

CRITERI DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEI "DISTRETTI DEL COMMERCIO"

1 PREMESSA

Nel corso della IX legislatura, Regione Lombardia intende sostenere le iniziative finalizzate a promuovere lo sviluppo di programmi di intervento sul territorio, basati su una visione condivisa delle finalità e caratterizzati dal coinvolgimento degli operatori del terziario, degli Enti locali, delle Camere di Commercio e degli altri attori del territorio

Nello specifico, si intende dar seguito alla positiva esperienza maturata nella scorsa legislatura nell'ambito dei Distretti del Commercio, con la consapevolezza che è necessaria un'evoluzione di questa politica da una prima fase sperimentale, favorendone il consolidamento e configurando i Distretti del Commercio come un elemento strutturale del comparto distributivo lombardo.

Durante il 2008 e il 2009, infatti, sono state approvate le delibere che hanno introdotto il concetto di Distretto del Commercio e che hanno portato all'approvazione di 147 Distretti, di cui finanziati 146 distretti sull'intero territorio regionale.

L'iniziativa Distretti, che ha visto impegnarsi, a fianco di Regione Lombardia le componenti istituzionali ed associative rappresentate all'interno dei Distretti del Commercio approvati, ha rappresentato un'esperienza assolutamente innovativa per la Direzione Generale, in un'ottica di affermazione di eccellenze locali di governo del territorio.

Più in particolare, si è mirato da un lato a mantenere le peculiarità strategiche dei territori, finalizzandole al meglio allo sviluppo e alla riqualificazione delle imprese locali; dall'altro a far maturare una metodologia condivisa nella quale articolare e sviluppare il tema della competitività del commercio al dettaglio.

Questo percorso è stato formalizzato dapprima all'interno del "Programma Triennale degli interventi 2008-2010 di cui alla legge regionale n. 13 "Interventi regionali per la qualificazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese commerciali" approvato dal Consiglio regionale nel febbraio 2008 e in seguito, per i 146 Distretti finanziati, attraverso tre specifici bandi, (decreto del Direttore Generale n. 8951 del 7 agosto 2008, decreto del Dirigente dell'Unità Organizzativa n. 5151 del 29 maggio 2009 e decreto del Dirigente dell'Unità organizzativa n. 12555 del 25 novembre 2009).

L'esito dei tre bandi ha messo in luce la necessità di ulteriormente affermare l'importante ruolo che la Pubblica Amministrazione svolge per la governance del territorio, nell'ambito del processo di programmazione delle spesa e di sostegno delle politiche di programmazione partecipata condivise con partner e sponsor più radicati nelle realtà distrettuali.

Pur confermando la volontà di assicurare la più ampia diffusione delle realtà distrettuali sul territorio lombardo al fine di sostenere iniziative che coinvolgono contemporaneamente soggetti pubblici e privati, e finalizzate all'integrazione delle politiche urbane a sostegno del territorio, Regione Lombardia promuove anche la fase di **evoluzione dei Distretti già approvati**, che consentirà di individuare le potenzialità emergenti dei Distretti, premiando quelle realtà che hanno

colto e sviluppato al meglio le strategie regionali finalizzate allo sviluppo di uno strumento dimostratosi essenziale per il buon governo del territorio regionale.

In ambedue i casi, si confermano le caratteristiche di trasparenza dei processi e facilità di interlocuzione e condivisione che fin dal primo momento l'Amministrazione regionale ha voluto riservare all'iniziativa dei Distretti del Commercio.

Gli obiettivi indicati dovranno essere necessariamente declinati sia attraverso l'evoluzione e la valorizzazione delle polarità distrettuali esistenti, che mediante la promozione di nuove realtà, sia in forma singola che in forma aggregata.

Alla luce delle nuove deleghe assunte dalla Direzione Generale Commercio in tema di turismo e servizi, il quarto bando prevede sia azioni che consentono l'attivazione di sinergie con tali nuovi comparti, sia misure innovative riferite alle specifiche vocazioni territoriali entro le quali si intende sviluppare l'operatività delle realtà distrettuali già esistenti, in analogia a quanto previsto dal PRS della IX legislatura (Allegato Territoriale).

Con riferimento a tali premesse Regione Lombardia fornisce le indicazioni per l'individuazione e la promozione dei Distretti del commercio, in continuità con gli atti sinora assunti, ma adattando lo strumento alle esigenze emerse, in base all'esperienza sinora acquisita e coerentemente con gli orientamenti caratterizzanti la IX legislatura regionale.

2 OGGETTO E DEFINIZIONI

Come per i precedenti bandi, si definisce "Distretto del commercio" l'ambito di livello infracomunale, comunale o sovra comunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.

I Distretti del commercio di nuova costituzione, si distinguono tra:

- Distretto urbano del commercio (DUC): il Distretto del commercio costituito sul territorio di un unico Comune;
- Distretto diffuso di rilevanza intercomunale (DiD): il Distretto del commercio costituito sul territorio di più Comuni.

3 METODO

Sottolineando lo spirito di partecipazione grazie al quale sono state costruite le singole realtà distrettuali, si punta nuovamente ad un processo di partecipazione collettiva, per fare emergere e promuovere accordi e soluzioni di reciproco interesse, che assicurino continuità rispetto ai precedenti tre bandi ed una consapevole gestione del territorio e delle risorse finanziarie disponibili.

Il modello di governance territoriale che la Direzione ha individuato nel rapporto "**commercio / attrattività del territorio**" e che vede nella promozione della qualità e delle potenzialità del territorio il punto di forza per la crescita economica e culturale dei distretti, richiede di proseguire nell'azione di consolidamento e sviluppo delle polarità commerciali nei contesti urbani. Conseguentemente Regione Lombardia assume i seguenti principi guida:

- la fiducia nella capacità degli operatori, singoli e associati, di costruire il benessere collettivo e quindi il valore della partecipazione ampia e diffusa dei singoli e delle loro libere aggregazioni;

- la libertà e la responsabilità, quali risorse primarie per lo sviluppo imprenditoriale, la coesione sociale e l'autentica partecipazione;
- la sussidiarietà come riferimento per una adeguata iniziativa ed attività di governo del territorio;
- la fiducia e la cooperazione tra soggetti pubblici e soggetti privati, sia nell'individuazione degli obiettivi sia nella costruzione degli strumenti per la loro attuazione;
- il diritto ad una celere risposta alle domande inerenti l'ottenimento di finanziamenti pubblici.

4 TERRITORIALITA' DEL DISTRETTO

Ai fini della individuazione dell'ambito territoriale dei **nuovi Distretti** devono sussistere i seguenti elementi:

- dimensionamento e posizionamento territoriale;
- accordo obbligatorio tra Comuni e Associazioni imprenditoriali del Commercio, maggiormente rappresentative a livello provinciale ai sensi della Legge 580/93 (come specificato nel successivo paragrafo 5);
- capacità di governance del Distretto (come specificato nel successivo paragrafo 6).

Dimensionamento e posizionamento territoriale del Distretto

I Comuni singoli o associati che richiedono l'individuazione del nuovo Distretto devono ricercare il migliore dimensionamento dal punto di vista territoriale con attenzione specifica al tipo di attrattività che essi svolgono in base alla propria rilevanza demografica:

- Comune capoluogo di Regione e Comuni capoluogo di Provincia: in tali ambiti il Distretto del commercio può coincidere con porzioni di città riconoscibili ed individuabili che presentano potenzialità di sviluppo e di crescita; non si identificano necessariamente con il centro storico o con il centro "geografico" della città. Possono divenire Distretti aree, più o meno estese, sia centrali sia periferiche, che risultino potenzialmente competitive dal punto di vista commerciale. Ciascun capoluogo può identificare anche una pluralità di distretti distinti tra loro;
- Comuni con popolazione uguale o superiore a 15.000 abitanti, diversi dai capoluoghi di Provincia. Tali Comuni possono presentare richiesta singolarmente, con le modalità di cui al precedente alinea, o in aggregazione con altri Comuni;
- Comuni con popolazione inferiore a 15.000 abitanti: in tali ambiti i comuni devono aggregarsi in numero non inferiore a tre e possono anche non essere tutti confinanti tra loro, purché sussista contiguità territoriale tra gli stessi.

Tutti i comuni che si aggregano nel Distretto devono appartenere alla medesima provincia. Eccezionalmente per i comuni exclave (comuni completamente circondati da territori di una provincia diversa da quella di appartenenza) sarà possibile costituire un Distretto diffuso di rilevanza intercomunale (DiD) aggregandosi con comuni della medesima provincia di appartenenza. I comuni che si aggregano al comune exclave, dovranno rispettare tra di loro il requisito della contiguità territoriale.

5 SOGGETTI

Capofila

Al fine di assicurare una assunzione diretta di responsabilità da parte dell'istituzione preposta all'amministrazione integrata del territorio, è individuato nel Comune proponente il soggetto capofila del Distretto. Sono da intendersi parificate al Comune, esclusivamente in quanto possibile ente capofila, le Unioni di Comuni e le Comunità Montane, fermi restando tutti gli altri vincoli anche in termini di numero minimo di Comuni coinvolti nell'aggregazione.

Il capofila agisce quale referente amministrativo unico verso Regione Lombardia in nome e per conto di un partenariato locale costituito da soggetti pubblici e privati, innanzitutto rappresentativi degli operatori commerciali del territorio individuato dallo stesso quale Distretto.

Il capofila, specificatamente:

- a) raccoglie le istanze del territorio, le proposte degli attori pubblici e privati e le traduce in un programma d'intervento coerente;
- b) costruisce e consolida un partenariato aperto ma stabile nel tempo con i soggetti locali;
- c) coordina il processo di attuazione del programma d'intervento e ne assicura il monitoraggio;
- d) promuove e cura la realizzazione degli interventi infrastrutturali di propria diretta competenza finalizzati agli obiettivi del programma;
- e) valorizza, attraverso i propri strumenti di programmazione e di pianificazione settoriale i Distretti localizzati sul proprio territorio;
- f) utilizza e integra, al fine di assicurare una politica realmente efficace di valorizzazione del commercio e dell'attrattività urbana, i propri strumenti in materia di commercio e di attività produttive, di gestione dei tempi e degli orari, di regolamentazione e promozione dell'accesso, della viabilità e della sosta; di promozione della pulizia, della qualità ambientale e della sicurezza; di valorizzazione dell'arredo urbano e dell'attrattività dei luoghi; di promozione ed organizzazione degli eventi;
- g) trasmette a Regione Lombardia la rendicontazione degli interventi, delle realizzazioni e dei risultati ottenuti, comprensivi dei relativi parametri di efficacia e d'impatto.
- h) per i Distretti del Commercio già approvati da Regione Lombardia - in accordo con il partenariato - elabora iniziative e studi di fattibilità volti a supportare l'evoluzione della realtà distrettuale, pertinenti e coerenti con la vocazione del territorio nel quale il Distretto è inserito - valorizzandone gli aspetti di attrattività ed eccellenza - promuovendo azioni a favore anche delle imprese del turismo e dei servizi ivi operanti.

Beneficiari

Secondo quanto previsto dalla l.r. 6/2010, i beneficiari del contributo regionale sono le micro, piccole e medie imprese commerciali, anche in forma consorziata o associata, comprese le attività dei pubblici esercizi e delle edicole, delle associazioni, dei consorzi, delle cooperative e delle loro società operative, che abbiano per oggetto la promozione e il sostegno delle imprese commerciali ed i comuni del territorio regionale lombardo.

Sono altresì soggetti beneficiari del contributo regionale le micro, piccole e medie imprese del turismo e dei servizi – comprese le agenzie di viaggio - strettamente funzionali al comparto del commercio e del turismo operanti all'interno del perimetro distrettuale.

I Capofila sono destinatari del contributo regionale complessivamente assegnato al Distretto, in quanto referenti unici sul piano finanziario di Regione Lombardia. Gli altri Comuni, oltre il capofila, eventualmente componenti le aggregazioni di Comuni non capoluogo, possono essere beneficiari – per il tramite del Comune capofila – unitamente alle associazioni imprenditoriali, ai soggetti privati attuatori del programma d'intervento qualora ammissibili ai sensi delle norme vigenti.

I Capofila provvedono altresì ad utilizzare i finanziamenti resi disponibili da partner e sponsor, destinandoli agli operatori ricompresi nel Distretto.

Partenariato

I Comuni singoli o associati che richiedono l'individuazione del Distretto devono ricercare, in una logica di sussidiarietà e di responsabilità collegiale, una modalità di coinvolgimento delle parti economiche, politiche e sociali che sia condivisa e concertata.

Tuttavia i requisiti minimi, necessari per l'individuazione del Distretto, sono costituiti dall'accordo, preventivo con le Associazioni imprenditoriali del Commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale ai sensi della Legge 580/93.

A tal fine è richiesta la predisposizione di un accordo di Distretto quale strumento con cui i diversi soggetti interessati stabiliscono il ruolo e gli impegni di ognuno coordinando i rispettivi interventi per il raggiungimento degli obiettivi comuni stabiliti dal programma di Distretto, anche al fine di garantire trasversalità all'interno del comparto del terziario..

Requisito necessario per l'ammissibilità al bando è la presenza all'interno del partenariato, insieme al Comune capofila, di almeno un'associazione imprenditoriale rappresentativa, per il settore del commercio, a livello provinciale ai sensi della legge n. 580/93. E' da intendersi quale associazione con queste caratteristiche quella che ha diritto, da sola o in apparentamento con altre, all'interno del Consiglio camerale, così come composto al momento della presentazione della domanda di finanziamento, almeno ad un rappresentante.

Le associazioni rappresentative delle imprese del commercio, devono svolgere un ruolo attivo:

- nel mobilitare e convogliare l'interesse e la partecipazione degli operatori del Distretto;
- nel definire le proposte di intervento a favore del settore e dell'attrattività dell'area in coerenza con la configurazione del contesto locale;
- nel costruire il partenariato e nel raccogliere le risorse necessarie a sostenere l'attuazione delle misure d'intervento, in addizionalità al finanziamento pubblico.

Oltre al Comune e alle associazioni imprenditoriali del commercio più rappresentative, è opportuno ed auspicato un eventuale coinvolgimento nel partenariato delle espressioni pubbliche e private potenzialmente interessate alla realizzazione degli obiettivi di sviluppo del Distretto, a partire dalle Camere di Commercio, dalle associazioni maggiormente rappresentative del turismo e dei servizi, altre associazioni imprenditoriali, anche di settori diversi ma

complementari ed affini per problematiche ed interessi (ad es. artigianato di servizi), associazioni e comitati di residenti; enti e associazioni no profit con finalità di promozione turistica, di qualificazione e sviluppo urbano, enti pubblici, etc.).

Al fine di rendere più solido ed efficace il partenariato e il programma d'intervento da esso proposto, è auspicabile che tali componenti aggiuntivi partecipino al partenariato e vi abbiano un ruolo attivo, mediante la puntuale definizione delle iniziative e azioni a loro riferibili, compresa la quantificazione di risorse aggiuntive che venissero rese disponibili.

L'individuazione obbligatoria delle precise responsabilità in capo ai soggetti appartenenti al partenariato rappresenta elemento discriminante per valutarne la fattiva partecipazione al costituendo Distretto del Commercio.

Infine, per i soli Distretti del Commercio già approvati, è considerato elemento obbligatorio il reperimento di risorse finanziarie, diverse da quelle regionali da destinare al cofinanziamento delle iniziative previste dagli studi di fattibilità.

L'emanazione di nuovi bandi a favore delle imprese del commercio, turismo e servizi, è assimilata agli studi di fattibilità, in quanto rappresentativa della volontà di consolidare e rilanciare il ruolo del Distretto: non essendo però considerata un'azione di "sistema" non è vincolata al reperimento di risorse aggiuntive da parte dei partner, rispetto al contributo regionale.

6 PROGRAMMA D'INTERVENTO

Per i distretti del commercio di nuova costituzione e per i Distretti già riconosciuti ma non partecipanti ai precedenti bandi, le istanze presentate a Regione Lombardia sono formate innanzitutto da un insieme coeso e omogeneo di azioni, che costituiscono il programma d'intervento per l'attuazione e lo sviluppo del Distretto del commercio.

La durata temporale del partenariato e del relativo programma d'intervento deve avere carattere pluriennale e di norma non inferiore a 3 anni.

Si ritiene per converso necessario che, anche alla luce delle norme in materia di investimenti pubblici, le opere e gli interventi co-finanziati da contributi regionali nell'ambito di tali programmi debbano realizzarsi compiutamente entro e non oltre 18 mesi dalla data di pubblicazione sul BURL della graduatoria.

Nell'istanza da presentare a Regione Lombardia è richiesta:

- a) la predisposizione di un programma di Distretto che definisca:
 - i contenuti, le caratteristiche e le finalità;
 - le strategie di sviluppo a lungo e a medio termine (integrazione del sistema distributivo con riferimento anche alle diverse tipologie di vendita; interventi di qualificazione del sistema commerciale; aumento dell'attrattività; ecc.);
 - gli aspetti gestionali, i ruoli e le responsabilità dei soggetti pubblici e privati interessati;
 - gli interventi e le azioni previste da sviluppare in un arco temporale non inferiore al triennio;
 - le risorse necessarie al funzionamento del Distretto.
- b) la previsione dei soggetti responsabili, in via continuativa, dell'avvio e dello sviluppo del Distretto, nonché della gestione delle azioni previste dal programma di cui alla lettera a).

Per gli investimenti pubblici, possono essere presentati esclusivamente progetti per i quali è già stato approvato il progetto esecutivo.

Per i Distretti del Commercio già finanziati da Regione Lombardia il programma di intervento di seconda fase deve essere redatto in coerenza con i contenuti del progetto originariamente presentato e deve delineare le linee strategiche che si intendono perseguire in tema di evoluzione e consolidamento della realtà distrettuale esistente, anche con riferimento al coinvolgimento delle imprese del turismo e dei servizi operanti all'interno del perimetro distrettuale.

In particolare, dovranno essere evidenziate le correlazioni con la vocazione del territorio nel quale il distretto è inserito e le eventuali sinergie esistenti con gli altri sistemi riconosciuti da Regione Lombardia.

7 INTERVENTI AMMISSIBILI

Per i distretti del commercio di nuova costituzione e per i Distretti già riconosciuti ma non partecipanti ai precedenti bandi, la composizione del programma d'intervento può variare sensibilmente a seconda dei contesti territoriali e delle scelte effettuate dal Comune capofila e dal partenariato.

Tuttavia è necessario segnalare che le azioni individuate e proposte dovrebbero essere il più possibile rappresentative di tutte le aree di intervento sotto indicate:

AREE DI INTERVENTO	ILLUSTRAZIONE DELLA TIPOLOGIA	PROMOTORI DEGLI INTERVENTI
1. Comunicazione e marketing di Distretto	Ideaazione e realizzazione di analisi e piani di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto (ad es.: studi ed analisi del posizionamento commerciale del Distretto con l'ausilio di indicatori applicabili anche ad altre realtà commerciali, analisi e profilazione dei consumatori-utenti; monitoraggio delle performance di Distretto; campagne di comunicazione del Distretto; creazione di carte fedeltà di Distretto o meccanismi simili, di iniziative di promozione congiunta o di sistemi integrati di scontistica);	COMUNI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
2. Promozione e animazione	Ideaazione e realizzazione di percorsi tematici, iniziative ed eventi volti a favorire l'attrattività nel Distretto verso visitatori aggiuntivi rispetto a quelli abituali (ad es. aperture straordinarie in fasce orarie e settimanali specifiche; mostre, eventi, spettacoli se collegati a iniziative di valorizzazione delle attività commerciali);	COMUNI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
3. Interventi strutturali	Ideaazione e attuazione di interventi di realizzazione, restauro, risanamento, ristrutturazione dell'arredo urbano e del patrimonio edilizio destinato al commercio in sede fissa e su aree pubbliche (ad es. interventi inerenti l'illuminazione degli spazi urbani, del verde pubblico, interventi di manutenzione straordinaria e di qualificazione estetica coordinata di facciate, vetrine, insegne, de hors);	COMUNI E OPERATORI PRIVATI
4. Accessibilità e Mobilità	Ideaazione e realizzazione di opere per la viabilità e l'accessibilità del Distretto purché strettamente funzionali all'area commerciale e al miglioramento delle sue performance (ad es. acquisto di biciclette e veicoli a metano o elettrici di esclusivo utilizzo nell'area del Distretto; riqualificazione di aree per la sosta e il parcheggio di mezzi privati o per il Trasporto Pubblico Locale; realizzazione di piste ciclo-pedonali, abbattimento di barriere architettoniche);	COMUNI

5. Sicurezza	Ideaione e realizzazione di opere per la sicurezza delle aree in cui sono insediati i Distretti commerciali per le persone, le merci e gli immobili (ad es. tramite l'installazione di sistemi di video-sorveglianza e di allarme elettronico);	COMUNI
6. Gestione di servizi in comune	Ideaione ed attuazione di innovazioni organizzative e di processo tramite l'adozione di servizi e sistemi comuni da gestire in maniera uniforme per gli operatori commerciali all'interno del Distretto (ad es. gestione integrata delle attività logistiche, di comunicazione e marketing di interesse comune tra gli operatori del Distretto, gestione di servizi aggiuntivi di pulizia degli spazi urbani, gestione di servizi di locazione degli spazi commerciali in un logica di offerta merceologica integrata di Distretto, personalizzazione e gestione della segnaletica, prevenzione e rimozione dei graffiti, servizi di vigilanza e security);	COMUNI E ASSOCIAZIONI
7. Interventi per la sostenibilità energetica ed ambientale	Ideaione ed attuazione di interventi per favorire la minor emissione di sostanze inquinanti, il miglioramento del contesto ambientale, la riduzione dei consumi, il risparmio energetico, la raccolta differenziata di rifiuti e soluzioni per una migliore sostenibilità	TUTTI
8. Iniziative finalizzate allo sviluppo e al sostegno dell'imprenditoria	Ideaione ed attuazione di interventi - in collaborazione con i soggetti sottoscrittori l'Accordo di Distretto (ad esempio, le CCIAA) - volti a sviluppare e sostenere gli operatori privati operanti all'interno del Distretto del Commercio, quali corsi di orientamento, accompagnamento, formazione professionale e aggiornamento.	ASSOCIAZIONI E COMUNI (risorse regionali), PARTNER, CCIAA (risorse di sponsor)

Per i Distretti del Commercio già finanziati l'articolazione del programma di intervento di seconda fase si sostanzia nell'integrazione del programma originariamente presentato, al fine di consolidare e strutturare gli esiti ai quali si è pervenuti durante la fase di avvio dell'esperienza distrettuale.

Con la sola eccezione per l'area di intervento 3 (integrazione aggregazioni già esistenti), non è previsto il finanziamento di nuove opere infrastrutturali pubbliche,.

Il contributo regionale verrà assegnato relativamente alle seguenti aree di intervento:

AREE DI INTERVENTO	ILLUSTRAZIONE DELLA TIPOLOGIA	PROMOTORI DEGLI INTERVENTI
1. Qualificazione, monitoraggio e sviluppo del Distretto	<p>a. Ideazione e predisposizione di studi di fattibilità circa l'evoluzione dei Distretti del Commercio condivisi con tutti i soggetti facenti parte del partenariato. Dovranno essere messe in evidenza le sinergie attivabili con l'ambito commerciale e le eventuali correlazioni con altri sistemi riconosciuti da Regione Lombardia quali, ad esempio, i Sistemi Turistici, i parchi naturali, i distretti agricoli.</p> <p>b. Partecipazione del distretto in qualità di espositore a manifestazioni/fiere di livello internazionale, nazionale o regionale organizzate sul territorio lombardo e presenti nel calendario fieristico di Regione Lombardia (presenza con stand dedicato).</p> <p>c. Elaborazione ed individuazione di un sistema aggiuntivo di indicatori, volto a supportare quelli proposti nel Programma di intervento, al fine di orientare e monitorare le performances del distretto.</p> <p>d. Stipula di accordi/convenzioni con CCIAA o Associazioni imprenditoriali ex l. n. 580/93, allo scopo di organizzare corsi di formazione e aggiornamento a favore delle imprese del Distretto, finalizzati alla semplificazione.</p>	COMUNI CAPOFILA E ASSOCIAZIONI
2. Bandi a favore delle imprese commercio, turismo e servizi promossi dal Comune capofila e dai Comuni appartenenti ai Distretti	<p>Promozione ed attuazione di interventi a favore delle imprese del settore commercio, turismo e dei servizi operanti all'interno del distretto al fine di favorirne la riqualificazione estetica coordinata di facciate, vetrine, insegne e lo sviluppo di servizi in comune volti a soddisfare le esigenze degli acquirenti, dei turisti e dei cittadini residenti.</p>	OPERATORI PRIVATI, non beneficiari di contributo a valere sui precedenti bandi distretti
3. Iniziative di integrazione dell'aggregazione esistente con altri comuni confinanti	<p>Interventi finalizzati all'ampliamento del perimetro di un Distretto del Commercio già finanziato in una logica di integrazione tra le diverse realtà comunali e di potenziamento delle ricadute a livello territoriale delle esternalità e sinergie che il distretto è in grado di generare. Le integrazioni dovranno obbligatoriamente prevedere interventi pubblici e interventi privati (PMI e Associazioni)</p>	COMUNI, ASSOCIAZIONI e OPERATORI PRIVATI

8 MODALITA' ATTUATIVE

Per l'assegnazione delle risorse stanziare con la presente delibera si prevede la pubblicazione di un bando attuativo in coerenza con i precedenti tre bandi di incentivazione dei Distretti del Commercio.

Le modalità di trasmissione delle istanze e le relative procedure saranno ancora informatiche.

Salvo il caso di documenti che richiedano necessariamente di essere consegnati su supporto cartaceo, quali sono ad esempio mappe e cartografie di dettaglio, l'intera documentazione dovrà essere trasmessa per via telematica, senza la movimentazione di alcun documento cartaceo.

Dovrà essere fatto ampio uso delle norme in materia di autocertificazione e di semplificazione amministrativa, riservandosi comunque Regione di acquisire in visione o in possesso la documentazione attestata e dichiarata in sede di presentazione della domanda.

9 ISTRUTTORIA E VALUTAZIONE

E' responsabile della valutazione un apposito "Nucleo di Valutazione" individuato all'interno della Direzione Generale Commercio Turismo e Servizi che potrà avvalersi anche del supporto di enti e società regionali.

Per i distretti del commercio di nuova costituzione e per i Distretti già riconosciuti ma non partecipanti ai precedenti bandi, la valutazione sarà effettuata sulla base dei seguenti criteri:

A- Composizione ed effettivo coinvolgimento del Partenariato

E' valutata l'**effettiva rappresentatività** del partenariato rispetto al contesto locale, la sua **numerosità** e l'effettivo impegno, sia a livello di **condivisione degli obiettivi**, sia a livello di **sostegno alle misure attuative**. Sono valutate altresì le iniziative volte ad assicurare la massima **trasparenza, informazione** e quindi la capacità di **raccordo e coinvolgimento** degli stakeholder rispetto al timing di azioni e risultati previsti nel programma d'intervento. E' premiata la sottoscrizione dell'Accordo di Distretto da parte di più di un'associazione maggiormente rappresentativa ex L. 580/1993 e l'adesione al Distretto di un numero di Comuni superiore a quanto richiesto come numero minimo.

B- Analisi del contesto

Accuratezza ed efficacia delle analisi di prefattibilità e di **posizionamento** del Distretto e della sua **strategia di sviluppo**, nonché **capacità di evidenziare gli aspetti strategici e funzionali** per la definizione di un programma di valorizzazione del commercio

C- Qualità del programma

Chiarezza di esposizione dei contenuti e capacità di **correlazione espressa** tra finalità e obiettivi individuati rispetto all'analisi del contesto prodotta. Viene valutata l'effettiva trasversalità del programma rispetto alle diverse tematiche complementari al commercio (viabilità, ambiente, sicurezza, turismo, cultura, etc.) e la capacità di collegare alla funzione commerciale altre leve utilizzabili sul territorio di riferimento anche attraverso la declinazione di azioni concrete (di competenza del Comune e non solo). Capacità di individuare parametri di impatto e/o indicatori di efficacia concreti, misurabili, coerenti e calibrati rispetto alla realtà di intervento, oltre che la capacità di previsione di un criterio di definizione dei confini del distretto.

D- Qualità, innovazione ed efficacia degli interventi previsti

Effettiva **efficacia degli interventi** previsti e la capacità di rispondere e di perseguire gli obiettivi individuati in modo integrato, oltre che la qualità degli interventi stessi. In particolare sarà valutata la trasversalità degli interventi scelti rispetto alle tipologie di intervento previste nel bando oltre che la capacità di innovazione rispetto al contesto di riferimento

E' premiata anche l'effettiva **cantierabilità** e la capacità gestionale espressa, la capacità di avviare e concludere in **tempi certi e veloci** le attività cofinanziate dal bando.

E- Piano finanziario del Distretto nel tempo

Capacità del partenariato di predisporre un **piano finanziario solido nel tempo**. E' ritenuta premiata l'entità delle risorse pubbliche e private rese disponibili da parte di soggetti partner (CCIAA, Associazioni, operatori privati, istituti finanziari, GD, etc.), nonché la minore quota di cofinanziamento regionale richiesta

Per i Distretti del Commercio già finanziati, l'area di intervento n. 1 è considerata di interesse prioritario rispetto ai nuovi bandi o alle nuove integrazioni. La valutazione degli studi sarà effettuata prendendo in esame gli elementi/tematiche correlati all'esplicitazione della vocazione territoriale sviluppata nell'ambito degli interventi di cui al paragrafo 7, le individuazioni di cui alla l.r. 6/2010 – art. 103, comma 13 "Ambiti territoriale a forte attrattività", nonché le correlazioni con altre iniziative promosse da Regione Lombardia a favore del comparto turistico e dei servizi.

Gli studi di fattibilità dovranno obbligatoriamente specificare e parametrare i seguenti elementi:

- Analisi di insieme e di trasversalità del progetto
- Fattibilità tecnica/Compatibilità ambientale
- Sostenibilità finanziaria
- Ricaduta economico/sociale
- Timing e messa a regime
- Punti di forza e di debolezza
- Innovazione dei modelli di governance

Saranno considerati elementi premianti la presenza sul territorio distrettuale di luoghi storici del commercio (negozi storici e mercati storici riconosciuti ai sensi della normativa regionale), iniziative per l'ambiente (presenza distributori metano, % rifiuti riciclati, mq parchi), presenza infrastrutture (parcheggi) e rilevazione delle presenze turistiche a fiere/eventi.

Ai nuovi bandi e alle integrazioni potranno essere destinate le risorse residue non assegnate agli studi di fattibilità.

10 TIPOLOGIA DEL CONTRIBUTO E ASSEGNAZIONE DELLE RISORSE

Potranno essere presentate richieste di contributo per una sola delle due seguenti tipologie. Eventuali risorse non assegnate per una delle due tipologie in oggetto verranno destinate alla copertura delle azioni oggetto di contributo dell'altra tipologia .

TIPOLOGIA N. 1

Per i distretti del commercio di nuova costituzione e per i Distretti già riconosciuti ma non partecipanti ai precedenti bandi, il finanziamento regionale volto alla realizzazione del programma d'intervento consiste in un contributo a favore del capofila quantificato come dalla seguente Tabella A e comunque fino ad un massimo del 50% del costo totale delle spese sostenute per interventi ammissibili previsti per la realizzazione del Distretto.

Tabella A: Ripartizione contributo regionale

AGGREGAZIONE – CAPOFILA	CONTRIBUTO MASSIMO ASSEGNABILE
Aggregazione costituita da 3 o più Comuni con popolazione complessiva inferiore a 10.000 abitanti	Fino ad un massimo di 250.000 €

Aggregazione costituita da 3 Comuni con popolazione complessiva superiore a 10.000 abitanti	Fino ad un massimo di 320.000 €
Aggregazione costituita da 4 Comuni con popolazione complessiva superiore a 10.000 abitanti	Fino ad un massimo di 400.000 €
Aggregazione costituita da almeno 5 comuni con popolazione complessiva superiore a 10.000 abitanti	Fino ad un massimo di 480.000 €
Comune con almeno 15.000 abitanti che presenta singolarmente richiesta	Fino ad un massimo di 300.000 €

I Comuni beneficiari dei contributi per la realizzazione dei Distretti si impegnano a finanziare parte delle spese sostenute dai soggetti privati, i cui interventi sono compresi all'interno del Distretto del commercio, utilizzando risorse pari ad almeno il 50% del contributo concesso da Regione Lombardia.

I Comuni beneficiari si impegnano altresì a destinare tale ammontare – tramite contributi in conto capitale (da erogare nel rispetto delle norme vigenti) oppure mediante contributi in conto interesse a seguito di apposite convezione con istituti erogatori - ad interventi rivolti esclusivamente a beneficio delle micro, piccole e medie imprese del terziario, anche in forma consorziata o associata, comprese le attività dei pubblici esercizi e delle edicole, delle associazioni, dei consorzi, delle cooperative e delle loro società operative, che abbiano per oggetto la promozione e il sostegno delle imprese commerciali (vedi lr 6/2010).

La quota di contribuzione regionale riconosciuta a favore di ciascun intervento previsto nel programma, non potrà superare la soglia del 50% delle spese indicate.

Gli interventi oggetto di contributo ai sensi del presente bando non potranno godere, per la realizzazione delle medesime opere, di ulteriori agevolazioni di fonte statale, regionale e comunitaria.

Le risorse disponibili pari ad € 7.200.000,00. saranno ripartite preventivamente a livello provinciale proporzionalmente al loro peso demografico. Tale indicatore è infatti ritenuto il più trasparente e coerente, anche rispetto alla distribuzione dell'offerta e delle potenzialità commerciali, per garantire un'equa ripartizione delle risorse sul territorio.

L'intensità del contributo regionale potrà variare a seconda della qualità del progetto espressa dal punteggio conseguito in termini di valutazione.

Per ogni nuovo Distretto finanziato, sono riconosciute spese di coordinamento e gestione fino ad un massimo di € 20.000, in aggiunta al contributo assegnato.

Per quanto attiene alle risorse di fonte regionale i costi relativi ad attività di spesa corrente (tra cui i costi di personale esterno) non possono superare il 10% del totale del contributo riconosciuto.

Per la distinzione tra spese in conto capitale e spese correnti valgono in generale le distinzioni adottate nella redazione di un bilancio pubblico.

TIPOLOGIA N. 2

Per i distretti del commercio già finanziati da Regione Lombardia, il contributo regionale viene destinato come segue:

1. Qualificazione, monitoraggio e sviluppo del Distretto (Studi di Fattibilità, fiere, indicatori, corsi di formazione);
2. Bando imprese: contributo a favore degli operatori privati (per il tramite del capofila);
3. Integrazione nuovi comuni: fino ad un massimo di € 100.000 per ogni nuovo comune integrato, in analogia a quanto previsto dal terzo bando Distretti .

Per le iniziative riguardanti e precedenti punti 2 e 3, saranno riconosciute al Comune capofila, spese di coordinamento e gestione "una tantum" per un massimo di € 3.000 per ogni bando ovvero per ogni Comune di nuova integrazione.

Per quanto attiene alle risorse di fonte regionale i costi relativi ad attività di spesa corrente (tra cui i costi di personale esterno) non possono superare il 10% del totale del contributo riconosciuto.

Per la distinzione tra spese in conto capitale e spese correnti valgono in generale le distinzioni adottate nella redazione di un bilancio pubblico.

La quota di contribuzione regionale riconosciuta a favore delle azioni di cui all'AREA DI INTERVENTO 1, non potrà superare la soglia del 70% delle spese indicate.

I Comuni Capofila di Distretti interessati da integrazione da parte di nuovi Comuni, , si impegnano a rendere disponibili ai nuovi soggetti pubblici e privati, le risorse regionali assegnate con il presente bando, destinandone almeno il 50% a favore degli operatori privati.

Gli interventi oggetto di contributo ai sensi del presente bando non potranno godere, per la realizzazione delle medesime opere, di ulteriori agevolazioni di fonte statale, regionale e comunitaria.

Le risorse disponibili pari ad € 7.200.000 saranno ripartite preventivamente a livello provinciale proporzionalmente al loro peso demografico.

Per quanto concerne la **TIPOLOGIA 2**, le richieste di contributo dovranno essere riferite ad una delle tre aree di intervento indicate. Le richieste di cui alle aree 1 e 2 non potranno essere cumulate fra loro, ma solo con l'area 3.

11 MONITORAGGIO

I Comuni capofila dovranno trasmettere a Regione Lombardia, in tempo reale, i dati necessari al monitoraggio fisico, finanziario e procedurale riferito all'attuazione del programma di intervento.

Al fine di valutare l'efficacia delle scelte poste in essere e lo sviluppo del programma di intervento, sarà reso disponibile da Regione Lombardia apposito sistema informatico per il **"CONTROLLO DI GESTIONE"** dei Distretti:

L'aggiornamento, da fornire obbligatoriamente, riguarderà anche gli indicatori di performance di cui i singoli Distretti del Commercio intendono avvalersi, secondo le modalità previste dalle linee guida predisposte dal Laboratorio dei Distretti del Commercio.

I dati inseriti nel "CONTROLLO DI GESTIONE", aggiornati a cura del capofila, dovranno essere costantemente verificati al fine di poter giungere alla fase di rendicontazione (sempre utilizzando il medesimo programma), avendo già inserito – ai fini dell'ottenimento delle necessarie autorizzazioni regionali- tutte le variazioni ed eventuali rimodulazioni che dovessero rendersi necessarie nell'arco dei 18 mesi previsti per la realizzazione degli interventi.