



STA NASCENDO L'HUB DEL COMUNE DI OSELLATO



Comune di Ostellato

DOVE INCONTRO, ASCOLTO E
CRESCITA DEL NOSTRO
TERRITORIO CREANO SVILUPPO

La Regione

La Regione con la Legge 12 del 3 ottobre 2023, ha proposto gli Hub per favorire lo **sviluppo dell'economia urbana**

concentrando energie pubbliche e private su aree circoscritte

Obiettivo: contrastare la desertificazione commerciale e sostenere nuove opportunità per imprese e cittadini

Cos'è un HUB

Aree urbane, circoscritte, in cui è riconoscibile un **addensamento di offerta commerciale e di servizi**, con **potenzialità di sviluppo e di crescita** in termini di attrattività, con una riconoscibile **vocazione tematica**, in cui il Comune si impegna ad adottare misure finalizzate alla riqualificazione del contesto urbano.

HUB URBANO

aree poste al **centro** delle città e dei comuni caratterizzate da una **pluralità di funzioni e soggetti** rispetto ai quali le attività commerciali, dei pubblici esercizi e dei servizi svolgono un ruolo centrale per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e garantire una integrazione e valorizzazione di tutte le risorse presenti nel territorio

HUB DI PROSSIMITA'

aree più **periferiche** in grado di **accrescere** la propria identità ed economia di prossimità attraverso le attività commerciali, dei pubblici esercizi e dei servizi

Un progetto costruito insieme

DAL TERRITORIO

Con radici nella
nostra comunità
locale

ASCOLTO ATTIVO

Sviluppato
ascoltando chi vive il
territorio

PARTECIPAZIONE

Un percorso condiviso per
raccogliere idee, criticità

PERCHE' FAR PARTE DI UN PROGETTO DI RIGENERAZIONE DEL TESSUTO URBANO?

Per essere parte attiva in un percorso con impatti concreti
che:

- ❖ valorizza le risorse locali
- ❖ rafforza e sostiene l'economia locale
- ❖ sostiene servizi innovativi per cittadini e imprese
- ❖ rende più attrattivo il territorio attraverso la concentrazione di funzioni e interconnessioni tra cittadini, imprese e istituzioni
- ❖ possibilità di partecipazione a bandi che la Regione emetterà per sostenere Comuni ed imprese che svilupperanno interventi di innovazione e/o qualificazione

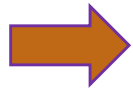
DIAMO VITA
ALL'HUB URBANO
DEL COMUNE DI OSTELLATO

«Natura al Centro»

ACQUE, *STORIA* E NATURA

Percorso

1. Studio di fattibilità in cui si analizzano le aree proposte dai Comuni e si definisce perimetrazione hub



2. Piano di Sviluppo almeno pluriennale, che preveda azioni concrete e una gestione unitaria

3. Accordo di partenariato (non oneroso sottoscritto da soggetti pubblici e privati)

4. Richiesta riconoscimento alla Regione (entro 31/03 di ogni anno)

STRATEGIE

Vi abbiamo chiesto.....

CONTRIBUTO POSITIVO E FATTIBILE: IDEE E PROGETTI

COSA SI PUO' MIGLIORARE

COSA OGNUNO INTENDE FARE PER LA PROPRIA COMPETENZA

Artigianato e commercio locale

presidio del territorio

rafforzamento delle economie di prossimità.

vitalità urbana

sicurezza degli spazi pubblici

coesione sociale delle comunità locali

Il settore agricolo e agroalimentare ha un valore strategico e identitario, con potenzialità di integrazione con il commercio locale e le filiere corte.

Il settore manifatturiero ... l'insediamento di attività produttive e logistiche nel territorio, consentendo un'offerta di servizi e competenze tecniche in grado di competere su mercati più ampi.

Identità connotative

1. Storia e Archeologia
2. Natura: valli e acque
3. Il Tessuto Commerciale
4. La Zona Logistica Semplificata e l'agricoltura

Punti di forza

Forte identità territoriale legata a bonifica, paesaggio rurale e Valli.

Presenza di attrattore ambientale di rilievo (Valli di Ostellato).

Dimensione urbana contenuta e riconoscibile, favorevole alla vivibilità.

Aree industriali con diverse imprese insediate.

Buona accessibilità lungo asse Ferrara–Mare.

STRENGTHS

Punti di debolezza

Limitata massa critica demografica.

Invecchiamento della popolazione.

Dispersione insediativa tra capoluogo e frazioni.

Vulnerabilità del commercio locale alla concorrenza esterna.

Limitata capacità di investimento delle microimprese.

WEAKNESSES

Opportunità

Integrazione tra turismo naturalistico e sistema commerciale urbano.

Accesso a finanziamenti regionali tramite L.R. 12/2023 ed altri contributi.

Sviluppo di marketing territoriale coordinato.

Promozione di filiere agroalimentari locali e mercati identitari.

Digitalizzazione e innovazione dei servizi di prossimità.

OPPORTUNITIES

Minacce

Ulteriore contrazione demografica.

Polarizzazione dei consumi verso centri maggiori.

Progressiva desertificazione commerciale dei piccoli centri.

Incremento dei costi gestionali per le microimprese.

Impatti climatici e criticità idrauliche.

THREATS



esterni

interni

Ostellato
92

Hub
76

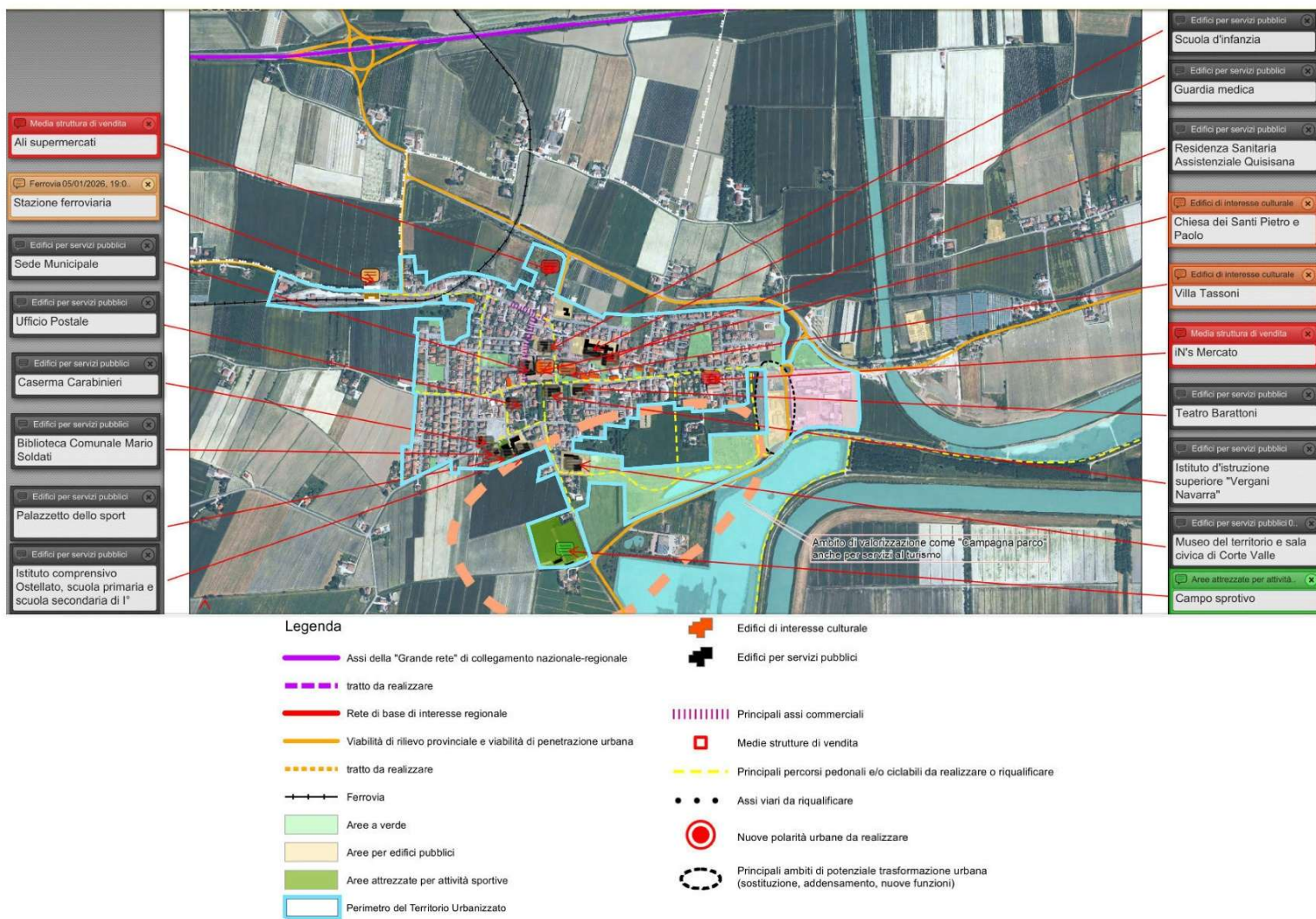
ATTIVITA' COERENTI CON LA LEGGE 12/2023 NELL'HUB DI OSTELLATO	
acconciatura, estetica, tatuaggio	8
artigianato	6
commercio al dettaglio	25
edilizia	5
pubblici esercizi	8
riparazioni veicoli	5
servizi	13
servizi finanziari, assicurativi e agenti di commercio	4
strutture ricettive	2
Totale complessivo	76

associazionismo

sagre

eventi

mercati



Strategia

Ambiti strategici trasversali, che costituiscono le **principali direttrici di intervento** e trovano successiva declinazione operativa nelle azioni previste proposte :

1. miglioramento del contesto fisico e sociale;
2. promozione e valorizzazione del territorio;
3. rafforzamento della collaborazione pubblico – privato.

Azioni programma di sviluppo

	T7ipologia azione	descrizione
1	promozione/comunicazione	Identità dell'Hub e comunicazione
2	promozione/comunicazione	Mappatura, schedatura e profilazione delle attività di commercio e servizio su google maps
3	promozione/comunicazione	Realizzazione di una tessera valida nei negozi e nei pubblici esercizi dell'hub che consenta di accumulare punti attraverso l'acquisto e avere sconti nella medesima rete di negozi; Card "CULTURA & SHOPPING": tessera fedeltà co-brandizzata (chi acquista un biglietto a Teatro riceve uno sconto immediato nei negozi partner dell'HUB e viceversa); VETRINE A TEMA: in occasione di grandi prime o festival teatrali coinvolgere i commercianti nell'allestimento delle vetrine a tema con lo spettacolo, creando un percorso estetico unitario
4	Promozione/comunicazione	implementazione di una piattaforma digitale (esempio: TOTEM INTERATTIVO) collegato alla rete, per la promozione incrociata teatro/associazioni-attività/commercio, creazione di eventi di Teatro e attività dell'intero comune e delle sue sette frazioni del comune, abbinato ad un prodotto statico di più semplice lettura.
5	riqualificazione	Collocamento panchine, fioriere, cestini e punti carica phone nelle vie del commercio e presso le porte di accesso dell'hub
6	riqualificazione	Rilevare i locali commerciali sfitti (comunali o privati) e costruzione di un database georeferenziato Mappare gli spazi in stato di degrado con la finalità di individuarne la presenza e valutare se ci sono le condizioni per loro una nuova funzionalità con finalità di piccolo commercio o di attività di supporto al commercio, anche come temporary shop legati ai principali eventi.

Azioni programma di sviluppo

	Tipologia azione	descrizione
7	incentivazione	Incentivi fiscali per apertura nuova attività o contributi a fondo perduto sull'affitto
8	incentivazione	Definire un accordo quadro con i piccoli proprietari che mettano a disposizione i propri immobili ad affitti calmierati per i primi anni di nuova attività
9	formazione	Corsi di formazione ai commercianti su strategie di marketing e geomarketing, servizi digitali di promozione e vendita online e utilizzo intelligenza artificiale
10	Formazione	Dare un nuovo connotato di sostenibilità alle imprese del settore commerciale. Usare lampadine a LED e sensori di movimento per l'illuminazione. Installare impianti fotovoltaici sul tetto (creare ad es. una comunità energetica), ottimizzare riscaldamento e condizionamento con termostati intelligenti e buona coibentazione. Eliminare o ridurre l'uso di imballaggi in plastica. Offrire borse riutilizzabili o compostabili. Adottare il riciclo interno (carta, plastica, organico) e collaborare con fornitori per ridurre gli imballaggi inutili. Scegliere prodotti a km zero o provenienti da filiere etiche. Preferire fornitori che adottano pratiche green (ad esempio, packaging ecologico o trasporti a basse emissioni). Utilizzare arredi in legno riciclato, metallo riutilizzato o materiali naturali. Evitare vernici tossiche o materiali non biodegradabili. Usare scontrini elettronici, fatture digitali e gestione online degli ordini. Comunicare l'impegno green del negozio tramite segnaletica.

Azioni programma di sviluppo

	Tipologia azione	descrizione
11	formazione	Cicli di formazione dedicati ai consumatori e alla cittadinanza, da svolgere in collaborazione con istituti scolastici
12	Promozione	Valorizzazione dei prodotti locali con individuazione di un Temporary shop e valorizzazione dei futuri prodotti DeCo e future botteghe storiche
13	Promozione	creare una rete di contenuti video (reel, tiktok) che parlino del “pomeriggio ideale” (con shopping nei negozi, caffè al bar e serata al Teatro) per stimolare in particolare il turismo “fuori porta”
14	Servizi turistici	Creare connessioni con il grande patrimonio naturale presente alle Vallette e con le gare sportive legate alla pesca, affinché l’hub sia luogo di accoglienza, spazio di animazione e punto di servizi per gli eventi sportivi Posizionare QR-code con indicati ristoranti, ricettività, musei e servizi correlati dentro l’Hub. Creare un info point per il Pescatore, consegnare una tessera dello sportivo che permette di beneficiare di omaggi/benefit tra gli esercenti locali o semplicemente un flyer che indichi le varie opportunità e servizi per lo sportivo e la sua famiglia. Creare degli eventi ad hoc in occasione delle gare.

Azioni programma di sviluppo

	Tipologia azione	descrizione
15	Servizi turistici	Il centro urbano deve essere in connessione con gli attrattori naturalistici (tra cui la Big Bench). Va creato un info point naturalistico e tutte le informazioni sull'accoglienza, servizi ed opportunità dell'hub.
16	Servizi turistici	servizi come assistenza tecnica per la bicicletta, noleggio bici, ristorazione e pernottamento in aree attrezzate, mappe degli itinerari e informazioni sui luoghi di interesse. Inoltre, servizi di lavanderia per abbigliamento sportivo, aree dedicate alla manutenzione delle bici e consigli su itinerari possono migliorare ulteriormente l'esperienza. Diventa importante organizzare un incontro formativo per spiegare alla comunità cosa comporta promuovere un'attrazione cicloturistica.
17	Servizi culturali e turistici	Il centro può diventare il luogo narrativo della storia etrusca. Possono essere individuati spazi divulgativi e percorsi tematici oltre che organizzati degli eventi culturali , integrati alle attività di commercio e ristorazione. Si potrebbe anche proporre ai ristoratori di predisporre un menù "etrusco".
18	Servizi al commercio	Progettare, avviare e consolidare una serie di attività accessorie al commercio da parte dell'Hub in collaborazione con le associazioni di categoria es. Assistenza, mediazione per piccole e grandi controversie tra commerciante e consumatore finale; Infopoint con consulenza per avvio di nuova attività con business plan e credito ad es. da parte delle associazioni.

Azioni programma di sviluppo

	Tipologia azione	descrizione
19	Servizi di vicinato	Ostellato è popolata principalmente da Residenti over 65 Adattare l'offerta commerciale e dei servizi all'età della popolazione, es: Spesa e consegna a domicilio — aiutare negozi e supermercati a offrire consegne a casa può aumentare i consumi locali. Servizi di assistenza leggera: persone che aiutano negli spostamenti. Dedicare sconti, offerte dedicate agli over-65, momenti di incontro (caffè del mattino, musica dal vivo, ecc.). Questi accorgimenti aiutano a creare fedeltà al negozio e senso di comunità. Salute, benessere e cura personale: servizi come fisioterapia, massaggi, benessere o check-up semplificati a domicilio o in spazi condivisi vicino a condomini popolati da anziani Rendere i negozi più accessibili e age-friendly (pavimentazioni antisdrucciolo, sedute, percorsi chiari) per facilitare la permanenza e gli acquisti degli anziani. Eventi periodici: mercatini, giornate della salute, laboratori intergenerazionali per portare persone in giro per l'hub e aumentare il traffico locale. Collaborazione con amministrazione locale per agevolare aperture di botteghe o servizi di prossimità (es. semplificazione burocratica, affitti calmierati per attività chiave).

Focus sul Museo del territorio

Per tutti i progetti sopraelencati fondamentale diventa la valorizzazione e rigenerazione del **Museo del territorio**, cerniera fisica tra l'hub e gli attrattori naturalistici.

Un info point in cui fornire non solo le informazioni sull'accoglienza ed opportunità del territorio, ma un luogo di racconto, coordinamento e promozione.

Il Museo come il cuore dell'hub di Ostellato., in cui si potrebbero combinare le anime del territorio tramite progetti innovativi, ma anche tradizionali in cui gli anziani lo raccontano alle nuove generazioni e tramandano il sapore e la forza di un territorio antico che deve trovare la chiave per rigenerarsi e guardare al futuro.

E ora.....

SOTTOSCRIZIONE ACCORDO DI PARTENARIATO

non oneroso

PER ULTERIORI INFO:

ANNA.FREGNAN@SIPROFERRARA.COM O RIVOLGERSI ALLA PROPRIA ASSOCIAZIONE DI CATEGORIA



TUTTI COLORO CHE VIVONO IL
TERRITORIO,
CON UNA REGIA UNITARIA



OBIETTIVO COMUNE:
SVILUPPO E BENESSERE



CANDIDATURA HUB ALLA REGIONE
ENTRO 31/03/2026,
PROGRAMMA DI SVILUPPO TRIENNALE

Gruppo di lavoro



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Ferrara



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
ASCOM FERRARA E PROVINCIA