



CASTELLO CENTRO

Hub urbano del Comune di
Castel San Pietro Terme



COSA SONO GLI HUB

La Legge Regionale n. 12/23 (legge sull'economia urbana) promuove interventi per la qualificazione della rete commerciale e distributiva e in particolare l'istituzione di HUB (Urbani o di Prossimità), cioè accordi per il rilancio socio-economico di un'area commerciale da realizzarsi attraverso: opere di miglioramento del contesto fisico;

- iniziative di promozione dell'area oggetto di intervento;
- formazione di partnership pubblico privato, consorzi o associazioni di vie o aree;
- individuazione di attrattori, materiali o immateriali, con spiccata connotazione identitaria.

La regione stanzierà, tramite appositi bandi, fondi da erogare tramite i comuni.

Sulla base del quadro conoscitivo condiviso con i vari partner coinvolti nel processo di avvio e costituzione del HUB urbano hanno condiviso la visione, le strategie, gli interventi e il piano di governance del HUB.

I contenuti sono stati frutto di momenti di confronto, co-progettazione e condivisione con gli attori coinvolti nella fase di start-up e costituzione del HUB.

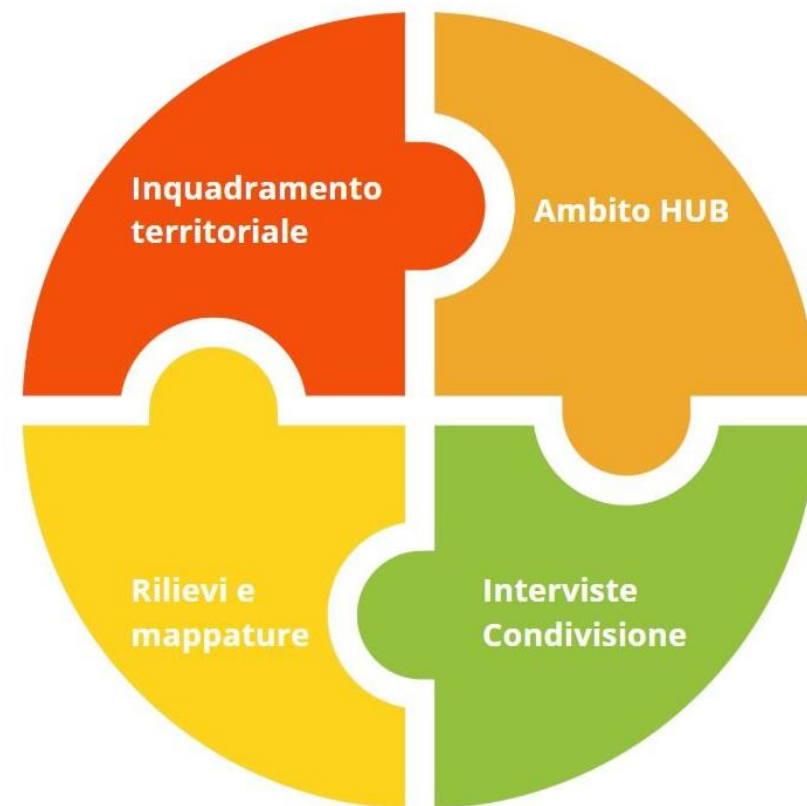
In particolare sono state coinvolte le associazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti, CNA, Confartigianato) che hanno contribuito alla stesura del progetto.

Metodo di lavoro

Sono state fatte attività di analisi per condividere il quadro di partenza e lo stato di fatto.

Il quadro conoscitivo si basa sui seguenti elementi che sono stati oggetto di rilevazioni puntuali, momenti di confronto approfondimento e condivisione:

1. inquadramento territoriale di base;
2. ambito dell'HUB: motivazioni della scelta e principali caratteristiche;
3. rilievi e mappature puntuali delle principali evidenze e caratteristiche dell'area del HUB realizzate mediante indagini su campo;
4. interviste di profondità e momenti di confronto con i principali stakeholder del territorio (Associazioni di categoria, operatori economici, etc.) volti a completare il quadro di riferimento e a raccogliere elementi di riflessione, stimoli e punti di vista per lo sviluppo del percorso di costituzione del HUB.



Contesto territoriale:

Castel San Pietro Terme è un comune italiano di **20.621 abitanti** situato nella provincia della città metropolitana di Bologna, in Emilia-Romagna.

Situato lungo la storica via Emilia, a circa 20 chilometri a est di Bologna, **il territorio comunale è attraversato dal torrente Sillaro**. Posto ai piedi dell'Appennino tosco-emiliano, presenta una combinazione di aree pianeggianti e collinari, arricchite da boschi, calanchi e valli.

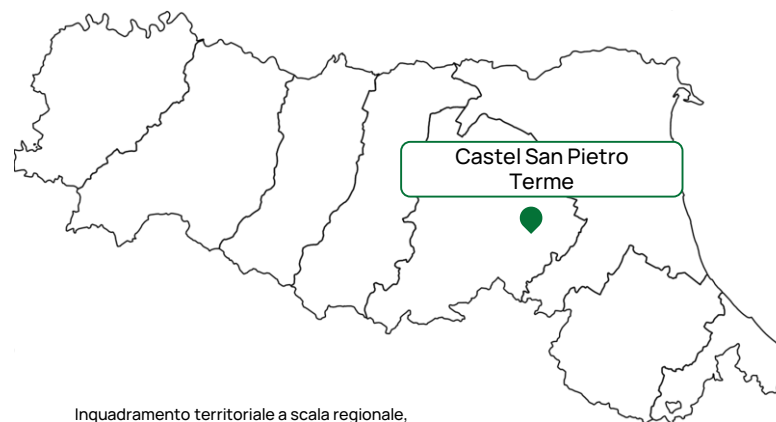
Il borgo si divide in due parti principali: il castello e il centro abitato.

Le antiche mura custodiscono testimonianze del passato medievale, tra cui il ben conservato Cassero. Di particolare rilievo è anche la chiesa parrocchiale, che conserva dipinti di scuola bolognese risalenti al XVI secolo. Il borgo si presenta come una cittadina accogliente e ben curata, con edifici pubblici e privati di pregio, alcuni dei quali caratterizzati da eleganti porticati. Tra i punti di interesse spiccano il Palazzo Comunale e il Teatro.

Castel San Pietro Terme è certificata Città Slow e qui ha sede l'osservatorio nazionale miele che associa le organizzazioni apistiche a livello nazionale.

Inoltre, il territorio è attraversato da ciclabili e percorsi pedonali che consentono di esplorare non solo la natura ma anche il patrimonio storico-culturale della regione, come pievi medievali e villaggi tradizionali.

La città appartiene alla rete delle città del buono vivere non solo per la vocazione **termale**, ma anche per la presenza a due passi dal centro di ampie aree in cui la natura è la protagonista come il golf club «le fonti», il **Parco Lungo Sillaro** che presenta alberi secolari e il giardino degli angeli inserito fra i luoghi del cuore FAI.



Inquadramento territoriale a scala regionale,
Castel San Pietro Terme

L'ambito dell'hub: *Castello Centro*



Il Comune di Castel San Pietro Terme ha scelto di definire il perimetro **dell'hub includendo l'area termale lungo fiume e le vie circostanti facenti parte del centro urbano.**

L'obiettivo è di promuovere il patrimonio culturale, valorizzare l'identità del territorio e rafforzare l'offerta di commercio e servizi locali dove questi elementi risultano incidenti.

L'area è un nodo strategico caratterizzato da una combinazione di spazi urbani consolidati, infrastrutture viarie e aree verdi in prossimità del corso d'acqua.

La qualità degli spazi pubblici e delle architetture sono un aspetto cruciale per soddisfare le aspettative legate al **riposizionamento strategico del territorio.**

La creazione dell'HUB in questa parte strategica della città rappresenta un'opportunità, attraverso la condivisione di una visione tra l'Amministrazione e gli stakeholder locali, coordinare interventi e politiche e promuovere collaborazioni tra pubblico e privato. Tutto questo è finalizzato al miglioramento del contesto urbano, all'incremento dell'attrattività commerciale, all'ampliamento dei servizi disponibili e ad un **miglior coordinamento tra le attività locali presenti sul territorio.**

Visione d'insieme dell'offerta

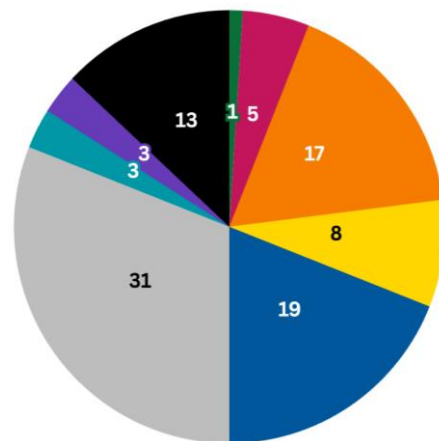
Nell'area dell'hub sono stati rilevati **318 spazi ad uso commerciale e di servizi ai piani terra** di cui circa il **13% (41) risultano «vuoti/sfitti»**.

L'area dell'hub presenta un'offerta diversificata ed eterogenea con circa il **19%** di attività di **non alimentari**, il **17%** di attività di **ristorazione e somministrazione**, l'**8%** di attività di **abbigliamento e calzature** e il **31%** di attività di **servizi**, che si pone come **categoria più rappresentativa**.

Complessivamente nell'area dell'hub risultano attivi **277 spazi ai piani terra** di cui **10 luoghi pubblici, istituzionali e culturali** e **267 attività commerciali** che rappresentano un polo di attrattività e di servizio importante, da preservare, valorizzare e accompagnare nelle trasformazioni che il mercato richiede.

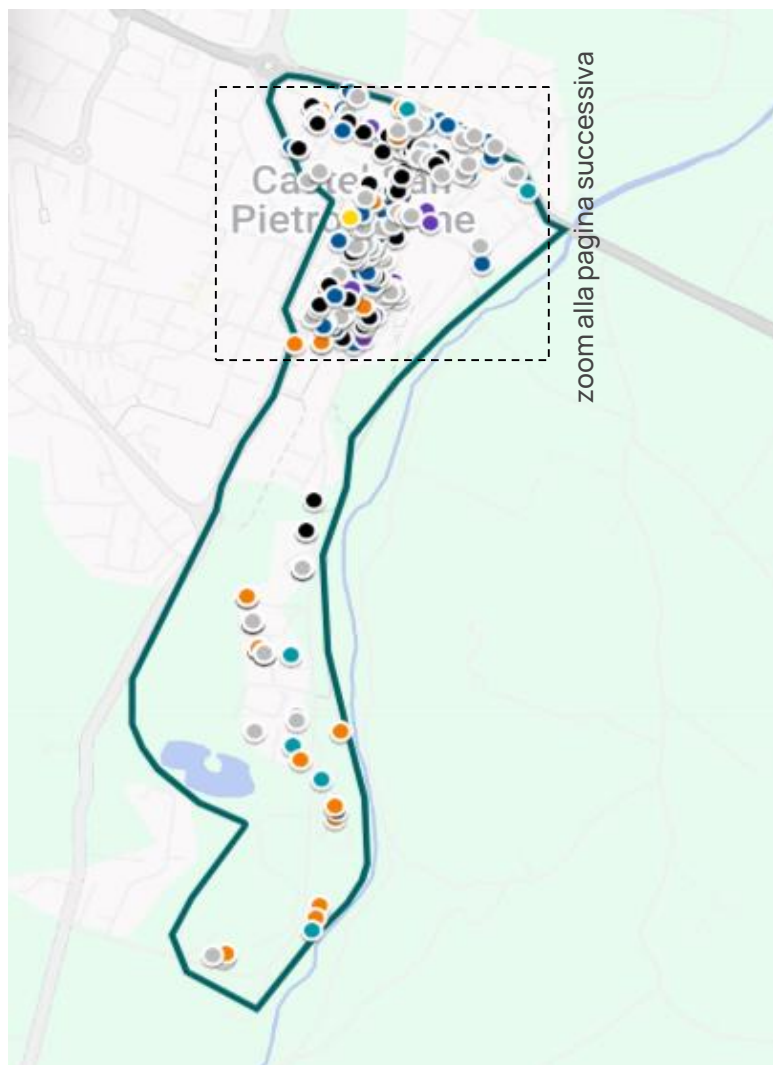
VISUALIZZAZIONE IN PERCENTUALE DELLE ATTIVITÀ RILEVATE

- Specializzato alimentare
- Alimentare a libero servizio
- Ristorazione e somministrazione
- Abbigliamento/calzature
- Non alimentari
- Servizi
- Ospitalità
- Locali pubblici
- Vuoto/Sfitto



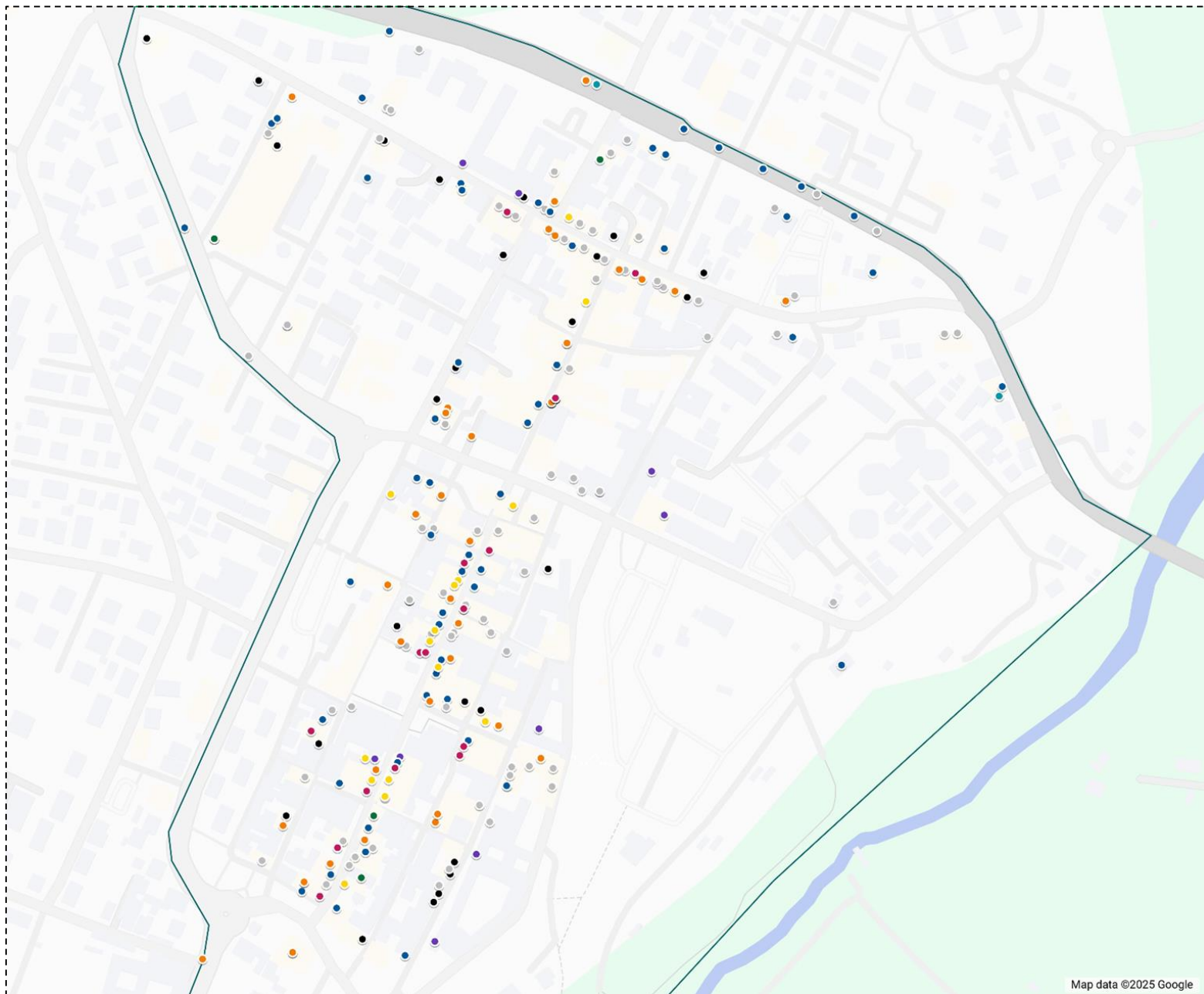
CATEGORIA COMMERCIALE	TIPOLOGIA COMMERCIALE	TOT.
SPECIALIZZATO ALIMENTARE	Alimentari / Forni / Drogherie/Macellerie/Pescherie/Ortofrutta	17
ALIMENTARE A LIBERO SERVIZIO	Supermercati/ Minimarket	4
RISTORAZIONE E SOMMINISTRAZIONE	Bar / Caffetterie / Gelaterie	27
	Pub/Birreria/Enoteca	4
	Pizzeria/Piadineria/Street Food/Etnico	7
	Ristorante	17
	Ristoro H24	0
ABBIGLIAMENTO/CALZATURE	Abbigliamento / Calzature / Pelletterie	24
NON ALIMENTARI	Ottica/Foto	5
	Casalinghi/Articoli da regalo/ Elettronica	3
	Cartoleria/Copisteria	4
	Libreria/ Bookshop	1
	Ferramenta	4
	Gioielleria / Oreficeria / Orologeria	6
	Tabacchi/Edicola	7
	Merceria / Riparazioni	7
	Farmacia / Cosmetica / Profumeria	8
	Sanitaria	1
	Piante e Fiori	2
	Lavanderia	3
	Pet Shop	3
	Temporary Shop	0
	Arredamento / Tappezzerie / Antichità	5
SERVIZI	Bottega Artigiana / Esposizione Artigianato	0
	Internet Point	4
	Officina / Concessionaria / Vendita Bici	2
	Banche / Agenzie / Uffici	45
	Centro Sport, Cinema e Tempo Libero	12
	Parrucchieri / Estetisti/ Cura della persona	35
OSPITALITÀ	Albergo / BnB	10
LOCALI PUBBLICI	Locali Pubblici / Istituzionali / Culturali	10
VUOTO/SFITTO	Vuoto/Sfitto	41
		318

Il sistema dell'offerta di commercio e servizi



La visione d'insieme della totalità delle attività commerciali e i "vuoti e sfitti" all'interno del perimetro dell'*Hub Castello Centro* permettono di individuare **via Matteotti**, **via Cavour** e **via Mazzini** come assi commerciali principali dell'area.

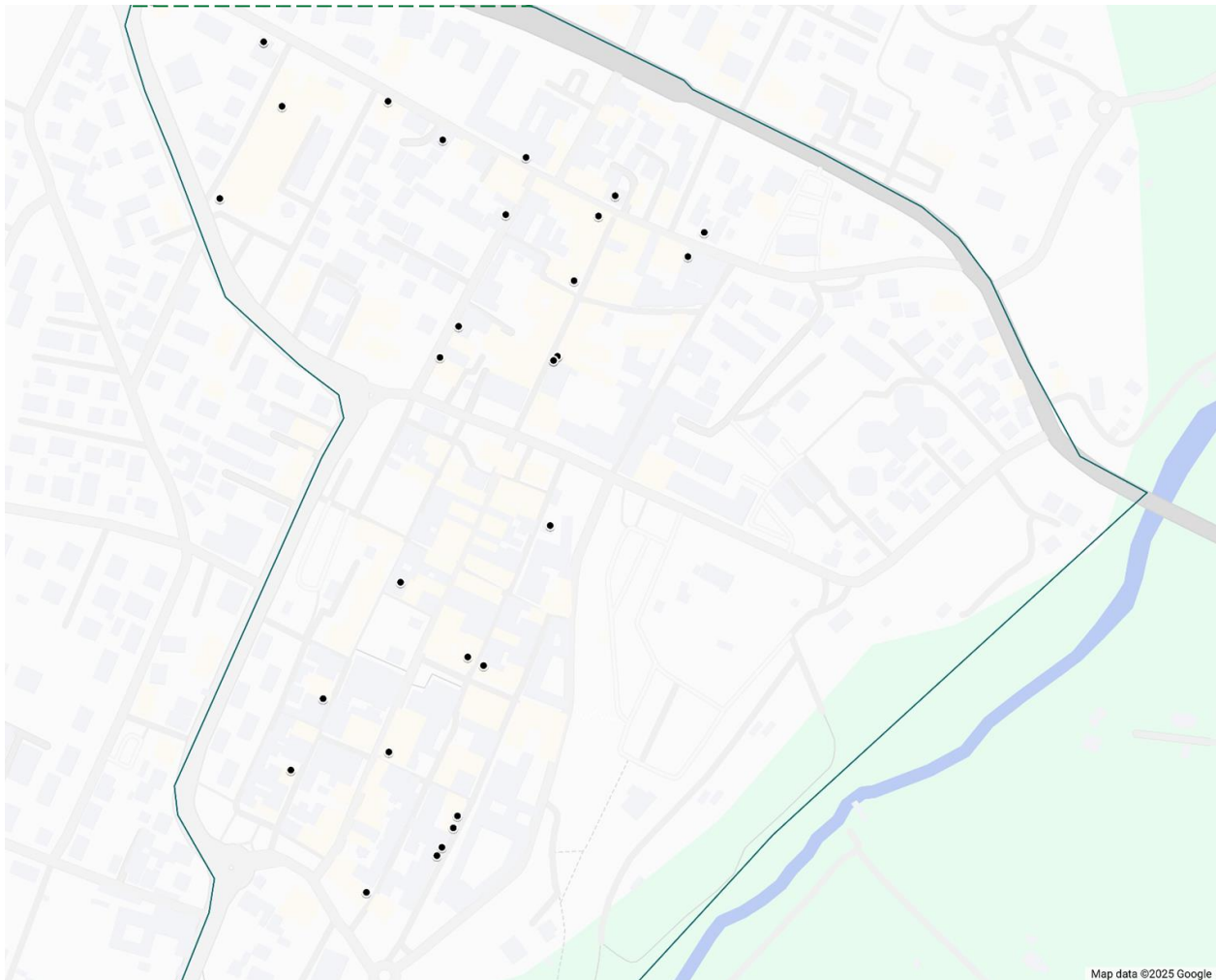




Analisi socio economica
del tessuto commerciale
**inquadramento delle
categorie commerciali**

- Specializzato alimentare
- Alimentare a libero servizio
- Ristorazione e somministrazione
- Abbigliamento/calzature
- Non alimentari
- Servizi
- Ospitalità
- Locali pubblici
- Vuoto/Sfitto

Il sistema dei <vuoti> e <sfitti> nell'area



Il sistema di *vuoti/sfitti* coinvolge il **13%** dell'offerta commerciale dell'hub, ed è collocato soprattutto **lungo via Cavour (11 su 41) e via Mazzini (9 su 51)**, assi commerciali principali.

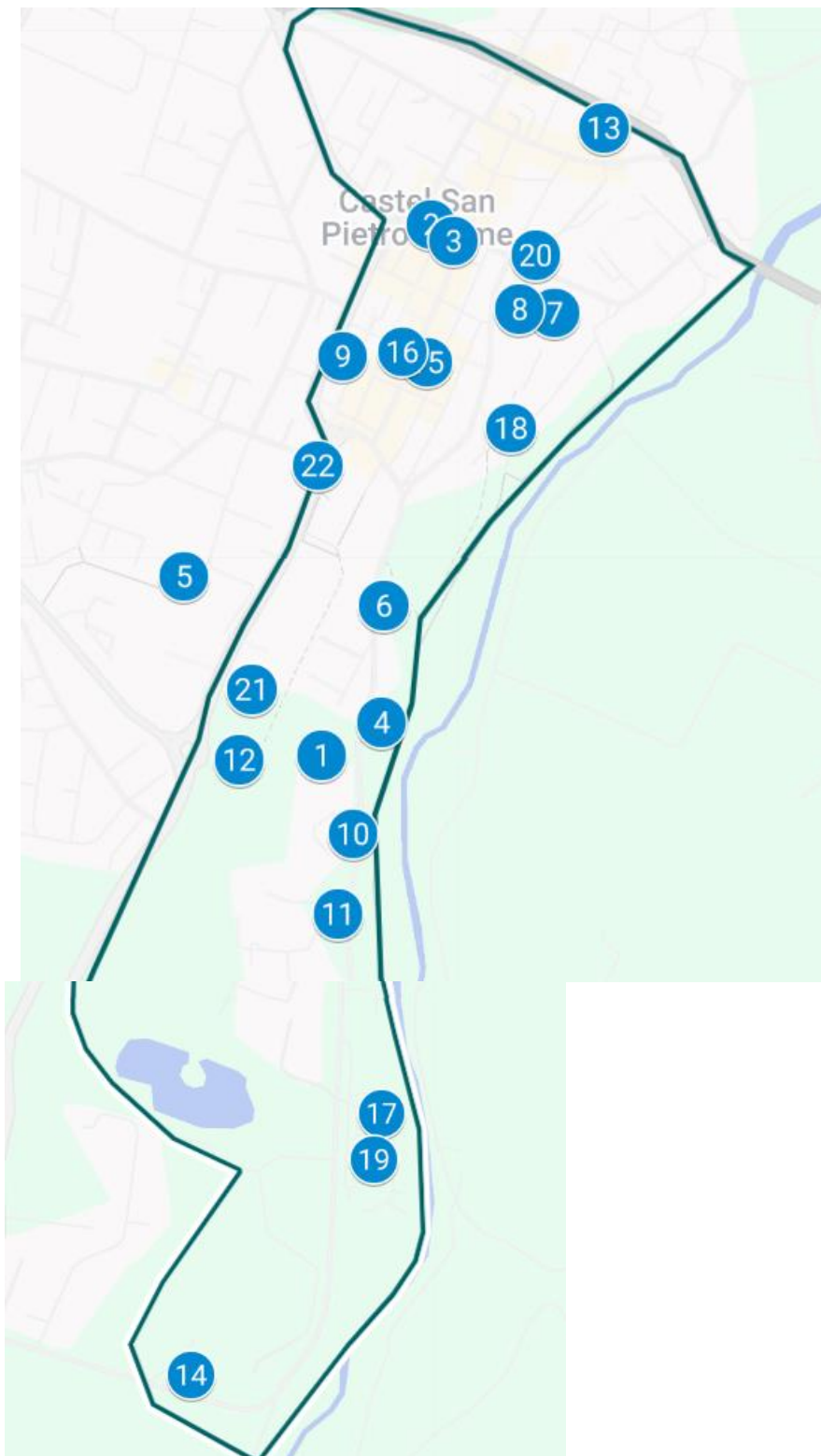
Il fenomeno dei locali vuoti incide in modo limitato sul tessuto commerciale dell'hub *Castel San Pietro Terme Centro*, dove si rilevano **41 unità "vuote/sfite" su un totale di 318 spazi ad uso commerciale**. Tuttavia, è opportuno segnalare che l'area dove insistono i vuoti commerciali, seppur limitati nel numero, tendono a concentrarsi in posizioni centrali e strategiche, con conseguenze percettive che influiscono sulla qualità del contesto urbano.

Le osservazioni emerse da questa fase di analisi delineano una serie di caratteristiche e criticità che suggeriscono l'**importanza di un approccio integrato per la gestione e valorizzazione dell'hub**, mirato a preservarne il ruolo centrale e attrattivo nell'economia locale.

41

VUOTI / SFITTI

Luoghi di attrattività e poli principali nell'area



Legenda

1. Polo sportivo
2. Stazione autobus
3. Servizio Taxi
4. area attrezzata lungofiume
5. Giardino degli angeli
6. area giochi
7. area camper
8. parcheggio
9. parcheggio
10. parcheggio
11. parcheggio Viale Terme
12. parcheggio
13. parcheggio
14. Golf Club Le Fonti
15. Chiesa di Santa Maria Maggiore
16. Santuario SS.mo Crocifisso
17. Parco delle Terme
18. Parco Lungo Sillaro
19. Stabilimenti termali
20. Ospedale - Marco Parenti
21. Centro Sportivo Casatorre
22. Convento-Chiesa dei Frati Cappuccini

Osservazioni di sintesi

L'offerta commerciale di Castel San Pietro Terme si concentra lungo gli assi principali dell'area: via Matteotti, via Cavour e via Mazzini.

La categoria maggiormente presente è quella della attività di **servizi** a cui seguono attività di vendita di **non alimentari** e **ristorazione e somministrazione** e di altre tipologie commerciali della categoria **abbigliamento/calzature**.

La presenza di locali **"vuoti/sfitti"** rappresentano il **13%** dell'offerta commerciale e ripercorrono la distribuzione delle attività commerciali lungo gli assi principali costituiti da **via Cavour** con 11 attività vuote/sfite su 41 e **via Mazzini** con 9 attività vuote/sfite su 51.

Una grande area verde lungo-fiume, in parte attrezzata, costeggia la parte est dell'hub di Castel San Pietro Terme, sviluppandosi accanto al corso del fiume Sillaro. La parte più a sud dell'area dell'hub vanta la **presenza di un polo sportivo** e di attività ricettive oltre che ad un plesso scolastico e ad un auditorium.



318 spazi ad uso commerciali e di servizi ai piani terra

[link navigabile alla mappatura online](#)

Visione e vocazione del hub

Il centro di Castel San Pietro Terme è caratterizzato dalla presenza, in un contesto urbano di pregio, di diverse attrattività legate a fattori commerciali, amministrativi, ma anche alla vicinanza con il polo turistico che comprende sia la ricettività che le terme e gli attrattori naturalistici e sportivi (golf, ma non solo).

Questo mix di funzioni caratterizza il comune rispetto ad altri centri dell'area metropolitana bolognese e, grazie anche alla presenza di numerosi eventi, lo rende un polo significativo non solo verso i comuni limitrofi, ma anche per persone provenienti da contesti più ampi.

I punti di forza del centro da ricercarsi quindi in:

- una rete commerciale articolata e con un mercato su aree pubbliche ancora attrattivo;
- un centro con qualità urbana alta, presenza di portici e una strutturazione compatta, ben servita dai parcheggi (accessibilità)
- la vicinanza dell'area ricettiva/termale/sportiva con il centro e quindi la possibilità di sfruttare non solo le presenze turistiche e l'immagine di un comune;
- La presenza di molti eventi alcuni dei quali caratteristici e attrattivi.

Per contro si segnalano alcune aree di miglioramento oltre alle problematiche comuni agli altri centri storici (indebolimento degli attrattori amministrativi, concorrenza di poli commerciali esterni ed e-commerce):

- segnali di indebolimento della capacità attrattiva del mercato del lunedì;
- eventi non sempre caratterizzati ed adeguatamente organizzati e promossi per scarsità di risorse umane ed economiche
- scarsa sinergia tra strategie di promozione e servizi proposti dalla rete distributiva
- presenza di locali vuoti anche nell'area centrale

La strategia

La strategia di fondo dell'hub deve quindi basarsi su un rafforzamento della capacità attrattiva dello stesso rispetto a tutte le fasce di potenziale utenza, ma con una particolare attenzione verso i turisti e gli escursionisti (cioè i non residenti che non alloggiano in loco).

Gli elementi identitari del hub sono però già delineati: **sinteticamente potremmo definire l'ambizione di Castel San Pietro come quella di essere un centro in cui vivere esperienze legate al benessere e alla salute che siano di acquisto, culturali, gastronomiche, sportive o legate alla partecipazione ad eventi particolari.**

Per raggiungere questo obiettivo occorre potenziare gli elementi attrattivi identitari in termini di nuove attività di tipo commerciale (nuovi esercizi commerciali e/o pubblici esercizi, riqualificazione del mercato) e di altri attrattori di tipo, culturale (ad es. mostre, attività convegnistica ecc.) sportivo o eventi.

La creazione del villaggio dello sport nel Viale delle terme va sicuramente in questa direzione.

In questo quadro **la comunicazione, soprattutto quella on line**, gioca un ruolo importante per rendere le esperienze conosciute e fruibili da un pubblico potenzialmente vasto ed eterogeneo.



INTERVENTI

Al fine di declinare la visione del HUB sono state individuate le seguenti macro linee strategiche:

1. **Potenziamento della governance** con una programmazione annuale e il coinvolgimento dei diversi protagonisti del centro,
2. **Rigenerazione e riqualificazione urbana**, al fine di incrementare la qualità, la bellezza dell'area del HUB e favorirne l'attrattività
3. **Valorizzare economia di prossimità**, individuando diversi interventi finalizzati all'innovazione delle formule, alla formazione e alla riqualificazione per stimolare nuovi servizi e nuovi target
4. **Aumentare l'attrattività**: migliorare la comunicazione delle potenzialità del centro e l'efficacia degli eventi per la promozione delle attività del centro
5. **Formazione ed innovazione**, accompagnare il processo di trasformazione ed innovazione delle attività di vicinato sia su temi trasversali, come ad esempio la digitalizzazione e il social commerce sia su temi per specifici settori e competenze sul target turistico.

Per ogni linea strategica sono stati individuati interventi, progetti guida e azioni



Articolazione della governance

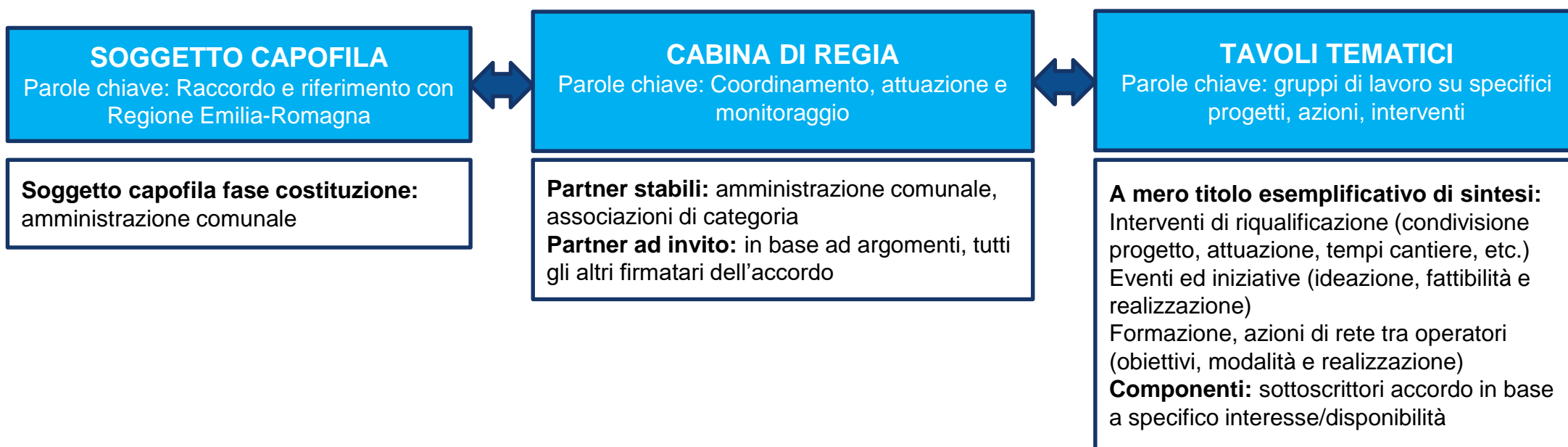
L'articolazione della governance, come meglio descritto e dettagliato nell'accordo di partenariato prevede:

il soggetto capofila (soggetto responsabile) del hub con la funzione di coordinamento, sviluppo e monitoraggio;

la cabina di regia del hub con l'individuazione di partner stabili e partner ad invito;

l'attivazione di tavoli di lavoro tematici;

il supporto del hub management.



Accompagnamento percorso prevista possibilità di supporto HUB MANAGEMENT a soggetto capofila, cabina di regia e tavoli tematici

I PROSSIMI PASSI

- ENTRO IL 31 MARZO: PRESENTAZIONE ALLA REGIONE CANDIDATURA HUB URBANO
- ENTRO 30 GIUGNO (90 GG): RICONOSCIMENTO DELL'HUB DA PARTE DELLA REGIONE
- LUGLIO/SETTEMBRE: APERTURA BANDO FINANZIAMENTO HUB, E PRESENTAZIONE DELLA RICHIESTA DI FINANZIAMENTO DEL COMUNE ALLA REGIONE
- OTTOBRE/NOVEMBRE: EMANAZIONE GRADUATORIA BANDO ASSEGNAZIONE CONTRIBUTI AI COMUNI
- GENNAIO 2026 PARTENZA PROGETTO (DURATA PROBABILMENTE 2 ANNI)