

SVILUPPO DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO 2022-2024

1. TITOLO DEL PROGETTO

RI-ACQUISTIAMO NEI NOSTRI NEGOZI

2. DISTRETTO DEL COMMERCIO PROPONENTE

DISTRETTO DEL COMMERCIO DELLE GROANE E DEL FIUME SEVESO

3. SOGGETTO CAPOFILA

COMUNE DI CESANO MADERNO

4. PARTENARIATO

*Descrivere sinteticamente i soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato, indicando anche la presenza di **eventuali soggetti partner ulteriori** rispetto a quelli obbligatori previsti dal bando al punto A.4 e specificando il motivo del loro coinvolgimento, nonché il loro ruolo ed il contributo concreto al progetto*

Con decreto n. 1184 del 7/02/2022 della Direzione Generale Sviluppo Economico, Regione Lombardia ha accolto l'istanza d'istituzione del Distretto del Commercio delle Groane e del fiume Seveso.

L'Accordo di Distretto coinvolge, quali soggetti partner:

Comune di Cesano Maderno (comune capofila)

È la realtà del Distretto più vasta sia a livello demografico, con una popolazione di 39.118 abitanti in circa 11 kmq di estensione, sia commerciale, presentando la maggior complessità commerciale in termini di pluralità dei sistemi locali presenti. Infatti, oltre al centro cittadino si riconoscono i sistemi delle frazioni di Binzago, Cascina Gaeta, Molinello, Cassina Savina, Villaggio SNIA e il sistema commerciale lineare della Via dei Giovi.

Cesano Maderno ha ottenuto il titolo di Città, con D.P.R. datato 11 ottobre 1999, dopo aver effettuato il recupero dei palazzi storici, portato a termine i lavori di bonifica ambientale nella zona delle Groane e messo a disposizione dei cittadini i servizi essenziali per un paese proiettato verso il futuro.

Oggi rilevante centro della valle del Seveso - di solida vocazione produttiva, specialmente mobiliera e chimica - ha avuto storia in buona parte legata alle vicende della famiglia Arese cui fu infeudata, dopo i Carcassola, a partire dal 1538. Nel Medioevo aveva fatto capo alla pieve di Seveso. Alla "Chiesa Vecchia" di Santo Stefano, d'origine secentesca con i suoi affreschi, si è sostituita una parrocchiale neogotico-eclettica del 1925. Il barocco Palazzo Arese Borromeo, avviato dopo il 1618 e tuttora esemplare residenza nobiliare suburbana, fu fatto terminare fra il 1660 e il 1670 dall'allora Presidente del Senato di Milano, conte Bartolomeo Arese; il salone d'onore conserva affreschi di scuola lombarda (Ercole Procaccini, Giuseppe

Nuvolone, Giovanni Stefano Doneda detto il Montalto, Giovanni Ghisolfi e Antonio Busca) coevi alla costruzione; il giardino è stato ricostituito. Importante, originario del secolo precedente, è Palazzo Arese Jacini. Nel territorio si trova un'oasi della Lega Italiana Protezione Uccelli, compresa nel Parco delle Groane.

Comune di Seveso (comune aderente)

È la seconda realtà del Distretto per numero di abitanti (con una popolazione di 23.797 abitanti e un'estensione di circa 7,5 kmq) e presenta un sistema commerciale centrale affiancato da un sistema lineare creatosi lungo l'asse nord-sud della Via Nazionale dei Giovi (che a Seveso prende il nome di Corso Giuseppe Garibaldi) e i sistemi delle frazioni di San Pietro Martire, Altopiano e Baruccana.

Con D.P.R. del 18 giugno 2003 al Comune di Seveso è stato concesso il titolo di Città. L'antica "Seuse" di origini gallo-romane è oggi un vivace centro industriale lungo la ex statale 35 dei Giovi, ben servito dalle Ferrovie Nord verso Como e dalla superstrada Milano- Lentate. Citata per la prima volta in un documento del 996, nel Medioevo importante capopieve, fu nel 1252 luogo di morte di frate Pietro da Verona - un persecutore di eretici, su cui questi si vendicarono - ricordato attraverso il nome della frazione di San Pietro Martire oltre che, a Milano, dalla sua arca sepolcrale nel Sant'Eustorgio. A Seveso sono architettonicamente importanti l'edificio della prepositurale dei Santi Gervasio e Protasio, di fabbrica cinquecentesca, come la Villa Bianca (1936-37), opera del grande architetto razionalista comasco Giuseppe Terragni. In zona San Pietro è presente il Centro Pastorale Diocesano "Seminario Diocesano" centro di eccellenza per la Diocesi Milanese.

Comune di Barlassina (comune aderente)

È di dimensioni ridotte rispetto agli altri Comuni del Distretto, con una popolazione di 6.853 abitanti in un'estensione di circa 2,7 kmq. Pur dimostrando una numerosità di spazi commerciali importanti in considerazione della dimensione demografica, il Comune può definire un unico sistema commerciale locale che partendo dall'asse lineare della Via Nazionale dei Giovi (che in corrispondenza del nucleo storico prende il nome di corso Milano).

Situata presso il corso del Seveso sulla sponda destra del fiume, attraversata dalla strada provinciale 44 bis fra Seveso stessa e Lentate, era stata feudo della famiglia Arese, successivamente proprietà dei conti Rezzonico e infine della famiglia Porro. Crebbe d'importanza in età asburgica diventando capoluogo del distretto che comprendeva anche Desio e Seregno. Negli anni successivi all'Unità d'Italia perse il rango di Comune autonomo che riconquisterà nel 1901. La parrocchiale di San Giulio, sorta fra 1613 e 1623, fu poi trasformata senza che venisse modificata la cappella della Madonna dell'Aiuto: vi si trovano ancora stucchi barocchi e un trittico di Bernardino Luini datato 1527. Interessanti edifici del Novecento sono le scuole elementari (1934) e le medie (1960) di Via Colombo, progettate da Mario Asnago e Claudio Vender, ai quali si deve anche la Casa Vegni di Via Trento. L'intera porzione ovest del territorio comunale rientra nel Parco Naturale Regionale delle Groane.

Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza

Nata nel 1945, costituisce l'organismo di rappresentanza delle imprese che sono impegnate nel commercio, nel turismo e nei servizi nelle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza (settore terziario). Ha un ruolo economico, sociale e culturale di

primo piano nella valorizzazione e promozione dell'imprenditoria locale e nel favorire i momenti di incontro e di scambio.

5. ANALISI DI CONTESTO (MAX 2 PAGINE)

Descrivere il contesto economico e territoriale del Distretto, in termini di imprese presenti, qualità del tessuto urbano e del territorio, dinamiche commerciali, esigenze di sviluppo e riqualificazione.

Il Distretto del Commercio delle Groane e del fiume Seveso coinvolge i territori comunali di Cesano Maderno, Seveso e Barlassina, con l'obiettivo di attivare e definire le politiche attive per la valorizzazione e il sostegno delle attività commerciali locali e il rafforzamento dell'identità dei luoghi, attraverso una modalità di intervento integrata, condivisa e concertata tra le parti economiche, politiche e sociali.

In relazione alla **componente produttiva**, tra il periodo 2016-2021 il territorio del Distretto ha registrato una contrazione nel numero degli esercizi di vicinato, riscontrata soprattutto nel mercato non alimentare, che ha portato i Comuni del DID a porre una riflessione sugli effetti di un andamento negativo a lungo termine e il conseguente fenomeno della desertificazione commerciale, che rappresenta un grave problema sociale, urbano ed economico per il territorio. Le attività oggi presenti sul territorio del Distretto possono essere raggruppate in cinque principali macro-tipologie:

1. **Commercio al dettaglio**, previste dal D.lgs. 114/98 e articolate in Esercizi di Vicinato (EdV), Medie Strutture di Vendita (MSV) e Grandi Strutture di Vendita (GSV) (ve ne sono 172 a Cesano Maderno, 49 a Seveso e 26 a Barlassina);
2. **Attività artigianali**, secondo la legge quadro sull'artigianato, legge 8 agosto 1985 n. 443, ed in particolare nell'ambito manifatturiero con vendita diretta di beni al consumatore finale (alimentari e non alimentari), di servizi alla persona, di riparazione di beni di consumo personali e per la casa, di servizio agli edifici e al paesaggio, di manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli (ve ne sono 119 a Cesano Maderno, 65 a Seveso e 19 a Barlassina);
3. **Somministrazione di alimenti e bevande** (ve ne sono 65 a Cesano Maderno, 25 a Seveso e 14 a Barlassina);
4. **Terziario direzionale**, quali ad esempio attività di istruzione (scuole di lingua, corsi di formazione specialistiche, etc.), attività di servizio (servizi di natura privata come studi medici, cliniche veterinarie, servizi assistenziali, etc.), agenzie creditizie, assicurative, immobiliari, viaggio, fornitura lavoro, intermediazione e consulenza, associazioni, studi professionali, etc., servizi postali e attività di corriere, spazi espositivi showroom (ve ne sono 157 a Cesano Maderno, 70 a Seveso e 16 a Barlassina);
5. **Dismissione e sfitto**, ossia locali posti ai piani terra degli edifici e dotati di affaccio su strada, già interessati dalla localizzazione di un'attività economica, per i quali sia intervenuta la cessazione dell'attività al momento del rilievo (ve ne sono 185 a Cesano Maderno, 70 a Seveso e 29 a Barlassina).

Sono poche le attività commerciali nell'ambito della cultura e dello spettacolo (centri socio-culturali, cinema), attività ricettive alberghiere e non alberghiere, attività dei club sportivi e delle palestre, locali con presenza di distributori automatici

di cibi e bevande (ve ne sono 9 a Cesano Maderno, 1 a Seveso e nessuno a Barlassina).

Per quanto riguarda il **sistema della mobilità**, l'infrastrutturazione del territorio mostra come viene garantita una connessione veicolare entro i 20 minuti con l'area ovest e nord dell'area metropolitana di Milano grazie alla prossimità dell'autostrada "Pedemontana Lombarda", mentre l'autostrada "Lainate-Como-Chiasso" garantisce una connessione entro i 20 minuti con l'ambito sud della provincia di Como. Inoltre, concorre a rafforzare la capacità di attrazione del Distretto il fatto di configurarsi come un importante nodo per le comunicazioni ferroviarie con i limitrofi capoluoghi provinciali di Milano, Monza e Como. In un'ottica di potenziamento della mobilità dolce, dovuta anche alla presenza di una Velostazione situata di fronte alla stazione ferroviaria, il Comune di Cesano Maderno ha investito negli ultimi anni ingenti risorse per dotare la città di una rete di piste ciclabili per una promozione dell'uso della bicicletta in alternativa all'automobile per muoversi in città.

In relazione all'**attrattività turistica**, il territorio del Distretto non si configura come una località turistica di soggiorno, bensì come una meta di turismo di prossimità che è in grado di offrire diversi spunti attrattivi: monumenti d'alto interesse storico-artistico (come il seicentesco Palazzo Arese Borromeo con la Piazza Esedra a Cesano Maderno) e religiosi (come il Santuario di S. Pietro da Verona a Seveso); percorsi nel verde come il "Bosco delle Querce" e i "Giardini di villa Dho" a Seveso, il parco regionale delle Groane e piste ciclabili, che se opportunamente sfruttate potrebbero diventare ponti di collegamento per una mobilità sostenibile tra i Comuni del Distretto; poi, ancora, le manifestazioni folcloristiche tradizionali, che da tempo calamitano migliaia di visitatori e le numerose associazioni che ogni anno operano per accrescere il valore attrattivo in termini di eventi e manifestazioni. Inoltre, nel 2023 sul territorio di Cesano Maderno, e più precisamente presso Palazzo Arese Borromeo, verrà inaugurato il Museo Didattico del Legno, un progetto museale che racconterà la storia del territorio brianzolo fortemente legata al legno e all'artigianato, tramite l'esposizione di strumenti di lavoro, esperienze locali e spazi di laboratori per avvicinare le giovani generazioni all'arte di lavorare questo prezioso materiale.



Figura 1 Cesano Maderno-Facciata di Palazzo Arese Borromeo e Piazza Esedra



Figura 2 Seveso-Bosco delle Querce



Figura 3 Barlassina-Chiesa di San Giulio



Figura 4 Fiume Seveso

Sulla base del contesto descritto, il Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale delle Groane e del Fiume Seveso è nato proprio con il compito di rendere il commercio un fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione del territorio accrescendone la competitività e l'attrattività, seguendo una visione di investimento strategica e condivisa supportate da una regia unitaria e organismi per la creazione di un governo delle politiche distrettuali efficaci ed efficienti attraverso un partenariato stabile ed inclusivo al quale possono aderire, con diverse responsabilità, le pubbliche amministrazioni, le associazioni di categoria, le reti di imprese, le attività economiche dei settori del commercio, dell'artigianato e dei servizi, oltre che i soggetti attivi nella valorizzazione e promozione del territorio intercomunale, che offre una serie di opportunità con potenziale di crescita significativo tale da potersi differenziare e caratterizzare rispetto ai competitor esterni.

6. STRATEGIA DI SVILUPPO (MAX 2 PAGINE)

Descrivere la strategia di sviluppo di lungo periodo Distretto, coerente con l'analisi di contesto, indicando punti di forza e di debolezza, opportunità e direttrici di sviluppo, vocazioni territoriali da valorizzare, eventuali focus su specifiche aree.

Per far fronte a fattori quali la concorrenza della grande e media distribuzione, la crescente diffusione dell'e-commerce e le ripercussioni del periodo pandemico da Covid-19, che hanno determinato una forte crisi del commercio locale, il DID intende avviare per i prossimi anni un progetto di rivitalizzazione del sistema del commercio di vicinato, con particolare riguardo ai nuclei centrali di antica formazione - individuati nella mappa allegata - e di valorizzazione della qualità degli spazi aperti urbani centrali. Sulla base dei risultati finali raggiunti dalla strategia attuata nei contesti commerciali centrali, il **progetto "pilota"** verrà successivamente replicato sui sistemi commerciali dei quartieri e delle frazioni dei Comuni, adattandolo alle esigenze e alle potenzialità dei centri diffusi.

Per rilanciare il commercio di vicinato, gli obiettivi principali sono la promozione della ripresa delle attività economiche locali e il consolidamento dei caratteri identitari della comunità, il recupero e la riqualificazione del patrimonio urbano e la valorizzazione di edifici, spazi e attrezzature, ossia tutti quelle azioni che vanno a incrementare la vitalità e il potenziale attrattivo dei centri storici cittadini.

La strategia del DID esalta, pertanto, i punti di forza offerti dal territorio interessato, quali l'attrattività degli assi commerciali, la presenza di importanti risorse ambientali e culturali e l'alta accessibilità delle aree di intervento, sia veicolare (possono essere raggiunti un milione di abitanti potenziale entro i 20 minuti in automobile) che ferroviaria, ponendo altrettanta attenzione sui punti di debolezza del contesto urbano centrale, quali ad esempio la percentuale elevata di spazi sfitti e la forte caratterizzazione direzionale dei sistemi commerciali locali.

Gli interventi alla base del progetto promosso dal DID, meglio individuati al successivo punto 7, prevedono la predisposizione di azioni di rivitalizzazione del commercio nelle aree centrali di antica formazione e di soluzioni innovative tramite:

- **strategie di marketing territoriale** che mirano al miglioramento dell'attrattività commerciale dei centri storici attraverso la valorizzazione dell'identità locale. Le azioni proposte intervengono sull'immagine del contesto mediante operazioni di miglioramento del design urbano dell'area di intervento, accompagnate da iniziative di comunicazione multicanale volte al rafforzamento del senso di identità mediante l'utilizzo del marchio del DID già esistente.

Ulteriori azioni si fondano sulla promozione e valorizzazione delle risorse del territorio, con riferimento particolare agli elementi di pregio artistico, culturale e ambientale offerti dal contesto, che diventano elementi riconoscibili e a forte valenza identitaria attorno ai quali costruire itinerari di percorsi che portino alla scoperta (o alla riscoperta) del territorio e, di conseguenza, delle attività commerciali che ne fanno parte. Attraverso gli elementi di attrattività territoriale e culturale descritti al paragrafo 5, il DID promuove durante l'anno una serie di iniziative commerciali ed eventi culturali di richiamo per il territorio brianzolo e in generale lombardo che durante l'anno animano i comuni e i loro nuclei storici, con l'obiettivo di mettere a sistema i diversi eventi attraverso la predisposizione di un calendario comune che consenta di organizzare una pubblicizzazione delle manifestazioni che scongiurino sovrapposizioni o forme di competizione involontaria tra i comuni facenti parte del DID.

Il distretto intende sviluppare una strategia urbana in grado di valorizzare gli attrattori culturali e al contempo di mettere a disposizione servizi innovativi pensati sulle specificità del territorio del DID e sul coinvolgimento attivo degli attori sociali e commerciali, quali soggetti innovatori della comunità, con l'intento di generare nuove opportunità di sviluppo e di occupazione per imprese e cittadini, soprattutto se si pensa ad un'attrattività turistico-culturale realizzata in una prospettiva integrata di riqualificazione socio-economica e culturale di un ambito più ampio rispetto a un singolo edificio o luogo storico.

Un ruolo importante è rivestito, inoltre, dalle opportunità offerte da una pianificazione urbana, volta alla costruzione di reti e percorsi per la fruizione e la mobilità lenta delle aree commerciali centrali, che viene favorita dalla presenza di stazioni ferroviarie collegate alle principali linee di Milano, Como e Seregno.

La capacità del DID di innescare processi virtuosi all'interno del sistema del commercio locale, attraverso l'ottimizzazione delle risorse, la promozione della costruzione di reti e l'introduzione di elementi di innovazione, può essere veicolata anche attraverso l'attivazione di percorsi di aggiornamento e formazione rivolti agli operatori commerciali.

- **interventi di riqualificazione del sistema degli spazi pubblici** dei centri storici per la valorizzazione delle aree, tramite azioni di miglioramento dello spazio urbano volte a migliorare le condizioni di fruibilità degli spazi aperti degli assi commerciali centrali affinché siano in grado di costruire un'attrattività e un luogo di ritrovo per le comunità locali. In tal senso si inseriscono anche azioni che, per incentivare la fruizione pedonale dell'area urbana, siano volte alla predisposizione di agevolazioni negli stalli di sosta a pagamento a ridosso dei sistemi commerciali centrali, con l'intento di aumentare la vitalità dell'area con conseguenti effetti positivi anche per le attività commerciali presenti.

Tra gli interventi al centro del progetto promosso dal DID vi è il **contrasto al fenomeno della desertificazione commerciale** nei centri storici attraverso la promozione di usi degli spazi sfitti. La presenza consistente di locali sfitti o inutilizzati nei centri cittadini, infatti, oltre a rappresentare un segnale di allarme per lo stato del sistema commerciale locale, accresce la percezione della condizione di degrado dell'area, con ripercussioni negative anche per l'attrattività degli spazi commerciali ancora in attività. L'approccio di intervento si basa sull'introduzione di incentivi fiscali o contributivi per la riattivazione degli spazi sfitti, premiando i soggetti che affittano gli immobili a canone calmierato, che riutilizzano locali posti in zone strategiche per rivitalizzare l'area commerciale centrale o che si fanno promotori di interventi di riqualificazione dei locali e degli spazi pubblici antistanti.

In conclusione, la strategia del DID, nel suo complesso, è fortemente basata sulla relazione che lega la vitalità del commercio locale centrale alla qualità del contesto urbano e punta, pertanto, sul rafforzamento dei sistemi commerciali centrali dei Comuni del DID e sulla riqualificazione degli ambiti urbani in qualità di luoghi di aggregazione per la comunità locale e limitrofa.

Di importanza fondamentale per l'attuazione della strategia sarà la figura del **Manager del Distretto**, prevista nell'organigramma della Governance. Fermo restando i poteri decisionali in capo alla Cabina di Regia, tale profilo altamente qualificato darà un apporto lavorativo indispensabile al fine di consolidare e far crescere la collaborazione tra gli enti pubblici, gli enti di rappresentanza delle imprese e gli attori commerciali e culturali presenti sul territorio, finalizzata al rilancio dei centri storici e delle loro attività.

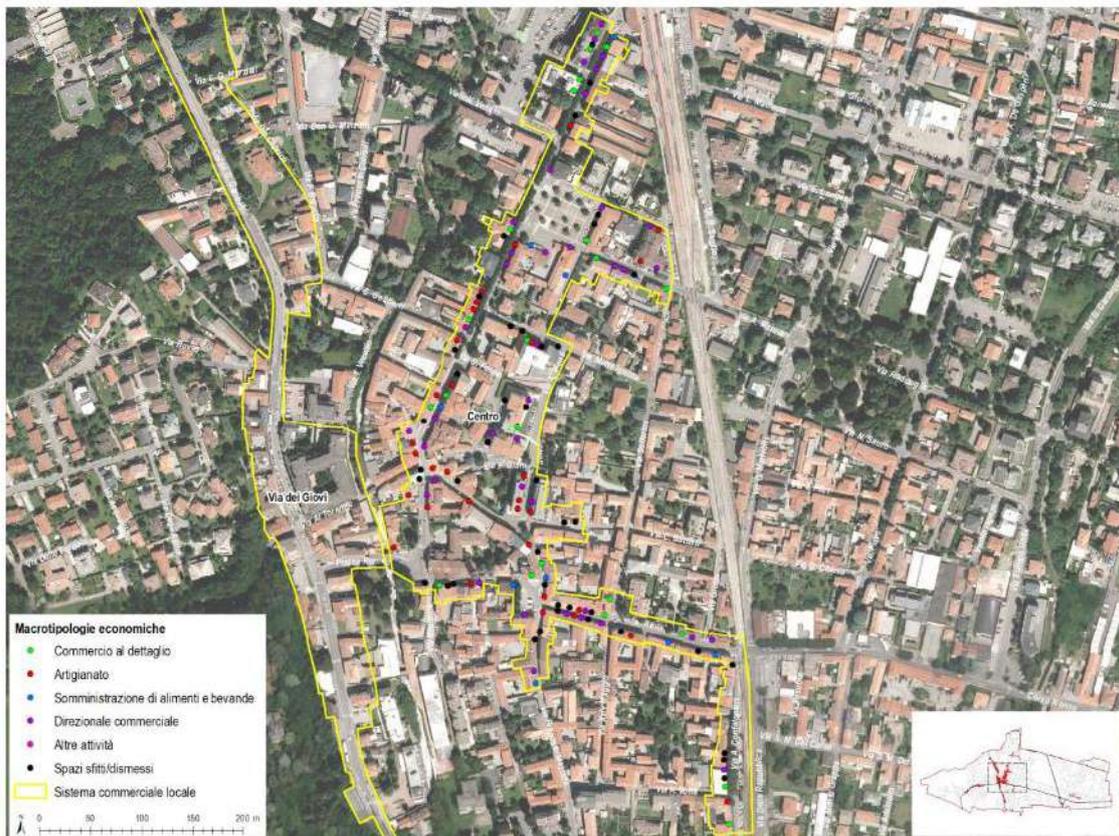
7. AREA DELL'INTERVENTO

Qualora il progetto insista solo su una porzione del Distretto (DUC) o solo su alcuni Comuni del Distretto (DID), descrivere le motivazioni alla base della scelta.

Il Distretto del Commercio delle Groane e del Fiume Seveso coincide con tutto il territorio dei tre Comuni aderenti al partenariato. Tuttavia, per il bando in questione, è stata presa la scelta di individuare una determinata area comune per tutti gli Enti locali, ed in particolare le aree commerciali centrali riconosciute anche di antica formazione, per avviare nel prossimo triennio una strategia che sia un **progetto "pilota"** di rivitalizzazione del sistema del commercio di vicinato, e di valorizzazione della qualità degli spazi aperti urbani centrali e che verrà successivamente replicato sui sistemi commerciali dei quartieri e delle frazioni dei Comuni, adattandolo alle esigenze e alle potenzialità dei centri diffusi.



Sopra: Figura 5 Cesano Maderno-Sistema centrale: Mappatura degli spazi commerciali al piano terra (articolazione per macrotypologie). Sotto: Figura 6 Seveso-Sistema centrale: Mappatura degli spazi commerciali al piano terra (articolazione per macrotypologie)



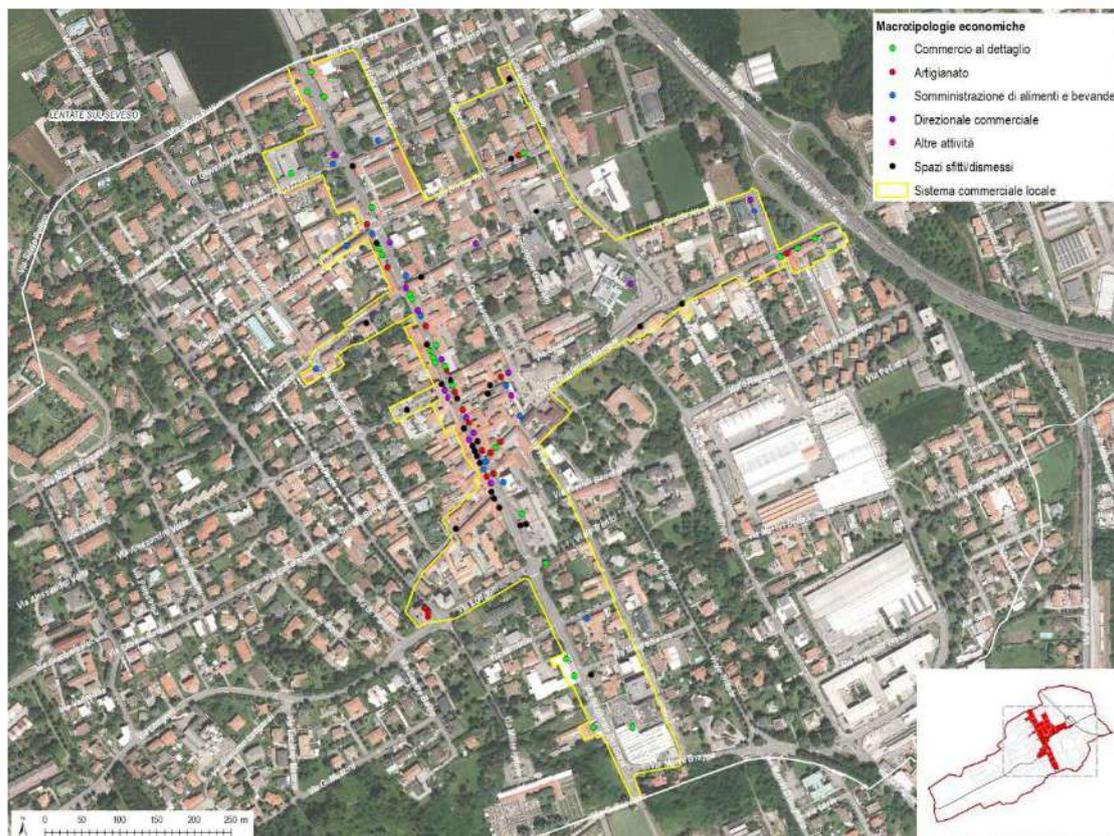


Figura 7 Barlassina-Sistema centrale: Mappatura degli spazi commerciali al piano terra (articolazione per macrotipologie)

Le aree commerciali centrali rappresentano un'opportunità di sviluppo importante in cui poter creare sinergie in ambito commerciale e culturale al fine di addivenire a un progetto unico di valorizzazione e marketing territoriale, tenendo conto inoltre delle loro caratteristiche storico-artistiche. Inoltre, rappresentando il biglietto da visita dei Comuni partner, necessitano di interventi innovativi per contrastare criticità importanti quali l'elevata presenza di spazi sfitti che va ad incidere sulla qualità dell'accoglienza dei visitatori sul territorio.

8. PROGETTI INTERDISTRETTUALI (EVENTUALE)

Indicare il/i Distretto/i del Commercio con cui il progetto viene condiviso, descrivendo le motivazioni alla base della condivisione del progetto e i benefici attesi.

9. MODALITÀ DI GESTIONE DEL PROGETTO

Descrivere le modalità operative per la predisposizione e gestione del progetto e la condivisione delle scelte all'interno del partenariato.

La **Governance del Distretto** è definita dall'Accordo di Distretto, approvato con deliberazione di G.C. n. 290/2021 dal Comune di Cesano Maderno – in qualità di Capofila – e sottoscritto tra le parti in data 18 gennaio 2022.

Gli organi di governo sono: un organo dedicato alla funzione strategica e di indirizzo (la Cabina di regia), un organo consultivo-propositivo (la Consulta di distretto) e un

soggetto operativo (il Manager di Distretto) con ruolo di coordinatore complessivo dell'attività distrettuale, che sarà individuato dalla Cabina di regia all'esterno della struttura amministrativa dei Comuni partner.

I suddetti organi opereranno sulla base delle prescrizioni riportate nell'Accordo di partenariato, agli artt. da 8 a 10.

La **Cabina di regia** svolge funzioni di indirizzo – definendo gli indirizzi strategici del Distretto – e di organizzazione delle attività/interventi del Distretto ai fini della loro attuazione. È composto da un rappresentante per ciascun partner aderente all'Accordo e si riunisce con cadenza programmata e quando necessario. È composto da personale tecnico e amministrativo e dal Manager del Distretto. Può avvalersi di tecnici esterni con competenze specialistiche correlate alle diverse progettualità.

La **Consulta di distretto** è un organo propositivo-consultivo in cui si discute sullo stato di avanzamento del Programma di Distretto, vengono presentati suggerimenti, proposte o segnalazioni da inoltrare alla Cabina di Regia.

La Consulta opera mediante assemblee che possono approvare mozioni alla Cabina di Regia sia propositive sia di segnalazione. La consulta si riunisce almeno una volta ogni tre mesi attraverso una riunione ordinaria trimestrale, anche in modalità a distanza e telematica e coinvolge la totalità dei partner che aderiscono al presente Accordo di Distretto, sia sottoscrittori del presente accordo sia successivamente ammessi. Sono valide in presenza della maggioranza dei componenti e deliberano a maggioranza dei votanti, senza computare gli astenuti. Alle assemblee della Consulta possono partecipare senza diritto di voto anche soggetti portatori di interesse di particolare rilevanza, referenti delle imprese e del territorio o professionisti coinvolti nelle attività del Distretto del Commercio.

La figura del **Manager del Distretto** rappresenta uno strumento di comunicazione interna fra i partner. Svolge il compito di facilitatore fra i singoli partner e l'insieme degli operatori economici, cercando soluzioni che rendano semplice ed efficace sia la fase dell'ascolto sia la fase della costruzione di progettualità sia la fase di informazione delle singole attività svolte dai partner nei confronti della restante parte del partenariato.

Il manager, deve essere dotato di elevato profilo curriculare ed esperienza di partecipazione a progetti di gestione urbana. Oltre queste competenze generali, il manager deve essere in grado di provvedere a tutte le esigenze dell'incarico, deve avere ottime capacità relazionali, disponibilità ad interagire con le imprese, a collaborare con l'amministrazione pubblica e a lavorare con soggetti terzi.

Al manager sono richieste inoltre elevate competenze relativamente alle tematiche di promozione del territorio, con particolare riferimento al rapporto tra promozione turistica e aggregazione commerciale. Deve quindi dimostrare di aver maturato esperienza di affiancamento a iniziative di gestione coordinata. In generale per quanto riguarda le competenze funzionali deve aver maturato esperienza nel marketing territoriale e nella comunicazione.

Tale figura verrà individuata tramite la pubblicazione di un avviso pubblico di selezione da parte del Comune Capofila. La selezione sarà affidata alla Cabina di regia, che valuterà titoli e colloquio, con riferimento al profilo curricolare, all'esperienza e ai criteri di competenza professionale valutati sulla base delle

esigenze del Distretto. Il procedimento di individuazione terminerà entro l'autunno 2022.

La **fase operativa** è dedicata allo sviluppo di azioni materiali ed immateriali (secondo una logica pluriennale), nate dal contesto distrettuale ampio e integrato, dalla condivisione di obiettivi comuni, dall'individuazione di fattori di reciproco vantaggio e dalla disponibilità di mettersi in gioco anche rispetto alle competenze e ai ruoli consolidati. Sulla base delle risorse disponibili per le progettualità del Distretto, le tipologie di spese ammissibili, i destinatari diretti di tali finanziamenti si procederà all'attuazione delle progettualità elaborate.

Una delle prime azioni sarà quella di individuare un solo metodo adatto di comunicazione interna, in modo da non moltiplicare i canali di comunicazione rischiando di duplicare le informazioni o rendendole più complesse, con perdita di efficacia a ciascun passaggio, nonché le modalità di informazione da parte del DID nei confronti della stampa locale. Attualmente il DID è già in possesso del logo del distretto, che verrà posto alla base della comunicazione del DID verso cittadini e consumatori – così come nei confronti degli operatori commerciali – per rafforzarne l'identità e la riconoscibilità.

Contestualmente all'avvio delle prime azioni, è necessario prevedere un'attività di **monitoraggio** per valutare l'impatto dell'attività svolta e dei risultati conseguiti nel breve e medio-lungo termine, attraverso l'individuazione di indicatori e di strumenti di rilevazione delle azioni intraprese.

Il DID potrà contare sull'attività di analisi svolta dai singoli partner di progetto con la messa in condivisione di una serie di dati quali quelli sulle imprese detenuti dalla camera di Commercio, l'analisi dei flussi turistici, l'analisi dell'utilizzo dei parcheggi a pagamento nell'area dei centri storici cittadini, a titolo esemplificativo.

A questi approfondimenti si aggiungeranno una serie di indicatori che riguardano sia l'offerta sia la domanda, sia gli elementi strutturali del distretto:

- situazione generale del contesto progettuale (occupazione, incoming, riqualificazione urbana, etc.);
- situazione commerciale (varietà, qualità e ampiezza mix commerciale);
- servizi pubblici (accessibilità, sicurezza, arredo urbano, etc.);
- customer satisfaction (di operatori, commercianti e clienti).

Gli indicatori dovranno essere in grado di consentire la verifica del raggiungimento dell'obiettivo nonché fornire un quadro dei risultati attesi rispetto all'idea guida del Distretto e all'analisi iniziale.

Verrà prevista, inoltre, la realizzazione di questionari che saranno rivolti a imprese, clientela e residenti e che avranno il compito di mettere in evidenza alcuni aspetti specifici di interesse per la strategia della Cabina di regia.

Accanto ai questionari, si prevede di fare delle indagini e degli studi specifici sui seguenti aspetti:

- numero di locali commerciali vuoti, dato utile per mettere in campo le soluzioni proposte per l'occupazione degli spazi sfitti;
- orari di apertura/chiusura dei negozi;
- altri dati che dovessero rendersi utili e necessari per l'evoluzione del Distretto.

10. ATTIVITÀ DI PROGETTO

Intervento 1

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

INTERVENTI DI RIGENERAZIONE, RIQUALIFICAZIONE E ADEGUAMENTO DEI SISTEMI COMMERCIALI CENTRALI STORICI (DECORO E ARREDO URBANO, AREE VERDI, ILLUMINAZIONE, PAVIMENTAZIONE STRADALE)

Il sistema del commercio locale, ed in particolar modo localizzato nei nuclei centrali di antica formazione, costituisce da sempre una parte fondamentale della vita urbana, in quanto attività economica, ma anche e soprattutto come pratica collettiva di aggregazione sociale che contribuisce significativamente a definire l'immagine, la vitalità e l'attrattività dei luoghi.

La definizione di strategie che abbiano come obiettivo la rigenerazione dello spazio urbano nel suo complesso, nonché la valorizzazione del patrimonio costruito, non può quindi prescindere da un ragionamento sul ruolo che le attività commerciali possono svolgere quale elemento capillare di urbanità, ed in particolare sul rapporto che lega a doppio filo la vitalità del commercio locale con la qualità dello spazio pubblico con cui si interfaccia.

AZIONE 1 – COMUNE DI CESANO MADERNO: intervento d'illuminazione d'accento ed architettonica di luoghi storici di Cesano Maderno – Palazzo Arese Borromeo, Torre Civica e Piazza Esedra – ai fini della riqualificazione architettonica dell'intero complesso tramite uno studio illuminotecnico specifico, che valorizzi il centro storico cittadino. L'illuminazione architettonica sarà realizzata con materiale a LED di ultima generazione, in grado di trasformare l'aspetto notturno dei monumenti e di esaltarne l'architettura, rendendo lo spazio urbano piacevole e invitante, nonché di assicurare ottime performances, un significativo risparmio energetico e una riduzione di emissione di CO₂. Il Comune di Cesano Maderno aggiungerà ulteriori risorse proprie rispetto al cofinanziamento previsto dal bando, per un importo per il raggiungimento della cifra totale di € 100.000,00 per potenziare l'apparato illuminotecnico del centro storico.

AZIONE 2 – COMUNE DI SEVESO: interventi di rigenerazione e riqualificazione dell'area centrale di Seveso, con l'installazione di arredo urbano, nuovi punti luce individuati tramite uno studio illuminotecnico specifico e di *smart bench*, ossia panchine intelligenti moderne e dal design innovativo che richiami l'artigianato locale superando il semplice concetto di arredo urbano. Vere e proprie isole tecnologiche per il fruitore (cittadino, visitatore o turista), aree di commodity in grado di fornire informazioni utili a favorire e promuovere il commercio di zona. Le panchine saranno dotate di comoda seduta, prese USB e Wi-Fi per ricarica *device mobile*, prese 220w attivabili da un'app dedicata per ricaricare ad esempio monopattini, e-bike, pc e persino piccoli elettrodomestici quali scaldabiberon. Il tutto sarà corredato da un'app mobile ottimizzata per Android e IOS, vero e proprio contenitore di servizio e di accesso da parte degli utenti finali alle numerose opportunità presenti nell'area, con indicazione delle attività commerciali presenti e dei servizi offerti, degli eventi del territorio e delle promozioni degli esercenti in zona.

AZIONE 3 – COMUNE DI BARLASSINA: riqualificazione del tessuto urbano mediante implementazione di servizi, acquisizione di beni e realizzazione di opere finalizzati nel complesso ad accrescere il decoro e la vivibilità degli spazi pubblici ma anche a favorire il commercio e le attività produttive insediate:

1. Panchine intelligenti (*smart bench*) da collocarsi nei luoghi pubblici maggiormente frequentati e interessati dalla attività commerciali e produttive, in grado di fornire servizi all'utenza: come caricare i device mediante Wi-Fi o prese usb; così come i monopattini, i pc ed altri apparati/strumenti di uso comune mediante prese elettriche, come ormai avviene in diverse realtà del nostro paese ed anche europee.
2. Sostituzione dei bidoni per la raccolta differenziata dei rifiuti collocati in Piazza Cavour allo scopo di aumentare l'efficacia del processo di smaltimento dei "rifiuti urbani non domestici", del decoro e salubrità dei luoghi di maggiore frequentazione ed anche per consentire un più adeguato e funzionale smaltimento dei rifiuti prodotti dalle attività commerciale di consumo di alimenti e bevande da asporto.

3. Parcheggio "Ex Tiro a segno" – Via Longoni: l'area di sosta è a servizio dell'omonimo parco pubblico dotato di aree gioco attrezzate e di un servizio di ristorazione fornito da un bar – ristorante.
4. Parcheggio "Via Volta" – l'area di sosta necessita di lavori di sistemazione e impermeabilizzazione in autobloccanti, ed è destinata alla sosta veicolare posta a ridosso di Corso Milano (SP44), che è la strada principale di scorrimento veicolare e pedonale e che ospita attività commerciali poste lungo tutto il tratto, attraversando il centro abitato di Barlassina.
5. Parcheggio "Via Trento/Trieste angolo Corso Milano": l'area di sosta necessita di lavori di riqualificazione e l'asfaltatura (attualmente degradato con fondo in conglomerato bituminoso sconnesso e deteriorato) ed è destinata alla sosta veicolare posta sulla SP44, a servizio della Farmacia Comunale e di attività commerciali prospicienti l'asse viario.

Il Comune di Barlassina integrerà le risorse messe a disposizione dal bando con ulteriori risorse proprie comunali per la realizzazione degli interventi urbani indicati.

Soggetti partner che realizzano l'intervento:

COMUNE DI CESANO MADERNO, COMUNE DI SEVESO E COMUNE DI BARLASSINA

Costo complessivo dell'intervento:

€ 165.000,00

L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:

€ 75.000,00 in conto capitale

Intervento 2

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

PREDISPOSIZIONE E GESTIONE DI SERVIZI COMUNI DEL DISTRETTO PER LE IMPRESE, GLI UTENTI E I VISITATORI

Per favorire la crescita del commercio locale è necessario assicurare interventi di assistenza alle imprese del territorio e di accoglienza dell'utenza, basati su un lavoro di sinergia tra i partner stessi del distretto e tra il partenariato e le realtà commerciali e culturali presenti sul territorio.

AZIONE 1 – APERTURA DI "SPORTELLO IMPRESA" COMUNE PER IL DISTRETTO: in questo intervento l'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza svolgerà un ruolo propulsivo e di supporto a favore degli Sportelli Unici comunali per le Attività Produttive (SUAP), con l'apertura di uno "Sportello Impresa" che eroghi servizi alle Imprese da parte dei competenti attori istituzionali. I servizi riguarderanno ad esempio il supporto alle imprese e ai commercianti locali per il disbrigo di pratiche commerciali, la messa a conoscenza di bandi e finanziamenti e il relativo supporto per la presentazione delle relative domande.

AZIONE 2 – APERTURA DI UN INFOPOINT TURISTICO: il Comune di Cesano Maderno avvierà l'iter procedimentale per richiedere a Regione Lombardia il riconoscimento di un Infopoint presso Palazzo Arese Borromeo, già presente come punto biglietteria per informazioni culturali locali, che si occuperà di servire l'utenza con informazioni e accoglienza turistica con riferimento anche all'intero territorio del DID.

AZIONE 3 – PROGRAMMA DI TRANSIZIONE DIGITALE – E-COMMERCE: consiste nel mettere persone e competenze a disposizione degli esercizi di vicinato e dell'artigianato di via per accelerare la transizione digitale, vincendo la sfida di vendere e promuoversi anche on line, grazie al supporto di Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza, per accompagnare gratuitamente e far crescere esercenti e botteghe nei percorsi della digitalizzazione, attraverso tutti gli strumenti oggi disponibili, dall'apertura di profili sui social network all'e-commerce.

AZIONE 4 – PROGRAMMA DI FORMAZIONE PER LE IMPRESE: i Comuni del DID, con il supporto dell'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza e di Afol – Agenzia per la formazione e orientamento al lavoro, organizzerà una serie di incontri formativi, che forniscano ai partecipanti strumenti teorico/pratici su alcuni temi individuati come prioritari per il Distretto, ma che offrano altresì spunti interessanti per i successivi anni di attuazione del

programma di sviluppo del DID. Si creeranno anche momenti di incontro tra la domanda e l'offerta lavorativa tra le imprese in cerca di personale e le persone in cerca di occupazione.
<i>Soggetti partner che realizzano l'intervento:</i> COMUNE DI CESANO MADERNO, COMUNE DI SEVESO, COMUNE DI BARLASSINA, UNIONE CONFCOMMERCIO-IMPRESE PER L'ITALIA MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA
<i>Costo complessivo dell'intervento:</i> Le azioni saranno finanziate con risorse proprie dei Comuni partner.
<i>L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:</i> L'intervento sarà finanziato con risorse proprie dei Comuni partner.

Intervento 3

<p><i>Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:</i></p> <p>ATTIVITÀ PER LA GOVERNANCE DEL DISTRETTO</p> <p>Come descritto al precedente punto 9, la Governance del Distretto è fondamentalmente basata sulla presenza di due organi interno di indirizzo e controllo dello stato di avanzamento dei lavori relativi al progetto (la Cabina di regia e la Consulta di distretto) e l'individuazione della figura del Manager del Distretto con funzioni di coordinazione e sviluppo delle attività progettuali e cura dei rapporti con i componenti del partenariato e le relazioni esterne.</p> <p>AZIONE 1 – INDIVIDUAZIONE DI UN MANAGER DEL DISTRETTO: la Cabina di regia individua un soggetto fisico a titolo di Manager di distretto, con impegno part-time. La figura deve essere dotata di un elevato profilo curriculare ed esperienza di partecipazione a progetti di gestione urbana e di promozione del territorio, deve essere in grado di provvedere a tutte le esigenze dell'incarico, deve avere ottime capacità relazionali, disponibilità ad interagire con le imprese, a collaborare con le Amministrazioni e a lavorare con soggetti terzi. Il Comune di Cesano Maderno – in qualità di Capofila del Distretto – sarà incaricato della predisposizione di un avviso di selezione pubblica, da pubblicare entro il termine del mese di ottobre 2022. La ricezione e la conseguente selezione delle candidature sarà effettuata entro la fine del mese di novembre 2022, per arrivare alla nomina del Manager del distretto da parte della Cabina di regia entro dicembre 2022. Il Manager del distretto lavorerà in sinergia con gli uffici commercio dei Comuni del DID per dare loro un supporto e affiancamento nella gestione del distretto, al fine di far raggiungere al personale comunale un livello di competenze tale da poter procedere in autonomia sul lungo periodo. Si valuterà in seguito l'implementazione delle risorse da destinare al Manager del distretto per renderla una figura più strutturata.</p> <p>AZIONE 2 – COMUNICAZIONE INTERNA DEL DISTRETTO: il Manager del Distretto individuerà gli strumenti di comunicazione interna, che permettano il coinvolgimento attivo degli operatori, per condividere le informazioni e le progettualità. L'idea è di utilizzare soluzioni di comunicazione digitale, creando una vera e propria community del Distretto, con l'intento di favorire la nascita di un luogo di scambio di opinioni/informazioni tra i Partner pubblici e privati, al fine di potenziare un dialogo costruttivo su tematiche di gestione del territorio.</p> <p>AZIONE 3 – MONITORAGGIO DEL SISTEMA COMMERCIALE: secondo alcuni spunti forniti al precedente punto 9, periodicamente il Manager del distretto valuterà le dinamiche evolutive dell'offerta commerciale dei Comuni attraverso un monitoraggio delle attività economiche commerciali presenti e degli spazi sfitti, nonché una valutazione dell'andamento del progetto. Gli esiti del monitoraggio verranno condivisi in Cabina di regia per eventualmente attivare per tempo delle azioni correttive.</p>
<i>Soggetti partner che realizzano l'intervento:</i> COMUNE DI CESANO MADERNO
<i>Costo complessivo dell'intervento:</i> € 25.000,00
<i>L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:</i> € 12.500,00 in spese correnti

Intervento 4

Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:

ATTIVITÀ DI ANIMAZIONE E PROMOZIONE DEL DISTRETTO E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

L'obiettivo per lo sviluppo e la promozione del Distretto è di riuscire ad attirare sul proprio territorio il turismo di prossimità, disposto a compiere spostamenti brevi, di una giornata o poco più, per visitare monumenti, partecipare a eventi o manifestazioni e, magari, approfittarne per gustare le specialità enogastronomiche tipiche della Brianza o godersi percorsi di shopping.

AZIONE 1 – ORGANIZZAZIONE DI EVENTI A CARATTERE COMMERCIALE, CULTURALE E TURISTICO: nella programmazione degli eventi verranno presi in considerazione gli aspetti legati alle ricadute sul comparto turistico commerciale e verranno di conseguenza proposti e valorizzati eventi che possano attrarre sul territorio un cospicuo numero di persone. Oltre ad eventi legati alle tradizioni cittadine, vi saranno iniziative di grande richiamo per le comunità limitrofe e non solo, al fine di valorizzare il patrimonio turistico e culturale e attivare un'offerta turistica complementare. Particolare attenzione sarà dedicata ai giovani e alle famiglie.

Tra le iniziative di maggior richiamo a livello provinciale e regionale si segnalano:

- INIZIATIVE ED EVENTI CULTURALI DURANTE IL PERIODO ESTIVO: da giugno a settembre i Comuni del DID organizzeranno una ricca programmazione di eventi e iniziative volte a far vivere la città anche nei mesi più caldi e offrire a coloro alla cittadinanza momenti musicali, culturali e di intrattenimento, con particolare riferimento ai minori e alle loro famiglie, nonché esercitare una ricaduta positiva per le attività commerciali e produttive presenti sul territorio. Tra gli eventi più apprezzati vi sono le "Notti bianche" che animano il centro storico cittadino di Cesano Maderno e Seveso (a luglio e settembre), gli eventi per il Ferragosto proposti in tutti i Comuni del Distretto, la "Cursa di Asnitt" (corsa degli asini) organizzata dal Comune di Barlassina in collaborazione della Pro Loco (a settembre).
- SETTIMANA VENATORIO ORNITOLOGICA – MOSTRA NAZIONALE CANINA – SAGRA VALTELLINESE (Seveso), organizzazione nel centro città di attività ludico ricreative rivolte alla popolazione con il coinvolgimento di tutte le attività commerciali presenti attraverso la realizzazione della cosiddetta "notte bianca". Tra le iniziative svolte si segnala l'esposizione nazionale canina che si svolge all'interno del parco naturale "Bosco delle Querce" che richiama espositori e visitatori da tutta Italia.
- INIZIATIVA PROVINCIALE "VILLE APERTE IN BRIANZA" (Cesano Maderno, Seveso e Barlassina), adesione all'iniziativa della Provincia di Monza e Brianza, che si svolge tradizionalmente tra settembre e ottobre (nel 2022 giungerà alla ventesima edizione) e che si pone l'obiettivo di far conoscere i beni culturali più preziosi, in alcuni casi poco conosciuti, della Brianza e dei territori attigui. I Comuni del DID parteciperanno con l'apertura straordinaria al pubblico dei seguenti complessi storico-architettonici: Comune di Cesano Maderno con Palazzo Arese Borromeo e l'apertura straordinaria delle sale non ancora restaurate (Sala delle Colonne, Sala delle Marine e Sala del Castello), Antica Chiesa di Santo Stefano e Palazzo Arese Jacini; Comune di Seveso con il Santuario di San Pietro da Verona; Comune di Barlassina con il Palazzo Rezzonico e la Chiesa di San Giulio.
- MERCATO EUROPEO (Cesano Maderno), manifestazione a carattere mercatale ricorrente nel mese di ottobre (che nel 2022 giungerà alla diciannovesima edizione) che si svolge a Cesano Maderno nel quadrilatero formato da piazza Arese, via Cozzi, via Cerati, via Milano e piazza della Pace. Si tratta di una rassegna internazionale dedicata ai prodotti alimentari, che vede la partecipazione di delegazioni provenienti da diversi Paesi europei ed extraeuropei oltre a produttori provenienti dalle diverse regioni italiane.
- NEL DISTRETTO SI ACCENDE IL NATALE: in occasione delle festività natalizie, i Comuni del DID organizzeranno un cartellone di iniziative ed eventi di intrattenimento, finalizzato a creare attrattiva per i cittadini e le popolazioni dei Comuni limitrofi, con ripercussioni positive anche per le attività commerciali e produttive presenti sul territorio.
Nel Comune di Cesano Maderno, Palazzo Arese Borromeo e l'antistante Piazza Esedra faranno da scenografia al Villaggio di Natale: spettacoli di luci sulla facciata del Palazzo, colori, profumi, atmosfere natalizie, mercatini con le casette di legno, luccicanti luminarie a illuminare le vie del centro storico, eventi e mostre accompagneranno i cittadini e i visitatori durante tutto

il periodo natalizio, oltre che la tradizionale pista di ghiaccio divenuta ormai simbolo dell'arrivo del Natale in città.

Anche il Comune di Seveso organizzerà presso la piazza Confalonieri il Villaggio di Natale con l'allestimento di mercatini all'interno delle casette di legno e di una pista di pattinaggio, arricchiti dall'organizzazione di attività ludico ricreative per i più piccoli e non solo, il tutto con la collaborazione della ProLoco.

Il Comune di Barlassina, invece, oltre ai mercatini e alle varie le varie iniziative culturali organizzate in collaborazione con la Pro Loco, proporrà concorsi a premi legati al tema del Natale, con la consegna di buoni da spendersi presso le attività commerciali del territorio distrettuale.

- FIERA DI CALENDIMAGGIO (Seveso), si svolge nel mese di maggio lungo il principale asse viabilistica del sistema commerciale centrale di Seveso. Si tratta di una manifestazione che vede la partecipazione di numerosi commercianti provenienti da diverse località italiane.

AZIONE 2 – PIANO DI COMUNICAZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO: il Distretto rappresenta un'opportunità per affermare il valore della propria offerta commerciale e per rafforzare il legame tra il sistema del commercio, dei servizi e del turismo con i cittadini e i visitatori (compresi quelli potenziali che possono facilmente raggiungere i territori del Distretto in funzione dei collegamenti garantiti dal trasporto ferroviario). Il Distretto deve quindi porsi l'obiettivo di diventare un soggetto riconosciuto e riconoscibile, attraverso un percorso di creazione e definizione della propria identità e con un piano di comunicazione che, attraverso l'uso di diversi strumenti e con campagne di comunicazione mirate, raggiunga diversi target, diventando così un elemento che va ad arricchire l'offerta territoriale e turistica.

Il DID si doterà di un portale web dedicato, che sarà a servizio sia delle imprese – per trovare informazioni utili alla gestione della propria attività e per promuoversi online – sia dei visitatori, che potranno scoprire le opportunità offerte dall'area distrettuale. Particolare attenzione verrà destinata ai canali digitali e alle piattaforme social, con campagne di comunicazione mirate, finalizzate al raggiungimento di diversi target, che saranno costantemente aggiornati delle informazioni e promozioni del Distretto del commercio, mentre la produzione di materiali cartacei più tradizionali verrà limitata ad occasioni specifiche o a programmi di eventi a lunga durata (es. programmazione natalizia ed estiva).



Parallelamente, il Distretto deve essere riconosciuto anche dalla cittadinanza, in modo da rinsaldare il rapporto tra il commercio di vicinato e la vita di quartiere. Al fine di rendere immediatamente riconoscibile il distretto da parte della comunità, dei fruitori e degli operatori, il DID si è dotato di un Logo identificativo da inserire in tutte le comunicazioni promozionali delle iniziative attuate e da riprodurre sulla cartellonistica comunale ed eventualmente sull'arredo urbano, utile a creare un'immagine identitaria comune e coordinata dell'area commerciale di intervento.

Il piano di comunicazione si svilupperà principalmente sulle seguenti fasi:

- raccolta di materiale fotografico e dati e informazioni utili alla creazione dei contenuti;
- attività di copywriting;
- acquisto del dominio e creazione del sito web dedicato;
- creazione dei profili social (Facebook e Instagram);
- aggiornamento dei contenuti relativi alle attività commerciali e agli eventi culturali.

Inoltre, il Distretto sta valutando la possibilità di sviluppare uno *Story telling* del territorio, che coinvolga anche gli imprenditori del commercio e le attrazioni turistiche. Potranno essere utilizzati i canali di comunicazione del DID, ma anche organizzate mostre, incontri ed eventi presso locali sfitti, in collaborazione con altri soggetti del territorio, come ad esempio l'Istituto per la Storia dell'Arte Lombarda ISAL, che ha sede a Cesano Maderno.

AZIONE 3 – CALENDARIO CONDIVISO DELLE MANIFESTAZIONI E DEGLI EVENTI: gli eventi, se ben ideati, costituiscono l'occasione per estendere il bacino d'utenza del DID richiamando visitatori aggiuntivi provenienti da oltre i limiti del territorio stesso. Connesso alla promozione e alla comunicazione, il DID, pertanto, definirà un calendario unificato delle manifestazioni e degli eventi che si svolgono nei comuni coinvolti, evitando sovrapposizioni e fenomeni di concorrenzialità tra comuni e favorendo una diversificazione dell'offerta culturale e ricreativa per poter migliorare

<p>l'attrattività del DID e una migliore comunicazione che sia chiara e tempestiva per garantire agli eventi una buona promozione.</p> <p>AZIONE 4 – POSIZIONAMENTO DI TOTEM INFORMATIVI (Cesano Maderno, Seveso e Barlassina): il DID svilupperà un progetto di accoglienza commerciale e turistica con l'installazione diffusa di totem, a presidiare i principali luoghi di afflusso e di interesse cittadini (come, ad esempio, piazze o stazioni ferroviarie). Veri e propri punti informativi che nascono dall'esigenza di fornire ai cittadini e ai visitatori informazioni sul DID e la sua storia e indicazioni circa gli esercizi commerciali presenti in zona e gli orari di apertura. Sul totem verrà, inoltre, inserito un QR code che collegherà l'utente al calendario degli eventi in programma sul territorio del Distretto.</p> <p>AZIONE 5 – PROGETTO DI RICONOSCIMENTO DELLE ATTIVITÀ STORICHE: Regione Lombardia riconosce i negozi, locali e botteghe storiche caratterizzate dalla continuità nel tempo. In tale ambito, i Comuni del DID si propongono di valorizzare e supportare le vocazioni storiche presenti nei sistemi commerciali locali che devono trovare il giusto riconoscimento quali eccellenze del territorio derivanti da storie e tradizioni tramandatesi nel tempo. La valorizzazione consisterà, inoltre, nella definizione e implementazione di azioni di visibilità, supporto ai locali storici e altri aspetti che concorrono a mantenere la memoria di negozi, caffè, ristoranti, laboratori e altri luoghi che hanno segnato la storia del commercio locale.</p>
<p><i>Soggetti partner che realizzano l'intervento:</i></p> <p>COMUNE DI CESANO MADERNO, COMUNE DI SEVESO, COMUNE DI BARLASSINA, UNIONE CONFCOMMERCIO-IMPRESE PER L'ITALIA MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA</p>
<p><i>Costo complessivo dell'intervento:</i></p> <p>€ 5.000,00 per la realizzazione dei totem informativi. Le altre azioni saranno finanziate con risorse proprie dei Comuni partner.</p>
<p><i>L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:</i></p> <p>€ 2.500,00 in spese correnti</p>

Intervento 5

<p><i>Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:</i></p> <p>MISURE DI AGEVOLAZIONE DELLE IMPRESE NEL DISTRETTO</p> <p>La presenza di addensamenti importanti di spazi sfitti nei sistemi commerciali centrali del DID determina la necessità di definire strategie mirate.</p> <p>AZIONE 1 – PUBBLICAZIONE DI UN BANDO A SOSTEGNO DELLE IMPRESE: il Distretto emanerà entro il primo semestre del 2023 un bando per favorire l'avvio di nuove attività del commercio nei locali sfitti dei centri storici, supportare gli imprenditori nel sostenere le spese di ristrutturazione e ammodernamento dei locali. Verrà riconosciuta una premialità aggiuntiva per le nuove iniziative imprenditoriali giovanili (18-34 anni) e femminile, nella stessa direzione delle iniziative promosse dal Mi.S.E. e dal Ministero per le pari opportunità, nonché per l'apertura di nuove realtà commerciali all'interno di locali sfitti nei sistemi commerciali centrali di rilevanza storica.</p> <p>AZIONE 2 – PROGETTO DI USO TEMPORANEO DEGLI SPAZI SFITTI: la presenza di addensamenti importanti di spazi sfitti in alcuni sistemi commerciali del DID determina la necessità di definire strategie mirate. In accordo con i proprietari immobiliari il DID promuoverà bandi o procedimenti agevolati per favorire l'apertura di <i>temporary shop</i> o l'utilizzo temporaneo degli spazi sfitti da parte di piccoli imprenditori locali (artigiani, commercianti, etc.) che vogliono utilizzare gli spazi del centro per esposizioni temporanee o svolgere laboratori aperti alla cittadinanza. Gli spazi potrebbero essere messi a disposizione delle amministrazioni comunali per iniziative culturali o per erogare servizi alla comunità.</p> <p>AZIONE 3 – PROGETTO LAYOUT DEGLI SPAZI SFITTI ANCHE IN RIFERIMENTO AD INDICAZIONI STORICO-ARTISTICHE E CULTURALI: al fine di rendere più attrattivi gli spazi sfitti del DID, migliorandone la funzione sociale ed economica di sviluppo del commercio e della cultura, si prevede di identificare forme di trattazione estetica delle vetrine attraverso l'identificazione condivisa di vetrofanie uniformi per tutto il distretto che riportino immagini evocative, storiche, culturali,</p>
--

<p>informazioni per l'affitto/vendita o la gestione temporanea dello spazio anche in riferimento alle opportunità che il territorio è in grado di offrire.</p> <p>Si riduce così l'elemento negativo dato da uno spazio sfitto e lo si converte in un elemento positivo, una fonte di opportunità, anche per integrare le offerte commerciali già insediate come in una sorta di galleria espositiva all'aperto.</p> <p>AZIONE 4 – PARCHEGGI PUBBLICI GRATUITI E AGEVOLAZIONI DELLA SOSTA: nel periodo delle festività natalizie, i Comuni di Cesano Maderno e di Seveso introdurranno la gratuità negli stalli di parcheggio blu che si trovano nelle vie dei centri storici dalle ore 15.00 del venerdì alla domenica, con l'intento di agevolare l'accesso alle aree commerciali centrali da parte della clientela, di supportare il commercio locale e di far vivere alla comunità il "centro commerciale naturale" illuminato dalle decorazioni e luminarie in pieno clima natalizio. Tale misura di agevolazione potrà essere estesa anche in altri periodi dell'anno.</p> <p>Il Comune di Barlassina prevede, invece, di mantenere la gratuità dei parcheggi pubblici allo scopo di agevolare la sosta e di conseguenza anche l'accesso alle attività commerciali da parte della clientela.</p> <p>AZIONE 5 – AGEVOLAZIONI SUL SISTEMA DELLE REGOLE PER IL COMMERCIO: l'azione nasce con l'obiettivo di valutare alcune iniziative volte a ridurre la fiscalità, laddove possibile, tramite ad esempio l'azzeramento del canone per l'occupazione del suolo pubblico in favore delle attività commerciali presenti sul territorio in particolari periodi dell'anno (sotto le festività natalizie o nel periodo estivo). Anche la semplificazione amministrativa sarà considerata una leva per sostenere l'autoimprenditorialità, rafforzare delle imprese esistenti e incoraggiare lo sviluppo di imprese con un forte impatto sociale, innovativo, culturale o ambientale, anche mediante appositi interventi regolamentari. Ad esempio, si potranno introdurre meccanismi di premialità (es. per nuove aperture o per la gestione condivisa del decoro urbano).</p> <p>AZIONE 6 – ATTIVITA' DI REVISIONE E AGGIORNAMENTO DEGLI STRUMENTI REGOLATIVI DELLE ATTIVITA' ECONOMICHE E COMMERCIALI COME STRUMENTI ATTUATIVI DELLE POLITICHE ATTIVE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO: in continuità con le politiche urbanistiche delle nuove varianti al PGT e delle politiche attive del distretto del commercio il Comune di Cesano Maderno e il Comune di Barlassina vogliono valutare criticamente l'efficacia dei regolamenti comunali vigenti in un'ottica di sviluppo, sostegno e rilancio delle attività economiche e commerciali (ad esempio attraverso una revisione del "Regolamento di Polizia Urbana" o la redazione dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'insediamento delle medie strutture di vendita al dettaglio" per la previsione di ulteriori contributi economici oltre a quelli edilizi e urbanistici finalizzati alle politiche del distretto del commercio).</p>
<p><i>Soggetti partner che realizzano l'intervento:</i></p> <p>COMUNE DI CESANO MADERNO, COMUNE DI SEVESO, COMUNE DI BARLASSINA, UNIONE CONFCOMMERCIO-IMPRESE PER L'ITALIA MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA</p>
<p><i>Costo complessivo dell'intervento:</i></p> <p>€ 150.000,00 per il bando a sostegno delle imprese.</p> <p>Le altre azioni saranno finanziate con risorse proprie dei partner o rappresenteranno minori introiti per le Amministrazioni.</p>
<p><i>L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:</i></p> <p>€ 75.000,00 in conto capitale</p>

11. PRESENZA DI SERVIZI COMUNI DEL DISTRETTO OFFERTI AD IMPRESE, UTENTI E VISITATORI (EVENTUALE)

Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire i servizi comuni che verranno offerti ad imprese, utenti e visitatori, indicando eventuali elementi di innovatività.

Come riportato all'interno dell'intervento n. 2 del paragrafo 10 del presente documento, tra le azioni comuni, il DID offrirà alle imprese presenti nell'area di intervento individuata una serie di servizi descritti di seguito.

Il servizio dello “**Sportello Impresa**” fornirà informazioni alle imprese su aspetti legati alla normativa commerciale vigente e sulla divulgazione dei bandi di contributo rivolti alle imprese. Il servizio di sportello sarà gestito dall'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza su appuntamento secondo diverse modalità: presso il suo ufficio ubicato nel centro del Comune di Seveso, in Corso Marconi; telefonicamente o tramite il sito web della Confcommercio; oppure, in caso di impossibilità dell'utente di recarsi allo sportello, un consulente, previo accordi, fornirà assistenza recandosi direttamente presso il negozio del commerciante: una novità per il territorio perché, andando incontro alle esigenze degli imprenditori che non sempre possono lasciare il negozio durante gli orari di apertura degli uffici, si faciliterà così lo scambio di informazioni e si creerà un rapporto di fiducia tra imprese ed ente.

L'obiettivo del DID è anche quello di favorire e incentivare l'evoluzione del commercio tradizionale con strumenti finalizzati a introdurre elementi di innovazione multicanale. A seguito di attività di scouting ed emersione dei bisogni delle imprese, verranno individuate e scelte le tecnologie digitali più adatte ad essere applicate al contesto commerciale territoriale, con il coinvolgimento dell'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza e altri attori con competenze specifiche: e-commerce, pagamenti elettronici, presenza sui social media, ma anche attenzione alle nuove soluzioni tecnologiche e digitali che possano aiutare nel miglioramento della gestione dell'attività commerciale, nella relazione con i clienti, nella definizione di un proprio posizionamento di mercato.

In aggiunta si prevedono azioni volte a sostenere la digitalizzazione delle imprese interessate tramite la condivisione di saperi e tecnologie utili a innovare i processi e i servizi del tessuto commerciale distrettuale, tramite percorsi di affiancamento, per consentire ai singoli operatori commerciali del territorio di essere supportati da professionisti qualificati che mettano le loro competenze digitali a disposizione, e percorsi formativi come l'organizzazione del **Forum per le imprese e il commercio**, che si ripete annualmente ed è rivolto agli imprenditori e ai commercianti, con il supporto dell'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza. Centrali saranno i temi della valorizzazione delle risorse umane, che rappresenta uno degli elementi-chiave nella determinazione della qualità dell'offerta commerciale, e il digitale, con l'obiettivo di migliorare la digitalizzazione del punto vendita, ma anche di aumentare la consapevolezza che solo attraverso un sistema condiviso di promozione e di utilizzo coordinato dei social, aumenta il livello di comunicazione e di promozione dell'intero Distretto.

Verrà dato particolare risalto anche al lato della domanda lavorativa, tramite percorsi di formazione promossi da Afol – Agenzia Formazione e Orientamento Lavoro di Monza e Brianza, che termineranno con la programmazione di appuntamenti organizzati per far incontrare le domande e le offerte di lavoro.

Gli attori commerciali presenti sul territorio potranno, comunque, contare sulla piena disponibilità e collaborazione del Manager del distretto per ricevere informazioni circa le opportunità di crescita – anche in termini economici – e di formazione per la propria impresa ed essere indirizzato verso gli opportuni enti competenti per consulenze.

Per gli utenti e i visitatori, il DID ha pensato a una soluzione di front-office per fornire le informazioni utili per vivere i centri storici cittadini e fruire di tutti i servizi commerciali, turistici e di intrattenimento che il territorio del distretto è in grado di offrire. Si è scelto di valorizzare un rapporto frontale con l'utenza con l'intento di rendere il fruitore delle offerte protagonista e accoglierlo sul territorio nel migliore dei modi per soddisfare le sue esigenze e trasmettergli una eccellente impressione sull'operato del Distretto.

Il Comune di Cesano Maderno avvierà l'iter procedimentale per richiedere a Regione Lombardia il riconoscimento di un **Infopoint turistico** presso Palazzo Arese Borromeo, che si occuperà di servire l'utenza con informazioni e accoglienza turistica con riferimento all'intero territorio del DID, anche dispensando i materiali cartacei di promozione, fornendo indicazioni circa gli esercizi commerciali presenti in zona e gli orari di apertura, informando sulle attività culturali e i luoghi di interesse turistico da visitare. L'apertura sarà garantita tutto l'anno durante i fine settimana e verrà incrementata in periodi di maggior affluenza di visitatori come le festività natalizie, i saldi estivi, periodi in concomitanza con manifestazioni di interesse provinciale e regionale (es. Ville Aperte in Brianza), ecc..

Per uno sviluppo delle aree commerciali centrali del DID, l'Info-point farà da punto di incontro tra il commercio e il turismo, creando percorsi culturali in sinergia con la rete commerciale presente nei tre Comuni partner, attraverso ad esempio il rilascio ai visitatori di Palazzo Arese Borromeo o ai partecipanti di particolari eventi culturali di voucher per ottenere sconti presso punti vendita locali.

Naturalmente, i canali ufficiali del Distretto (uffici comunali competenti, portale web, profili social) faranno da contenitore di informazioni sia per le imprese che per i visitatori, in cui trovare indicazioni utili per sviluppare l'imprenditorialità sul territorio e per godere al meglio delle esperienze proposte.

12. PRESENZA DI SOLUZIONI PER IL RIUTILIZZO DEGLI SPAZI COMMERCIALI SFITTI E PER IL PRESIDIO DEL TERRITORIO, IN PARTICOLARE NELLE AREE A RISCHIO DESERTIFICAZIONE (EVENTUALE)

Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire le soluzioni che verranno adottate ai fini del riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, indicando eventuali elementi di innovatività e se saranno realizzate in aree a rischio desertificazione.

Il problema della desertificazione commerciale è molto presente all'interno dei sistemi commerciali centrali dei Comuni del DID. Da un'indagine sugli sfitti emerge che la maggiore criticità legata ai sistemi commerciali centrali sia proprio la presenza sui maggiori assi commerciali centrali di complessi edilizi completamente sfitti o piani terra di edifici adibiti ad usi terziari totalmente inutilizzati (in Corso Libertà, Via Volta e Corso Roma per il Comune di Cesano Maderno; in Corso Marconi, piazza Confalonieri e Via Monti nel Comune di Seveso; Corso Milano nel Comune di Barlassina), oppure la presenza di attività di media dimensione dismessi (come per l'ex Sigma in Via San Fermo a Seveso e l'ex Iperal in Via Giuseppe Garibaldi in prossimità del complesso scolastico comunale a Barlassina), oppure la scarsa numerosità di attività commerciali nel nucleo storico del Comune di Barlassina in particolare delle vie perpendicolari a

Corso Milano (via Roma, ma in particolare via San Giulio) che risentono della maggior attrattività dell'asse nord-sud.

I locali sfitti in luoghi che presentano vuoti urbani da rigenerare, come i nuclei di antica formazione, senza alcun intervento arriverebbero a incidere negativamente sull'estetica dei centri, che vengono percepiti come in stato di degrado e non rappresentano un bel biglietto da visita per utenti/turisti, negozi che vorrebbero insediarsi e persone che vorrebbero abitare sul territorio, e a diminuire l'operatività delle imprese che ancora operano in tali aree e che vedono ridurre i flussi di utenza sull'area.

La strategia prevede l'attivazione di una serie di iniziative volte a rivitalizzare e rigenerare queste aree urbane caratterizzate dall'indebolimento dell'offerta commerciale attraverso il riuso di spazi sfitti e dismessi di piccola dimensione, incentivando e rilanciando le attività commerciali, del turismo e dell'artigianato di servizi ripensando gli spazi pubblici in chiave integrata, anche al fine di consentire il miglioramento della qualità della vita delle comunità che vi gravitano e una maggiore attrattività nei confronti dell'esterno.

La strategia sarà articolata su diversi livelli che prevedono più azioni di intervento:
Livello 1:

- dotarsi di una mappatura il più possibile esaustiva degli spazi disponibili e creare un semplice data base con gli elementi necessari alla valutazione;
- attivare un tavolo aperto alla proprietà immobiliare per valutare i problemi della categoria.

Livello 2, incentrato su un lavoro con la proprietà immobiliare:

- riduzione delle imposte ai proprietari che decidono di affittare i loro immobili per tre anni.

Livello 3, con interventi sulle imprese:

- avviare un confronto tra i proprietari degli spazi sfitti e i possibili occupanti, attivando un progetto che favorisca l'incontro tra domanda e offerta, andando anche a sfruttare il portale web che si andrà a realizzare per la valorizzazione del DID;
- destinare una quota significativa del bando a favore delle imprese, per imprenditori che riaprono unità immobiliari sfitte;
- riduzione degli oneri comunali per tre anni a favore delle imprese che riaprono i negozi rimasti sfitti;
- attivare uno sportello di semplificazione amministrativa e di redazione del piano di impresa.

Livello 4, con interventi sulla multifunzione delle vetrine sfitte:

- affitto temporaneo ad imprese che non sono presenti con un loro punto vendita, per esporre le loro realtà, produzioni, iniziative, offerte e servizi particolari, video, ecc.;
- possibilità di esposizione anche per i negozi di periferia, soprattutto in occasioni particolari, quali i saldi, le festività natalizie, ecc.;
- attivare spazi dedicati allo *Storytelling*: laddove la presenza dei locali vuoti è alternata ad altri locali e aree ad alta frequentazione, si prevede di attivare una narrazione di città che utilizzi le vetrine vuote come luogo di affissione di cartelloni con immagini e testi: fotografie di una volta, aneddoti e curiosità, aspetti della tradizione o interventi di arte urbana, o che introducano

elementi di gamification in grado di suscitare curiosità nell'utenza e favorire un maggior flusso di utenza, a vantaggio dei negozi esistenti. Questa soluzione rappresenta un nuovo modo innovativo di raccontare il territorio, le sue tradizioni e può essere anche un'occasione per coinvolgere la cittadinanza in un processo di riscoperta della propria identità storica;

- attivare spazi dedicati ai *Temporary shop*: soprattutto laddove vi sia carenza di negozi e ampia presenza di locali sfitti, si potrà avviare un progetto di negozio temporaneo, che possa insediarsi per un periodo di tempo limitato, così da variare periodicamente l'offerta merceologica e suscitare sempre curiosità da parte dell'utenza verso una data area territoriale. Consentirebbe anche alle imprese di capire se il luogo individuato per la loro attività sia idoneo, prima di stabilirvisi definitivamente.

L'attrattività delle aree commerciali a rischio desertificazione passa anche dalla riqualificazione delle vie cittadine e, per questo motivo, i Comuni attiveranno programmi futuri di recupero dei centri urbani. Ad esempio, il Comune di Cesano Maderno ha in programma un progetto di valorizzazione di Corso Libertà, piazza Monsignor Arrigoni e Corso Roma (questo ultimo già oggetto di finanziamento da parte dei BrianzAcque), valutando altresì, una volta riqualificate e dotate di idonee aree di sosta, l'implementazione di Zone a Traffico Limitato (ZTL).

Si valuterà anche la possibilità di attivare una norma dedicata al decoro delle pubbliche vie, prevedendo un anno senza sanzioni per adempiere alle norme e successivamente una imposta annuale da pagare, che andrà a finanziare il fondo eventi del DID.

13. ELEMENTI ESSENZIALI DEI BANDI PER LE IMPRESE

Descrivere i seguenti elementi essenziali dei bandi da emanare, che devono essere coerenti con le "Indicazioni per la redazione dei bandi per le imprese":

- categorie di imprese ammesse e requisiti di ammissibilità specifici;
- interventi e spese ammissibili, anche in termini generali;
- importo massimo dell'aiuto e percentuale rispetto alle spese;
- tipologia della procedura di selezione;
- tempistiche.

CATEGORIE DI IMPRESE AMMESSE E REQUISITI DI AMMISSIBILITÀ SPECIFICI:

Il bando si rivolge alle Micro, Piccole e Medie imprese che hanno una unità locale attiva sul territorio facente parte del Distretto del Commercio delle Groane e del fiume Seveso.

Sono **escluse** le imprese con i seguenti codici ATECO PRIMARIO:

- 47.78.94 Commercio al dettaglio di articoli per adulti (sexy shop);
- 92.00.02 Gestione di apparecchi che consentono vincite in denaro funzionanti a moneta o a gettone;
- 92.00.09 Altre attività connesse con le lotterie e le scommesse;
- 96.04.1 Servizi di centri per il benessere fisico (esclusi gli stabilimenti termali).

Sono ammissibile le imprese che soddisfino i seguenti requisiti:

- essere MPMI ai sensi dell'allegato 1 del Reg. UE n. 651/2014;
- essere iscritte al Registro delle Imprese e risultare attive;

- disporre di una unità locale, oppure impegnarsi ad aprire, entro il termine di conclusione del bando, una unità locale, che sia collocata all'interno dell'ambito territoriale del Distretto del Commercio e che:
 - abbia vetrina su strada o sia situata al piano terreno degli edifici o all'interno delle corti;
 - disponga di locali direttamente accessibili al pubblico, presso cui si esercita una attività di:
 - ▶ vendita al dettaglio di beni e/o servizi;
 - ▶ somministrazione di cibi e bevande;
 - ▶ prestazione di servizi alla persona;
- non rientrare nel campo di esclusione di cui all'art. 1 del Reg. UE n. 1407/2013 "De minimis";
- non avere alcuno dei soggetti di cui all'art. 85 del D.Lgs. 6 settembre 2011 n. 159 (c.d. Codice delle leggi antimafia) per il quale sussistano cause di divieto, di decadenza, di sospensione di cui all'art. 67 del citato D.Lgs.

Sono ammissibili anche gli aspiranti imprenditori che soddisfino i seguenti requisiti:

- non avere cause di divieto, di decadenza, di sospensione di cui all'art. 67 del D.Lgs. 6 settembre 2011 n. 159 (c.d. Codice delle leggi antimafia);
- avviare, secondo i tempi previsti dai singoli bandi e comunque prima dell'erogazione dell'agevolazione da parte del Comune, una attività economica che soddisfi i requisiti sopra previsti. I requisiti di ammissibilità devono essere posseduti alla data di presentazione della domanda, con l'eccezione dell'unità locale all'interno del territorio del Distretto, che deve essere posseduta alla data di richiesta di erogazione. In fase di erogazione finale del contributo, le imprese beneficiarie dovranno essere in regola con gli obblighi contributivi, come attestato dal Documento Unico di Regolarità Contributiva (DURC). In caso di accertata irregolarità in fase di erogazione, dovrà essere trattenuto l'importo corrispondente all'inadempienza e versato agli enti previdenziali e assicurativi, ai sensi della L. 98/2013, art. 31 commi 3 e 8-bis;
- non essere in stato di liquidazione.

INTERVENTI E SPESE AMMISSIBILI

Sono ammesse alle agevolazioni le seguenti tipologie di spesa per le quali, laddove richiesto dalle norme di legge o dagli atti amministrativi comunali, sia stato richiesto o rilasciato il nulla osta/autorizzazione alla loro realizzazione:

- avvio di nuove attività del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato all'interno di spazi sfitti o in disuso, anche sfruttando le possibilità di utilizzo temporaneo consentito dalla L.R. 18/2019 (Legge regionale sulla rigenerazione urbana), oppure subentro di un nuovo titolare presso un'attività esistente, incluso il passaggio generazionale tra imprenditori della stessa famiglia;
- rilancio di attività già esistenti del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato;
- organizzazione di servizi di logistica, trasporto e consegna a domicilio e di vendita online, come parte accessoria di un'altra attività o come attività autonoma di

servizio alle imprese, con preferenza per l'utilizzo di sistemi e mezzi a basso impatto ambientale;

- accesso, collegamento e integrazione dell'impresa con infrastrutture e servizi comuni offerti dal Distretto o compartecipazione alla realizzazione di tali infrastrutture e servizi comuni.

Gli interventi devono interessare un'unità locale localizzata all'interno del Distretto del Commercio delle Groane e del fiume Seveso, in possesso dei requisiti sopra riportati.

Nel rispetto degli interventi sopra evidenziati, sono ammissibili al bando le seguenti tipologie di spesa:

A. Spese in conto capitale:

a. Opere edili private (ristrutturazione, ammodernamento dei locali, lavori su facciate ed esterni ecc.);

b. Installazione o ammodernamento d'impianti;

c. Arredi e strutture temporanee;

d. Macchinari, attrezzature e apparecchi, comprese le spese di installazione strettamente collegate;

e. Veicoli da destinare alla consegna a domicilio o all'erogazione di servizi comuni;

f. Realizzazione, acquisto o acquisizione tramite licenza pluriennale di software, piattaforme informatiche, applicazioni per smartphone, siti web ecc.;

B. Spese di parte corrente:

a. Spese per studi e analisi (indagini di mercato, consulenze strategiche, analisi statistiche, attività di monitoraggio ecc.);

b. Canoni annuali per l'utilizzo di software, piattaforme informatiche, applicazioni per smartphone, siti web ecc.;

c. Spese per l'acquisizione di servizi di vendita online e consegna a domicilio;

d. Servizi per la pulizia e la sanificazione dei locali e delle merci;

e. Spese per eventi e animazione;

f. Spese di promozione, comunicazione e informazione a imprese e consumatori (materiali cartacei, pubblicazioni e annunci sui mezzi d'informazione, comunicazione sui social networks ecc.);

g. Formazione in tema di sicurezza e protezione di lavoratori e consumatori, comunicazione e marketing, tecnologie digitali;

h. Affitto dei locali per l'esercizio dell'attività d'impresa.

Sono ammissibili le spese effettivamente sostenute dall'impresa beneficiaria, ritenute pertinenti e direttamente imputabili al progetto e i cui giustificativi di spesa decorrano a partire dalla data di 1° gennaio 2023 e fino al 31 dicembre 2023.

Per aderire al bando sarà necessario presentare una spesa totale (somma di spese in conto capitale e spese correnti) minima (al netto di IVA) che sarà individuata all'interno del bando.

In ogni caso le spese dovranno:

- aver dato luogo a un'effettiva uscita di cassa da parte del soggetto partner, comprovata da titoli attestanti l'avvenuto pagamento che permettano di ricondurre inequivocabilmente la spesa all'operazione oggetto di agevolazione;

- essere pagate tramite titoli idonei a garantire la tracciabilità dei pagamenti (a titolo esemplificativo, tramite bonifico bancario o postale, Sepa/Ri.Ba/SDD, oppure tramite assegno (non trasferibile e/o circolare), bancomat, carta credito aziendale, accompagnati dall'evidenza della quietanza su conto corrente che evidenzia il trasferimento del denaro tra il soggetto beneficiario e i fornitori;
- essere effettivamente sostenute e quietanzate dall'impresa beneficiaria nel periodo di ammissibilità della spesa.

IMPORTO MASSIMO DELL'AIUTO E PERCENTUALE RISPETTO ALLE SPESE

L'aiuto è concesso come agevolazione a fondo perduto, a fronte di un budget di spesa liberamente composto da spese in conto capitale e spese di parte corrente. L'aiuto non può essere superiore al 50% della spesa ammissibile totale (in conto capitale e di parte corrente) ed in ogni caso non superiore all'importo delle spese in conto capitale.

In caso di spese in conto capitale pari a 0,00 (zero,00) non sarà pertanto erogato alcun contributo.

L'importo massimo dell'aiuto concedibile ad una singola impresa è pari € 7.500,00.

TIPOLOGIA DELLA PROCEDURA DI SELEZIONE E ADEMPIMENTI OBBLIGATORI

Il contributo è concesso sulla base di una **procedura valutativa a graduatoria**.

La Cabina di regia istituirà un'apposita Commissione di valutazione che sarà composta da un membro per ciascun partner.

Nella fase di apertura del bando, l'Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza garantirà attività di supporto alle imprese per la verifica dei requisiti e la presentazione della documentazione utile alla partecipazione al bando.

Nel corso della fase istruttoria, la Commissione procederà alla verifica della regolarità formale della domanda e della sussistenza dei requisiti oggettivi di ammissione e delle relative dichiarazioni, anche attraverso l'utilizzo di documentazione agli atti o interrogazione di Enti Competenti. Ove necessario, in forma scritta, l'Ufficio competente richiederà chiarimenti e/o integrazioni tempestive.

A ciascun progetto verrà attribuito un punteggio di merito. La valutazione per la definizione del punteggio sarà determinata secondo una griglia di criteri stabilita all'interno del bando, che riguarderanno sia le tipologie di interventi sia la valutazione dell'impresa. A tale proposito verrà riconosciuta una **premieria aggiuntiva alle imprese gestite da giovani (tra i 18 e i 34 anni) e da donne** e alle iniziative che prevedono la **riattivazione di spazi commerciali sfitti**.

Le domande saranno finanziate in ordine decrescente di punteggio, fino ad esaurimento della dotazione finanziaria, e per essere ammesse e finanziabili a contributo dovranno raggiungere comunque un punteggio minimo stabilito nel bando.

Nel bando saranno previsti i seguenti adempimenti obbligatori per la sua attuazione:

- i termini di conclusione del procedimento di selezione delle domande, nel rispetto dell'art. 2 della L. 241/1990;

- effettuazione delle verifiche istruttorie relative al rispetto della normativa sugli Aiuti di Stato in fase di concessione, richiedendo tramite il Registro Nazionale Aiuti la Visura De Minimis;

- registrare la misura nel Registro Nazionale Aiuti, con rilascio del codice CAR;

- registrare i singoli aiuti individuali concessi nel Registro Nazionale Aiuti, con rilascio dei codici COR, e riportare tali codici all'interno degli atti di concessione degli aiuti;

- registrare eventuali variazioni degli aiuti individuali concessi nel Registro Nazionale Aiuti, con rilascio dei codici COVAR, e riportare tali codici all'interno degli atti relativi (es: rideterminazione dell'aiuto o erogazione dell'aiuto);

Ai fini della verifica del requisito di non avere cause di divieto, di decadenza, di sospensione di cui all'art. 67 del D.Lgs. 6 settembre 2011 n. 159, L'Ente locale dovrà:

- raccogliere dall'impresa richiedente una dichiarazione sostitutiva resa ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/2000 sul possesso di tale requisito;

- verificare a campione la veridicità di tali dichiarazioni tramite interrogazione della Banca Dati Nazionale Antimafia.

TEMPISTICHE

Il bando verrà pubblicato intorno al mese di marzo 2023 e le domande potranno essere presentate entro 60 giorni dalla data di emanazione del bando.

14. CRONOPROGRAMMA

	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3													
	M1	M2	M6	M7	M8	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Intervento N. 1	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3													
<i>Azione 1</i>																																						
<i>Azione 2</i>																																						
<i>Azione 3</i>																																						
Intervento N. 2	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3													
<i>Azione 1</i>																																						
<i>Azione 2</i>																																						
<i>Azione 3</i>																																						
<i>Azione 4</i>																																						
Intervento N. 3	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3													
<i>Azione 1</i>																																						
<i>Azione 2</i>																																						
<i>Azione 3</i>																																						

Intervento N. 4	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3											
<i>Azione 1</i>																																				
<i>Azione 2</i>																																				
<i>Azione 3</i>																																				
<i>Azione 4</i>																																				
<i>Azione 5</i>																																				
Intervento N. 5	ANNO 1												ANNO 2												ANNO 3											
<i>Azione 1</i>																																				
<i>Azione 2</i>																																				
<i>Azione 3</i>																																				
<i>Azione 4</i>																																				
<i>Azione 5</i>																																				
<i>Azione 6</i>																																				