Saronno.
- **SITI ARCHEOLOGICI:** nell'inverno del 1889, in località Rogoredo, alcuni contadini rinvennero una roccia descritta come una "rozza stele", una spada di ferro con impugnatura antropoide in bronzo, un frammento di una catena e il frammento di un anello, entrambi in ferro. Gli scavi che seguirono questo ritrovamento portarono alla luce due tombe da cui vennero recuperati cinque vasi, frammenti di un braccialetto e di una fibula in ferro. Entrambe le tombe, appartenute ad un guerriero la prima e ad una donna la seconda, erano ad incinerazione e delle ossa rimaneva solo qualche traccia. La spada, che venne definita la "Gemma della raccolta", è lunga 420 mm, compresa l'impugnatura di 115 mm che rappresenta una figura umana con il corpo formato da tre rigonfiamenti dai quali dipartono le appendici superiori che rappresentano le braccia (una fu rotta nel recupero). Tra le due appendici la parte superiore dell'impugnatura è costituita da un pomello che rappresenta un viso maschile con tratti somatici ben delineati: volto allungato con occhi a mandorla e capelli lunghi raccolti dietro al capo. Tale spada fu verosimilmente importata, probabilmente dalla Svizzera, ed è riconducibile al Lateniano padano. Attualmente è esposta al Museo Archeologico del Castello Sforzesco di Milano mentre una copia è esposta al Museo Civico di Scienze Naturali "Mario Realini".
- **MUSEO CIVICO DI SCIENZE NATURALI MARIO REALINI:** Il museo è nato grazie all'iniziativa del signor Mario Realini, che aveva coinvolto altri cittadini di Malnate, i quali con le loro donazioni, principalmente minerali e fossili, volevano lasciare un "segno culturale importante" nel loro territorio. Il museo comprende 8 sezioni visitabili: **Psammofila, Litologica, Mineralogica, Paleontologica, Gemmologica, Zoologica e Mostre Temporanee**



MALNATE TRA ARTE, STORIA E NATURA (segue)

- Dal punto di vista naturalistico il Comune di Malnate è inserito nel **PARCO VALLE DEL LANZA**, un'area protetta di interesse sovracomunale (PLIS) riconosciuta a partire dal 2002. Il Parco è caratterizzato dall'ampio territorio costituito prevalentemente dalla valle in cui scorre il torrente Lanza, che dal confine italo-svizzero si immette poi in località Folla di Malnate nel fiume Olona e lungo il quale sorgono testimonianze storiche e di archeologia industriale quali mulini ad acqua e antichi nuclei industriali. Altre caratteristiche del Parco sono zone umide, ampie zone di interesse agricolo-forestale, sentieri e viabilità campestre, sistema idrografico di terrazzamento, elementi di architettura rurale storica, luoghi di culto e luoghi di interesse culturale.
- Nel 2015 è stato istituito all'interno del Parco, e più precisamente in un'area protetta nei comuni di Malnate e Solbiate con Cagno, il **MONUMENTO NATURALE SISTEMA NATURALISTICO DELLE CAVE DI MOLERA DI MALNATE E CAGNO**, per permettere la conservazione degli affioramenti di pietra arenaria e l'ecosistema sviluppatosi attorno ad essi. L'area si estende per 165 ettari sul versante meridionale della valle del torrente Lanza ed è principalmente caratterizzata dai numerosi affioramenti di roccia arenaria, formazione del gruppo della Gonfolite testimone della storia geologica dell'area prealpina, che a partire dal XV secolo e fino all'inizio del XX ha conosciuto una intensa attività estrattiva per fini edilizi.



EVENTI E MANIFESTAZIONI

- Tra le numerose manifestazioni che nel corso del tempo hanno animato il Comune di Malnate (oggi sospesi a causa dell'emergenza sanitaria Covid-19), si richiamano:
 - Il **CARNEVALE** malnatese, che prevede l'organizzazione, da parte della Pro Loco di Malnate, di attività allegoriche carnevalesche e aree ristoro.
 - La **PRE NJMEGEN**, evento sportivo e di beneficenza nato nel 1972 e organizzato annualmente dalla Lega Reale Olandese per l'Educazione Fisica. La manifestazione, organizzata nel mese di maggio, prevede una marcia non competitiva, animata esclusivamente dallo spirito decubertiano dello sport, serate danzanti, spettacoli di cabaret e servizio di ristorazione con menù tipici.
 - La **FESTA CITTADINA**, nata nel 2012 e organizzata nel mese di maggio in collaborazione con alcune Associazioni locali, prevede un ricco programma di giochi, spettacoli, laboratori, mostre, musica e aree ristoro.
 - **HOBBY IN PIAZZA**, nato nel 2010 su iniziativa della Pro Loco di Malnate, con il Patrocinio del Comune di Malnate, l'evento, in programma nel mese di giugno, è caratterizzato da esposizioni di hobbisti locali e non solo, musica, spettacoli di animazione, soprattutto per i più piccoli, e aree ristoro.
 - **LA FINESTRA IN FESTA**, festa sociale di inizio estate organizzata dall'Associazione La Finestra Onlus con il Patrocinio del Comune di Malnate. In tale occasione la sede dell'Associazione si trasforma in area feste con cucina, tavolate e laboratori per un weekend in compagnia.
 - **MALNATE PERBACCO**, manifestazione enogastronomica organizzata nel mese di settembre dalla Pro Loco di Malnate, con il Patrocinio del Comune di Malnate.
 - **NATALE IN PIAZZA**, con un ricco calendario di eventi e iniziative a tema natalizio, organizzate dalla Pro Loco di Malnate, con il Patrocinio del Comune di Malnate, e in collaborazione con le Associazioni locali.



3. LA DOMANDA

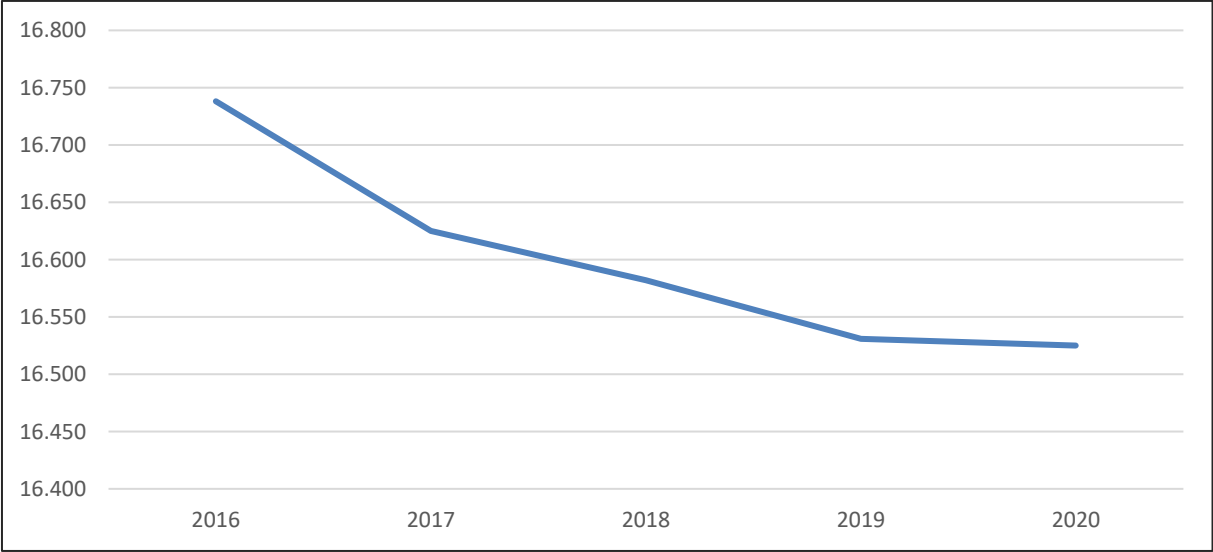


LA DOMANDA INTERNA: LA POPOLAZIONE RESIDENTE

- L'analisi dell'evoluzione demografica rappresenta un passaggio fondamentale per inquadrare all'interno delle dinamiche sociali di lungo periodo i diversi fenomeni che si manifestano a livello più strettamente economico. Ciò è particolarmente vero con riguardo al commercio al dettaglio, laddove un esame dell'adeguatezza dell'offerta di servizi commerciali non può prescindere da una valutazione delle principali tendenze demografiche. Tre elementi appaiono particolarmente rilevanti nell'analisi della struttura e dell'evoluzione demografica del Distretto di Malnate:
 - **la riduzione della popolazione residente nell'ultimo quinquennio:** negli ultimi 4 anni la popolazione è complessivamente diminuita di 213 abitanti (-1,3% vs 2016). Tale fenomeno, seppure non costante anno su anno e di portata (al momento) limitata, si riflette inevitabilmente sulla riduzione della domanda potenziale interna di servizi commerciali.
 - **il graduale invecchiamento della popolazione:** la popolazione del Distretto, nella sua composizione per classi di età, risulta tendenzialmente in linea con il dato provinciale, seppur lievemente più giovane. L'indice di vecchiaia della popolazione, calcolato rapportando la popolazione con più di 64 anni agli under 15, è infatti più ridotto per il Distretto (148) rispetto a quello provinciale (165), seppur in entrambi i casi in crescita tra il 2016 e il 2020. L'incremento dell'indice di vecchiaia si riflette sulle potenzialità di sviluppo dell'offerta commerciale, sia dal punto di vista della tipologia di prodotto/servizio, sia dal punto di vista della quantità di prodotto/servizio richiesto: l'invecchiamento della popolazione, infatti, da un lato, comporta una generale tendenza al decremento della domanda di beni rispetto a quella di servizi, dall'altro, nel caso di alcuni comparti, tende a incidere pesantemente sulle unità di consumo potenziali e quindi sulla dimensione della domanda di beni e dei servizi stessi. Con una popolazione più vecchia inoltre, il servizio di prossimità riacquista crescente centralità: prossimità sia relativamente ai formati della distribuzione moderna (superette e piccoli supermercati), sia relativamente agli esercizi di vicinato specializzati alimentari e non alimentari.

DINAMICA DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE

Andamento della popolazione residente del Distretto (2016 – 2020)

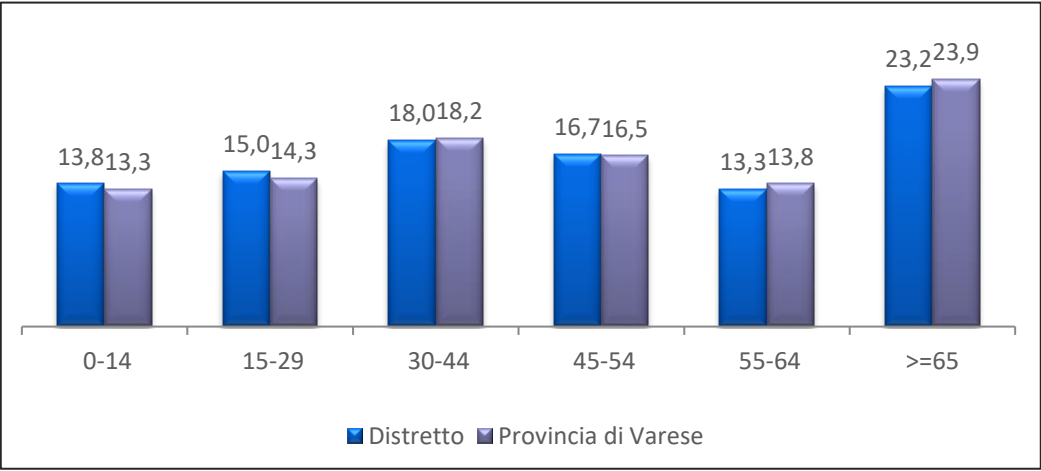


ANNO	POPOLAZIONE RESIDENTE	VARIAZIONE ASSOLUTA	VARIAZIONE PERCENTUALE
2016	16.738	-	-
2017	16.625	-113	-0,7%
2018	16.582	-43	-0,3%
2019	16.531	-51	-0,3%
2020	16.525	-6	0,0%

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

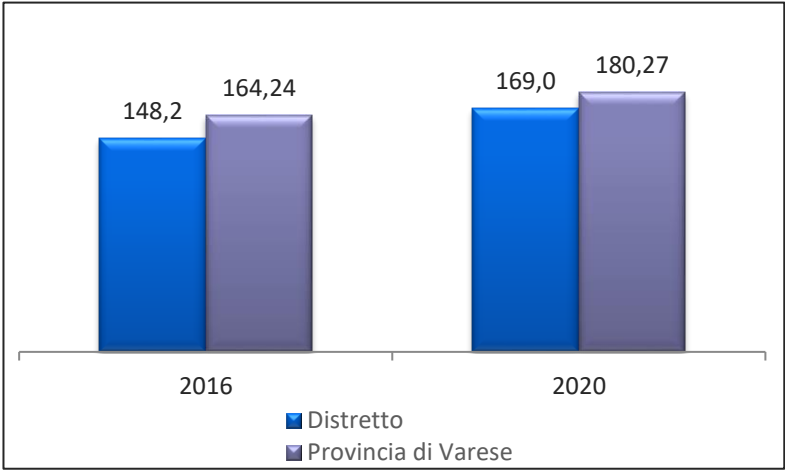
POPOLAZIONE RESIDENTE PER FASCE D'ETÀ E INDICE DI VECCHIAIA

Residenti nel Distretto per fascia d'età (2020)



Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

Indice di vecchiaia (2020)



Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

IL SISTEMA DI OFFERTA



L'OFFERTA COMMERCIALE DEL DISTRETTO

- La fotografia dell'offerta commerciale del 2020 del Distretto Urbano del commercio di Malnate mostra complessivamente 83 punti vendita, di cui l'80% (66 punti vendita) con specializzazione non alimentare. Le altre due macro categorie merceologiche, alimentari e misti, rappresentano rispettivamente il 12% e l'8% dell'offerta complessiva del Distretto.
- Se analizziamo il numero delle strutture, si osservano una prevalenza degli esercizi di vicinato (92,8%), diminuiti tra il 2016 e il 2020 di 3 unità. Per quanto riguarda le moderne superfici di vendita, le medie strutture di vendita nel corso dell'ultimo quadriennio non hanno registrato variazioni, così come non ci sono state aperture di grandi strutture.
- Nonostante risulti nel Distretto una struttura dell'offerta incentrata sul servizio di prossimità, garantito dagli esercizi di vicinato e rivolto a soddisfare prevalentemente le esigenze della domanda locale, l'indice di densità commerciale (4,7) appare significativamente inferiore rispetto a quello della provincia di Varese (11,4) e della Lombardia (11,0). Decisamente inferiore rispetto ai territori di riferimento risulta anche la dotazione commerciale (calcolata in termini di mq di superficie moderna ogni 1.000 abitanti), che per Malnate è pari a 447,3 mq, meno della metà del dato medio provinciale e regionale.

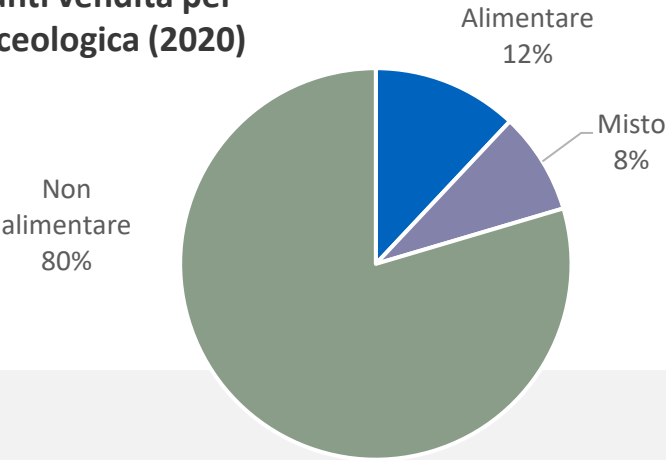
COMMERCIO AL DETTAGLIO

La rete commerciale al dettaglio in sede fissa del Distretto (2016 e 2020): numero e superficie di vendita

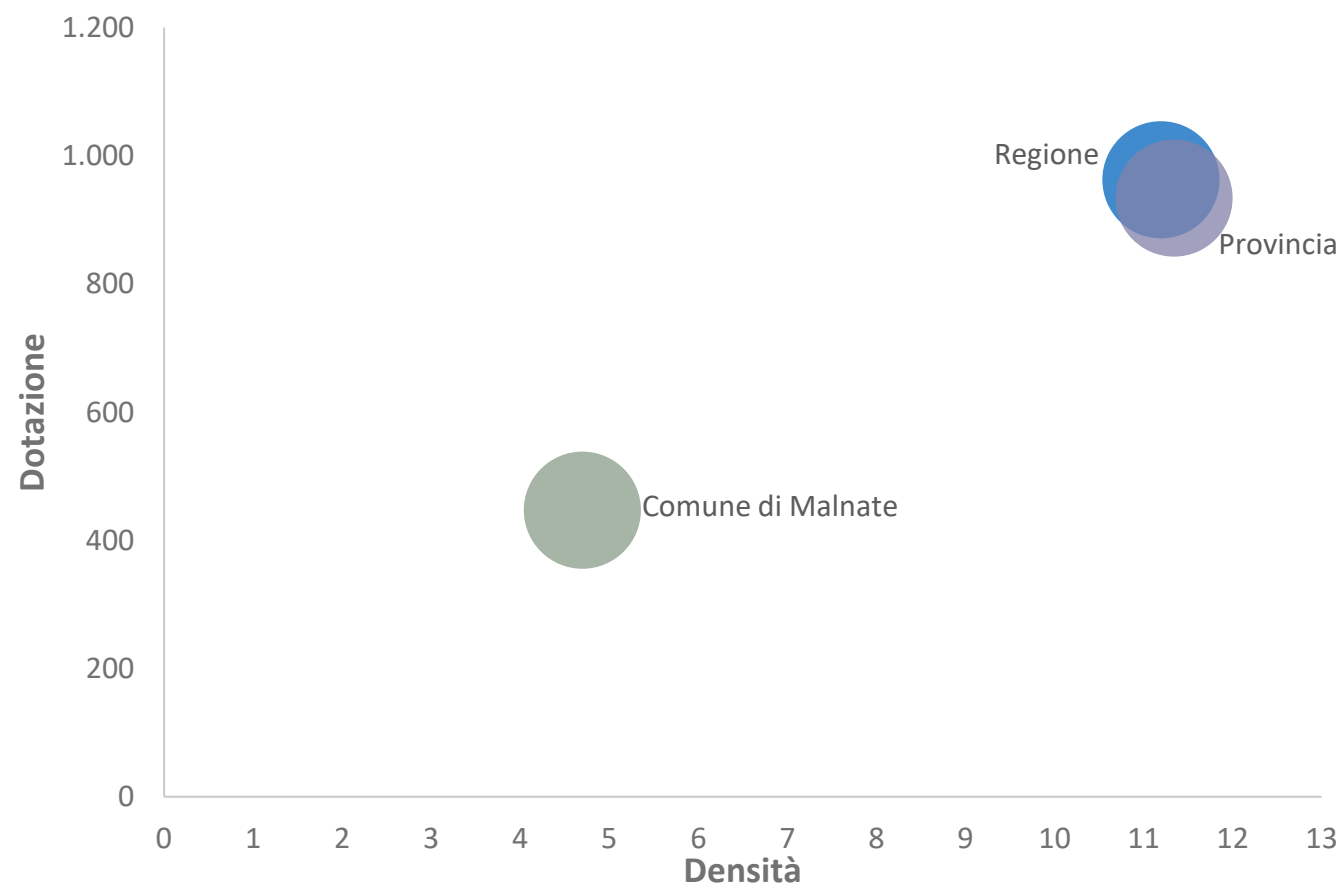
	2016			2020			VARIAZIONE ASSOLUTA	VARIAZIONE %
	VICINATO	MEDIE	TOTALE	VICINATO	MEDIE	TOTALE		
Numero	80	6	86	77	6	83	-3	-3,5
Superficie di vendita	5.307	7.392	12.699	5.426	7.392	12.818	119	+0,9

Fonte: Osservatorio del Commercio

Numero di punti vendita per categoria merceologica (2020)



SERVIZIO COMMERCIALE: indici di densità e di dotazione (2020)



ALTRE ATTIVITÀ E PUBBLICI ESERCIZI

- In base ai dati comunali aggiornati al primo trimestre 2021 all'interno del Distretto sono presenti 39 attività dedicate ai servizi per la persona (parrucchieri, estetisti e tatuatori), mentre per quanto concerne le tabelle speciali si contano 3 distributori di carburanti, 3 rivenditori di generi di monopolio e 5 farmacie.
- Nel Distretto operano inoltre 47 pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande: sono le attività che nei centri urbani favoriscono l'accoglienza, rendono più piacevole la permanenza e catalizzano una maggior presenza di residenti e visitatori.

TIPOLOGIA	N. ATTIVITÀ
Estetisti, Parrucchieri, Tatuatori	39
Tabacchi, Edicole e Generi di Monopolio	3
Distributori di carburante	3
Farmacie	5
Pizzerie, Pizzerie d'asporto, Kebab, Piadinerie, Ristoranti, Trattorie	22
Bar, caffetterie	25

Fonte: Comune di Malnate

- Si sottolinea inoltre che a Malnate ci sono tre eccellenze:
 - Crotto Valtellina – Piatto Michelin 
 - Cucina Barzetti – «Ospite fisso su La Provo del Cuoco»
 - Osteria Degli Angeli – Marchio di qualità 

grazie anche alla presenza di due *chef* di fama internazionale, Sergio Barzetti e Roberto Valbuzzi



COMMERCIO AMBULANTE

- L'offerta commerciale del Distretto è ampliata dalla presenza del mercato settimanale del sabato in Via San Francesco. Se consideriamo la composizione del mercato i banchi presenti sono a prevalenza non alimentare, sia in termini di numerica (58,3%) sia in termini di superficie (60,8%).

N. POSTEGGI ALIMENTARI	N. POSTEGGI NON ALIMENTARI	N. POSTEGGI PRODUTTORI AGRICOLI	TOTALE POSTEGGI	MQ POSTEGGI ALIMENTARI	MQ POSTEGGI NON ALIMENTARI	MQ POSTEGGI PRODUTTORI AGRICOLI	MQ TOTALI
9	14	1	24	342	536,85	3,5	882,35

Fonte: Comune di Malnate

- Il mercato settimanale che si svolgeva il giovedì pomeriggio nella frazione di Gurone, composto da n. 18 posteggi è attualmente sospeso in quanto tutti gli operatori hanno cessato l'attività o rinunciato al posteggio.
- Il sabato mattina nella frazione San Salvatore, su terreno privato, si svolge inoltre un mercatino dell'usato.

OFFERTA TURISTICA

- Il comune di Malnate non ha una spiccata vocazione turistica. Sul territorio sono presenti alcune attrazioni in grado di attrarre principalmente escursionisti o turisti per short break. Tale affermazione trova conferma anche nella ridotta dotazione di strutture ricettive, costituite esclusivamente da 4 Bed & Breakfast, 3 case e appartamenti per vacanze e un campeggio, mentre risultano totalmente assenti gli alberghi.

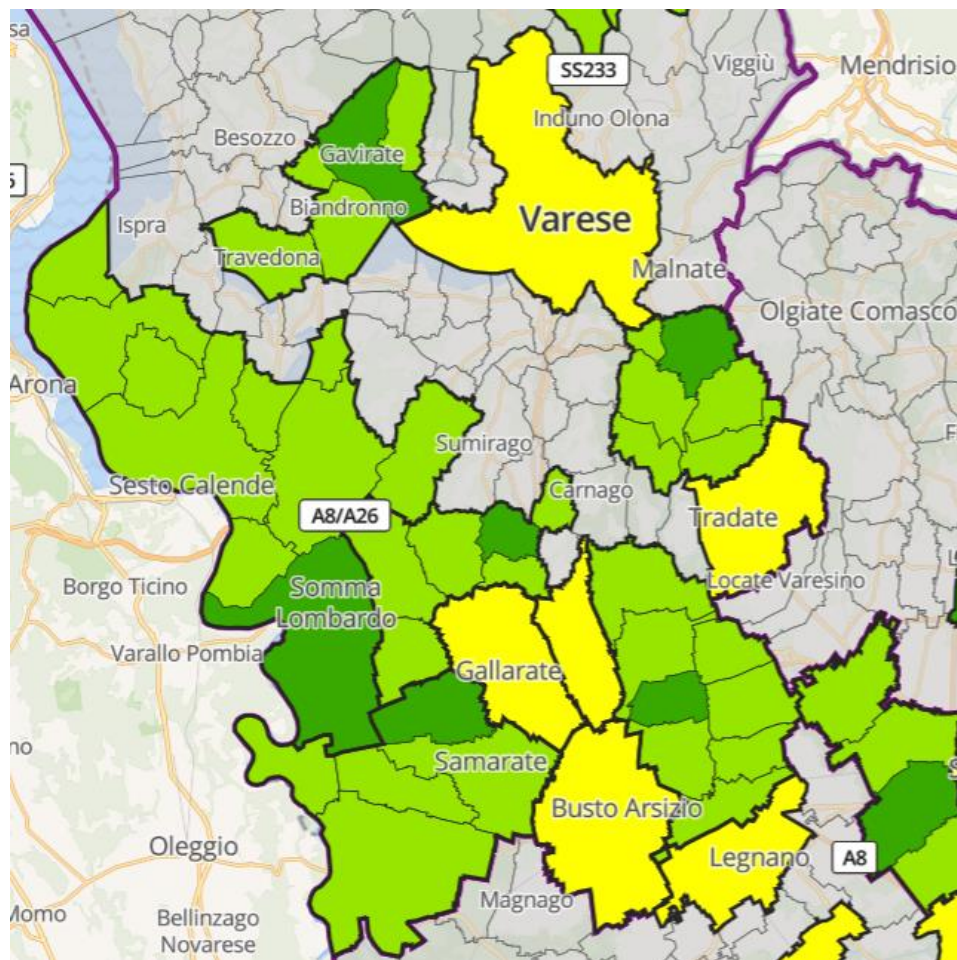
ALBERGHI	BED & BREAKFAST	ALTRI ESERCIZI COMPLEMENTARI	TOTALE
-	4	4	8

Fonte: Dati comunali

I PRINCIPALI CONCORRENTI DEL DISTRETTO

- La creazione di un Distretto del Commercio ha lo scopo di aumentare la capacità di attrazione delle attività commerciali presenti nel territorio interessato. È pertanto opportuno valutare la concorrenza non limitandosi al territorio del Distretto, ma pensando ad un bacino di attrazione sovra-comunale.
- Il potenziale bacino di attrazione del Distretto comprende 123 comuni di cui 40 della provincia di Como, 3 in quella di Milano e 79 in quella di Varese, per una popolazione totale di oltre 1,3 milioni di persone e oltre 584 mila famiglie. Per calcolarlo è stata presa in considerazione una distanza di 30 minuti “teorici” (al netto di semafori e rallentamenti) percorsa in automobile su strade statali (escludendo le autostrade), a partire dal centro del Distretto.
- Si tratta di un’area particolarmente densa di poli di attrazione che fanno concorrenza al Distretto. In particolare, nel bacino di riferimento si contano numerose grandi superfici di vendita (stand alone o inserite in centri commerciali pianificati): 746 medie strutture e 66 grandi strutture, tra cui 27 centri commerciali.
- A questi si aggiunge la grande capacità attrattiva esercitata dai poli capoluogo, ovvero Milano, Varese, Monza e Como, senza dimenticare altre città rilevanti, come ad esempio Gallarate e Busto Arsizio, nonché gli altri Distretti del commercio già attivi che sono particolarmente densi nell’area di riferimento del Distretto.
- Inoltre, non va sottovalutata la vicinanza al confine con la Svizzera, dato che dal confine del Distretto a Mendrisio sono sufficienti meno di 30 minuti di auto e il confine dista 8 chilometri.
- Emerge, quindi, in modo evidente la necessità di creare un Distretto per stabilire delle linee di sviluppo e di promozione condivise ed evitare che venga soffocata l’identità e la vitalità del comune, soprattutto in seguito alla congiuntura economica negativa creata dal Covid-19, che potrebbe portare alla chiusura di diverse attività, se non sostenute in modo coordinato e strutturale.

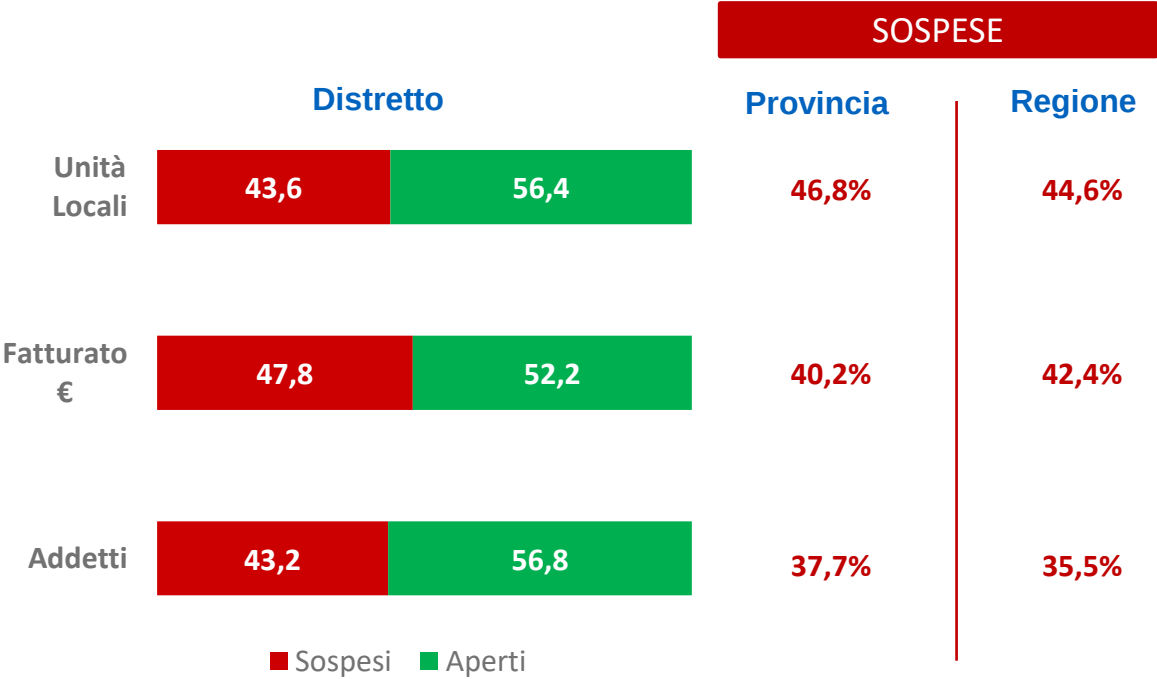
GLI ALTRI DISTRETTI DEL COMMERCIO



Fonte: Regione Lombardia

EFFETTO LOCKDOWN SUL DISTRETTO NELLA PRIMAVERA 2020

- L'emergenza sanitaria Covid-19 ha profondamente impattato sull'economia locale. Al fine di stimare l'effetto che il *lockdown* ha avuto sull'economia comunale del Distretto nella primavera 2020, si è provato a quantificare le principali variabili di riferimento (numerosità, occupazione e fatturato) sulla base dei dati forniti dall'Istat, distinguendo le attività che sono state "sospese" da quelle che possono essere invece convenzionalmente considerate come rimaste attive, perché definite essenziali. In questo secondo insieme sono state incluse tutte le attività presenti nell'allegato 1 del DPCM del 22 marzo 2020, aggiornati con la lista di codici Ateco esplicitati tramite un decreto del Ministero delle attività produttive del 25 marzo 2020. Ad essi sono state aggiunte le attività già definite nel DPCM dell'11 marzo 2020, ovvero quelle relative principalmente al commercio al dettaglio.
- Come nel resto della provincia, l'effetto sull'economia locale dovuto al *lockdown* è così risultato significativo.
- Prendendo in considerazione il solo settore dei servizi si evidenzia come le attività sospese siano state il 43,6% del totale delle unità locali, pari al 43,2% in termini di addetti e al 47,8% in termini di fatturato. Si tratta, di fatto, di un dato più basso a quello medio provinciale e regionale per quanto riguarda le unità locali, ma superiore relativamente a fatturato e addetti, a dimostrare la presenza di imprese tendenzialmente di maggiori dimensioni.



LA SWOT ANALYSIS



LA SWOT ANALYSIS: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
CONTESTO E IDENTITÀ DI LUOGO	• Consolidato tessuto sociale e associativo cittadino • Buona qualità ambientale e degli spazi pubblici	
ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ	• Il territorio è facilmente accessibile in diversi modi (auto, autobus, treno) • Buona dotazione infrastrutturale interna	
ASSET TURISTICI		• Presenza di pochi attrattori turistici
COMMERCIO E SERVIZI	• Presenza di una rete del commercio locale consolidata • Buona varietà di offerta disponibile • Eccellenze nell'ambito della ristorazione • Buon livello di collaborazione tra Amministrazione e commercianti	• Forte concorrenza di poli commerciali esterni • Ridotto coordinamento tra gli operatori
EVENTI	• Calendario di eventi (culturali, commerciali, enogastronomici, ecc.)	• Eventi rafforzabili in termini di capacità d'attrazione • Necessità di connettere l'offerta commerciale agli eventi

LA SWOT ANALYSIS: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA (SEGUE)

	OPPORTUNITÀ	MINACCE
SITUAZIONE ECONOMICA TREND SOCIO DEMOGRAFICI E SOCIO CULTURALI	• Riscoperta o ritorno alla prossimità • Ritorno della domanda ai valori della tipicità e al riconoscimento delle piazze e dei quartieri come luoghi di relazione e di scoperta delle bellezze “vicine a casa” • Minore propensione dei residenti agli spostamenti per l’acquisto • Sviluppo di servizi digitali a basso costo anche per i piccoli operatori (es. consegna a domicilio o prenotazione «click and collect»)	• Congiuntura economica generale negativa, aggravata dalla situazione emergenziale Covid19 • Dinamica negativa dei redditi e conseguente attenzione alla convenienza di prezzo che va a svantaggio dell’offerta di vicinato • Riduzione della propensione al consumo • Riduzione e invecchiamento strutturale della popolazione locale • Impatto negativo del Coronavirus sulle fasce più anziane della popolazione • Progressiva diffusione dell’eCommerce e abbattimento delle barriere culturali al suo utilizzo • Incertezza sulla situazione a venire e timori nella frequentazione di luoghi pubblici
GESTIONE COORDINATA	• Recupero delle necessarie economie di scala su alcune funzioni centrali, in particolare sulla comunicazione e il marketing d’area • Messa in rete degli operatori tra loro e coordinamento con gli interventi di altri soggetti (Comune, Associazioni, ecc.) per amplificare i risultati delle singole attività	• Visioni particolaristiche, a tutti i livelli, non più rispondenti ai nuovi modelli di sviluppo a rete
POLARITÀ COMPETITIVE		• Presenza di poli concorrenti nel bacino di riferimento • Sviluppo delle polarità «immateriali», ossia degli operatori online, specialmente per il comparto non food

POSIZIONAMENTO E LINEE STRATEGICHE



IL POSIZIONAMENTO STRATEGICO DEL DISTRETTO DI MALNATE

- Considerando la diversa natura che possono avere i Distretti del Commercio, è possibile sviluppare un modello di posizionamento strategico che prenda in considerazione le risorse dei diversi territori sul piano delle attrattive turistiche e commerciali. La presenza delle prime (insieme con un'effettiva frequentazione) determina la “vocazione turistica” di un'area sovracomunale, mentre la presenza di polarità commerciali forti, siano esse costituite da grandi strutture o da centri storici particolarmente sviluppati e competitivi, ne determina la “vocazione commerciale” (Figura 1 - Possibili modelli di posizionamento).
- Come emerso dalle analisi effettuate, il Distretto del Commercio di Malnate si caratterizza per una ridotta vocazione turistica e una limitata connotazione commerciale (costituita prevalentemente da un'offerta orientata al servizio della popolazione residente). Si configura pertanto come un «Incubatore puro» con finalità prevalentemente sociali di mantenimento e riqualificazione del commercio. Finalità ulteriormente accentuate dall'attuale situazione emergenziale di convivenza con il Covid-19 e dai vincoli sanitari che ne sono derivati, che non solo stanno fortemente condizionando la gestione attuale delle attività commerciali e artigianali del Paese, ma sottolineano anche l'esistenza di una prospettiva di incertezza economica e sociale per il futuro. Da questo punto di vista il Distretto dovrà definire una strategia di ripresa che saldi insieme interventi di supporto e superamento dell'emergenza Covid-19 e delle difficoltà delle imprese con interventi che, più in una ottica di lungo periodo, puntino al consolidamento della rete di vicinato e ad evitare una progressiva deriva verso la desertificazione commerciale.

MODELLO TRADELAB DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO DEI DISTRETTI

A = Distretto come incubatore puro. Si tratta di promuovere un Distretto in un'area con debole vocazione commerciale e turistica, con finalità prevalentemente sociali di mantenimento e riqualificazione del commercio del centro storico a sostegno delle funzioni commerciali nei centri urbani e nelle frazioni.

B = Distretto come incubatore misto. Si tratta di promuovere un Distretto con finalità di sostegno di un progetto di sviluppo di marketing territoriale rivolto non solo alle funzioni residenziali, ma anche a quelle turistiche:

- Integrazione tra centro storico e polarità esterne anche se non particolarmente moderne o con grande capacità di attrazione;
- Azioni di sostegno a flussi escursionistici e flussi turistici stagionali o *short break*

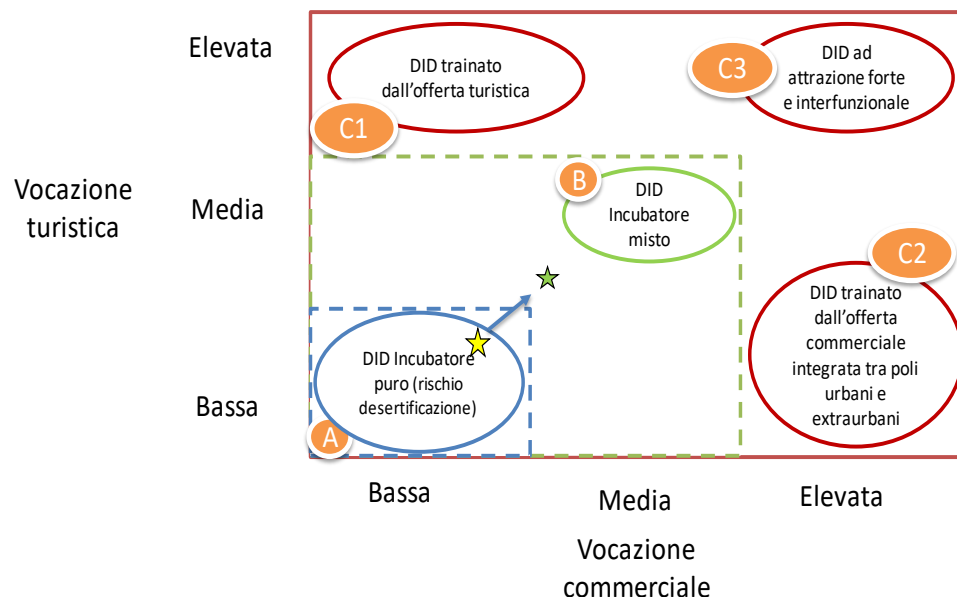
C = Distretto come soluzione meta-manageriale di gestione di polarità forti di offerta:

C1= Integrazione dei poli di attrazione turistica e delle strutture ricettive con la rete commerciale, come nel caso delle piccole e medie località turistiche fortemente connotate;

C2 = Valorizzazione della varietà dell'offerta commerciale presente nell'area attraverso azioni integrate tra piccola, media e grande distribuzione, come nel caso della creazione di poli di offerta urbani o, più frequentemente, extra-urbani al servizio di un territorio allargato;

C3 = Gestione coerente dell'offerta con il contesto di riferimento a elevata attrazione, come nel caso dei poli di attrazione interfunzionali presenti nei centri metropolitani o nelle immediate vicinanze.

FIGURA 1 - POSSIBILI MODELLI DI POSIZIONAMENTO



LE LINEE STRATEGICHE

- La strategia del Distretto dovrà pertanto basarsi su una duplice ottica. Se nel breve periodo l'obiettivo sarà necessariamente legato al superamento delle difficoltà economiche delle imprese e al loro adattamento al contesto post-emergenziale, le linee strategiche che il Distretto intende perseguire in una logica di medio-lungo termine per lo sviluppo del territorio possono essere qui sintetizzati:
 - **“Incubatore” commerciale misto:** il Distretto punta a valorizzare – e qualora necessario a ricostituire - in un’ottica di medio periodo il livello di attività commerciali a servizio della popolazione residente, come premessa per ridare un “centro” e un’identità al paese e a chi ci vive. Per mantenere l’economicità delle attività commerciali a fronte dell’innalzamento qualitativo dell’offerta, il Distretto dovrà operare al fine di ridurre i costi medi di gestione in una logica di condivisione in rete di alcune attività. Attraverso una adeguata comunicazione all’interno del Distretto sulla complessiva offerta commerciale e di servizio esistente sarà possibile sia aumentare il giro d'affari dei singoli esercizi commerciali, che magari su queste basi riusciranno a trovare ulteriori occasioni di reciproca caratterizzazione e complementarietà nell’offerta del Distretto stesso, sia ridurre i fenomeni di evasione dei consumi verso i poli commerciali limitrofi (naturali e pianificati).
 - **Sostenitore del rilancio del territorio:** all’interno del progetto che si svilupperà, il Distretto può contribuire ad accrescere la frequentazione di questi luoghi da parte di turisti escursionisti, facendo leva in particolare sugli aspetti caratterizzanti del territorio (enogastronomiche in primis). Il commercio va in questo senso inteso come al servizio anche di queste iniziative che, anche se non hanno la forza per diventare un reale moltiplicatore di attività commerciali, possono però rappresentarne un discreto volano in termini di incremento del giro d'affari.

LE LINEE STRATEGICHE (segue)

- In particolare, il Distretto punterà a sviluppare azioni finalizzate a:
 - **Rafforzare la capacità competitiva dell'offerta complessiva e contrastare la desertificazione commerciale** e i ben noti conseguenti effetti sul piano sociale. In una situazione in cui, anche a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19, esiste il consistente rischio d'impoverimento di tutta l'offerta territoriale, diventa prioritario per il Distretto sviluppare iniziative a supporto delle imprese, finalizzati a migliorare l'efficienza e l'efficacia del loro operato, facilitandone la riqualificazione e l'innovazione anche attraverso processi di progressiva digitalizzazione. Compito del Distretto sarà quello di "mettere in rete" gli operatori sfruttando tutte le sinergie individuabili, rafforzando la logica della partnership, ovvero l'abitudine dei singoli operatori a lavorare in ottica di sistema, superando frammentazione e particolarismi, e generando senso di appartenenza al Distretto. È quindi fondamentale sviluppare un progetto di Distretto che sia uno strumento che facilita le imprese (soprattutto quelle di minori dimensioni) a cooperare come un sistema coordinato di offerta al fine di migliorare la performance dei singoli, di accrescere la capacità di attrazione commerciale del Distretto e di promuovere l'offerta dei servizi. Vanno in questa direzione gli interventi proposti di creazione di una piattaforma digitale di promozione delle attività economiche del Distretto. Inoltre, al fine di creare un Distretto ospitale e accogliente è necessario che anche la rete commerciale nel suo insieme punti alla qualità delle relazioni con il proprio pubblico sviluppando una sempre maggiore cultura del servizio: a tal fine verranno organizzati dei corsi di formazione/informazione che coinvolgeranno gli operatori, anche al fine di renderli partecipi del progetto in atto.
 - **Aumentare la capacità attrattiva di Malnate** anche attraverso la realizzazione di un ricco calendario di eventi, manifestazioni e iniziative promozionali in grado di generare flussi di frequentazione e, conseguentemente, potenziale clientela per gli operatori del territorio.

LE LINEE STRATEGICHE (segue)

- Consapevole che nella costruzione dell'offerta complessiva del Distretto e della percezione che di esso si formano i visitatori, oltre all'offerta commerciale e al patrimonio del territorio (nelle sue diverse componenti: storico, artistico, culturale), ai servizi di accoglienza e all'animazione, una grande rilevanza assumono le condizioni dei luoghi in cui l'esperienza viene vissuta, obiettivo del Distretto sarà anche quello di **migliorare il contesto in cui le imprese operano attraverso interventi di riqualificazione degli spazi pubblici e miglioramento dell'accessibilità**, capaci di accrescere l'attrattività dei luoghi e di realizzare spazi di qualità in grado di contribuire al benessere delle comunità residenti.