



POLITECNICO
MILANO 1863

Dipartimento di Architettura e Studi Urbani
URB&COM Lab Urbanistica e Commercio
<http://www.urbecom.polimi.it/attivita/ricerca/>

UN'OPPORTUNITÀ...I DISTRETTI DEL COMMERCIO

Prof. Luca Tamini

Cesano Maderno (MB)
13 luglio 2021

A livello nazionale

Legge 11 novembre 2011 n. 180 «Statuto delle Imprese»
art. 5 comma 1 lett. e)

Distretti del commercio

le aree produttive e le iniziative nelle quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali, liberamente aggregati, esercitano il commercio come fattore di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio.

Tabella 2.1 – *Casi di definizione regionale dei sistemi commerciali a gestione coordinata e unitaria*

Regione	Nome	Definizione normativa
Emilia Romagna	<i>Centri commerciali naturali</i>	<i>Interventi locali finalizzati ad attivare processi di rigenerazione e rinnovo commerciale, in un'ottica di unitarietà dell'area o dell'ambito territoriale oggetto di intervento</i>
Lombardia	<i>Distretti urbani e diffusi del commercio</i>	<i>Aree di rilevanza comunale (DUC) o intercomunale (DID) nelle quali cittadini, imprese, e realtà sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore strategico di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali</i>
Piemonte	<i>Distretti commerciali</i>	<i>Organismo istituzionale ed economico, contenitore degli interessi economici, di promozione, di sviluppo e di governo del territorio. Un nuovo soggetto territoriale operativo che tutela e promuove il commercio di prossimità in tutte le sue forme negli ambiti comunali e sovracomunali di insediamento commerciale</i>





ESPERIENZA DISTRETTI IN VENETO (fase sperimentale del 2014) PUNTI DI FORZA

PARTNERSHIP
TRA ENTI,
ASSOCIAZIONI
DI CATEGORIA
E ATTIVITA'
ECONOMICHE

RIQUALIFICAZIONE
DEGLI IMMOBILI E
MIGLIORAMENTO
SPAZI NEI CENTRI
STORICI

MIGLIORAMENTO
DELLA GESTIONE
DELLA MOBILITÀ E
DELLA LOGISTICA
URBANA

MARKETING
URBANO E
TERRITORIALE
(RIVITALIZZAZIONE
E ANIMAZIONE DEL
TERRITORIO)

SINERGIA TRA
ATTIVITA'
COMMERCIALI
TURISTICHE E
PRODUZIONI
REGIONALI
TIPICHE ANCHE
ATTRAVERSO I
CD «ITINERARI
DI
ATTRATTIVITA'»

CONTRASTO
ALLA CHIUSURA
DELLE ATTIVITA'
COMMERCIALI

FORMAZIONE DEI
COMMERCianti



Commercio e Distretti: un patto per lo sviluppo

a cura di

Elena Franco, Luca Tamini, Luca Zanderighi



politecnica

MAGGIOLI
EDITORE

Elena Franco

Architetto, si occupa di valorizzazione urbana e territoriale. Ha lavorato a oltre cinquanta piani strategici e progetti di sviluppo locale e, con l'associazione internazionale TOCEMA, ha progettato la certificazione di qualità europea per i Distretti del commercio. Dal 2012, inoltre, si occupa di cultura e salute con la ricerca "Hospitalia".

Luca Tamini

Professore di Urbanistica del Politecnico di Milano e responsabile scientifico del Laboratorio URB&COM - Urbanistica e Commercio del Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, svolge attività di ricerca e di formazione occupandosi di regolazione urbanistica delle attività economiche urbane e di riuso dei servizi e dei contenitori dismessi.

Luca Zanderighi

Professore di Marketing e di Marketing territoriale presso l'Università degli studi di Milano. È cofondatore della società di analisi e consulenza TradeLab e Presidente di Metrica Ricerche. Ha insegnato presso l'Università Bocconi ed è stato visiting presso la George Mason University (Washington DC).

Indice

Introduzione. Il modello distrettuale veneto per uno sviluppo commerciale sostenibile

Giorgia Vidotti

1. Tendenze evolutive del commercio: tra continuità e discontinuità

Luca Zanderighi

2. Distretti del commercio e nuova pianificazione urbanistica

Luca Tamini

3. Distretti del commercio: esperienze nazionali e internazionali a confronto

Elena Franco

4. Distretti e piattaforme di servizi digitali

Eugenio Gattolin

5. Distretti e partecipazione delle imprese

Michele Lacchin

6. Manager di Distretto come opportunità per lo sviluppo

Federico Cesarin

7. Fare centro, fare città, fare comunità. Appunti di un Sindaco

Andrea Cereser

8. Realizzare e gestire un Distretto del commercio: i piccoli centri urbani del Veneto

Paolo Fortin

9. Commercio e Distretti: patto per uno sviluppo economico locale sostenibile

Luca Zanderighi

10. Covid-19 e Distretti: strategie di risposta e adattamento

Elena Franco e Luca Tamini

Bibliografia di riferimento

Autori

Politiche attive nei centri minori

Buone pratiche per l'attivazione e il monitoraggio dei progetti
nei Distretti del Commercio

Corso di formazione online
dedicato a Manager di Distretto e Responsabili dei Distretti del Commercio
dei Comuni del Veneto, promosso da ANCI SA srl e Confcommercio Veneto.

Giugno-Luglio 2020

Servizi di distribuzione commerciale

Manager di distretto commerciale

DESCRIZIONE PROFILO

Il manager di distretto commerciale si occupa della gestione di un distretto del commercio (urbano o diffuso) ed è il responsabile del coordinamento e dell'attuazione delle politiche commerciali e promozionali sul territorio del distretto. Le sue attività sono rivolte a definire le strategie di sviluppo economico e di riqualificazione urbana del distretto, nonché ad individuare gli strumenti e le azioni più adatte alla loro attuazione. Organizza e coordina le risorse assegnate creando un collegamento tra gli interessi di tutti i soggetti del partenariato: amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori ed altri soggetti no profit.

ELEMENTI DI CONTESTO

RIFERIMENTI GIURIDICI

Legge Regionale 29 giugno 2009, n. 9 'Modifica a leggi regionali e altre disposizioni in materia di attività commerciali'.

Deliberazione della Giunta Regionale VIII/010397 del 28 ottobre 2009, Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali "distretti del commercio" ai sensi dell'art. 4 bis della legge regionale 14/99.

CONTESTI LAVORATIVI

Ambito di riferimento

Il manager di distretto opera per il soggetto giuridico individuato dal partenariato pubblico-privato come riferimento amministrativo e gestionale per il governo del distretto.

Per distretto del commercio si intende un ambito territoriale di livello infracomunale, comunale o sovracomunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregate sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.

Collocazione organizzativa

Interagisce con i portatori di interesse del distretto (amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori, ecc...) per la definizione delle strategie di promozione, di marketing, di riqualificazione dell'ambiente urbano e per la definizione e la gestione di attività e servizi dell'area commerciale.

Può avere un contratto di lavoro dipendente o di lavoro autonomo.

Modalità di esercizio del lavoro

Il contesto in cui opera questa figura è generalmente un centro storico o un'area commerciale urbana. L'ampiezza e la complessità delle attività da presidiare dipendono dalle caratteristiche dimensionali, organizzative, dei prodotti/servizi del mercato e del territorio in cui opera.

REFERENZIAZIONI

Classificazione Nazionale delle Professioni ISTAT 2001

1.2.2.4 - Direttori di aziende private nel commercio

Attività Economiche ATECO

G -52.1 - Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati

Classificazione Internazionale delle Professioni ISCO-88

1314 - Direttori generali (commercio all'ingrosso ed al dettaglio)

Profilo, competenze, compiti, inquadramento di nuove figure professionali

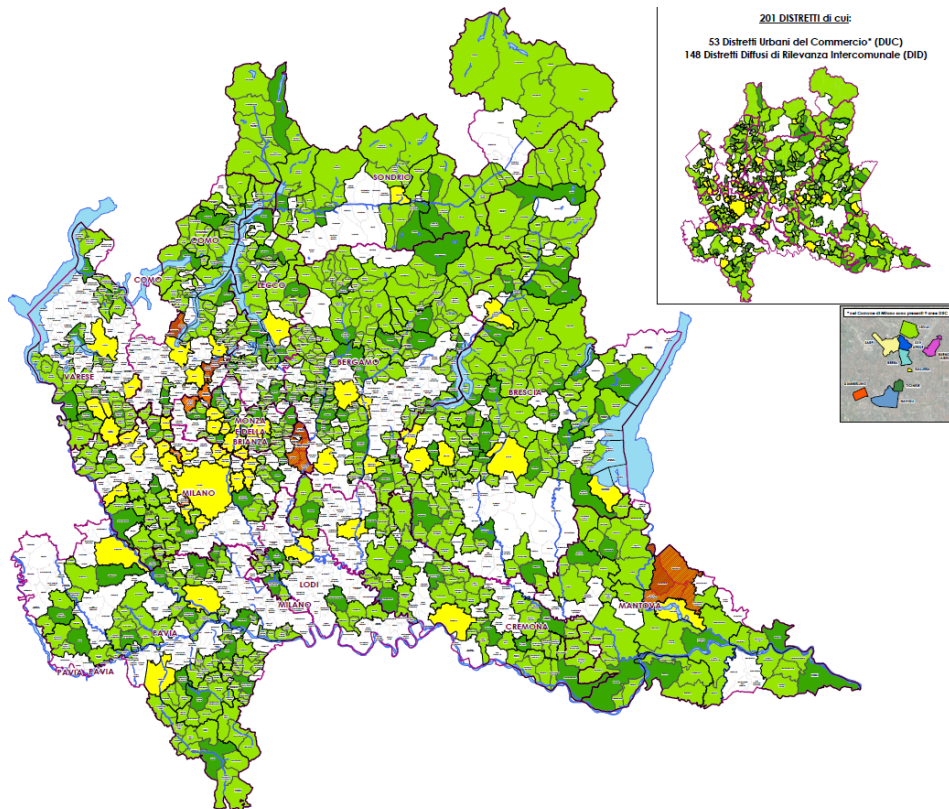
- **Il Manager di Distretto: profilo curriculare**

- ✓ Al fine di assicurare in forma coordinata ed unitaria l'attività del distretto dal punto di vista tecnico operativo è prevista in molte esperienze italiane l'individuazione della figura del Manager di Distretto, esterna alla pubblica amministrazione, con funzione di coordinamento e sostegno operativo e progettuale del distretto
- ✓ Il manager di Distretto viene individuato dal partenariato stabile fra i professionisti e gli esperti di settore; è dotato di un elevato profilo curriculare e con esperienza di partecipazione a progetti di gestione urbana in ambito locale, regionale o nazionale. Svolge la funzione in posizione di terzietà.
- ✓ Al Manager di Distretto compete:
 - ✓ effettuare l'analisi strategica del mercato/territorio di riferimento e formulare ipotesi di obiettivi di sviluppo a lungo termine
 - ✓ effettuare la pianificazione e gestione delle attività/servizi del Distretto commerciale
 - ✓ sviluppare il partenariato del Distretto commerciale
 - ✓ effettuare il monitoraggio/valutazione delle attività/servizi realizzati nel Distretto commerciale.

Al manager viene assegnato un incarico libero professionale e in alcuni territori regionali non può ricoprire l'incarico per più di due Distretti del Commercio (caso veneto).

Le responsabilità ed i compiti del manager nei confronti dell'Amministrazione comunale e del partenariato sono chiaramente definiti e descritti nell'atto di incarico.

Distretti commerciali: opportunità e strumento a supporto delle attività economiche urbane



Al 2019 a seguito dei bandi regionali e delle procedure di istituzione effettuate ai sensi della D.G.R. VIII/10397 i distretti commerciali formalmente riconosciuti da Regione Lombardia risultavano 201.

BANDO

DISTRETTI DEL COMMERCIO PER LA RICOSTRUZIONE ECONOMICA TERRITORIALE URBANA

Regione Lombardia, Direzione Generale Sviluppo Economico,
Decreto n. 6401 del 29 maggio 2020 (BURL n. 23 Serie Ordinaria del 04/06/2020)

Domande dal 5 giugno 2020

Dotazione finanziaria: € 22.564.950,00

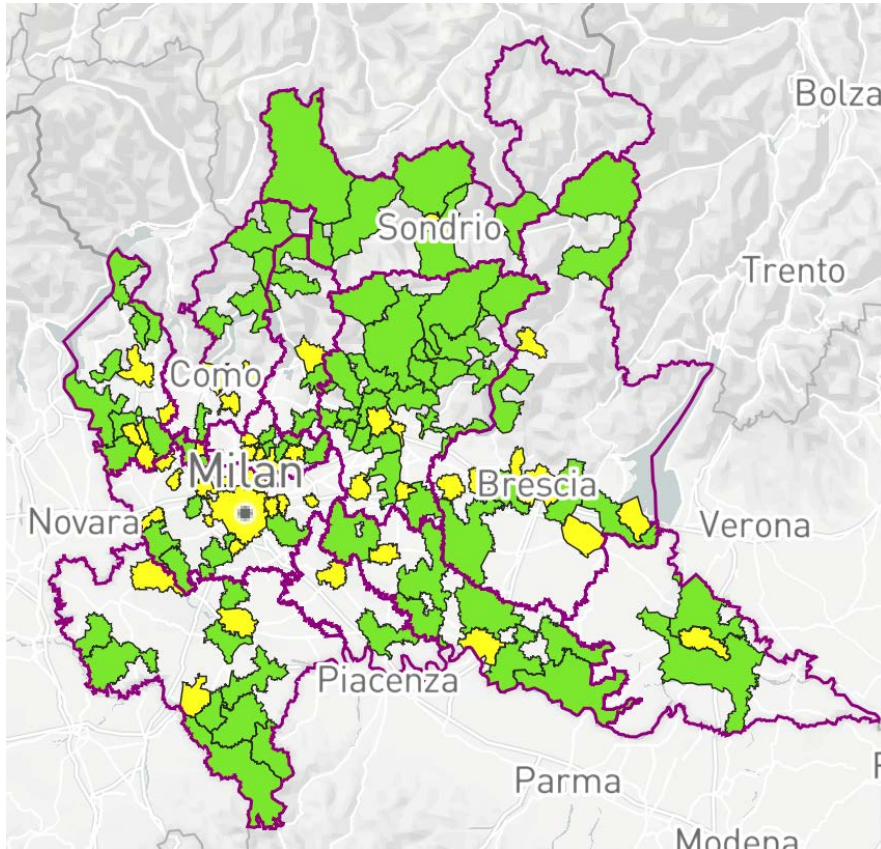
Scadenza: 30 settembre 2020

Procedura valutativa a graduatoria

- Il bando è finalizzato a sostenere i Distretti del Commercio, iscritti all'apposito Elenco regionale, come volano per la ricostruzione economica territoriale urbana nei settori del commercio, artigianato, ristorazione e terziario, a seguito dell'impatto negativo dell'emergenza epidemiologica da Covid-19.
- Il bando finanzia:
 - bandi emanati dai Comuni per sostenere gli interventi realizzati dalle imprese per l'apertura di nuove attività o il rilancio di attività esistenti, l'adattamento dei punti vendita alle nuove esigenze di sicurezza e protezione di lavoratori e consumatori, l'adozione di nuove modalità di vendita quali vendita online e consegna a domicilio;
 - interventi realizzati direttamente dai Comuni, Comunità Montane e Unioni di Comuni per la qualificazione e l'adeguamento dell'area del Distretto e la realizzazione di servizi comuni per le imprese
- Per i Distretti che si impegnano ad emanare i bandi per le imprese e concedere i relativi aiuti entro il 31 dicembre 2020 è prevista una premialità di contributo.

Il caso di Regione Lombardia

I Distretti commerciali come opportunità e strumento a supporto delle attività economiche urbane



Regione Lombardia nel luglio 2019 ha avviato un procedimento per la verifica del mantenimento dei requisiti previsti e per la costituzione di un elenco aggiornato dei Distretti del Commercio

(cfr. D.G.R. XI/1833 del 2 luglio 2019 "Determinazioni in merito alla verifica del mantenimento dei requisiti previsti e alla costituzione dell'elenco dei Distretti del Commercio lombardi individuati ai sensi della DGR 10397 del 28 ottobre 2009")

Al dicembre 2020 in seguito alla verifica del mantenimento dei requisiti, i distretti del commercio formalmente riconosciuti da Regione Lombardia risultano 129 (49 DUC e 80 DID) per 552 comuni complessivamente interessati (49 per i DUC e 503 per i DID).

Il bando recepisce alcune significative innovazioni della L.R. n. 18 del 26 Novembre 2019 *"Misure di semplificazione e incentivazione per la rigenerazione urbana e territoriale, nonché per il recupero del patrimonio edilizio esistente"*.

In particolare le politiche promosse dalla DG Sviluppo economico di Regione Lombardia

- assegnano un ruolo di primo piano ai Distretti Urbani del Commercio (DUC)
- promuovono una stretta integrazione con progetti e strategie di Rigenerazione Urbana.

AZIONI STRATEGICHE X IL RILANCIO DEL TERRITORIO =

**SOSTEGNO E RILANCIO
DELLE ATTIVITÀ
ECONOMICHE URBANE**

+

RIGENERAZIONE URBANA

REGIONE LOMBARDIA

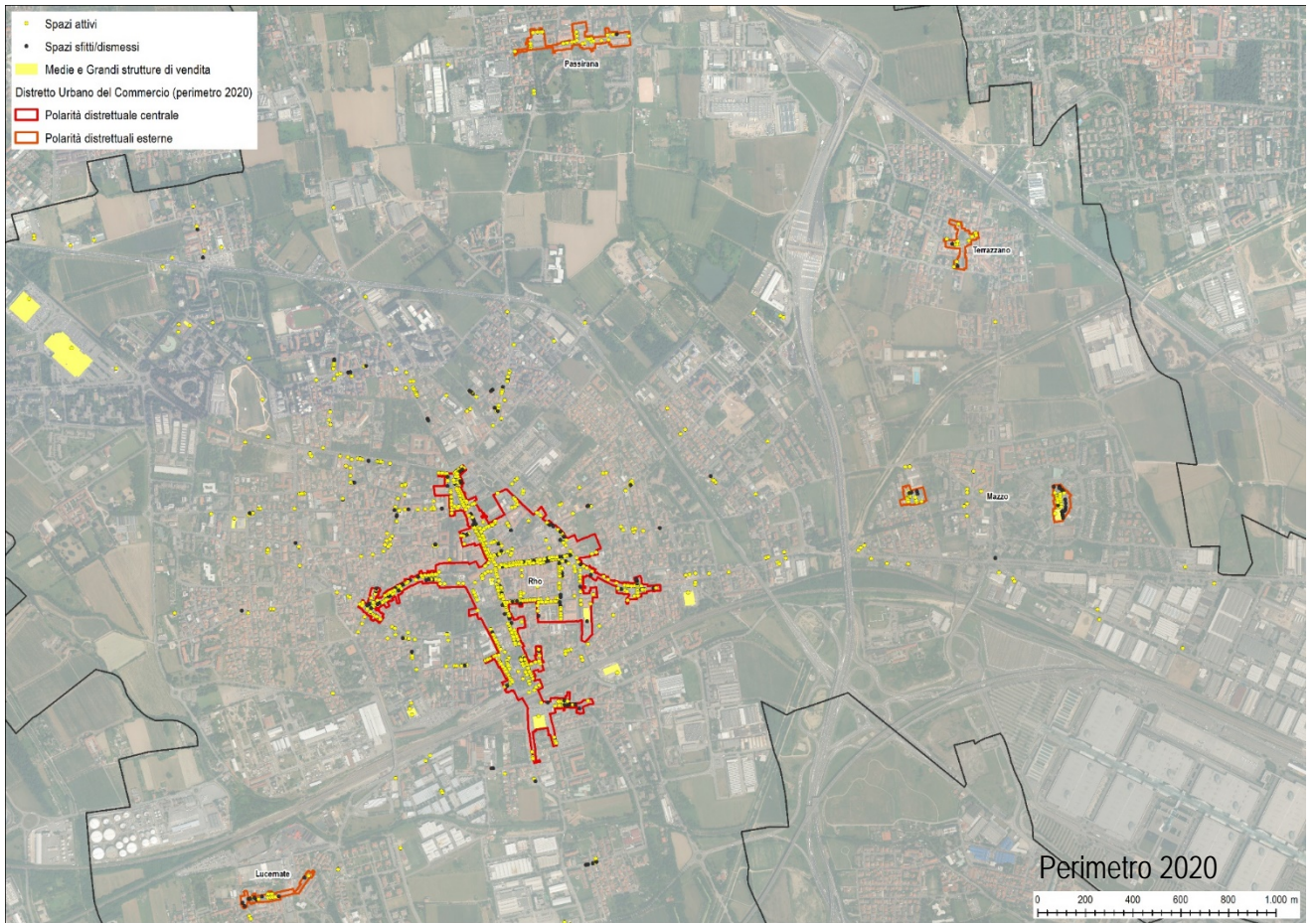
Legge regionale 26 novembre 2019 - n. 18

Misure di semplificazione e incentivazione per la rigenerazione urbana e territoriale, nonché per il recupero del patrimonio edilizio esistente. Modifiche e integrazioni alla legge regionale 11 marzo 2005, n. 12 (Legge per il governo del territorio) e ad altre leggi regionali

- **DISTRETTI DEL COMMERCIO**

Art. 3 (Interventi di rigenerazione urbana e territoriale. Modifiche e integrazioni alla l.r. 12/2005)

1. (...) All'interno dei perimetri dei DISTRETTI DEL COMMERCIO i Comuni (cfr. art. 5 della L.R. 6/2010) individuano gli ambiti nei quali definiscono PREMIALITÀ finalizzate all'insediamento di attività commerciali di vicinato e artigianali di servizio al fine di promuovere progetti di rigenerazione del tessuto urbano e commerciale mediante il riuso di aree o edifici dismessi o anche degradati in ambito urbano.



REGIONE LOMBARDIA

Legge regionale 26 novembre 2019 - n. 18

Misure di semplificazione e incentivazione per la rigenerazione urbana e territoriale, nonché per il recupero del patrimonio edilizio esistente. Modifiche e integrazioni alla legge regionale 11 marzo 2005, n. 12 (Legge per il governo del territorio) e ad altre leggi regionali

- **DISTRETTI DEL COMMERCIO**

Art. 8 (Recupero dei piani terra esistenti. Modifiche alla l.r. 7/2017)

3. Negli ambiti di cui all'articolo 10, comma 1, lettera e ter), della l.r. 12/2005 (= all'interno del perimetro dei distretti del commercio), l'insediamento di nuovi esercizi di vicinato, posti al piano terra di edifici esistenti con affaccio sullo spazio pubblico, è escluso dal pagamento del contributo di costruzione e non comporta variazione del fabbisogno di aree per servizi e attrezzature pubbliche e di interesse pubblico e generale.



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

6 LUGLIO 2021

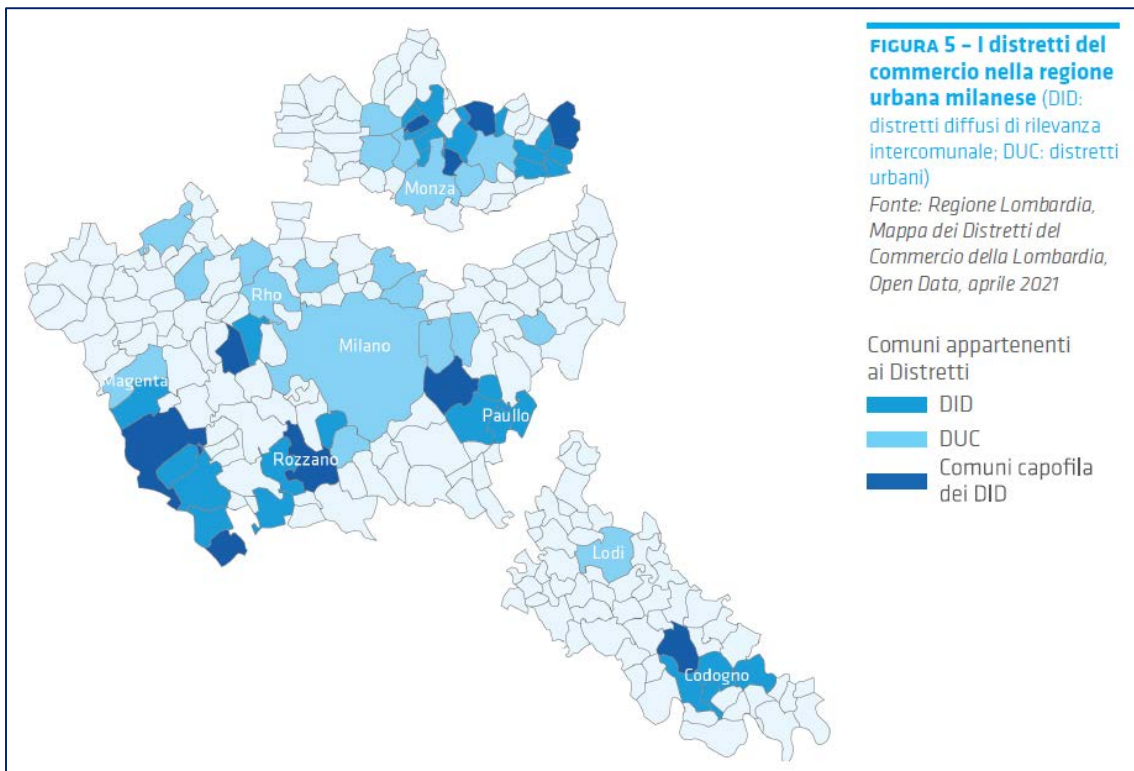
RIPENSARE MILANO OLTRE IL 2020 DATI, ANALISI E PROSPETTIVE

Presentazione del 31° rapporto MILANO PRODUTTIVA
sull'economia dei territori di Milano, Monza Brianza e Lodi

11:00	CARLO SANGALLI Presidente Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi	INTERVENTO DI APERTURA
11:15	ELENA VASCO Segretario generale Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi	PRESENTAZIONE DEL RAPPORTO MILANO PRODUTTIVA 2021
11:30	STEFANO RONCHI Politecnico di Milano	GIOVANI E INTERNAZIONALIZZAZIONE, DRIVER PER LA RIPRESA
11:45	LUCA TAMINI Politecnico di Milano	RIGENERAZIONE URBANA E TRASFORMAZIONI DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE
MODERA	GIOVANNI PONS La Repubblica	

MP / A 2021

Polarità commerciali, distrettualità urbane e progetti di rigenerazione



Serie Ordinaria n. 5 - Mercoledì 03 febbraio 2021

D.G. Sviluppo economico

D.d.u.o. 29 gennaio 2021 - n. 866

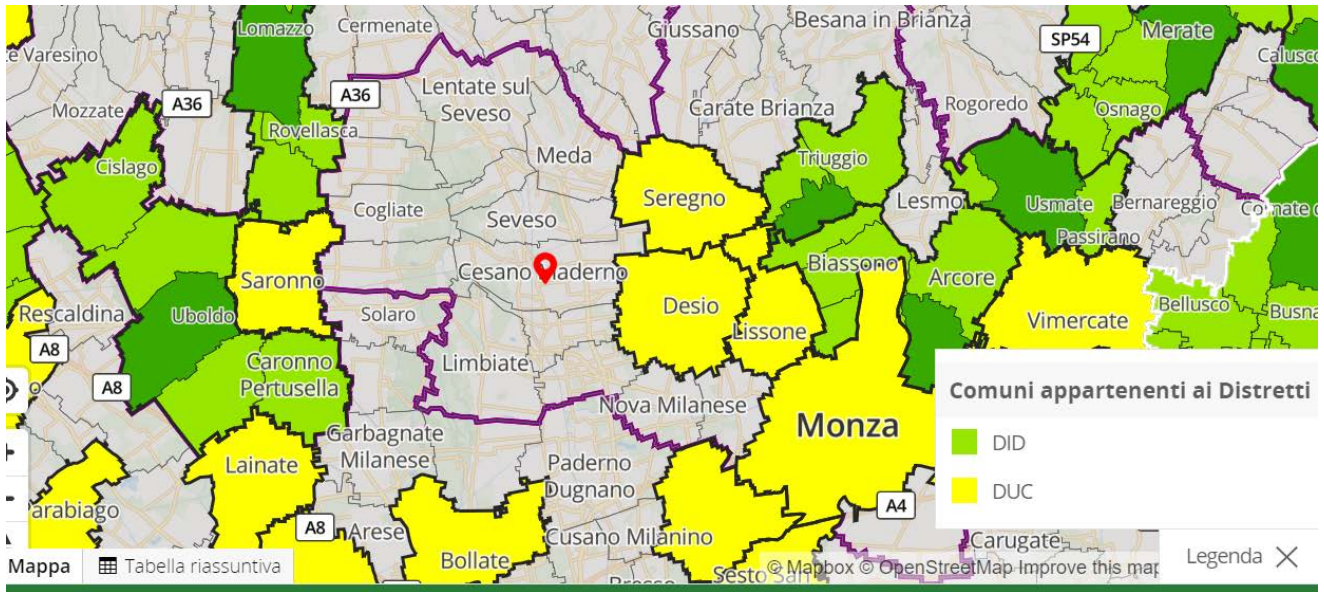
Approvazione definitiva della graduatoria dei progetti presentati sul bando «Distretti del commercio per la ricostruzione economica territoriale urbana» di cui al decreto 16452/2020

IL DIRIGENTE DELLA U.O.
COMMERCIO, SERVIZI E FIERE

Vista la legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6 «Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere», ed in particolare l'art. 5, che introduce e definisce i Distretti del Commercio, quali ambiti territoriali nei quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali, e che prevede, da parte di Regione Lombardia, interventi finalizzati al sostegno, anche economico, di tali Distretti;

aiuti entro il 31 dicembre 2020 di presentare una «Domanda di premialità», precedente alla «Domanda di partecipazione», al fine di ricevere una premialità sull'importo del contributo concesso per la realizzazione diretta di interventi di sistema;

- la verifica di ammissibilità formale delle domande effettuata a cura di Finlombarda s.p.a., individuata quale assistenza tecnica della misura, finalizzata alla verifica della sussistenza dei requisiti di ammissibilità soggettivi ed oggettivi e della regolarità e conformità della documentazione prodotta;
- la valutazione di merito dei progetti effettuata a cura di un apposito Nucleo di Valutazione nominato con provvedimento di Regione Lombardia;
- il termine complessivo di 120 giorni, a partire dalla data di chiusura del termine per la presentazione delle domande, per la conclusione dell'istruttoria e l'approvazione della graduatoria delle «Domande di partecipazione» ammesse e finanziate;
- la possibilità per Regione Lombardia, anche tramite Finlombarda, di richiedere integrazioni che si rendessero necessari



<https://hub.dati.lombardia.it/Commercio/Mappa-dei-Distretti-del-Commercio-della-Lombardia/mkjr-689c>

Distretti commerciali: opportunità e strumento a supporto delle attività economiche urbane

Caratteristiche e modalità per il riconoscimento di un Distretto del commercio ai sensi della DGR VIII/10397 del 28 ottobre 2009 "Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali distretti del commercio".

- **Dimensionamento e posizionamento territoriale;**
- **Accordo di distretto** tra Comuni e Associazioni imprenditoriali del Commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale;
- **Programma di Distretto.** Dimostrazione della capacità di governance del Distretto ovvero la capacità di utilizzare la leva del commercio quale elemento di integrazione e valorizzazione delle risorse presenti nell'ambito territoriale di riferimento, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle polarità commerciali.

Per la predisposizione del Programma di Distretto il paragrafo 3.3 della DGR VIII/10397 del 28 ottobre 2009 richiede:

- contenuti, le caratteristiche e le finalità;
- strategie di sviluppo a lungo e medio termine;
- aspetti gestionali, i ruoli e le responsabilità dei soggetti pubblici e privati interessati;
- interventi e le azioni previste da sviluppare in un arco temporale non inferiore al triennio;
- risorse necessarie al funzionamento del Distretto.

Viene inoltre richiesta la previsione dei soggetti responsabili dell'avvio e dello sviluppo del Distretto nonché della gestione delle azioni previste dal programma di distretto.