



Relazione del Distretto Commerciale Diffuso *ComUnity*

Comuni di; ATRIPALDA, CANDIDA, GROTTOLELLA, MANOCALZATI, MONTEFALCIONE, MONTEFREDANE, PAROLISE, PRATOLA SERRA, SALZA IRPINA, SAN MANGO SUL CALORE, SAN POTITO ULTRA, SORBO SERPICO, CAPRIGLIA, VOLTURARA



GRUPPO DI LAVORO

Comuni di ATRIPALDA, CANDIDA, GROTTOLELLA, MANOCALZATI,
MONTEFALCIONE, MONTEFREDANE, PAROLISE, PRATOLA SERRA, SALZA
IRPINA, SAN MANGO SUL CALORE, SAN POTITO ULTRA, SORBO SERPICO,
VOLTURARA, CAPRIGLIA

Sindaci e Referenti

Ing. Gerardo Rizzo, Dott.ssa Alessia Rizzo, Avv Pasquale Rossi

PROGETTO GRAFICO in collaborazione con Gentil Petrillo

PROGETTO A CURA DI OMNIA SERVICE ENGINEERING SRL



I PARTNER



INDICE DEI CONTENUTI

INTRODUZIONE

ANALISI TERRITORIALE

Inquadramento territoriale

1.1.1. Indirizzi

1.2. Individuazione del distretto

1.2.1. Struttura economica e commerciale esistente

1.2.2. Attrattiva turistica

1.2.3. Accessibilità

1.2.4. Analisi di contesto

1.2.5. Interventi a sostegno del commercio

1.2.5.1 Il Distretto e le “BOTTEGHE IN VETRINA”

1.2.5.2 “Premia i tuoi acquisti” Progetto shopping card “Com Fidelity”

1.2.5.3 Le luci sui borghi Com Light designer

1.2.6. La struttura del partenariato

1.2.7. Interventi del distretto

ALLEGATI:

- DELIBERE DI ADESIONE AL DISTRETTO/ATTI DI ADESIONE ASSOCIAZIONI
- ALLEGATI PIANI TRIENNALI DEI COMUNI DEL DISTRETTO
- OBIETTIVI
- CRONOPROGRAMMI DETTAGLIATI PER INTERVENTI
- PROGETTO GRAFICO DI COMUNICAZIONE E PRESENTAZIONE DEL LOGO.
- PROGRAMMAZIONE STRATEGICA E OBIETTIVI STRATEGICI TRIENNALI



0. INTRODUZIONE

Storicamente alcune zone e centri abitati nascono su vie di contatto e sono nuclei di commercio e scambio. Una vocazione del genere non si esaurisce certo col tempo, nonostante possa andare incontro a cambiamenti dovuti a circostanze storiche ed economiche. Alcune cittadine sono destinate ad essere il fulcro dell'attività di scambio con quelle che le circondano, che producono e si muovono assieme ad esse.

Il commercio si pone, dunque, come motore di un sistema di produzione e scambio che crea domanda e offerta, eccellenza e attrattiva per imprenditori locali e non.

All'altro capo della catena vediamo il fiorire di attività sempre più specializzate e lo sviluppo di una qualità della vita indubbiamente caratterizzata da un maggiore benessere.

Anche lo sviluppo di forme di commercio di media e grande distribuzione si vede attratto da un centro commerciale naturale, per così dire, e si colloca nei paraggi della stessa in zone confinanti che spesso coinvolgono il sistema dei Comuni sovraccitato.

La rete del commercio e quella dei servizi, dunque, fornisce un contributo fondamentale, non tanto e non solo al commercio, ma all'ulteriore sviluppo della città.

In questo contesto il DISTRETTO DEL COMMERCIO come definito dalla REGIONE CAMPANIA si profila come una *entità innovativa che definisce ambiti e iniziative nei quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione con altri settori produttivi quali attività artigianali, di servizi e turistico – ricettive, nonché di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone lo spazio, per accrescere l'attrattività complessiva, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.*

Le misure a sostegno che la Regione ha predisposto con risorse economiche dirette ai Distretti vanno ad aggiungersi agli impegni già in atto nei territori, sia di natura pubblica che privata, nella prospettiva di dare valore al commercio perché sia strumento essenziale, come spesso è già stato, per dare al territorio la spinta necessaria ad eccellere.

1. ANALISI TERRITORIALE

1.1. Inquadramento territoriale

I comuni appartenenti al distretto individuato sono 12, ovvero:

ATRIPALDA, CANDIDA, GROTTOLELLA, MANOCALZATI, MONTEFALCIONE, MONTEFREDANE, PAROLISE, PRATOLA SERRA, SALZA IRPINA, SAN MANGO SUL CALORE, SAN POTITO ULTRA, SORBO SERPICO, CAPRIGLIA, VOLTURARA IRPINA si inseriscono in un contesto che, nonostante la sua estrema vicinanza al capoluogo provinciale, è sempre stato caratterizzato da una spiccata indipendenza economica e commerciale. Pur mantenendo le connotazioni di nucleo antico, il Comune capofila è sempre stato un punto di riferimento provinciale per il commercio ed i Comuni confinanti si sono sempre caratterizzati per una fiorente attività produttiva e distributiva, che va a spinta e completamento di quella commerciale.

I Comuni del Distretto sono tutti attigui l'uno all'altro, ad eccezione del Comune di San Mango sul Calore, che, però, ha sempre avuto punti di contatto e comunanza di interessi con gli altri sopra indicati, ma è anche riferimento con aree logistiche utili e tipicità non trascurabili sotto il profilo progettuale che ci occupa ; durante gli incontri iniziali l'amministrazione di S. Mango si è subito mostrata interessata alla partecipazione al Distretto, considerata la possibilità di includere territori non confinanti con gli altri del Distretto, non ci sono stati ostacoli ad accondiscendere alla richiesta. San Mango è, come si approfondisce in seguito, uno dei comuni a cui fa capo una zona ASI e si contraddistingue per la produzione dei fichi detti proprio "di San Mango", che sono riconosciuti dall'Assessorato all'agricoltura della Regione Campania come prodotto tipico agricolo e che porta con sé una tradizione di commercio e di artigianato ad esso correlata che è un plus del Distretto. Ad ogni modo, il Comune non è distante dal Distretto, trovandosi a circa 12 km dal Comune di Parolise, al quale si connette attraverso il Comune di Chiusano San Domenico. Il territorio si trova tra due parchi Nazionali quello dei Monti Picentini e quello del Partenio, in un alternarsi di centri abitati e aree rurali.

Il centro abitato più grande è costituito dal Comune capofila, Atripalda, e sussistono sul territorio due aree industriali (Pianodardine e San Mango/Luogosano) che sono vere e proprie isole di industria e veicoli di commercio per tutta la provincia.

Il territorio ha in comune un ricco patrimonio storico culturale costituito dalle Chiese e dai numerosi borghi storici che negli anni sono stati, e sono ancora, oggetto di



conseguenza dei locali e delle altre attrattive del territorio, con una domanda che, nella difficoltà di raggiungere i luoghi e trovare prezzi competitivi, si sposta verso centri commerciali più lontani e di grande distribuzione.

L'attività produttiva, sia artigianale che di ristorazione, è sempre stata un altro motore dell'area, ma non si è riuscito mai a metterla a sistema.

Il territorio dei dodici Comuni è provvisto del numero di abitanti minimo richiesto dal Bando della Regione Campania come si evince dalla tabella a seguito riportata:

	Abitanti	età media	Indice di struttura della popolazione attiva*
ATRIPALDA	10424	45,4	136,1
CANDIDA	1077	44,2	141,4
MANOCALZATI	3009	45,2	134,8
MONTEFALCIONE	3117	46,9	147
MONTEFREDANE	2134	46,3	134,9
PAROLISE	642	47,5	130,3
PRATOLA SERRA	3643	44,1	139,7
SALZA IRPINA	723	48,5	151,3
S.MANGO SUL CALORE	1076	49,1	153,8
SORBO SERPICO	534	46,4	126,8
GROTTOLELLA	2244	46,9	133,8

CARPIGLIA	29.797	46.9	125.30
VOLTURARA IPRINA	2985	47	135.00
TOTALE	35026		

onte: <https://www.tuttitalia.it> dati 2022

Dalla tabella si evince anche il dato demografico relativo al territorio in questione: la popolazione è in media caratterizzata da persone di mezza età, con una percentuale di giovani non altissima e una popolazione attiva mediamente in calo. Come molti territori del posto, è stato soggetto negli anni a spopolamento in favore di luoghi con più offerta lavorativa e attrattiva di studio. Il dato è nella media provinciale (che si attesta su un dato al 2022 di **134,1**), leggermente più alto probabilmente per la presenza all'interno del Distretto di Comuni con numero di abitanti - e conseguenti possibilità lavorative interne allo stesso - basso.

Nonostante questo, le problematiche sociali del territorio sono spesso ridotte, grazie a un tenore di vita che non presenta una alta delinquenza e in generale molto appoggia sul tessuto familiare che riesce ancora a sostenere, seppure con difficoltà, i più bisognosi.

Il territorio del Distretto si caratterizza, oltre che per le numerose **attività di eventi** a cui è molto legato (v. par. 1.2.2) per la presenza di un **sito archeologico**, quello di *Abellinum*, sul cui parco archeologico, di circa 25 ettari, si stanno compiendo numerose azioni di riqualificazione e di comunicazione negli ultimi anni, anche grazie alla messa in rete con altre realtà regionali più affermate.

Il Distretto ha poi da offrire un **vasto panorama enologico**, con le eccellenze irpine, dalle cantine più rinomate a quelle più artigianali, che, se messo a sistema, può costituire l'attrattiva principale a livello turistico del posto.

Nel Distretto è presente il Liceo De Caprariis, storico istituto della provincia di Avellino che negli anni ha dettagliato i suoi corsi da solo "liceo scientifico" a

“scientifico ad indirizzo linguistico, informatico e tecnologico”, facendo registrare una partecipazione a progetti di valenza regionale (PON, etc.), nazionale e comunitaria, oltre che ad una integrazione con la realtà economica e sociale del territorio. Al Distretto aderisce, inoltre, la Facoltà di Farmacia dell’Università di Salerno, con in programma lo sviluppo di progetti di riciclo e collaborazione con le attività del Distretto.

1.1.2. Indirizzi

Gli atti deliberativi per la costituzione del Distretto Commerciale Diffuso sono:

- Delibera di Giunta Municipale n. 31 del 03-03-2023 Comune di Atripalda
- Delibera di Giunta Municipale n. 13 del 28/03/2023 Comune di Candida
- Delibera di Giunta Municipale n. 40 del 12/05/2023 Comune di Grottolella
- Delibera di Giunta Comunale n. 21 del 17/03/2023 all.to 1 Comune di Manocalzati
- Delibera di Giunta Comunale n. 20 del 06/03/2023 Comune di Montefalcione
- Delibera di Giunta Comunale n.17 del 30/03/2023 comune di Montefredane
- Delibera di Giunta Comunale n.14 del 28/03/2023 Comune di Parolise
- Delibera di Giunta Comunale n.23 del 06/03/2023 Comune di Pratola Serra
- Delibera di Giunta Comunale n.15 del 28/03/2023 del Comune di Salza Irpina
- Delibera di Giunta Comunale n.10 del 07/03/2023 Comune di San Mango sul Calore
- Delibera Giunta Comunale n. 25 del 03/03/2023 Comune di San Potito Ultra
- Delibera di Giunta Comunale n.16 del 13/03/2023 Comune di Sorbo Serpico
- Delibera di Giunta Comunale n 54 del 30/07/2023 Comune di Capriglia
- Delibera di Giunta Comunale n 20 del 05/07/2023 Comune di Volturara



1.2. Individuazione del distretto

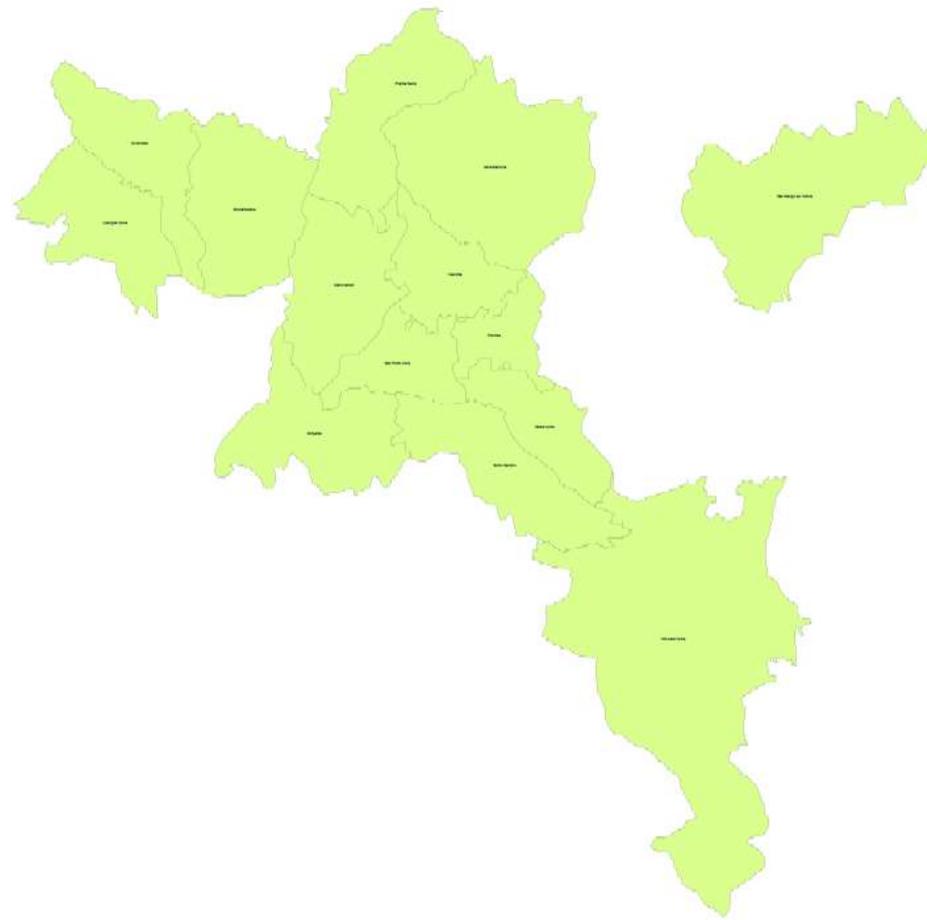
Il Distretto Diffuso del Commercio *ComUnity* nasce dall'idea di mettere in rete dei Comuni che, di fatto, sono già storicamente e commercialmente connessi per la condivisione di zone industriali, interessi commerciali ed che, in generale, vedono una frequente mobilità delle persone, che si muovono con naturalezza da un Comune all'altro per acquisti, lavoro e servizi in genere.

Questa esigenza può essere qui concretizzata, grazie alla partecipazione al presente bando, con la creazione di un marchio unico, di una identità riconoscibile che metta il territorio in condizione di presentarsi agli stakeholder esterni come una risorsa completa e con chiari interlocutori, oltre che dare una voce univoca a chi lo vive.



Coordinate del Distretto - CAPOFILA ATRIPALDA									
6400610001		15	15064006	064006	0	372			
n	Comune	Superficie Kmq	Codice Com	Codice ISTAT	Cod. Regione	ALTITUDINE slm	LOC2011	Coordinate WGS84	
1	ATRIPALDA	8,59	064006	15064006	15	372	6400610001	40.91752	14.82966
2	CANDIDA	5,43	064016	15064016	15	480	6401610001	40.94244	14.87415
3	MANOCALZATI	8,62	064046	15064046	15	390	6400610001	40.94153	14.85009
4	MONTEFALCIONE	15,15	064053	15064053	15	480	6405310001	40.96387	14.88509
5	MONTEFREDANE	9,45	064055	15064072	15	400	6405510002	40.95992	14.81426
6	PAROLISE	3,22	064069	15062048	15	460	6406910001	40.93102	14.88322
7	PRATOLA SERRA	8,84	064075	15064075	15	384	6407510001	40.98661	14.85371
8	SALZA IRPINA	4,96	064081	15064081	15	420	6408110001	40.91861	14.89181
9	SAN MANGO SUL CALORE	14,00	064082	15064082	15	375	6408210001	40.96267	14.97467
10	SAN POTITO ULTRA	4,54	064086	15064086	15	517	6408610001	40.92843	14.87497
11	SORBO SERPICO	8,1	064102	15064102	15	500	6410210001	40.91715	14.88712
12	Grottolella	7,13	064039	15064039	15	565	6410210001	40.97230	14.78700
13	Capriglia	7,49	064018	15064018	15	575	6401810001	40.95818	14.77462
14	Volturara Irpina	32,42	064119	15064119	15	697	6411910001	40.87900	14.91694
		137,94				499			

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*



Il Distretto su base ShapFI



1.2.1. Struttura economica e commerciale esistente

NOTE SULLA RACCOLTA DATI - La raccolta dati nel territorio interessato dal DDC è stata problematica per una serie di fattori legati alla mancanza, sul territorio, di database efficienti.

Per quanto riguarda i Comuni essi, per loro natura non dotati di grandi risorse, raccolgono informazioni in maniera, seppur regolare, poco articolata e - benché sufficiente alla gestione comunale - poco completi per la presente relazione.

Altri Enti di competenza provinciale, d'altro canto, tendono a stilare stime e studi inerenti più che altro tutta la provincia di Avellino che però, data la sua estensione e varietà di realtà (bassa irpinia, alta irpinia, valle ufita, capoluogo e zone circostanti) difficilmente forniscono un dato dal quale sia facile dedurre informazioni relative all'area del Distretto.

Per quanto è stato possibile sono stati raccolti e messi a sistema i dati a seguire, con la ferma volontà di costruire, anche grazie alle attività del Distretto (es. la creazione di mappe GIS consultabili e la loro successiva pubblicazione) database più efficienti in futuro.

L'area del Distretto è caratterizzata da una notevole differenza, in termini di urbanizzazione, servizi e produzione, tra il comune capofila e le zone circostanti. Tra queste ultime, si distingue il Comune di Manocalzati che confina nel suo territorio con la zona ASI di Pianodardine, e che comprende una varietà di attività industriali medie e grandi che vanno dai componenti per l'edilizia ai grossisti di frutta e verdura passando per audiovisivi e impianti. Per il resto l'attività produttiva è in gran parte artigianale e il commercio si basa su realtà di vicinato, ognuna con le proprie tipicità, in particolare alimentari.

Prodotti alimentari tipici della zona del Distretto:
Vini DOP (Fiano, Taurasi, Greco)
Nocciole, Castagne IGP (tra cui la castagna rossa di San Mango)
Fichi (fico di San Mango PAT)
Salumi e formaggi tipici (caciocavallo silano DOP, pezzente, ecc)
Funghi porcini
Miele

La grande distribuzione è presente fisicamente nel territorio soltanto nel Comune di Atripalda, e riguarda il settore alimentare e dei prodotti per l'edilizia e "del fai da te", vista la presenza sul territorio anche della scuola Edile.

Ciononostante, non è difficile per gli abitanti del Distretto raggiungere i vicini centri commerciali situati nella provincia di Salerno e Napoli, confinanti spesso con le zone dell'avellinese. Ad Avellino poi la grande distribuzione sconta la sola presenza di una attività GIAM ex fabbricato Ipercoop. Oltre a questo, negli ultimi anni, soprattutto con l'avvento della pandemia, si è registrato un aumento degli acquisti online, con un'offerta spesso più ampia e settoriale di quella riscontrabile in piccole realtà come quelle in oggetto. Abbiamo quindi l'esigenza di modernizzare i processi di vendita, attaccandoli al mercato online e creando una distribuzione più smart ed efficiente perché sia competitiva.

Il commercio al dettaglio è cresciuto più lentamente in conseguenza di quanto detto, e realtà storiche della zona hanno registrato un calo delle vendite – e un conseguente aumento dei prezzi e diminuzione della competitività, in particolare per quanto riguarda le microunità soprattutto per quelle del comparto enogastronomico e dell'abbigliamento.

Nello specifico, il Comune di Atripalda è conosciuto per la sua propensione al commercio, sul quale si basa il sistema economico che inevitabilmente coinvolge tutti i comuni che ruotano attorno ad esso.

I dati estratti dalle tabelle 2023 fornite dal SUAP comunale ci dicono che persistono sul territorio:

346 piccoli imprenditori di cui 181 dediti ad attività di commercio
456 commercianti di cui:
62 piccoli imprenditori nel settore commercio
87 commercianti tra ingrosso e dettaglio
100 artigiani vari

Importante infatti è l'attività delle aree mercatali del Distretto. Non tutti i comuni del Distretto hanno un mercato settimanale, ma quelli presenti hanno un valore storico

a livello commerciale, che è in grado di contrastare anche le crisi commerciali attuali. I mercati sono misti in quanto a commercio (alimentare, vestiario, vivaisti, agricoltori), e tipicità non solo locali. In particolare, nell'ambito del Distretto, si notano il mercato bisettimanale che si svolge a Montefredane, il mercato di Prata Principato Ultra che, per questioni amministrative, si sta tentando di ripristinare e quello del Parco delle Acacie di Atripalda, appena ricollocato. Il commercio su area pubblica è, ad oggi, considerato un valore e richiesto dalla popolazione locale e dai commercianti, ma la direzione di un Distretto Commerciale Diffuso potrebbe certamente dare una spinta sia all'efficientamento delle realtà già esistenti sia alla creazione o al ritorno dei mercati su tutto il territorio del Distretto stesso, facendo in modo che gli abitanti del Distretto non siano costretti a muoversi verso altri comuni. Prata Principato Ultra, in particolare, è un comune che ha subito, per anni, un'azione di commissariamento che ha snaturato le tradizioni ed il commercio del territorio. Ad oggi, l'amministrazione vuole rimodulare il contesto urbano per portarlo alle vecchie e funzionali tradizioni, tra cui lo spostamento del mercato nella sede storica dell'area mercato del paese.

Nonostante ciò, anche queste attività necessitano di essere rigenerate, in quanto sono carenti di servizi innovativi per la collettività; gioverebbe loro una gestione unica dei mercati coordinata e guidata dal Distretto che possa organizzarli in maniera continuata e senza sovrapposizione di date. Per la rigenerazione, sono già in discussione, da tempo, azioni, in particolare per "il Parco delle Acacie di Atripalda", "La Nevèra di Montefredane" e l'area della "ex Piazza Mercato di Prata Principato Ultra", dalle quali, appunto, il Distretto intende iniziare un'azione di riqualificazione ed ottimizzazione degli spazi.

Le aziende presenti sul territorio sono ricomprese spesso nell'area industriale di Pianodardine, che è stata la prima fra quelle realizzate in provincia di Avellino, grazie alla Legge n.634 del 29/7/1957 (Cassa per il mezzogiorno) , il cui non facile obiettivo era la promozione di nuove iniziative produttive nel Mezzogiorno, mediante la creazione di aree di sviluppo industriali infrastrutturate in prossimità dei principali assi viari. A tal proposito piace ricordare che in Irpinia ci sono tre importanti aree industriali in gestione all'ASI e , dopo il terremoto del 23 Novembre 1980, numerose aree PIP realizzate con i fondi della Legge 219/81.

L'agglomerato ASI è ubicato nel territorio di Avellino (56.232 abitanti, a 2 km di distanza) ma anche dei Comuni del Distretto (Grottolella, 1.848 abitanti, a 10 km;

Manocalzati, a 4 km, 3.037 abitanti; Montefredane, a 3 km, 2.329 abitanti; Prata Di Principato Ultra, a 3 km, 2.899 abitanti; Pratola Serra, 3.317 abitanti; Atripalda a 2 km, 11.569 abitanti).

L'agglomerato industriale occupa una superficie complessiva di circa 371 ettari, di cui 245 destinati dal PRT ASI alla realizzazione di lotti industriali (180 ettari circa sono già occupati).

L'area, attualmente, è quasi totalmente infrastrutturata; per le piccole zone non ancora dotate di infrastrutture il Consorzio ASI ha provveduto alla elaborazione di un progetto esecutivo per il completamento delle opere.

Le aziende attualmente insediate e attive sono oltre 60, per complessivi circa 5.800 addetti.

Fra i settori produttivi presenti prevale quello metalmeccanico per la fabbricazione dei mezzi di trasporto; significativa anche la presenza di aziende del settore della lavorazione del legno, del **settore alimentare**, dei prodotti **in metallo**, del settore chimico e informatico; l'azienda di maggiori dimensioni per addetti e superficie utilizzata è la F.M.A. del Gruppo FIAT, che produce motori; di dimensioni minori, ma di notevole importanza, sono la Novolegno del gruppo Fantoni, che attualmente sta attraversando un momento di crisi significativo, la Denso Thermal System, la Umicore Italia S.r.l., la Flextronic International Avellino S.p.a.. Si registra, poi, la presenza di piccole aziende nei settori della lavorazione delle materie prime (marmi, resine, ecc.), tutte naturali evoluzioni dell'artigianato storica di zona e della produzione di prodotti destinati alla aeronautica.

Altra realtà importante presente sul territorio è il nucleo industriale ASI di San Mango sul Calore. L'area Industriale ASI di San Mango Sul Calore è stata realizzata con i fondi della Legge 219/81, che, oltre a rappresentare un provvedimento necessario per far fronte agli eventi sismici dell'80, ha cercato di creare nuove opportunità di sviluppo per le aree colpite dal Sisma. L'agglomerato industriale è ubicato quasi interamente nel territorio dei vicini comuni di San Mango Sul Calore (circa 1.200 ab., 3 Km di distanza), e in piccola parte nel Comune di Luogosano (circa 1.300 ab., 4 km di distanza).

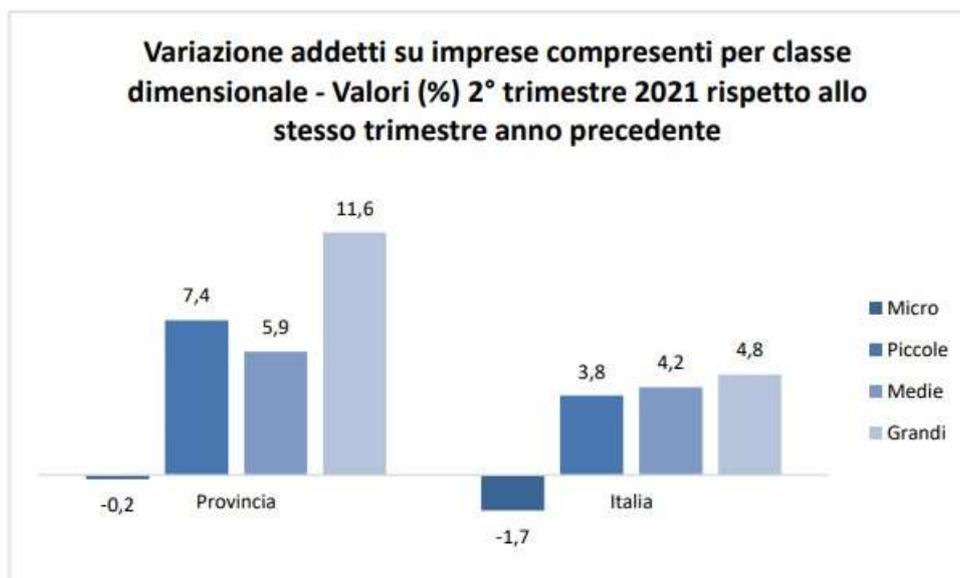
Fra le aziende insediate quella con il maggior numero di addetti è la Arcelor Mittal Piombino S.p.A., che lavora metalli in ferro e acciaio, produce stampati in leghe

leggere di alluminio con trasformazione in lamiere e non. Nell'area è anche insediata la Zuegg S.p.A. che trasforma la frutta fresca in semilavorati per industria e confetture. [dati <https://asi-avellino.com/>]

Questa ultima azienda prende parte al trend che ha rilevato Info Camere nel commento ai dati del cruscotto statistico del III trimestre 2021

Molto brillante appare il comportamento dell'ortofrutta locale che rappresenta sempre il quarto capitolo merceologico più significativo della provincia con un ottimo +8,1% messo a segno su base tendenziale. Tale crescita è scaturita da una intesa tra la Zuegg, noto marchio della trasformazione della frutta con sede nell'area industriale di San Mango ed i produttori locali di ortofrutta per la creazione di una Filiera della frutta (albicocche, fichi, fragole, ciliege e pere)

Dallo stesso rapporto, si deduce che l'apertura di nuove unità locali non supera in valore assoluto il numero delle chiusure (188 contro 109). Nonostante la tendenza porta ad avere una variazione negativa delle aperture (-2,6%) seguita da una variazione in decrescita anche da parte delle chiusure (-1,8%) rispetto al terzo trimestre dello scorso anno. Le nuove aperture sono collocate soprattutto nella stessa provincia, che conta il 58,5% sul totale delle nuove iscrizioni. Lo stesso vale per le chiusure (58% sul totale chiusure).



Fonte: InfoCamere

La considerazione generale sulla zona è che si caratterizzi molto per la sua vocazione commerciale, principalmente di vicinato, seppure con una diffusione in termini provinciali molto ampia. A paragone abbiamo soltanto **l'imprenditoria dedita alla produzione enologica**, della quale parliamo nel dettaglio al paragrafo successivo, che si connette in senso stretto con i numerosi artigiani presenti su tutta la zona.

L'obiettivo del Distretto è quello di unificare le vocazioni dei territori, apportando miglioramenti a quelli dei comuni minori in termini di nascita di nuove iniziative imprenditoriali e commerciali grazie al *know how* della zona atripaldese, e al contempo fare da ponte tra il Comune capofila e le realtà altre, che possano incanalarsi in un'unica offerta a marchio ComUnity. Inoltre, il progetto prevede la crescita delle diverse realtà di nicchia nelle botteghe specializzate e nell'artigianato di qualità, anche attraverso la formazione spinta del commercio di vicinato, sia a posto fisso che ambulante, del vicinato speciale (Settore del mobile, della vendita di strumenti musicali, dei prodotti per l'edilizia, ecc), senza trascurare l'enogastronomia, la somministrazione e la ristorazione di qualità. Sempre nel Comune capofila c'è anche una forte spinta alla realizzazione di abiti da Sposa con Atelier che sono conosciuti in ambito nazionale e tra i produttori di moda, articoli di vestiario, calzature e per cerimonie.

La provincia di Avellino, come si nota dai dati InfoCamere qui riportati, è stata caratterizzata negli anni 2019/2020 dalla generale decrescita di svariati settori, anche se non in termini eccessivamente significativi. A crescere, per contrasto e in forte aumento, i settori delle Costruzioni, dei Trasporti e Spedizioni e dei servizi alle imprese.



Tavola 2 - Dati strutturali: Imprese attive

PROVINCIA: **AVELLINO**

Imprese attive per settore economico al 31/12/2020 e tasso di crescita anni 2019-2020		
	Valori assoluti	Tasso di crescita annuale composto
		2020/2019
Agricoltura e attività connesse	11.270	-0,1
Attività manifatturiere, energia, minerarie	3.590	-0,7
Costruzioni	4.347	2,8
Commercio	9.813	-0,5
Turismo	2.363	-0,4
Trasporti e Spedizioni	708	1,1
Assicurazioni e Credito	661	3,3
Servizi alle imprese	3.123	4,3
Altri settori	2.385	-0,6
Totale Imprese Classificate	38.260	0,5
Totale Imprese Attive	38.269	0,4

Il tasso annuo di crescita composto (CAGR) è un indice che rappresenta il tasso di crescita medio di un certo valore in un dato arco di tempo. Viene calcolato secondo la formula seguente:

$$CAGR(t_0, t_n) = \left(\frac{V(t_n)}{V(t_0)} \right)^{\frac{1}{t_n - t_0}} - 1$$

dove $V(t_0)$ è il valore iniziale della variabile, $V(t_n)$ il valore finale e $(t_n - t_0)$ il numero di anni del periodo considerato.

Sono escluse le imprese 'Non classificate' ovvero le imprese prive del codice di attività economica

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

"InfoCamere"

Potenziale livello di competitività insito nel Distretto

Il livello di competitività presentato prende in considerazione le risorse di diversi comuni in particolare da un punto di vista di attrattiva turistica e commerciale.

Da un punto di vista macroeconomico, la competitività si può individuare nella capacità di attrarre attività imprenditoriali e fattori di produzione. Il Distretto presenta le potenzialità per aumentare il livello di competitività: nei suoi eventi seguiti in tutto il circondario per la presenza dell'area archeologica, le risorse naturali ed enologiche, i prodotti tipici e, come innanzi già accennato, per una spiccata presenza di commercianti locali e di negozi in franchising gestiti del famiglie.

Va ricordato che sul territorio di Atripalda è presente anche la Distribuzione di prodotti alimentari all'ingrosso e della carta.

La presenza delle prime comporta la vocazione turistica dell'area, mentre la presenza di polarità commerciali comporta la vocazione commerciale.

1.2.2. Attrattiva turistica

Volendo delineare un quadro complessivo della realtà dei dodici comuni appartenenti al Distretto Commerciale possiamo citare una serie di elementi di attrattiva turistica che costituiscono il patrimonio culturale e immateriale dell'intera area e rappresentano polo di interesse per altri contesti; in particolare sono trainanti per il settore del commercio di vicinato. Ogni comune possiede un patrimonio legato alle tradizioni, formato da edifici religiosi e feste in onore dei santi patroni.

Questi eventi, più che storici, sono certamente sentitissimi in tutta l'area, e conservano antiche tradizioni irrinunciabili per gli abitanti della zona e per i turisti di ritorno. I turisti, in particolare quelli stanziali, sono molto attesi dai commercianti locali che, per la loro presenza, scontano un incremento delle vendite e approfittano per dare visibilità anche alle tipicità.

Sappiano che le manifestazioni e la presenza dei tanti beni culturali comportano certamente un incremento di visitatori che trovano offerta negli alberghi e nelle case disponibili sul territorio, quelle costruite con i fondi della Legge 219/81 e che spesso sono sfitte visto il fenomeno dello spopolamento e, nelle occasione delle manifestazioni, vengono affidate al "turismo di ritorno". Quello di emigranti che tornano nelle loro terre di origine.

Il nostro progetto prevede di promuovere il commercio a posto fisso e quello ambulante, gli esercizi di somministrazione (Bar, ristoranti, trattorie tipiche , ecc) presenti nel territorio del distretto. Per questo sono utili le manifestazioni sia civili che religiose che si svolgono durante i diversi periodi dell'anno.

Diamo appresso un elenco alcuni eventi nei diversi comuni :

In primis l'annuale festa di San Sabino di **Atripalda**, una tre giorni organizzata intorno al 16 settembre tra riti religiosi con la partecipazione dell'amministrazione comunale e l'organizzazione di concerti a tema. A **Candida**, insieme al Patrono San Filippo Neri, si festeggia, in un'unica kermesse estiva dal 12 al 22 agosto, anche la Madonna del Buon Consiglio e Sant'Antonio da Padova tra musica e spettacoli teatrali. Tre giorni di riti religiosi e musica anche per la festa di San Marco Evangelista a **Manocalzati** (25 aprile), mentre nel mese di maggio a **Montefalcione** vengono portate in processione le reliquie incastonate nella cintura della statua di San Feliciano Martire, all'interno di una quattro giorni di festa. In chiusura della festa religiosa, si svolge una famosa gara pirotecnica a cui partecipano i cittadini della comunità e quelli dei dintorni, ma affollano la manifestazione anche tanti turisti che vengono da tutta la regione. **Montefredane** festeggia ogni anno San Nicola (6 dicembre) con l'evento di apertura

del periodo natalizio, che consiste nel conviviale assaggio di castagne, patate e “pezzente”. Il 16 agosto viene celebrata la festa di "San Rocco di Montpellier" protettore della popolazione di **Parolise**, il cui busto è conservato presso la Chiesa Parrocchiale di San Vitaliano Vescovo, patrono di Parolise. Il Santo è collocato al lato del Trono di Marmo intitolato al Sangue Sparso, costruito verso la metà del XX secolo. Nel settecento il busto di San Rocco era conservato in una delle nicchie in legno realizzate presso l'altare maggiore. Le festività si protraggono per tutto il mese, ogni domenica con un richiamo religioso diverso. **Pratola Serra** festeggia tradizionalmente alla fine di agosto i santi patroni, Maria SS.ma Addolorata e San Gerardo Maiella, unendo le due figure in lungo evento di più giorni con tradizioni religiose e concerti e fuochi civili. La Madonna delle Grazie fu eletta, invece, a **Salza Irpina**, regina del paese l'otto settembre 1946 e da quella data le festività religiose tra processione ed esposizione della statua si protraggono da metà agosto fino ai primi dieci giorni di settembre, con eventi civili e una sagra ad accompagnare la tradizione religiosa. La festa di San Teodoro a **San Mango sul Calore**, seppure molto sentita, è, però, un evento minore rispetto alla storica *Cavalcata di Sant'Anna*, che si tiene il 31 luglio e riproduce da secoli il percorso dei cavalieri che attraversavano il borgo in onore della Santa, con un percorso che non muta e i partecipanti in costume che distribuiscono confetti a tutti i presenti, compresi coloro che lasciano aperte le porte delle loro case in questa occasione per riceverne. Intorno al 13 dicembre **Sorbo Serpico** illumina il borgo con la processione e i tradizionali fuochi pirotecnici in onore di Santa Lucia, mentre il 24 maggio **San Potito Ultra** dedica solennità religiose, sagra e concerto alla Madonna del Soccorso. **Grottolella** inserisce nella lunga *Estate Grottollelese* i festeggiamenti in onore del patrono, Sant'Egidio, il 1° settembre, tra eventi culturali e numerose funzioni religiose.

Oltre ai numerosi, quanto partecipati, festeggiamenti in onore dei santi patroni, spesso più sentiti dagli abitanti della zona che dal turismo esterno, l'area persegue in tema di eventi tradizioni ben radicate, tra cui il **volo dell'angelo del lunedì in albis** a San Mango sul Calore, che si svolge ogni anno in concomitanza con l'apertura della settecentesca chiesa della Madonna del Carmine, alla quale da secoli è dedicata la preghiera dell'angelo stesso; la **Festa della Vendemmia di Candida**, che riprende da 7 anni una tradizione secolare che accompagna l'evento contadino con festeggiamenti vari e ne approfitta per parlare della situazione enologica della zona attraverso incontri e convegni, il tutto alla fine di settembre (ultima edizione 21/22 settembre); stesso paese che ospita ad agosto la kermesse “**Candida: Storia, Luoghi, Sapori e arti antiche**”, alla sua 16.ma edizione; un tuffo nel passato, nella storia del piccolo comune irpino, che permette di visitare luoghi, angoli del borgo, mostre di artigianato e mercatini dell'antiquariato e rivisitare gli antichi mestieri oramai scomparsi. Il tutto

immerso nei profumi dei sapori di piatti tipici della tradizione contadina locale e ottimo vino.

Seguitissima in tutto il circondario è: “*Assettate addò vuò*” (nel mese di luglio) di Manocalzati, decennale evento etnico-popolare organizzato dalla Pro Loco, in collaborazione con il Comune di Manocalzati. Suggestiva l’immensa tavolata, che raggiunge circa un chilometro. Sedie, sedie ovunque, perfino appese. E cibo, golose pietanze a volontà. Poi la musica, meravigliosi suoni e melodie di ogni genere con numerosi artisti dai grandi nomi. Stessa fama per “*Puozzi Passà pa Pratala*” di Pratola Serra, evento di luglio che richiama artisti conosciuti, per più giorni, ormai, da 12 anni; l’elenco, non esaustivo, potrebbe continuare e fa parte della tradizionale tendenza irpina ad animare il territorio. **Volturara** comune di importanza estrema nel sistema irpinia anche per la sua posizione geografica di riferimento e cerniere rispetto alla finestra che si apre verso i paesi dell’alta Irpinia. Questo lembo di pianura e di montagna è un paese ricco di storia più che millenaria, costituendo per secoli la soglia di quella “vecchia porta d’Irpinia “ attraverso la quale sono calati nella verde conca irpina gran parte dei popoli invasori. Sono località quelle di Volturara, le cui vicende sfumano nella notte dei tempi, tra leggenda e realtà. Un insieme di casali abitati da gente dedita alla pastorizia e all’agricoltura, isolata in una vallata verde e stupenda, con un clima umido e freddo d’inverno, con acqua pura e cristallina degna di un poema classico fa da cornice nei secoli ad un lago perenne che raccoglie le sorgenti delle tante montagne che si raggruppano intorno al Terminio, naturale confine tra contrade ricche e fiorenti, con uccelli ed animali di ogni specie. La sua storia senza protagonisti e senza protagonismi si svolge nel tempo tra solitudine e spesso ferocia, unico caposaldo contro invasioni continue e devastanti che abituavano i nativi ad una guerriglia spietata ed improvvisa per scoraggiare i forestieri, spesso costretti a girare alla larga dalla gola del Malepasso, teatro di imboscate nei secoli contro eserciti e viandanti, mercenari e mercanti. Si ricordano in epoca Borbonica la presenza di briganti che hanno avuto anche importanza rilevante nel mondo del bricagnatggio (es. Mariniello)

Il nome può anche derivare da Utur che significa nell’osco-sannitico acqua stagnante, con il suffisso latino “ali” diventa acquitrino. Negli ultimi tempi, secondo alcuni ricercatori, dovrebbe essere presa in considerazione l’ipotesi di un’origine etrusca di Volturara, che sarebbe una delle 12 città campane fondate nel loro espandersi. La radice “Volt” indicherebbe la loro Dea. Secondo un’altra teoria il nome deriva da Vultus rarus, cioè volto raro, per indicare la fisionomia particolare di primi abitanti arrivati fin qui da terre lontane, se non dall’Asia. Una delle ipotesi più antiche ed accreditate della nascita di Volturara Irpina, riportata anche in alcuni atti del Consiglio Comunale del secondo ottocento, è che alla distruzione, operata dai romani, di Sabatia nel Serinese per essersi alleata con Annibale, si verificò la diaspora dei suoi cittadini che portò alla nascita di parecchi agglomerati urbani. Uno di questi avrebbe dato origine a Volturara. Nella piana del Lago Dragone esistevano diversi Casali. In località

Serra (distrutto dai Lanzicheneccchi nel 1520), in località San Marco, in località Tavernole (San Marciano), in località Bonfanum (Bolifano), in località Campanariello dove esisteva la chiesa di San Vito, in Casale di Santa Palomba presso la montagna di Chiusano sul versante di Volturara, in Casale di San Leonardo tra S.Marco e Montemarano. Volturara era al centro di una vasta rete di vie di comunicazione che da Avellino portava nelle Puglie e nella Basilicata, passando per le montagne per evitare brutti incontri. La più importante per secoli e secoli fu la strada Saba Maior che da Serino attraverso la piana andava a Nusco e Montella.

Il Castello, costruito in epoca feudataria, era un baluardo contro le incursioni con intorno il paese che incominciava a svilupparsi sulla roccia dalla Serra ai piedi della collina e costituiva un anello importante di una catena di castelli vicini tra di loro e molto ampia attraverso la quale con segnali particolari venivano avvistati i nemici per prepararsi alla difesa. Il popolo coltivava terreni e boschi dietro pagamento in natura ai vari padroni, che forse conoscevano Volturara solo di nome, dimorando a Napoli o in altri paesi più grandi. La presenza di cognomi, tuttora esistenti, riferiti a oggetti e strumenti concreti, fa pensare che anche a Volturara come in paesi vicini nel quindicesimo secolo siano arrivati molti degli ebrei cacciati da Napoli dal Re e costretti a cambiare religione convertendosi al cattolicesimo per nascondersi dalle persecuzioni che continuarono negli anni.

Il cartello degli eventi è ricco e si sviluppa nell'arco dell'anno. In estate ricordiamo il Summer Time e il "DRAGONART EN PLEIN AIR" CON L'ARTISTA SIRIAN DI FEO - a cura della Pro Loco presso Piana del Dragone, FESTA DEL CASARO, a cura della PA. "I EDIZIONE BICI IN PIANA" giro in bici con rinfreschi attraverso la Valle del Dragone a cura Polisportiva Termino Accademy; PARTENZA DELLA CASTELLANA DI "ZIA MICHELINA" verso il Santuario di Montevergine. Amtanti altri aventi si susseguono vista anche la vocazione Ippica del territorio. **Capriglia**

Comune collinare, sorto in epoca alto-medievale in un territorio popolato sin dalla più remota antichità; la sua economia si basa ancora in larga parte sulle attività agricole, integrate dal turismo. Il comune è diviso nella parte Urbana storica e le due frazioni San Felice e Casale nonché un buon numero di case sparse. Il castello di origine medievale, accoglie le case del centro urbano in gran parte ristrutturate dopo il terremoto del 23/11/1980, per conservando l'impianto originario. Le colture arboree si dividono in parte a castagneto e nocciolo, a valle, e parte a bosco ceduo sul monte che domina il paese Vallatrone (circa 1500 metri s.l.m.), A valle non manca la coltura delle viti dalla quali si producono ottimi vini e della frutticoltura che è parte della economia del paese. Dispone di scuole per l'istruzione primaria e secondaria di primo grado ma non possiede strutture di rilievo preposte alla conservazione e alla divulgazione del patrimonio culturale; l'apparato ricettivo include esercizi di ristoro e strutture per il soggiorno; un ufficio sanitario e la farmacia garantiscono localmente l'assistenza sanitaria.

Carpiglia ha origini databile intorno al 900 d.C., quando vennero edificati il castello e la chiesa dedicata al Santo Patrono; tuttavia, il rinvenimento di alcune tombe del IV-III secolo a.C. attesta che era abitata già prima dell'arrivo dei romani. Appartenuta a un certo Giovandotto, fu da questi venduta, nel 1075, alla famiglia De Farneto, un membro della quale, Ruggiero, unificò le località di Capriglia e Sant'Angelo a Scala (1171). Concessa da Giovanni I d'Angiò alla casata dei D'Aquino (1345), fu ceduta da Giovanna II d'Angiò alla famiglia Caracciolo nel 1419. Alcuni decenni più tardi Isabella Caracciolo la portò in dote ai Carafa, conti di Maddaloni. Nel 1601 fu nuovamente acquistata dai Caracciolo, da cui passò nel 1780 alla casata dei Macedonio. Il terremoto del 1980 ha apportato gravi danni all'originaria struttura dell'abitato. Il toponimo, citato nel Catalogus Baronum (1150-1168), deriva dal latino CAPRILIA, da CAPRILE, 'stallo o pascolo per capre'. L'abitato è dominato dall'imponente palazzo Carafa, costruito nel Cinquecento sulle rovine di un castello fortificato del XII secolo; la struttura centrale dell'edificio è posta tra due avancorpi a forma concava e conserva intatte le sale interne, in cui si possono ammirare pregevoli affreschi. La chiesa di San Nicola di Bari, il cui impianto attuale risale al XVIII secolo, ingloba, nelle mura esterne, una stele muraria mentre all'interno è adorna di splendidi marmi policromi e di un fonte battesimale risalente probabilmente al XVII secolo. Degna di nota è anche la seicentesca chiesa di Sant'Antonio, abbellita da arredi sacri del XVIII secolo. Il Patrono, San Nicola, si festeggia il 6 dicembre.

Per quel che riguarda il patrimonio turistico materiale dei comuni, tutti sono dotati di **borghi storici e ricchi di piccoli monumenti** come chiese e palazzi storici che li rendono piacevoli da visitare

Comune	Risorse storico/culturali
Atripalda	<p>Area Archeologica dell'Antica Abellinum - Importante sito archeologico che comprende i resti dell'antica colonia romana di Abellinum, da cui ha avuto origine l'odierno capoluogo irpino</p> <p>Chiesa di Sant'Ippolito Martire - Edificio religioso di epoca tardo-paleocristiana dall'aspetto ottocentesco, noto per la sua cripta, lo Specus Martyrum, antico cimitero paleocristiano di Abellinum</p> <p>Museo del Palazzo della Dogana dei Grani - Situato in Piazza Umberto I, è un museo dove sono esposti i manufatti storico-artistici recuperati dopo il sisma del 1980</p> <p>Chiesa di Santa Maria del Carmine - Chiesa che si distingue per la statua della Vergine del 1739 e per l'Incoronazione della Madonna del Carmelo raffigurata sul soffitto</p> <p>Chiesa di San Nicola da Tolentino - Chiesa consacrata, sede anche di convegni, concerti ed eventi di tipo culturale</p> <p>Ex Convento dei Padri Domenicani (Palazzo Civico) - Restituito nella sua antica bellezza quale sede comunale, grazie a un sapiente restauro</p> <p>Chiesa di Santa Maria delle Grazie - Fu utilizzata dalla famiglia Caracciolo come cappella gentilizia</p> <p>Ex Monastero di Santa Maria della Purità - Conservatorio seicentesco nato per funzioni di</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

	<p>rifugio e protezione, è sede oggi di eventi culturali</p> <p>Complesso Monumentale degli Alcantarini - Conosciuto anche come Chiesa e Convento di San Pasquale, offre servizio di accoglienza per gruppi di ogni età</p> <p>Palazzo Caracciolo - Risalente al XVII secolo, presenta un bellissimo loggiato superiore, aperto sul parco e su un'importante esemplare di giardino all'italiana</p> <p>Aree verdi - Parco Pubblico San Gregorio, Villa Comunale "Piazza del Sole", Parco delle Acacie</p>
Candida	<p>Chiesa di Santa Maria Assunta in Cielo - Affascinante edificio religioso situato in piazza, con un portale sfarzoso in pietra e decorazioni barocche, edificato per volere di Maria De Cardona e aperto al culto nel 1540</p> <p>Chiesa della Concezione di Maria - Inserita nel monastero fondato dai padri benedettini nel XV secolo, è conosciuta con il nome di "Monastero di Montevergine"</p> <p>Ruderi del Castello dei Filangieri - Costruito in epoca longobarda su uno sperone roccioso, nel punto più alto del centro antico, nell'attuale edificio sono ancora visibili parti delle antiche mura</p> <p>Chiesa della Madonna del Carmine - Piccola Chiesa edificata nel 1673, è sede della confraternita della Madonna del Carmine</p> <p>Palazzo Filangieri - Fatto erigere da Caterina Filangieri, nella prima metà del XV secolo, oggi ne restano soltanto gli storici ruderi, visitabili dall'esterno</p> <p>Palazzo del Giudice - Posto all'ingresso del paese, è tra i più interessanti palazzi del paese, edificato all'inizio del XIX secolo, con una composizione architettonica molto semplice</p> <p>Palazzo Iorio - Elegante dimora settecentesca che oggi ospita l'azienda vitivinicola Tenute Casoli</p> <p>Fontana - Definita "Abbascio alla fontana" (ovvero "giù alla fontana"), è stata storicamente la più importante del paese, sia per l'approvvigionamento idrico, sia per il lavaggio dei panni sporchi</p> <p>Centro Storico - Cuore del paese, in cui è custodita la parte più antica di Candida, valorizzata al meglio attraverso una splendida rigenerazione architettonica</p>
Manocalzati	<p>Castello di San Barbato - Edificato dai longobardi, domina la valle sottostante dall'alto di uno sperone ed è legato all'omonimo borgo che, fino alla seconda metà dell'Ottocento, rivestì il ruolo di comune autonomo</p> <p>Museo del Flauto Traverso - Collezione di strumenti musicali, a cura dell'associazione "Igor Stravinsky", è un punto di riferimento, a livello sia nazionale che internazionale, per le esposizioni dedicate agli aerofoni</p> <p>Chiesa di San Marco Evangelista - Chiesa dalle origine incerte, si distingue per la facciata, dotata di un bel portale in pietra, e per la sua torre campanaria</p> <p>Chiesa di Sant'Anna - Chiesa situata nel borgo medievale di San Barbato, nei pressi del Castello Longobardo</p> <p>Croce in pietra - Risalente al 1733, su questo monumento è incisa una scritta in latino</p> <p>Chiese - Chiesa dell'Immacolata, Chiesa di S. Maria del Carmine, Chiesa di S. Antonio</p>
Montefalcione	<p>Santuario di Sant'Antonio - Sorto sull'impianto della chiesa dedicata, in principio, a Santa Maria Assunta, si distingue per la maestosa torre campanaria che affianca la facciata, per il portale in bronzo e per le opere d'arte custodite al suo interno</p> <p>Chiesa Santa Maria di Loreto - Parte di un complesso religioso del Cinquecento in cui si trova l'attuale sede municipale, la Chiesa è caratterizzata dalla presenza di numerosi altari al suo interno</p> <p>Castello - Costruito in età longobarda, come fortilizio, e poi divenuto palazzo gentilizio, si distingue per la torre a pianta circolare, visibile nel lato orientale e inglobata nell'attuale edificio</p> <p>Porta della Ripa - Risalente al XII secolo, rappresenta l'accesso principale al borgo medievale</p> <p>Chiesa di San Giovanni Battista - Risalente al tardo Seicento, è corredata dal caratteristico portale d'ingresso in pietra</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

	<p>Palazzo Capone - Domina la piazza centrale e fu edificato nel XIX secolo: ha una scala in pietra ed una cappella privata</p> <p>Altre chiese - Venerabile Confraternita della Buona Morte, Congrega del Buon Gesù, Chiesa di Santa Marina</p>
Montefredane	<p>Castello Caracciolo - Posto in posizione strategica a dominio dell'intera Valle del Sabato, offre una spettacolare panoramica: risale al X secolo e i suoi ruderi testimoniano l'antico splendore</p> <p>Chiesa di Santa Maria del Carmine - Edificio settecentesco con l'alta torre campanaria, conserva alcune opere d'arte sacra, tra cui statue di santi, un altare maggiore in marmo e un organo a canne</p> <p>Palazzo Baronale - Struttura rinascimentale con facciata probabilmente del Settecento, conserva un grande interesse architettonico e storico, con l'ampio portale, le finestre, il cornicione e l'impluvio del cortile interno</p> <p>Cappella della Pietà - Piccolo edificio religioso, al cui interno vi è un affresco del 1764 raffigurante la Deposizione di Cristo</p> <p>Altro - Chiesa della Congrega del Sacro Cuore, Chiesa S. Lucia Vergine e Martire, Sala Consiliare "Giuseppe Pisano", Parco Comunale</p>
Parolise	<p>Chiesa di San Vitaliano Vescovo - Chiesa madre e simbolo religioso e culturale di Parolise, è caratterizzata da un portale realizzato con pietra del luogo</p> <p>Congrega di Santa Maria delle Grazie - Costruita nell'Ottocento, è stata la sede della Confraternita di Maria Ss. delle Grazie e sorse per finalità di natura religiosa, sociale e di mutuo soccorso</p> <p>Torre dell'Orologio - Edificata nel XVII secolo, si erge per un'altezza complessiva di 19 metri e mezzo ed è stata assorbita, con il passare del tempo, da alcuni edifici, amalgamandosi alla conformazione medievale del paese</p> <p>Palazzo Lombardi - Edificio storico che si distingue per la facciata e il portale d'ingresso in pietra di origine longobarda</p> <p>Palazzo Cavallo - Edificio signorile che si caratterizza per il portale in pietra, su cui è scolpito lo stemma della famiglia</p> <p>Palazzo Rotondi - Edificio di proprietà dell'omonima famiglia e che, nell'Ottocento, apparteneva a Don Domenico Sarno (1749-1822)</p>
Pratola Serra	<p>Chiesa Maria Santissima Addolorata - Chiesa Madre dalla facciata settecentesca ben restaurata, risale al XVIII secolo e si distingue anche per le preziose opere d'arte custodite al suo interno</p> <p>Basilica San Giovanni - Situata in località Pioppi, ha conservato, nel corso delle varie epoche, importanti e indelebili aspetti religiosi e culturali del periodo tardo-romano e medievale</p> <p>Tratti del Castello - Sorto come centro non solo di difesa ma anche di dimora dei gruppi romano-barbarici, i resti del Castello di Serra si amalgamano con le abitazioni poste nella parte</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

	<p>alta del centro abitato</p> <p>Dolmen di Pratola Serra - Formato da blocchi squadrate di pietra calcarea (alti 5 metri e larghi 2), dagli studi risulta essere stato, in età preistorica, un centro per i rituali della comunità che vi abitava</p> <p>Cartiera - Vecchia stazione per la produzione di energia elettrica, che sfruttava le acque del fiume Sabato</p> <p>Casino Piscopo - Una bella tenuta di campagna che si trova in località Pioppi, dove sono presenti anche i ruderi della Basilica Paleocristiana dedicata a S. Giovanni (VII secolo D.C.)</p> <p>Altre Chiese - Chiesa S. Audeno, Chiesa S. Anna, Chiese Serra, Chiesa Santa Maria Assunta di Costantinopoli</p>
Salza Irpina	<p>Palazzo Imperiale-D'Afflitto - Collocato nella parte più antica del borgo, presenta una bella facciata con al centro uno splendido portale del XVIII secolo</p> <p>Chiesa di San Sebastiano - Costruita tra il XV e il XVI secolo, si distingue per il portale ricco di decorazioni ornamentali e per le opere d'arte al suo interno</p> <p>Chiesa dei Santi Pietro e Paolo - Edificata nel XVI secolo, è la Chiesa Madre del borgo, nota per la sua imponente torre campanaria</p> <p>Chiesa dell'Immacolata Concezione - Nota per la confraternita molto antica</p> <p>Palazzo Capozzi - Ubicato all'ingresso del centro cittadino, presenta una facciata rinascimentale, un portale in pietra e due torri angolari</p> <p>Chiesa della Madonna delle Grazie - Poco distante dal centro storico, offre un'affascinante vista panoramica</p> <p>Fontana-Lavatoio - Situato nei pressi del Mulino Imperiale, testimonia l'abbondanza di acqua in questo territorio</p> <p>Porta Salza - Situata nell'area nord-ovest del borgo, è la porta di ingresso al centro storico</p> <p>Percorso Monte Serrone - Sentiero naturalistico alle pendici del monte con aree picnic (Murilli e Angilo)</p>
San Mango sul Calore	<p>Ponte di Annibale - Antica opera architettonica risalente al periodo tardo-romano (I secolo d.C.)</p> <p>Chiesa di Sant'Anna - Di stile gotico, situata nell'omonima località, conserva l'originario altare in tufo e i numerosi affreschi</p> <p>Chiesa di Santa Maria degli Angeli - Moderno edificio religioso, sorge nella piazza centrale del borgo, da cui è possibile ammirare un suggestivo panorama</p> <p>Chiesa della Madonna del Carmine - Antico luogo di culto rurale, in località Carpignano,</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

	<p>custodisce interessanti affreschi e dipinti a olio su tela</p> <p>Chiesa di San Vincenzo - Ubicata nei pressi del Monumento ai Caduti e del Belvedere, si distingue per il suo campanile e per il portone in pietra</p>
Sorbo Serpico	<p>Palazzo Brancaccio - Edificio baronale risalente ai primi anni del Seicento, voluto da Don Nicola Maria Brancaccio, principe di Ruffano</p> <p>Chiesa dei SS. Nomi di Gesù e Maria - Nota anche come "Chiesa di Santa Maria della Neve", custodisce un altare ligneo in stile barocco del Fanzago e gli affreschi del Solimena</p> <p>Cappella dell'Annunziata - Affiancata al Palazzo Brancaccio, è stata oggetto di un recente restauro</p> <p>Vecchio Campanile - Collocato nei pressi della Chiesa Madre, è stato recentemente restaurato e restituito alla comunità</p> <p>Palazzo Titomanlio - Dotato di un cortile interno e di un bel giardino, collocato nella parte posteriore della struttura</p> <p>Sorgenti Saliceto e Titomanlio - Sorgenti di acqua potabile che, un tempo, alimentavano il lago Saliceto</p> <p>Cappella della Madonna della Neve - Piccolo edificio religioso, dedicato alla compatrona di Sorbo Serpico e posto su una collina che fronteggia l'intero borgo</p> <p>Parco Archeologico di Castel Serpico - Custodisce i ruderi del Castello di Serpico, immerso in un sentiero tra i castagneti</p>
San Potito Ultra	<p>Museo del Lavoro - Allestito all'interno di Palazzo Amatucci, sede municipale, consiste in una raccolta antologica di oggetti dei più diversi attrezzi e strumenti di lavoro del tempo passato</p> <p>Chiesa di Sant'Antonio Abate - Chiesa madre in stile romanico, si distingue per la sua possente torre campanaria</p> <p>Chiesa di Sant'Antonio di Padova - Costruita nel Settecento, è caratterizzata da una torre campanaria che sovrasta l'intero borgo, linee architettoniche semplici e sobrie finiture</p> <p>Chiesa di Santa Maria del Soccorso - Nota anche come Chiesa della Congrega, sorge accanto alla Chiesa Madre</p> <p>Opificio della Vecchia Ramiera - Inizialmente concepito come ferriera, fu in seguito convertito ai fini della lavorazione del rame</p> <p>Ecomuseo del Salzola - Centro di Educazione Ambientale istituito nel 2007 e accreditato dalla Regione Campania che lo ha inserito nelle Rete INFEA, ha al suo attivo varie pubblicazioni e collabora con enti e associazioni</p> <p>Altro - Villa Maffei, Palazzo Baroni Amatucci, Parco Primo Maggio, Area naturalistica torrente Salzola</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

Grottolella	<p>Castello Macedonio - Struttura medioevale edificata in cima a un colle: castello longobardo che sorge originariamente per scopi difensivi e che, nel corso dei secoli, ha subito altri cambiamenti</p> <p>Chiesa di Santa Maria delle Grazie - Nota come chiesa di Sant'Egidio Abate, risale al XVIII secolo e si trova nella zona centrale</p> <p>Cappella di Santa Maria di Costantinopoli - Era una struttura religiosa di modeste dimensioni, demolita negli anni Cinquanta, sono visibili gli originari resti dell'abside e della sagrestia</p> <p>Palazzo Maglio - Si tratta di un edificio realizzato nel XIX secolo con una bella facciata e un lastricato di basoli di breccia dell'Irpinia presente sia nell'androne che nel cortile</p> <p>Pozzo del Sale - Si tratta di sorgenti minerali, conosciute già nel XII secolo con il nome di Salsa</p>
Carpiglia	<p>Il castello di origine mediavale , ch� ha dato i natali a Papa Paolo IV Carafa. All'esterno esiste una ampia area demaniale che � sfruttata per eventi</p> <p>Chiesa Madre intitolata al Patrono San Nicola Di Bari</p> <p>Chiesa Sant'Antonio e MSS di del Mornte Carmelo da restaurare, � che � oggetto di culto.</p> <p>Chiesa San Felice da Cantalice presso la frazione di San Felice</p> <p>In altre frazioni non ci sono altre chiese</p> <p>Fontane-Lavatoi - Situato nei pressi della frazione di San Felice e poi la sorgente di "Fontana di Fuori" . Inoltre c'� la sorgente di RECUPERI E MIPERTO.</p> <p>Il comune rientra tra i Paesi DOC del FIANO DI AVELLINO come produttori delle UVE che vengono vendute .</p>
Volturara	<p>Chiesa madre di San Nicola Di Bari sita nella piazza principale del Borgo , Piazza Roma. Si tratta di una costruzione Unica a croce Latina con tre navate. Il soffitto della navata centrale � a Volta ben decorato di affreschi religiosi. Nelle due navate laterali sono state realizzate diverse nicchie. Al centro � posto l'altare di marmo, illuminato dalla maestosa cupola sovrastante. La chiesa � stata inagibile per i danni subiti dal Sisma del 23/11/1980 ed � stata riaperta al culto solo nell'anno 2000.</p> <p>Il castello di San Michele I Castello di San Michele con le sue 4 torri, � visibile da qualsiasi punto del borgo. Al centro si nota il Mastio, la parte pi� antica del castello, punto strategico al tempo dei romani per sorvegliare le truppe dei Cartaginesi. Si tratta di una costruzione di et� normanno-sveva, rifatta per volere della nobilt� aragonese e trasformata in dimora gentilizia nel Settecento.Fu una struttura strategica per tutto il periodo feudale, per poi divenire luogo di culto - con la Chiesa che ospita - nonch� luogo di svago: per anni, infatti, nei giorni di celebrazione dell'Arcangelo Michele (8 Maggio e 29 Settembre) � rimasta viva la tradizione del pic-nic al Castello di San Michele. Approvato il progetto definitivo per la riqualificazione del Castello di San Michele e con esso di un'opera tra le pi� suggestive e caratteristiche per la rivalutazione dell'Irpinia turistica.Si tratta del ponte tibetano, o del Dragone</p>

che permetterà il raggiungimento del maniero attraverso una via alternativa immersa nella natura rigogliosa. Un progetto che si inserisce nella strategia di riqualificazione turistica del Comune che recentemente ha installato le vie ferrate e di arrampicata, strutture destinate a chi pratica il climbing, attraendo non solo tanti turisti e villeggianti, ma facendo di Volturara un punto di riferimento per chi pratica questo sport.

La **Piana del Dragone**, di origine carsica, è un bacino naturale di vitale importanza per l'approvvigionamento idrico di Campania, Basilicata e Puglia. È possibile visitare il complesso della Piana attraverso **visite guidate**. La Piana è dotata di un'**area pic-nic attrezzata**, grazie alla quale è possibile godersi la meraviglia della natura circostante, l'aria salubre e la tranquillità del luogo.

La Piana del Dragone custodisce un'**antica leggenda**, dalla quale prende il nome. Mostra una costruzione a 3 archi, leggendariamente associati alle **3 bocche del Dragone** che ai tempi dei longobardi proteggeva un tesoro e dava il tormento alla popolazione volturaresi. Solo l'eroe Gesio riuscì a sconfiggere il temuto drago e a restituire ai volturaresi la tranquillità di cui oggi il borgo gode. Inoltre, è presente un **percorso a vocazione religiosa**, che ospita la Madonna della Piana, celebrata con una festa popolare nel mese di Agosto.

E' alta l'attenzione per quanto riguarda le sagre enogastronomiche di prodotti locali, che attirano da sempre avventori da tutta la regione.

A livello naturalistico la zona è caratterizzata da numerose aree verdi, alcune di esse attrezzate o che ospitano agriturismi e ristoranti, che fanno da grande attrattiva per il turista; spiccano le numerose cantine e vigneti attrezzate e visitabili.

Spicca sicuramente tra le attrattive turistiche della zona il **parco archeologico di Abellinum**. Si tratta dei resti dell'antica colonia romana di Abellinum, dedotta in età graccana (fine II sec. a.C.), e impiantata su un precedente insediamento sannitico (IV-III sec. a.C.), l'Oppidum Abellinatium, occupano l'attuale pianoro della Civita, a nord-ovest dell'odierno centro abitato di Atripalda, sulla riva sinistra del fiume Sabato, sin dall'antichità via naturale di collegamento tra il beneventano e il salernitano.

Si possono ammirare parte del circuito murario di età romana, le terme ed il foro, da cui proviene un'ara circolare di marmo, attualmente esposta al Museo Irpino di Avellino.

Nella zona nord-orientale è visibile una domus di tipo ellenistico-pompeiano, presumibilmente appartenuta a un Marcus Vipsanius Primigenius, liberto di Vipsanio Agrippa, genero di Augusto, una ricca dimora patrizia di circa 2.500 mq..

Dell'antica Abellinum sono noti alcuni settori delle necropoli situate lungo le maggiori strade extraurbane: le testimonianze più significative vengono dalla località Capo la Torre, dove sono state scavate sepolture databili dall'età romana imperiale al periodo tardo-antico e altre testimonianze.

L'area archeologica è stata oggetto negli ultimi anni di numerose iniziative di rivalutazione, ma è considerata sicuramente una risorsa ancora da mettere in migliore evidenza per il suo valore storico-culturale.

La risorsa su cui il territorio punta con più decisione è certamente quella del turismo enologico. L'Irpinia si caratterizza in genere per una storia di produzione di vino molto rinomata, che l'ha portata ad avere uno stand proprio alla importante fiera di Vinitaly. Nel territorio del Distretto, in particolare, possiamo trovare nomi rinomati in questo settore, come Mastroberardino

Questa risorsa viene sorprendentemente poco sfruttata a livello turistico per una serie di concause, tra cui la mancanza di una rete univoca e funzionale di trasporto interno, la mancanza di un ente che possa mettere tutti in rete e di una direzione unica della risorsa, un ufficio turistico a vocazione enogastronomica.

Elenco dei principali produttori di vino del Distretto

Cantina	comune	vitigno	inizio attivita'	etichette prodotte
HISTORIA ANTIQUA	MANOCALZATI	GRECO, FIANO	ca 1990	5
MASTROBERARDINO	ATRIPALDA	AGLIANICO	1978	20
CONTRADA	CANDIDA	FIANO	2003	10
DONNACHIARA	MONTEFALCIONE	AGLIANICO, GRECO	2006	10
FEUDI DI SAN GREGORIO	SORBO SERPICO	AGLIANICO, GRECO, FIANO	1986	28

D'ANTICHE TERRE	MANOCALZATI	GRECO, AGLIANICO	-	15
TENUTE CASOLI	CANDIDA	GRECO, AGLIANICO	2008	7

fonte: http://www.agricoltura.regione.campania.it/pubblicazioni/pdf/GUIDA_vini_2019.pdf

1.2.3. Accessibilità

Per quanto riguarda il fulcro del Distretto, il Comune di Atripalda, esso può benissimo essere considerato una continuazione di Avellino, essendo i centri situati a soli 3 km di distanza ed essendo le strade che le collegano “comunali”, quindi, abitate.

La città del Sabato è servita dalla circumvallazione sud di Avellino, una sorta di tangenziale sud del capoluogo irpino, in comune con il tratto finale della SS7 bis che collega la rotonda di Torrette di Mercogliano - dunque il casello Avellino Ovest dell'A16 - con la SS 7 presso il casello Avellino est dell'autostrada A16 sito nel nucleo industriale di Avellino.

Questa strada, in particolare nei momenti di festa cittadina o in occasione del mercato, offre un ottimo collegamento tra la zona periferica di Atripalda con l'altra parte della città, oltre che con l'autostrada. Si interseca con la circumvallazione la strada statale 7, nel tratto Avellino-Lioni (percorso alternativo per la Salerno Reggio Calabria), facilmente raggiungibile sia tramite il casello autostradale che dalla periferia avellinese.

La strada collega l'hinterland atripaldese con tutti i comuni dell'Irpinia e conduce anche alle zone più remote dell'Alta Irpinia. La strada, in questo tratto, è talvolta denominata Ofantina perché segue il tratto del fiume Ofanto proseguendo anche verso la Basilicata.

Di grandissima importanza è il raccordo autostradale E841 Avellino-Salerno, che parte dalla piccola zona commerciale "Appia" di Atripalda: questa strada collega sia Atripalda con il Sud che la Puglia Garganica e il Beneventano con la zona meridionale,



perché la variante avellinese 7 bis (cioè il casello AV est), prima di terminare sulla via Nazionale per Mercogliano, si allaccia a questo raccordo.

Questa città, inoltre, è un passaggio d'obbligo per molte linee di autotrasporti irpini: la maggior parte dei pullman avellinesi diretti alla zona centrale dell'Irpinia passano per Atripalda proprio a causa della posizione della SS 7, che può essere raggiunta sia con la sua variante che tramite i paesi vicini.

Dal 1947 al 1973 Atripalda fu collegata ad Avellino da una linea filoviaria. Atripalda è servita dalla stazione di Avellino, situata poco distante dal centro.

La connessione tra le aree comunali contigue è costituita dagli assi stradali di collegamento, che si caratterizza per una fitta rete di strade provinciali che attraversano tutti i Comuni che connettono tutti i Comuni in un'unica strada facilmente percorribile. Le vie di connessione sono caratterizzate dalla presenza, oltre che di aree verdi, di zone a vocazione industriale e produttiva.

Per natura quindi il Distretto può agire a raggiera, sfruttando l'indubbia centralità geografica, di collegamento e storicamente commerciale per facilitare l'accesso a turisti e acquirenti esterni allo stesso dal Comune Capofila per poi ridistribuire da lì il pubblico (tramite visite a cantine, iniziative di artigianato, ecc.) a tutti gli altri Comuni inclusi, che non trovandosi sulle rotte principali spesso vengono trascurate.

Al momento si registra l'assenza di piste ciclabili, nonostante una forte vocazione ciclistica del Distretto per la presenza di numerosi amatori della bici.

Al momento il Comune di Atripalda, con il coinvolgimento di altri Comuni, sta lavorando ad una iniziativa di mobilità sostenibile che permetta il noleggio di mezzi a due ruote - possibilmente con un upgrade alle auto - elettrici.

1.2.4. Analisi di contesto

Tra le criticità maggiori del territorio del Distretto c'è sicuramente la mancanza di connessione fisica – con mezzi pubblici insufficienti e a tratti inesistenti – e la mancanza di unicità nella gestione delle pur numerose risorse. Il Distretto conosce bene la sua identità singola, ma fatica a renderla unica e a fare rete. Questo a causa della tendenziale natura indipendente dei suoi attori, che, pur



comprendendo il valore della rete, non sono abituati ad una gestione unica che metta a sistema ed ottimizzi tutte le risorse.

Altro punto è sicuramente quello della scarsa familiarità con il mezzo informatico, che in epoca contemporanea lascia indietro dalle principali rotte commerciali i numerosi negozi della zona, nonché le realtà artigianali.

Il Distretto territoriale nasce proprio come risposta ad alcune problematiche presenti. I luoghi del commercio di questo territorio non riescono più a rispondere alle esigenze dei consumatori a causa sia della GDO, ma anche degli acquisti online, che possono essere messi a sistema sia dalla creazione di un marchio unico che dalla messa online di risorse che permettano ai commercianti di fruire dello strumento. Un'altra criticità è appunto una generale tendenza a non conoscere lo strumento informatico, che con la dovuta assistenza può essere un ostacolo superabile.

Gli interventi di riqualificazione urbana non sono assenti, anzi sono inseriti nelle programmazioni a venire, con una particolare attenzione al consumo energetico e agli strumenti di videosorveglianza, nonché alla ricerca di una mobilità sostenibile comune che potrebbe rendere operativo a tutti un territorio che non presenta un trasporto locale efficiente.

Come in tutte le aree della provincia, il Distretto, pur avendo dimostrato negli anni di voler cooperare su molti temi, non presenta al momento una messa a sistema e una gestione unica delle sue risorse turistiche e di conseguenza commerciali, che sarebbe la chiave di volta per rendere funzionale e conosciuto il patrimonio enogastronomico e storico locale, attraverso la creazione di itinerari e punti di interesse e aggregazione.

Lo stesso vale per la messa a sistema delle risorse artigianali e dei prodotti tipici della zona, che partono da una base di valorizzazione per singolo Comune, ma vogliono essere messe in evidenza da progettualità comuni al Distretto.



ANALISI SWOT:

FATTORI INTERNI	
STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> - TERRITORIO CONNESSO E UNIFORME - AMMINISTRAZIONI GIA' CONNESSE PER ALTRE PROGETTUALITA' - TERRITORIO PRONTO A MANIFESTAZIONI CULTURALI - TERRITORIO CONOSCIUTO A LIVELLO NAZIONALE PER LE RISORSE ENOLOGICHE - PRODOTTI TIPICI UNIFORMI E RICONOSCIUTI (CASTAGNA IGP, VINO FIANO, ECC) 	<ul style="list-style-type: none"> - POCA CONNESSIONE TRAMITE MEZZI PUBBLICI - MANCANZA DI DIMESTICHEZZA CON IL MEZZO INTERNET E I SERVIZI INTEGRATI DA PARTE DELLE AMMINISTRAZIONI - MANCANZA DI COESIONE NELLA GESTIONE DEL PATRIMONIO COMMERCIALE E TURISTICO
FATTORI ESTERNI	
OPPORTUNITIES (+)	THREATS (-)
<ul style="list-style-type: none"> - PRESENZA DI PARTER PRIVATI IN GRADO DI CREARE PIATTAFORME E SERVIZI WEB FUNZIONALI - CREAZIONE DI MARCHI UNICI PER I PRODOTTI TIPICI - CREAZIONE DI UN POLO UNICO PER LA GESTIONE DELLE RISORSE TURISTICHE E COMMERCIALI DEL TERRITORIO - IMPLEMENTAZIONE DEL TRASPORTO CICLABILE E SOSTENIBILE 	<ul style="list-style-type: none"> -DIPENDENZA DA DECISIONI PROVINCIALI/REGIONALI IN MATERIA DI INFRASTRUTTURE, TRASPORTI E ALTRE DECISIONI LOCALI - GESTIONE FRAMMENTATA DEI FONDI PER LE INFRASTRUTTURE E NATURALISTICHE

1.2.5. Interventi a sostegno del commercio dei comuni

Tra gli interventi che i Comuni mettono in atto per favorire il commercio locale c'è sicuramente l'annuale notte bianca **Black magic november** nel Comune di Atripalda che coinvolge avventori da tutti i Comuni connessi. Inoltre, lo stesso comune di Atripalda ha in corso una serie di iniziative per dare vitalità al commercio cittadino tra cui la realizzazione dello strumento distributivo e un nuovo piano del traffico cittadino, oltre alla messa in sicurezza del mercato settimanale

all'interno del Parco delle Acacie. Il Comune di **San Mango sul Calore**, inoltre, usufruisce dei contributi a valere sul fondo di sostegno ai comuni marginali di cui al decreto del presidente del consiglio dei ministri del 30 settembre 2021.

1.2.5.1 IL DISTRETTO E LE “BOTTEGHE IN VETRINA” FORMAZIONE E INFORMAZIONE E PROCESSI DI VISIBILITA’ DELLE ATTIVITA’ COMMERCIALI- TURISTICHE – AZIONE IV PUNTO 3 E 4

“Le botteghe sotto casa sono pezzi della nostra memoria collettiva e personale, contribuiscono all’identità delle nostre città, le mantengono vive. Spesso sono insostituibili presidi sociali, roccaforti di qualità e genuinità dei prodotti sia nel food che nel non food. Faremo ogni azione che le aiuti a mantenersi aggiornate, che le rendano visibili attraverso la sfida nel web la sfida del web e della realtà aumentata. Sappiamo che la rete degli esercizi di vicinato è composta per lo più da piccole e piccolissime aziende a conduzione familiare e oggi si trova in difficoltà dovendo competere in un mercato globale dove spesso vince chi lavora su grande scala e investe più risorse nella comunicazione e nell’uso di nuove tecnologie. Dobbiamo per questo sostenerle nello sviluppo delle competenze digitali. Il progetto, è salvaguardia per tutta la filiera delle attività presenti che nelle botteghe di vicinato hanno la sua vetrina privilegiata”

La nostra è un’idea progetto, collegata al turismo, di servizio agli esercizi di vicinato del settore food e non food, nonché quelli della somministrazione e degli ambulanti per rendere efficace ed efficiente la loro presenza su web e social. Quella della realtà aumentata, poi, ci consente di far vivere gli eventi anche nei luoghi del mondo dove abitano interi nuclei familiari di Irpini che si sono trasferiti, per lavoro, nel tempo. Con questo progetto vogliamo fornire loro un’identità forte, anche per aumentare l’export dei nostri prodotti attraverso la rete delle botteghe.

Le botteghe, gli ambulanti saranno gli attori protagonisti che vogliono conquistarsi uno spazio di maggiore visibilità sul web, trainando con sé anche la promozione delle specialità agroalimentari “made in IRPINIA” e non solo nel nostro distretto.

È questo l’obiettivo di “Botteghe in Vetrina”: questo progetto è promosso anche con il sostegno del Dipartimento di Scienze politiche e comunicazione dell’Università di Salerno. Abbiamo intenzione di proporlo anche all’assessorato al Turismo della regione Campania e, perché no, all’assessorato alla agricoltura e al gabinetto della Presidenza. Saremo, altresì, pronti a chiedere il contributo della Camera di Commercio Irpinia Sannio, all’attuale commissario, alle Associazioni dei commercianti locali, i quali hanno già dato la loro formale adesione, ed ai partner aderenti al distretto.

Siamo, inoltre, certi della partecipazione attiva del Consorzio del Vino, che è già nostro partner.

L'iniziativa tenderà a coinvolgere i negozi aperti sulle vie e sulle piazze del Distretto, così come dei piccoli borghi.

Il progetto si svolgerà in due fasi.

Un primo ciclo di sei seminari informativi on-line : quattro sul *marketing digitale*, in cui gli operatori impareranno a gestire il proprio brand, posizionandolo sul mercato giusto di riferimento, a presidiare web e social con foto, video, testi e altri contenuti ben confezionati e accattivanti; gli altri due cicli dedicati alla *conoscenza dei prodotti a "filiera corta"* e a "km zero", alle produzioni di prodotti DOC, DOCG e IGP e alla comunicazione del prodotto tipico.

Daranno vita al progetto formativo docenti esperti in food&restaurant marketing, fotografi, specialisti di E-Commerce, esperti di comunicazione e food&wine, esperti di Slow Food e artisti di strada.

Il secondo ciclo del progetto sarà riservato alle botteghe selezionate tra quelle che più proficuamente abbiano partecipato al percorso seminariale e abbinate ciascuna ad un produttore irpino.

Loro saranno protagonisti di eventi specifici rivolti alla stampa locale e nazionale.

Un videomaker specializzato realizzerà un video per ogni evento, intervistando sia gli esercenti che i produttori. Tutti i video realizzati saranno pubblicati sui canali "social".

1.2.5.2 "Premia i tuoi acquisti". Progetto shopping card "Com Fidelity"

Il Distretto Diffuso del commercio dell'area di Atripalda (DDC), in collaborazione con le attività commerciali e di somministrazione che aderiranno a "Premia i tuoi acquisti" promosso dai Comuni del distretto, dalle associazioni di categoria, ha in progetto una rete di esercizi commerciali che coinvolge tutti negozi dei Comuni del Distretto e che, grazie a promozioni e sconti, creano un'ampia e diversificata gamma d'acquisto a condizioni più favorevoli per i consumatori e che, proprio per questo, è in grado di attrarre nuovi clienti, tendendo alla fidelizzazione. La "**Com Fidelity**" è una carta personale completamente gratuita che permette di usufruire di un bonus, di un gadget in omaggio o di un'offerta. E' sufficiente compilare il modulo d'iscrizione al circuito da parte del commerciante e la Card è immediatamente attiva. A ciascun punto vendita verranno affidate un numero Card, che saranno consegnate personalmente ai

clienti con un coupon descrittivo dell'iniziativa e l'elenco dei commercianti aderenti al circuito.

1.2.5.3 “Le luci sui borghi Com Light designer”

Tipologia di Azioni COMUNICAZIONE DECORO SICUREZZA TURISMO

Proiezioni di luci è un'iniziativa promossa dai Comuni, in collaborazione con le associazioni di partenariato, con l'obiettivo di rendere più “belli” i centri storici della città .

Il progetto consiste nel posizionamento di proiezioni di luci su alcuni monumenti delle vie dei centri storici nell'area di competenza del DDC a formare un circuito a tema. Iniziativa che vedrà coinvolte le scuole secondarie che disegneranno, su tema stabilito (es. la pace), tabelloni che , grazie alla collaborazione delle associazioni, verranno esposti, lungo i percorsi del Distretto, nei Comuni. Un concorso premierà i tabelloni più belli.

1.2.6. La struttura del partenariato

In questi anni gli amministratori locali hanno rilevato la mancanza di strategie ed azioni mirate ed in grado di coordinare diversi attori economici, motivo per il quale si è registrata la perdita di numerose opportunità di sviluppo commerciale del territorio. Da qui l'idea del Distretto ComUnity che si propone di delineare le linee guida per lo sviluppo locale attraverso il coordinamento di tutti gli attori impegnati nel settore commercio legandolo alle filiere quali turismo, artigianato e terziario. Si è ritenuto che un partenariato ricco e vivace potesse offrire un grande contributo al confronto per definire proposte utili al territorio. Infatti, all'input iniziale che è stato dato dalle istituzioni pubbliche, si sono affiancati altri soggetti che hanno determinato il formarsi di un partenariato ricco di esperienze.

Il confronto sulla nascita del Distretto ha avuto inizio nel mese di marzo 2023, quando gli amministratori locali hanno voluto riunirsi, su input del Comune capofila, per valutare e individuare le potenzialità della costituzione di un Distretto Diffuso del Commercio, ed hanno iniziato a confrontarsi, insieme o per singole realtà, con incontri e tavoli specificamente predisposti.



La discussione si è poi messa a rete con il coinvolgimento di realtà locali, sia associazionistiche sia di aziende ed enti interessati alla costituzione del Distretto, che si sono interfacciati con gli amministratori per proporre idee fattive e contributi al progetto.

I partner sono soggetti radicati sul territorio del distretto e, grazie a questa diversificazione, siamo riusciti ad utilizzare al meglio le conoscenze e le competenze che vi sussistono e a comprenderne al meglio le risorse.

Il partenariato così formatosi si compone di associazioni rappresentative sul territorio locale tra cui **Confcommercio**, **Confimprenditori**, **Confiap** per la rappresentanza del lavoro autonomo e **Anpit** per l'industrie ed il terziario.

La raccolta delle manifestazioni di interesse così raccolte hanno portato ad una ampia adesione sul territorio, che si confida essere in espansione nel futuro, a partire dalle **Proloco e associazioni locali**, organizzatrici e storiche gestrici di manifestazioni, iniziative ed eventi locali e conoscitrici delle realtà artigianali locali.

Fondamentale è l'apporto del **Consorzio per la Tutela dei Vini Irpini**, costituito dagli operatori economici coinvolti nella singola filiera produttiva con la precisa funzione di tutelare le produzioni agroalimentari Dop e Igp. Tali prodotti, ritenuti meritevoli di particolare protezione giuridica, vengono inseriti in specifici regimi di qualità istituiti e regolamentati dalla normativa comunitaria, e risultano iscritti nell'apposito registro europeo delle DOP (Denominazioni d'Origine Protette) e IGP (Indicazioni Geografiche Protette). Il Consorzio ha organizzato negli anni eventi come "Ciak Irpinia" che hanno portato risalto nazionale a questa realtà, e che oggi può essere catalizzatore per il coinvolgimento dell'insieme delle espressioni tipologiche del settore, a partire dalle **cantine locali**, per una loro partecipazione attiva, in termini di marketing e di sostegno finanziario in particolare alle "azioni" generali che verranno promosse – ed un'eventuale apertura ad altre realtà esterne al Distretto con le stesse tematiche in futuro.

Sulla stessa tematica il Distretto ha già raccolto manifestazioni di interesse di aziende vitivinicole interessate, con il proposito di ampliarne il volume.

La manifestazione della Startup **Mac Solution srl** è stata un'altra preziosa aggiunta, come realtà dinamica e attenta alle singole esigenze tecniche per cui oltre alla nostra gamma di macchine utensili standard (previste con diverse configurazioni), offriamo la

progettazione e la realizzazione di impianti completamente customizzati e caratterizzati da applicazioni tecnologiche di ultimissima generazione, che potrà aiutare il Distretto nella sua opera di approccio alla tecnologia e al mezzo informatico e in tante altre migliorie. Alla mera presenza della startup sul territorio si aggiunge dunque la volontà della stessa a collaborare con le numerose idee proposte in sede di manifestazione di interesse.

Si segnala, poi, la manifestazione di interesse dell'**Osservatorio sui parchi e le aree protette del Mezzogiorno del Dipartimento di Farmacia dell'Università di Salerno**, che ha esposto, negli incontri, la volontà di contribuire con progetti innovativi al Distretto e alla raccolta dati su di esso, che è spesso tasto dolente per il territorio.

1.2.7. INTERVENTI DEL DISTRETTO

Si esplicitano a seguire le azioni che il Distretto intende mettere in atto in relazione ai Criteri di Valutazione come da Avviso Pubblico per l'iscrizione dei distretti del commercio nell'elenco regionale di cui al II comma dell'art. 3 dgr n. 387 del 2021 avente ad oggetto "Ambiti territoriali distretti del commercio. criteri attuativi ex art. 11 della l.r. n.7 del 2020".

CRITERIO DI VALUTAZIONE

I) Contenuti dell'accordo: b) *previsione di politiche di riuso - anche temporaneo – delle unità immobiliari ad uso commerciale dismesse ubicate nei centri storici e urbani anche attraverso la definizione di modelli contrattuali sperimentali volti a calmierare i relativi canoni di affitto e la valorizzazione delle "buone pratiche" nazionali e internazionali di gestione unitaria e coordinata delle chiusure e dismissioni degli esercizi di vicinato e delle medie strutture di vendita (5pt)*

MACROAZIONE:

Creazione della *Casa del Vino Irpinia* e relativa gestione dei percorsi turistici e mobilità sostenibile.

L'azione prevede il recupero e il riuso di un immobile dismesso ubicato nel centro storico di Atripalda, il *Cinema Ideal*, che verrà riconvertito in un hub turistico tematico per l'enoturismo, che sarà sia luogo di degustazione di vini e prodotti locali, sia punto di partenza per itinerari turistici tematici, focalizzati sulla storicità dei luoghi e con la collaborazione di un servizio di car sharing elettrico.

AZIONE

Riqualificazione di un immobile storico “Cinema IDEAL” per la creazione della Casa del Vino Irpinia, hub turistico tematico, mantenendo la sua vocazione storica con la conservazione di una sala cinematografica per attività di cineforum e degustazione

DURATA DELL’AZIONE: Settembre 2024/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L’AZIONE: Riqualificazione immobile e messa in sicurezza: **2.500.000,00**

COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area interna ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

CRITERIO DI VALUTAZIONE

IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all’accoglienza dei consumatori e turistica: 3) *formazione e informazione per gli addetti alle attività commerciali, turistiche e del tempo libero aventi contenuti attinenti sia all’ottimizzazione dei rapporti con la clientela ed i turisti, anche tramite il recupero di conoscenze sulla storia, le tradizioni e le tipicità del luogo, sia alle strategie di vendita (3pt)*

MACROAZIONE:

Creazione della Casa del Vino Irpinia e relativa gestione dei percorsi turistici e mobilità sostenibile - L’azione prevede il recupero e il riuso di un immobile dismesso ubicato nel centro storico di Atripalda, il *Cinema Ideal*, che verrà riconvertito in un hub turistico tematico per l’*enoturismo*, che sarà sia luogo di degustazione di vini e prodotti locali sia punto di partenza per itinerari turistici tematici, focalizzati sulla storicità dei luoghi e con la collaborazione di un servizio di *car sharing* elettrico.

MACROAZIONE

Formazione di addetti commerciali che gestiscano il rapporto col turista e con gli attori del territorio “*commercianti di vicinato e botteghe*”, oltre ad organizzare esperienze di degustazione e conoscenza dei prodotti tipici delle botteghe e delle aziende che vi collaborano nell’area del Distretto.

DURATA DELL’AZIONE: Settembre 2026/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L’AZIONE: Formazione del personale **euro 250.000**

COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area
interna ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

LE BOTTEGHE IN VETRINA

DURATA DELL'AZIONE: gennaio 2024/Dicembre 2024

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: Formazione del personale **euro 30.000**

COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area
interna ComUnity 2023

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila- Consorzio del Vino - Università di
Salerno Dipartimento di Scienze e comunicazione "DSPC", Struttura dei partner

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

Azione IV punto 3 e 4 Analisi del progetto :

Titolo del progetto	Botteghe in vetrina
Ambito Settoriale	Esercizi di Vicinato, somministrazione e ambulanti
Sintesi Dell'intervento	Il progetto è finalizzato a: <input type="checkbox"/> Valorizzare le produzioni tipiche locali e non <input type="checkbox"/> Conoscere ed approfondire le qualità dei prodotti <input type="checkbox"/> Innalzare la maturità digitale dei singoli partecipanti <input type="checkbox"/> Sensibilizzare le botteghe sui valori identitari della rete <input type="checkbox"/> Accrescere il numero delle botteghe aderenti alla rete
Risultati Attesi	<input type="checkbox"/> Restyling della Rete delle botteghe aderenti <input type="checkbox"/> Aumento delle competenze digitali degli operatori <input type="checkbox"/> Acquisizione di nuove conoscenze relativamente ai prodotti tipici e di eccellenza <input type="checkbox"/> Promozione e comunicazione delle botteghe partecipanti al progetto <input type="checkbox"/> Eventi di storytelling e di animazione

Partecipanti	Operatori del settore Food , non Food, somministrazione e degli ambulanti
Descrizione del contesto oggetto dell'intervento	<p>Le botteghe e i mercati fanno parte della storia sociale delle nostre città. Le consideriamo tradizione, pezzi della nostra memoria collettiva e personale. Nei paesi e nelle città, contribuiscono all'identità dei quartieri e li mantengono vivi.</p> <p>I piccoli commercianti possono alimentare la fiducia del consumatore puntando su qualità e tipicità dei prodotti, sfruttando al meglio le possibilità offerte dalle nuove tecnologie.</p> <p>Sono capaci di specializzarsi e dare un'offerta più diversificata rispetto agli ipermercati, che puntando ad attrarre il maggior numero di persone tendono ad appiattare la varietà dei prodotti. Ogni piccolo negozio tende ad avere un certo numero di fornitori in esclusiva per la propria area; quindi, all'aumentare del numero di negozi cresce anche la varietà dell'offerta.</p> <p>Per questi motivi sono considerati parte integrante delle Botteghe in Vetrina. Lo scopo di questo progetto è quello di riscoprire l'offerta delle botteghe che aderiranno e di promuovere una campagna di sensibilizzazione sui temi della tipicità e della tradizione.</p> <p>Per questo è previsto un restyling della Rete di Botteghe aderenti</p> <p>Un'altra attività inclusa nel progetto è poi quella di realizzare uno sviluppo associativo delle botteghe aderenti.</p> <p>Per promuovere e valorizzare il prodotto tipico IRPINO e per identificare l'offerta delle Botteghe aderenti si pensa ad un ciclo di webinar a cui invitare tutti gli esercenti della Rete.</p> <p>Tali seminari saranno realizzati a cura di soggetti specializzati.</p>

	<p>Si è pensato anche ad una serie di webinar che realizzino una informatizzazione di base della bottega allo scopo di sensibilizzare l'esercente sui temi del digitale (dalla promozione sui social media, alla valorizzazione dei propri prodotti sul web).</p> <p>Saranno invitati a partecipare a tutti i seminari anche i ristoratori aderenti alla rete e i produttori del vino aderenti al consorzio.</p> <p>È prevista anche la realizzazione di un'attività di storytelling "arte della narrazione , del racconto " e di animazione.</p>
<p>Prima fase Restailing della Rete delle botteghe in Vetrina Irpinia</p>	<p>Realizzazione della Rete e di una verifica delle botteghe aderenti alla Rete. In questa fase gli iscritti saranno contattati ad uno ad uno per dare la loro adesione alla rete.</p> <p>In un secondo momento partirà la fase di implementazione degli aderenti.</p> <p>Sarà promossa un'attività di ricerca di adesioni finalizzata ad una espansione significativa della rete e a ricercare una copertura territoriale più ampia su tutto il distretto e non.</p> <p>Si ipotizza anche l'eventuale adesione del commercio ambulante specializzato in prodotti tipici atteso che le aree mercatali sono una grande risorsa.</p> <p>Quindi verranno promosse:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> attività di contatto con le botteghe finalizzata a spiegare la carta dei valori;<input type="checkbox"/> introduzione nel sito del DDC (Sezine Botteghe) con il logo del distretto<input type="checkbox"/> attività informative (newsletter, mail, pagine web, riunioni, call online) ai partecipanti per spiegare il progetto, la carta dei valori ed i vantaggi derivanti

	<p>dall'adesione, l'uso della Com Fidelity CARD</p> <p><input type="checkbox"/> attività di divulgazione e promozione delle attività di progetto</p> <p>webinar informativi e della attività di animazione nelle botteghe</p> <p><input type="checkbox"/> assistenza tecnica per l'iscrizione alla Rete e l'implementazione della propria pagina web sul sito del Distretto.</p> <p>Con la collaborazione della associazioni di partenariato aderenti (Confcommercio Campania, Confinprenditori ecc)</p>
Seconda fase Webinar di informazione e sensibilizzazione	<p>Il percorso sarà suddiviso in vari moduli (webinar), di un'ora e mezzo ciascuno da somministrare in circa 2 mesi con frequenza di 1 volta alla settimana.</p> <p>La somministrazione è esclusivamente online, gestita tramite una piattaforma (che può essere ad esempio, Googl MEET).</p> <p>Programma di massima degli argomenti:</p> <ol style="list-style-type: none">0. Illustrazione del prodotto tipico DOP, IGP, DOC, DOCG1. Il prodotto tipico locale anche enogastronomico e la sua comunicazione2. Identità di marca: come posizionare il brand della bottega sul mercato di riferimento3. Come fotografare il prodotti per i social media e per il web (con specialista della fotografia)4. Come migliorare e programmare a dovere la presenza digitale e social della bottega;5. Ecommerce regole base per la bottega che vuole vendere online (con specialista e-commerce)6. Oltre alla sensibilizzazione ed informazione sulla digitalizzazione e comunicazione delle botteghe verrà fatta anche un'attività di sensibilizzazione sul



	prodotto tipico con le sue caratteristiche.
Terza Fase – Eventi e animazione	<p>Gli eventi di animazione rappresentano l’ultima fase del progetto “Botteghe in Vetrina” e sono finalizzati a comunicare una selezione di Botteghe che avranno partecipato con profitto all’intero programma di seminari/webinar proposti dalla precedente fase del progetto.</p> <p>Gli organizzatori (Comuni aderenti al distretto, OMNIA SERVICE ENGINEERING Srl, MEF Agency Communication, Partener a essociazioni aderenti , DSPC UNISA) che stabiliranno i criteri di partecipazione a questa ulteriore fase.</p> <p>Si prevede l’abbinamento delle botteghe partecipanti ad un produttore locale.</p> <p>Si prevede un’attività di storytelling dove la bottega ed il produttore racconteranno i propri prodotti, la propria storia, esperienza e le tradizioni locali. Verranno così prodotti dei video, anche con l’uso delle realtà aumentata , che saranno postati su tutti i social della rete.</p> <p>Si prevedono anche piccoli eventi di degustazione del prodotto ai quali saranno chiamati a partecipare giornalisti e stampa locale e nazionale.</p>
Comunicazione e modalità di adesione	<p>Il progetto è realizzabile con l’adesione di un congruo numero di botteghe. Eventi di animazione destinati ai primi 10 operatori che avranno seguito con profitto e continuità la prima parte del programma costituita dai webinar.</p> <p>L’intera attività sarà preceduta da un grande battage pubblicitario attraverso post, comunicazione e tramite la mailing list del sito del Disretto nonché su altri mezzi pubblicitari locali e non</p>
Descrizione del Budget	In particolare, per i seminari informativi, si prevede l’incarico a: Coordinatore del progetto e docenti

	<p>specialistici.</p> <p>Sono inoltre previsti relatori di Slow Food e altri specialisti per i webinar sul prodotto tipico.</p> <p>Budget descrittivo:</p> <p>Coordinatore : 1.500,00 oltre iva</p> <p>Altri docenti specialistici afferenti: 250,00 oltre iva</p> <p>Relatori specialisti del prodotto tipico: 250,00 € oltre iva</p> <p>Restyling ed implementazione della Rete: 4.000,00 €</p> <p>Comunicazione e pubblicità dell'attività 2.000,00 €</p> <p>Coordinamento Eventi di animazione sul territorio: 4.000,00 € oltre iva, spese vive per gli eventi di animazione, tra cui l'assistenza di un videomaker esperto per le riprese e lo storytelling: 5.000,00 € oltre iva</p> <p>Monitoraggio dell'intervento e diffusione e sensibilizzazione: 3.000,00 oltre iva Direzione del progetto del</p> <p>Comunicazione e assistenza : 14.000,00 € oltre iva Costo Totale</p> <p>dell'intervento: 30.000,00€ oltre iva</p>
Stima dei tempi	12 mesi

“PREMIA I TUOI ACQUISTI” PROGETTO COM FIDELITY
 DURATA DELL’AZIONE: gennaio 2024/Dicembre 2024
 COSTO STIMATO PER L’AZIONE: costo della F.C. euro 20000
 COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area
 interna ComUnity 2024
 SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila del Vino associazioni di categoria
 LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

LE LUCI SUI BORGHI COM LIGHT DESIGNER

DURATA DELL'AZIONE: gennaio 2024/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: costo della F.C. euro 100000

COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area
interna ComUnity 2024

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila, Associazioni di categoria

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

Tipologia di Azioni COMUNICAZIONE DECORO SICUREZZA TURISMO

CRITERIO DI VALUTAZIONE

IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 1) predisposizione di appositi itinerari, definiti "itinerari di attrattività": a tal fine debbono essere elencati gli operatori, le azioni, anche di marketing e brand urbano e territoriale, nonché gli eventi finalizzati al buon esito dell'itinerario proposto (5pt)

MACROAZIONE:

Creazione della *Casa del Vino Irpinia* e relativa gestione dei percorsi turistici e mobilità sostenibile.

L'azione prevede il recupero e il riuso di un immobile dismesso ubicato nel centro storico di Atripalda, il *Cinema Ideal*, che verrà riconvertito in un hub turistico tematico per l'enoturismo, che sarà sia luogo di degustazione di vini e prodotti locali sia punto di partenza per itinerari turistici tematici, focalizzati sulla storicità dei luoghi e con la collaborazione di un servizio di carsharing elettrico.

AZIONE

Organizzazione di itinerari turistici di attrattività legati alla visita delle cantine e al turismo di settore, con la messa a sistema delle cantine locali e la creazione di pacchetti predisposti da proporre ad operatori turistici del posto, che includano anche attrattive culturali/centri storici, in rete con Proloco ed altre associazioni locali; A tale scopo si unisce al Distretto tramite apposita manifestazione di interesse il **Consorzio per la tutela dei Vini Irpini**, che unisce le cantine tipiche della zona e organizza da anni eventi internazionali sui vini Irpini.

Le azioni saranno supportate da un sito web connesso a quello generico del Distretto, e formeranno una rete di cantine e realtà turistiche del Distretto.

DURATA DELL'AZIONE: Settembre 2024/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE **euro 300.000,00** per la creazione della rete e del sito web

COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area interna ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila, Consorzio per la Tutela dei Vini Irpini

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

AZIONE

Archeologia Viva

Il parco archeologico di Abellinum è destinato a diventare punto di riferimento non soltanto per le visite al suo patrimonio storico, ma per l'utilizzo degli spazi in svariati modi.

In primis, con l'organizzazione di un **EVENTO ANNUALE ESTIVO** destinato a diventare un appuntamento fisso e di riferimento, nel periodo corrispondente alla notte di S. Lorenzo e dintorni. Durante il periodo dell'evento saranno organizzate le iniziative:

Visite guidate notturne del parco archeologico a partire dalle ore 19

Concerti /piccole pièce teatrale nel parco

Visite guidate della Basilica Paleocristiana e SpecusMartyrum

Visita guidata della Dogana e dell'antiquarium

Mercatino di prodotti tipici

Convegni a tema di impatto

Ma il parco vive non solo in sé stesso ma anche come cornice attrattiva per attività diverse che coinvolgano tutti i Comuni del Distretto:

CINEMA D'ESSAY E TEATRO OFF

E' un progetto che vede la possibilità di organizzare una rassegna cinematografica itinerante fra i vari Comuni del distretto, che parta dal Parco Archeologico. Il Cineforum partirà in estate dai luoghi all'aperto come le piazze e lo stesso Parco Archeologico, per poi sfruttare luoghi al chiuso presenti in altri Comuni – Municipi, Edifici storici, Piccoli teatri, ecc.; analogamente, potrebbe essere possibile intercettare piccole o piccolissime produzioni teatrali da ospitare al chiuso o all'aperto, in una realtà provinciale che manca di strutture adatte.

ARTI PLASTICHE

Spazi espositivi diffusi dove i territori interni e i piccoli comuni si propongono come attrattori per la esposizione e la promozione di artisti emergenti e la loro opera. La minore congestione urbana, costi inferiori, possibilità di unire alla speculazione artistica e la promessa del godimento di luoghi ameni, cullati da buon cibo e accoglienza familiare potrebbero realizzare l'interazione fra l'opera, l'artista e l'osservatore in una cornice di unico benessere. L'iniziativa partirebbe dalle mostre organizzate all'interno del Parco Archeologico per poi toccare i luoghi storici e significativi dei comuni.

DURATA DELL'AZIONE: Giugno 2024/Dicembre 2026
COSTO STIMATO PER L'AZIONE **euro 350.000**
COPERTURA FINANZIARIA per l'azione: Nuova programmazione area interna
ComUnity 2024/2027;
SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila in collaborazione con la
Sovrintendenza
LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Comune Capofila con ricaduta su
tutto il Distretto

CRITERIO DI VALUTAZIONE

II) Interventi strutturali: 3) adozione di misure urbanistiche finalizzate a migliorare l'accessibilità, la fruibilità commerciale e turistica dei luoghi e lo sviluppo di mobilità sostenibile: servizi di accesso "car free" all'area distrettuale, nuove isole pedonali, aree per la sosta e il parcheggio di cicli e motocicli, abbattimento di barriere architettoniche (5pt)

MACROAZIONE:

Creazione della *Casa del Vino Irpinia* e relativa gestione dei percorsi turistici e mobilità sostenibile.

L'azione prevede il recupero e il riuso di un immobile dismesso ubicato nel centro storico di Atripalda, il *Cinema Ideal*, che verrà riconvertito in un hub turistico tematico per l'enoturismo, che sarà sia luogo di degustazione di vini e prodotti locali sia punto di partenza per itinerari turistici tematici, focalizzati sulla storicità dei luoghi e con la collaborazione di un servizio di car sharing elettrico.

AZIONE

Messa a **disposizione di trasporto in modalità car sharing elettrica** che ovvi alla carenza di mezzi di trasporto interni efficienti. Al momento esiste un'azione del Comune di Atripalda per la messa a sistema entro il mese di giugno di un servizio di car sharing.

DURATA DELL'AZIONE: in attuazione/Dicembre 2026
COSTO STIMATO PER L'AZIONE: a servizio del gestore
COPERTURA FINANZIARIA per la macroazione: Nuova programmazione area
interna ComUnity 2024/2027
SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila, PARTNER car sharing in arrivo
LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

CRITERIO DI VALUTAZIONE

IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 4) realizzazione di processi informatici applicati alla diffusione del distretto, all'attività informativa, all'orientamento del consumatore, alla vendita on-line dei prodotti del distretto e all'ottimizzazione dei rapporti con la clientela ed i turisti (2pt)

AZIONE

Interventi di marketing, comunicazione, promozione

Realizzazione di un sito web e di una APP, contenente indicazioni sull'offerta commerciale dei Comuni del Distretto e aperto a inserzioni locali (o gruppi di imprese) sulle iniziative;

Il logo proposto per il progetto Distretto Diffuso del Commercio è a forma geometrica circolare per trasmettere immediatamente ordine e stabilità, inoltre la forma circolare simboleggia l'unità e la coesione della comunità.



Il sito conterrà un elenco degli eventi e delle manifestazioni programmati sul territorio (in parte già effettuato nelle analisi preliminari di Distretto) e loro calendarizzazione su criteri di razionalità, equilibrio territoriale e tematiche; sarà inserita una cartina geografica con rilevazione dei punti vendita e delle loro caratteristiche merceologiche, realizzazione cartellonistica e segnaletica stradale del Distretto del Commercio; verrà creata, allo scopo, una rete di operatori del territorio che si occupano di turismo (guide, associazioni), in grado di collaborare con SPAZIO e formare nuove leve, con una messa a sistema di risorse già esistenti e creazione di nuove.

Anche l'APP "applicazione per dispositivo mobile" che rappresenterà i medesimi contenuto del Sito web con una accessibilità più elementare.

DURATA DELL'AZIONE: Ottobre 2024/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: **euro 227.500**

COPERTURA FINANZIARIA per l'azione: Nuova programmazione area interna
ComUnity 2024/2026

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

AZIONE

Creazione di un marchio unico che metta in connessione le attività commerciali del Distretto, allo scopo di creare un sistema a marchio di commercio online.

Messa a sistema di un sistema di logistica e distribuzione dedicato con tariffe vantaggiose per i commercianti.

Creazione e messa online di un sito web dedicato e di un servizio di assistenza all'utilizzo per gli utenti.

DURATA DELL'AZIONE: Gennaio 2025/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: **euro 150000**

COPERTURA FINANZIARIA per l'azione: Nuova programmazione area interna
ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Intero territorio del Distretto

CRITERIO DI VALUTAZIONE

II) Interventi strutturali: 1) azioni di riqualificazione degli immobili e degli spazi destinati al commercio (ad es. sistemazione di facciate, insegne, vetrine, realizzazione di aree attrezzate per lo svolgimento di mercati) (pt.5)

AZIONE

Esercizio del commercio su aree libere _ ottimizzazione

Tutti i Comuni del Distretto useranno la direzione dello stesso per attuare la messa in sicurezza e sistemazione delle aree adibite al commercio su aree libere (mercati), che al momento sono un'attività molto sentita, ma che ha bisogno di un miglioramento in termini di organizzazione e di una regia unica.

Le aree individuate sono: Il parco delle Acacie (Atripalda) La proposta progettuale prevede l'ampliamento del Parco delle Acacie dove attualmente è ospitato il mercato settimana, in quanto c'è richiesta da parte di nuovi posteggi che, al momento, sono ospitati all'esterno dell'area. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Disposizione di area per la raccolta differenziata dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori, anche al fine di controllare il corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi.

La Nevèra Montefredane. La proposta progettuale prevede il ripristino delle aree indicate con la creazione di spazi a mercato settimana anche destinati ai prodotti di nicchia e a KM zero.

Le aree dovranno essere messe in sicurezza. All'uopo saranno installati servizi di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria continua. Disposizione di area per la raccolta differenziata dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare il corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi dei lavoratori del mercato.

La zona mercatale di Prata Principato Ultra. La proposta progettuale prevede lo spostamento (ritorno) del mercato alla ex Piazza Mercato. Attualmente il mercato settimanale si svolge in piazza risorgimento che non risulta essere idonea per lo svolgimento in sicurezza dell'esercizio del commercio sulle are pubbliche come disciplinata dalla normativa vigente. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Disposizione di area per la raccolta differenziate dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare li corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi.

DURATA DELL'AZIONE: Giugno 2024/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: **euro 931.750**

COPERTURA FINANZIARIA per l'azione: Nuova programmazione area interna
ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Ente Capofila, Comuni interessati e Cabina di Regia

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Comuni interessati con ricaduta su
tutto il Distretto

CRITERIO DI VALUTAZIONE

IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 5) realizzazione di interventi volti al recupero ed alla valorizzazione di antiche tradizioni legate al territorio ed alle sue tipicità. (pt.1)

AZIONE

Sportello artigianato in rete.

I Comuni del Distretto hanno tradizioni artigianali storiche molto radicate, nello specifico:

Candida - falegnameria e lavorazione dei chiodi
S. Potito Ultra - antiche ramiere

S. Mango sul Calore - attività connesse alla lavorazione dei fichi

Queste attività ancora vive nei Comuni non riescono spesso ad essere valorizzate per se stesse, nonostante siano moltissime le iniziative locali realizzate alle scopo di valorizzarle, ma che spesso restano nel locale. La creazione di una rete di artigianato che organizzi le attività di promozione (nelle scuole, negli spazi online e fisici del Distretto, ecc.)ma fornisca anche uno sportello servizi per l'acquisizione di fondi e di informazioni utili allo scopo è un modo per creare una voce unica territoriale che possa gestire tutte le attività insieme.

DURATA DELL'AZIONE: Gennaio 2025/Dicembre 2026

COSTO STIMATO PER L'AZIONE: **euro 174.500**

COPERTURA FINANZIARIA per l'azione: Nuova programmazione area interna
ComUnity 2024/2027

SOGGETTO ATTUATORE: Comuni del Distretto e Cabina di Regia,
associazioni artigianali e proloco locali
LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO: Tutto il territorio del Distretto

Nota finale sui prezzi stimati

I prezzi stimati nelle tabelle di cui innanzi sono esclusi di oneri ed IVA e sono riferiti a stime effettuate con il Prezzario OO.PP. vigente in Regione Campania al momento della determina.

Il Tecnico incaricato

Ing. Gerardo Rizzo

QUADRO RIEPILOGATIVO DELLE AZIONI DCD COMUNITY

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
Creazione della Casa del Vino Irpinia e relativa gestione dei percorsi turistici e mobilità sostenibile. L'azione prevede il recupero e il riuso di un immobile dismesso ubicato nel centro storico di Atripalda, il <i>Cinema Ideal</i> , che verrà riconvertito in un hub turistico tematico per l'enoturismo, che sarà sia luogo di degustazione di vini e prodotti locali sia punto di partenza per itinerari turistici tematici, focalizzati sulla storicità dei luoghi e con la collaborazione di un servizio di car sharing	Riqualificazione di un immobile storico "Cinema IDEAL" per la creazione della Casa del Vino Irpinia, hub turistico tematico;	I) Contenuti dell'accordo: b) <i>previsione di politiche di riuso - anche temporaneo - delle unità immobiliari ad uso commerciale dismesse ubicate nei centri storici e urbani anche attraverso la definizione di modelli contrattuali sperimentali volti a calmierare i relativi canoni di affitto e la valorizzazione delle "buone pratiche" nazionali e internazionali di gestione unitaria e coordinata delle chiusure e dismissioni degli esercizi di vicinato e delle medie strutture di vendita</i>	Ente Capofila	Triennio 2024/2026

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

<p>elettrico. Dal Comune capofila, centrale per collegamenti e reputazione commerciale, partirà dunque un'azione che interesserà tutte le cantine e realtà enogastronomiche del Distretto, oggetto di iniziative e tour ad hoc che le metteranno in evidenza come unica realtà, anche grazie alla collaborazione con il Consorzio per la Tutela dei Vini Irpini</p>	<p>Formazione di addetti che gestiscano il rapporto col turista e con gli attori del territorio, oltre ad organizzare esperienze di degustazione e conoscenza dei prodotti tipici e vendita prodotti;</p>	<p><i>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 3) formazione e informazione per gli addetti alle attività commerciali, turistiche e del tempo libero aventi contenuti attinenti sia all'ottimizzazione dei rapporti con la clientela ed i turisti, anche tramite il recupero di conoscenze sulla storia, le tradizioni e le tipicità de luogo, sia alle strategie di vendita</i></p>	<p>Comuni del Distretto</p>	<p>Ultimo trimestre 2026</p>
	<p>Organizzazione di itinerari turistici di attrattività legati alla visita delle cantine e al turismo di settore, con la messa a sistema delle cantine locali e la creazione di pacchetti predisposti da proporre ad operatori turistici del posto, che includano anche attrattive culturali/centri storici, in rete con Proloco ed altre associazioni locali;</p>	<p><i>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 1) predisposizione di appositi itinerari, definiti "itinerari di attrattività": a tal fine debbono essere elencati gli operatori, le azioni, anche di marketing e brand urbano e territoriale, nonché gli eventi finalizzati al buon esito dell'itinerario proposto</i></p>	<p>Comuni del Distretto</p>	<p>Triennio 2024/2026</p>
	<p>Messa a disposizione di trasporto in modalità car sharing elettrica che ovvi alla carenza di mezzi di trasporto interni efficienti;</p>	<p><i>II) Interventi strutturali: 3) adozione di misure urbanistiche finalizzate a migliorare l'accessibilità, la fruibilità commerciale e turistica dei luoghi e lo sviluppo di mobilità</i></p>	<p>Ente Capofila e partner carsharing</p>	<p>In attuazione/dicembre 2026</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

		<i>sostenibile: servizi di accesso "car free" all'area distrettuale, nuove isole pedonali, aree per la sosta e il parcheggio di cicli e motocicli, abbattimento di barriere architettoniche</i>		
--	--	---	--	--

Analisi dei costi			
Riqualificazione immobile e messa in sicurezza	2.500.000,00		
Costi di formazione personale	I Anno	II Anno	III Anno
	83000	83000	83000
	250.000 sommano		
Messa a sistema del car scharin	a servizio del gestore		
Creazione e messa online sito web	300.000,00		
Allestimento sala cinematografica	800.000,00		
Eventuale acquisto del Bene dal Distretto	1.100.000,00		
Costo Stimato Dell'intervento	4.950.000,00		

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
Realizzazione di un sito web, contenente indicazioni sull'offerta commerciale dei Comuni del Distretto e aperto a inserzioni locali (o gruppi di imprese) sulle iniziative; Il logo proposto per il progetto Distretto Diffuso del Commercio è a forma geometrica circolare per	-Progetto "ComUnity" Il logo proposto per il progetto Distretto Diffuso del Commercio è a forma geometrica circolare per trasmettere immediatamente ordine e stabilità, inoltre la forma circolare simboleggia l'unità e la coesione	<i>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 4) realizzazione di processi informatici applicati alla</i>	Comuni del Distretto	Triennio 2024/2026

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

<p>trasmettere immediatamente ordine e stabilità, inoltre la forma circolare simboleggia l'unità e la coesione della comunità.</p>  <p>Il sito conterrà un elenco degli eventi e delle manifestazioni programmati sul territorio (in parte già effettuato nelle analisi preliminari di Distretto) e loro calendarizzazione su criteri di razionalità, equilibrio territoriale e tematiche; sarà presente una cartina geografica con rilevazione dei punti vendita e delle loro caratteristiche merceologiche, realizzazione cartellonistica e segnaletica stradale del Distretto del Commercio ; verrà creata allo scopo una rete di operatori del territorio che si occupano di turismo (guide, associazioni) in grado di collaborare con SPAZIO e formare nuove leve, con una messa a sistema di risorse già esistenti e creazione di nuove.</p>	<p>della comunità.</p> <ul style="list-style-type: none"> -censimento degli eventi e delle manifestazioni programmati sul territorio (in parte già effettuato nelle analisi preliminari di Distretto) e loro -- calendarizzazione su criteri di razionalità, equilibrio territoriale e tematiche; -realizzazione di un sito web, contenente indicazioni sull'offerta commerciale dei Comuni del Distretto e aperto a inserzioni locali (o gruppi di imprese) sulle iniziative; -produzione e divulgazione di materiali riferiti all'offerta commerciale del Distretto e dei prodotti tipici locali: cartina geografica con rilevazione dei punti vendita e delle loro caratteristiche merceologiche, - realizzazione cartellonistica e segnaletica stradale del Distretto del Commercio (periodicamente nel corso del quinquennio preventivato per la durata del Distretto). 	<p><i>diffusione del distretto, all'attività informativa, all'orientamento del consumatore, alla vendita on-line dei prodotti del distretto e all'ottimizzazione dei rapporti con la clientela ed i turisti</i></p>		
---	---	---	--	--

Interventi di marketing, promozione e comunicazione - Stima costi*

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

Costo stimato per interventi	227500
------------------------------	---------------

Analisi dei costi	
Creazione logo e Brand	12500
Raccolta dati	25000
Realizzazione e manutenzione del sito web	87500
Produzione e divulgazione di materiali riferiti all'offerta commerciale del Distretto e dei prodotti tipici locali	125000
Valore Stimato	227500

**Costi stimati in base al mercato e comprensivi di IVA e oneri*

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
<p>PROGETTO COMUNITY ONLINE COMMERCE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creazione di un marchio unico che metta in connessione le attività commerciali del Distretto, allo scopo di creare un sistema a marchio di commercio online; 	<p>Messa a sistema di un sistema di logistica e distribuzione dedicato con tariffe vantaggiose per i commercianti; Creazione e messa online di un sito web dedicato e di un servizio di assistenza all'utilizzo per gli utenti</p>	<p><i>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 4) realizzazione di processi informatici applicati alla diffusione del distretto, all'attività informativa, all'orientamento del consumatore, alla vendita on-line dei prodotti del distretto e all'ottimizzazione dei rapporti con la clientela ed i turisti</i></p>	<p>Ente capofila</p>	<p>Biennio 2025/2026</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

Analisi dei costi			
Creazione del marchio compreso la registrazione	15.000		
Costi di segreteria per la gestione delle adesioni e del consorzio	I Anno	II Anno	III Anno
	46.800	49.140	51.500
	Sommano		147.440
Messa online del sito e del servizio di assistenza	20.000		
Azioni di marketing e comunicazione	I Anno	II Anno	III Anno
	50000	50000	50000
	Sommano		150000

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
<p>Il parco archeologico di Abellinum è destinato a diventare punto di riferimento non soltanto per le visite al suo patrimonio storico, ma per l'utilizzo degli spazi in svariati modi.</p> <p>In primis, con l'organizzazione di un EVENTO ANNUALE ESTIVO destinato a diventare un appuntamento fisso e di riferimento, nel periodo corrispondente alla notte di S. Lorenzo e dintorni.</p> <p>Durante il periodo dell'evento saranno organizzate le iniziative: Visite guidate notturne</p>	<p>CINEMA D'ESSAY E TEATRO OFF</p> <p>E' un progetto che vede la possibilità di organizzare una rassegna cinematografica itinerante fra i vari comuni del distretto, che parta dal Parco Archeologico. Il Cineforum partirà in estate dai luoghi all'aperto come le piazze e lo stesso Parco Archeologico, per poi sfruttare luoghi al chiuso presenti in altri Comuni – Municipi, Edifici storici, Piccoli teatri, ecc.;</p>	<p><i>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 1) predisposizione di appositi itinerari, definiti</i></p> <p><i>“itinerari di attrattività”: a tal fine debbono essere elencati gli operatori, le azioni, anche</i></p>	<p>Ente Capofila in collaborazione con la Sovrintendenza</p>	<p>Biennio 2025/2026</p>

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

<p>del parco archeologico a partire dalle ore 19 Concerti /piccole piéce teatrale nel parco Visite guidate della Basilica Paleocristiana e SpecusMartyrum Visita guidata della Dogana e dell'antiquarium Mercatino di prodotti tipici Convegni a tema di impatto Ma il parco vive non solo in sé stesso ma anche come cornice attrattiva per attività diverse che coinvolgano tutti i Comuni del Distretto, come si vede dagli interventi compresi</p>	<p>Analogamente potrebbe essere possibile intercettare piccole o piccolissime produzioni teatrali da ospitare al chiuso o all'aperto, in una realtà provinciale che manca di strutture adatte. ARTI PLASTICHE Spazi espositivi diffusi dove i territori interni e i piccoli comuni si propongono come attrattori per la esposizione e la promozione di artisti emergenti e la loro opera. La minore congestione urbana, costi inferiori, possibilità di unire alla speculazione artistica e la promessa del godimento di luoghi ameni , cullati da buon cibo e accoglienza familiare potrebbero realizzare l'interazione fra l'opera, l'artista e l'osservatore in una cornice di unico benessere. L'iniziativa partirebbe dalle mostre organizzate all'interno del Parco Archeologico per poi toccare i luoghi storici e significativi dei comuni.</p>	<p><i>di marketing e brand urbano e territoriale, nonché gli eventi finalizzati al buon esito dell'itinerario proposto</i></p>		
--	--	--	--	--

Archeologia viva - Stima costi*

Analisi dei costi



Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

Messa in sicurezza e creazione di percorsi e spazi idonei alle iniziative	300.000
Attività di promozione online e offline	25.000
Costi di segreteria	20.300
Altre spese	10.000
Sommano	350.000

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
<p>Tutti i Comuni del Distretto useranno la direzione dello stesso per mettere in atto la messa in sicurezza e sistemazione delle aree adibite al commercio su aree libere (mercati), che al momento sono un'attività molto sentita ma che ha bisogno di un miglioramento in termini di organizzazione. Una direzione unica potrebbe giovare a portare i mercati in tutti i comuni ed evitare che gli abitanti del Distretto debbano spostarsi come oggi</p>	<p>- Il parco delle Acacie (Atripalda) La proposta progettuale prevede l'ampliamento del Parco delle Acacie dove attualmente è ospitato il mercato settimana in quanto c'è richiesta da parte di nuovi posteggi che, al momento, sono ospitati all'esterno dell'area. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Dipozione di area per la raccolta differenziate dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare li corretto versamento dei</p>	<p>II) Interventi strutturali: 1) azioni di riqualificazione degli immobili e degli spazi destinati al commercio (ad es. sistemazione di facciate, insegne, vetrine, realizzazione di aree attrezzate per lo svolgimento di mercati)</p>	<p>Ente Capofila, Comuni interessati e Cabina di Regia</p>	<p>Triennio 2024/2026</p>

<p>verso quelli confinati. Le aree individuate sono: Il parco delle Acacie (Atripalda), la nevera Montefredane, l'antica area mercatoa di Prata Principato Ultra</p>	<p>tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi - la nevera Montefredane <i>La proposta progettuale prevede il ripristino delle aree indicate con la creazione di spazi a mercato settimana anche desinati ai prodotti di nicchia e a KM zero.</i> <i>Le aree dovranno essere messe in sicurezza. All'uopo saranno installati servizi di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria continua. Diposizione di area per la raccolta differenziate dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare il corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi dei lavoratori del mercato, la zona mercatale di Prata Principato Ultra</i> <i>La proposta progettuale prevede lo spostamento (ritorno) del mercato alla ex Piazza mercato. Attualmente il mercato settimanale si svolge in piazza risorgimento che non risulta essere idonea per lo svolgimento in sicurezza dell'esercizio del</i></p>			
--	---	--	--	--

	<p><i>commercio sulle are pubbliche come disciplinata dalla normativa vigente. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Dipozione di area per la raccolta differenziate dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare li corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi.</i></p> <p>la zona mercatale di Prata Principato Ultra</p> <p><i>La proposta progettuale prevede lo spostamento (ritorno) del mercato alla ex Piazza mercato. Attualmente il mercato settimanale si svolge in piazza risorgimento che non risulta essere idonea per lo svolgimento in sicurezza dell'esercizio del commercio sulle are pubbliche come disciplinata dalla normativa vigente. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta</i></p>			
--	--	--	--	--

Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

	<p><i>prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Diposizione di area per la raccolta differenziata dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare li corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi. Il progetto si inserisce nella volontà dell'attuale amministrazione di riportare nel comune spazi tradizionali e funzionali che anni di commissariamento hanno spostato e/o eliminato, tra cui il mercato che attualmente si svolge nella Piazza Risorgimento, che non è sede storica né pratica per i cittadini.</i></p>			
--	--	--	--	--

Commercio su aree libere - Stima costi*

Analisi dei costi Parco delle Acace	
Progettazione preliminare	5.000
Costo dei lavori e messa in sicurezza	835.000
Spese tecniche	41.750
Altre spese per imprevisti e revisione prezzi	50.000
Sommano	931.750



La proposta progettuale prevede l'ampliamento del Parco delle Acace dove attualmente è ospitato il mercato settimanale in quanto c'è richiesta da parte di nuovi posteggi che, al momento, sono ospitati all'esterno dell'area. La messa in sicurezza dell'intera area con servizio di controllo a distanza e sistema di controllo in ingresso con conta persone elettronico per la determinazione del massimo affollamento. Strumenti di controllo con casetta prefabbricata anche per assistenza sanitaria. Disposizione di area per la raccolta differenziata dei rifiuti, Pannello di comunicazione informativo con aggiornamento continuo degli espositori anche al fine di controllare il corretto versamento dei tributi e degli oneri relativi alla sicurezza e contributivi.

Descrizione Azione	Interventi compresi	Criteri di valutazione	Attori coinvolti	Durata dell'intervento
<p>I Comuni del Distretto hanno tradizioni artigianali storiche molto radicate, nello specifico: Candida - falegnameria e lavorazione dei chiodi S. Potito Ultra – antiche ramiere S. Mango sul Calore – attività connesse alla lavorazione dei fichi</p> <p>Queste attività ancora vive nei Comuni non riescono spesso ad essere valorizzate per se stesse, nonostante siano moltissime le iniziative locali realizzate allo scopo di valorizzarle ma che spesso restano nel locale.</p>	<p>- Creazione di una rete di artigianato che organizzi le attività di promozione (nelle scuole, negli spazi online e fisici del Distretto, ecc.)ma fornisca anche uno sportello servizi per l'acquisizione di fondi e di informazioni utili allo scopo è un modo per creare una voce unica territoriale che possa gestire tutte le attività insieme.</p>	<p>IV) Comunicazione e animazione del distretto, miglioramento dei servizi legati all'accoglienza de consumatori e turistica: 5) realizzazione di interventi volti al recupero ed alla valorizzazione di antiche tradizioni legate al territorio ed alle sue tipicità. (pt.1)</p>	<p>Comuni del Distretto e Cabina di Regia</p>	<p>Biennio 2025/2026</p>

Sportello artigianato in rete - Stima costi*



Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

Analisi dei costi- sportello dell'artigianato in rete

<i>Creazione dello sportello</i>	<i>20.000</i>
<i>Costo del lavoro</i>	<i>150.000</i>
<i>Altre spese</i>	<i>4.500</i>
<i>Sommano</i>	<i>174.500</i>

ALLEGATI:

- TABELLA PUNTEGGI NON RELATIVI ALLE AZIONI
- DELIBERE DI ADESIONE AL DISTRETTO/ATTI DI ADESIONE ASSOCIAZIONI
- ALLEGATI PIANI TRIENNALI DEI COMUNI DEL DISTRETTO
- OBIETTIVI
- CRONOPROGRAMMA DETTAGLIATO DEGLI INTERVENTI
- PROGETTO GRAFICO DI COMUNICAZIONE E PRESENTAZIONE DEL LOGO,
- PROGRAMMAZIONE STRATEGICA E OBIETTIVI STRATEGICI TRIENNALI

I sindaci sottoscrivono la presente per ppv e approvazione

	Comune	Cognome	Nome	Firma
1	ATRIPALDA	Spagnulo	Paolo	
2	CANDIDA	Petrosino	Raffaele	
3	MANOCALZATI	Tirone	Lucio Pasquale	
4	MONTEFALCIONE	D'Agostino	Angelo Antonio	
5	MONTEFREDANE	Aquino	Ciro	
6	PAROLISE	Ferullo	Antonio	

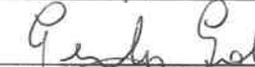
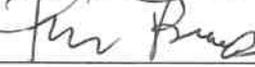
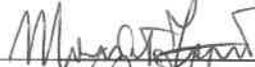
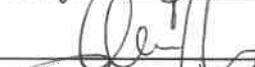
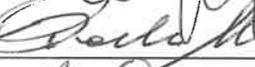
Relazione del Distretto Diffuso Commerciale *ComUnity*

7	PRATOLA SERRA	Galdo	Gerardo	
8	SALZA IRPINA	Cella	Luigi	
9	SAN MANGO SUL CALORE	Boccuzzi	Teodoro	
10	SAN POTITO ULTRA	Perfido	Riccardo	
11	SORBO SERPICO	Fontanella	Maria Teresa	
12	GROTTOLELLA	Spiniello	Antonio	
13	CAPRIGLIA	Picariello	Nunziante	
14	Volturara Irpina	Sarno	Marino	



Relazione del Distretto Diffuso Commerciale ComUnity

I sindaci sottoscrivono la presente per ppv e approvazione

	Comune	Cognome	Nome	Firma
1	ATRIPALDA	Spagnulo	Paolo	
2	CANDIDA	PICONE Petrosino	FAUSTO Raffaele	
3	MANOCALZATI	Tirone	Lucio Pasquale	
4	MONTEFALCIONE	D'Agostino	Angelo Antonio	
5	MONTEFREDANE	Aquino	Ciro	
6	PAROLISE	Ferullo	Antonio	
7	PRATOLA SERRA	Galdo	Gerardo	
8	SALZA IRPINA	Cella	Luigi	
9	SAN MANGO SUL CALORE	Bocuzzi	Teodoro	
10	SAN POTITO ULTRA	Perfido	Riccardo	
11	SORBO SERPICO	Fontanella	Maria Teresa	
12	GROTTOLELLA	Spiniello	Antonio	
13	CAPRIGLIA	Picariello	Nunziante	
14	Volturara Irpina	Sarno	Marino	

