



**CONFCOMMERCIO**

IMPRESE PER L'ITALIA

TREVISO

# **DISTRETTI DEL COMMERCIO**

**La valorizzazione dei sistemi economici urbani**

## **NOTA TEMATICA**

GIUGNO 2022

Territorio, attività economiche, opportunità

Ufficio Studi e Ricerche Confcommercio Imprese per l'Italia di Treviso

Responsabile: Luisa Bordato

## Premessa

---

La **specificità del tessuto insediativo italiano**, e in particolare quello Veneto e Trevigiano, caratterizzato da poche grandi città e da una molteplicità di città medie e piccole, con centri storici dal patrimonio storico-artistico a volte ineguagliabile, **rappresenta certamente un *unicum* da cui partire per “rigenerare”, trasformare il nostro Territorio, rafforzare le economie locali e contrastare la desertificazione commerciale.**

Per anni, i **grandi centri commerciali** hanno rappresentato una minaccia rispetto al **commercio urbano**, poi attenuata dalla più recente preoccupazione per il **dilagante fenomeno del commercio online**. Oltre a ciò, il fenomeno crescente dei **negozi sfitti**, fenomeno oggi non trascurabile, ancor più evidente nei centri storici con le vetrine spente, imputabile oggi a cause diverse quali come ad esempio la modifica del comportamento d’acquisto, la mancata corrispondenza tra l’offerta commerciale e la mutata domanda del consumatore, l’insostenibilità del costo degli affitti e le tassazioni elevate, oltre a problemi di vivibilità, accessibilità e degrado urbano. Il **contrasto alla riduzione del commercio in sede fissa e dei servizi di prossimità** dipende indubbiamente anche dalla **capacità delle singole imprese di dotarsi di nuovi strumenti e competenze**, accrescendo la necessaria integrazione tra mondo fisico e digitale, senza che l’uno debba sostituire l’altro, per rilanciare un’economia più *smart* e più *green* in cui vivere meglio.

A tal proposito, vanno segnalate le esperienze di molte Regioni e Province – tra cui spiccano il Veneto e, per noi, Treviso - che sono intervenute e stanno intervenendo in modo sempre più significativo per arginare il fenomeno degli acquisti fuori città, **sostenendo in particolare la creazione di “aggregazioni di imprese del terziario urbano”, declinate localmente con accezioni e denominazioni differenti, prima Centri Commerciali Naturali, ora “Distretti del Commercio” (“Urbani” in un solo comune o “Territoriali” nel caso di aggregazioni di più comuni).**

Ai Distretti è richiesto in particolare di sviluppare **una strategia complessiva per favorire la ripresa del commercio, turismo e servizi** con attenzione al tema del digitale e del green; **favorire la ripartenza delle imprese ed il loro adattamento al contesto post emergenza covid-19; realizzare interventi di sistema attraverso la partnership tra comuni, associazioni, imprese, consorzi ed utenti.**

Le esperienze di “Distretto” condotte nei diversi territori testimoniano **l’efficacia di tali strumenti di politica attiva**, che promuovono la creazione di **sinergie tra le imprese** insediate in un’area urbana ben delimitata, **la rispettiva Amministrazione Comunale e gli altri soggetti pubblici e privati, comprese le Associazioni di Categoria**. Tra queste **Confcommercio** ricopre un **ruolo chiave di partnership e supporto continuativo** allo sviluppo, con l’obiettivo principale di **rafforzare le azioni di miglioramento del sistema economico locale e di favorire la valorizzazione della funzione sociale del commercio.**

# I Distretti del Commercio

## Modelli, caratteristiche, governance

I “**Distretti del commercio**” nelle due tipologie di modello – Distretti Urbani (DUC) e Distretti Territoriali (DTC) – costituiscono, nel Veneto, una delle principali espressioni di **politica attiva a sostegno del settore commercio** nell’ambito dei centri storici e urbani. Sono definiti sul piano normativo come **ambiti territoriali di rilevanza comunale o intercomunale, nei quali i cittadini e le imprese, liberamente aggregati, qualificano le attività commerciali come fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione delle risorse** di cui dispone il territorio.

La **creazione di un sistema strutturato ed organizzato territorialmente**, capace di polarizzare in primo luogo le attività commerciali, unitamente ad altri soggetti portatori di interesse, quali il Comune, le organizzazioni imprenditoriali, le imprese, le proprietà immobiliari, i consumatori etc., **contribuisce al perseguimento delle finalità di seguito indicate:**

- promuovere un’interazione tra pubblica amministrazione, imprese e partner locali nelle scelte strategiche del distretto;
- valorizzare la qualità del territorio con azioni innovative di politica attiva, adatte al contesto economico e sociale di riferimento;
- rigenerare il tessuto urbano, rivitalizzandone la centralità, sviluppando progetti e azioni a sostegno delle attività locali, a partire da quelle del commercio, anche attraverso idonee forme di attrattività del distretto;
- svolgere un’azione di alto profilo qualitativo che si uniformi agli indirizzi già diffusi in ambito nazionale ed europeo, in ottica “ Smart Cities”

3



REGIONE DEL VENETO

### *Distretti del commercio – definizione del modello*

*Sono definiti dal legislatore regionale come **ambiti territoriali** di rilevanza comunale o intercomunale, nei quali **i cittadini e le imprese**, liberamente aggregati, qualificano le attività commerciali come fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone il territorio, al fine di accrescere l’attrattività e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.*

I distretti del commercio si suddividono in due tipologie



*Schema 1, **Modelli**. Fonte: Il Distretto come modello di gestione integrata del commercio, Avv. Giorgia Vidotti, Regione Veneto, Padova, dicembre 2019*



## *Distretti del commercio – caratteristiche del modello*

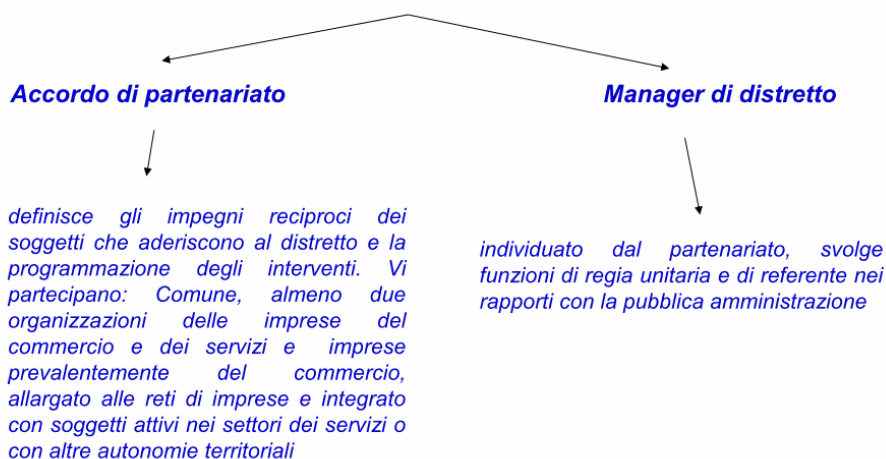
- 1 - aggregazione → fare rete
- 2 – trasversalità fra settori produttivi
- 3 – innovazione
- 4 – attrattività dei centri urbani

Schema 2, **Caratteristiche**. Fonte: *Il Distretto come modello di gestione integrata del commercio*,  
Avv. Giorgia Vidotti, Regione Veneto, Padova, dicembre 2019

4



### **Governance del modello distrettuale**



Schema 3, **Governance**. Fonte: *Il Distretto come modello di gestione integrata del commercio*,  
Avv. Giorgia Vidotti, Regione Veneto, Padova, dicembre 2019

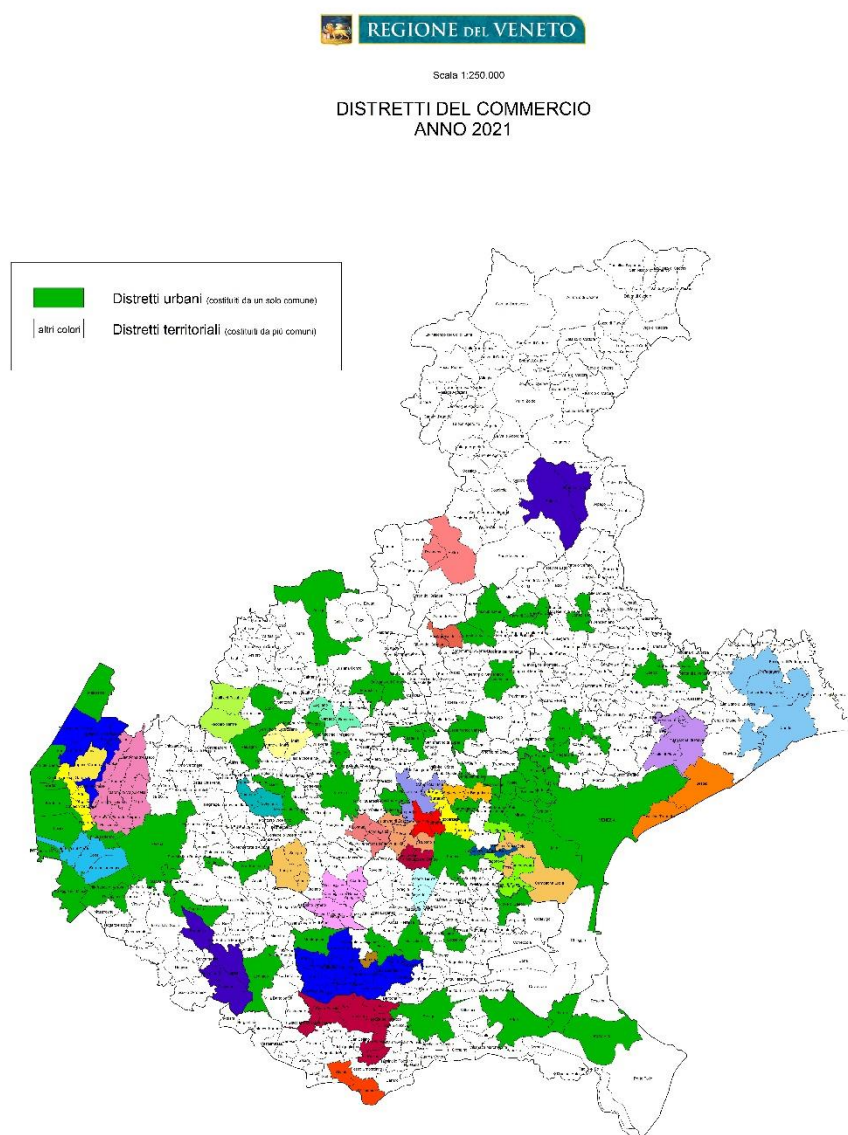
## Distretti del Commercio riconosciuti in Veneto

A seguito delle ultime domande di riconoscimento presentate nel 2021, alla data del 2 novembre 2021, la Regione Veneto individua sul territorio regionale **99 Distretti**.

Comuni partecipanti: 190

Distretti urbani n. 66

Distretti territoriali n. 33



Mappatura su scala regionale dei distretti del commercio riconosciuti (aggiornato al 02/11/2021) Fonte: Regione Veneto  
<https://www.regione.veneto.it/documents/10713/2773716/Mappa+distretti+del+commercio+11.2021.jpg/c93cc8b8-1936-4a97-9268-b2f4abe14bcb?t=1639396381217>

## Politiche attive regionali e finanziamenti

Nel titolo II delle **L.R. 50/2012**, dedicato allo **sviluppo del sistema commerciale**, vengono promosse **“politiche attive per lo sviluppo dell’attività commerciale”**. Attraverso tali politiche, il Veneto intende sviluppare un sistema commerciale regionale basato sulla gestione coordinata e unitaria tra sistemi commerciali locali, tramite strutture in cui la cooperazione tra soggetti pubblici e privati permetta di conseguire lo sviluppo e l’animazione economica e sociale e la riqualificazione urbanistica (art.6L).

A tale scopo, **viene previsto un fondo regionale per la riqualificazione delle attività commerciali** (Art.14L), alimentato da risorse proprie della Regione e dall’onere di sostenibilità richiesto alle grandi strutture di vendita che si insediano all’esterno dei centri storici (art.13L). Tra le **politiche attive**, numerose in tale ambito, **vi è anche quella dell’individuazione dei “Distretti del Commercio”** (art.8L).

A seguito delle prime sperimentazioni sul modello distrettuale, avviate nel 2008, **con il bando 2014 sono state impregnate risorse pubbliche pari a 9,5 milioni di euro, che hanno permesso di attivare investimenti complessivi per 21 milioni di euro** per sostenere progetti pilota finalizzati all’individuazione dei Distretti.

A seguire, conclusi i progetti finanziati nel 2014, **la Regione ha proseguito nel consolidamento del modello distrettuale, prevedendo altre misure di finanziamento. Nel 2019 in particolare, con 2 misure per complessivi 9 milioni di euro:** la prima misura dedicata ai distretti riconosciuti con stanziamento di fondi a sostegni di intervento infrastrutturale e strutturale, di comunicazione e animazione del territorio e miglioramento dei servizi legati all’accoglienza turistica, al fine di favorire la fruizione dei luoghi di interesse commerciale; la seconda misura, con fondi destinati alle piccole e medie imprese riunite in forma aggregata, appartenenti al settore del commercio, somministrazione e servizi, che sviluppino progetti comuni per accrescere la competitività delle imprese, l’innovazione dei sistemi di offerta, al valorizzazione e promozione delle eccellenze locali, prevedendo inoltre apposite premialità.

Ad oggi, con la **Deliberazione della Giunta regionale n. 1019 del 28 luglio 2021 “Bando per il finanziamento di progetti finalizzati al rilancio dell’economia urbana nell’ambito dei distretti del commercio riconosciuti con deliberazione della Giunta regionale n. 1232 del 20 agosto 2019 e n. 140 del 9 febbraio 2021”**, **la Regione Veneto ha stanziato ulteriori 5 milioni a 24 Distretti neoriconosciuti o che non avevano concorso nel bando precedente** (Vedi Tabella 1).

All’interno del nostro **Mandamento** i **Distretti del Commercio** che hanno visto approvato il finanziamento regionale sono quelli di **Silea, Preganziol, Valdobbiadene, Zero Branco e Pederobba** per un importo complessivo di **1.250.000 euro di finanziamento stanziato**.

Allegato A al decreto n. 316 del 15.11.2021

pag. 1 / 1



**DISTRETTI DEL COMMERCIO -**  
**GRADUATORIA DELLE DOMANDE PRESENTATE DAI COMUNI/COMUNI CAPOFILA DI CUI AL BANDO APPROVATO**  
**CON DGR N. 1019 DEL 28 LUGLIO 2021**

N. PROG.	N. POS.	COMUNE O COMUNE CAPOFILA	TOTALE PUNTEGGIO	INVESTIMENTI AMMESSI	INVESTIMENTI PREVISTI PER BANDI DESTINATI ALLE IMPRESE	CONTRIBUTO CONCESSO	PROGRESSIVO CONTRIBUTO
1	13	POVEGLIANO VERONESE	88,20	487.100	236.667	250.000	250.000
2	20	PEDEROBBA	87,94	1.218.000	150.000	250.000	500.000
3	19	ARZIGNANO	87,50	956.100	236.667	250.000	750.000
4	8	NOVENTA VICENTINA	87,41	680.100	236.667	250.000	1.000.000
5	17	MONTECCHIO MAGGIORE	87,23	858.100	286.000	250.000	1.250.000
6	6	SALZANO	86,93	539.000	125.000	250.000	1.500.000
7	15	VILLAFRANCA PADOVANA	86,65	442.100	95.000	250.000	1.750.000
8	21	DUEVILLE	86,04	919.550	236.667	250.000	2.000.000
9	16	SAN PIETRO IN CARIANO	84,74	484.014	150.000	250.000	2.250.000
10	23	NOALE	84,45	617.033	125.000	250.000	2.500.000
11	11	ZERO BRANCO	83,50	406.500	150.000	250.000	2.750.000
12	4	CAMPOLONGO MAGGIORE	82,67	421.000	135.000	250.000	3.000.000
13	7	VALDOBBIADENE	79,38	426.000	100.000	250.000	3.250.000
14	9	S. GIORGIO DELLE PERTICHE	79,30	398.918	100.000	248.367	3.498.367
15	22	SARCEDO	79,02	882.600	200.000	250.000	3.748.367
16	12	PREGANZIOL	77,99	421.000	150.000	250.000	3.998.367
17	2	SAN VITO DI LEGUZZANO	73,05	647.140	187.500	249.950	4.248.317
18	3	RECOARO TERME	73,00	545.000	187.500	250.000	4.498.317
19	1	CAMISANO VICENTINO	72,94	761.675	187.500	250.000	4.748.317
20	24	SILEA	72,47	421.000	150.000	250.000	4.998.317
21	10	LEGNAGO	65,99	385.300	120.000	229.520	
22	5	PESCHIERA DEL GARDA	61,89	333.500	120.000	200.000	
23	18	OPPEANO	54,92	Non ammesso a contributo per mancato raggiungimento del punteggio minimo			
24	14	AFFI	48,93	Non ammesso a contributo per mancato raggiungimento del punteggio minimo			

Tabella 1\_ELENCO domande di finanziamento approvate - novembre 2021

<https://www.regione.veneto.it/documents/10713/12273600/Decreto+n.+316+del+15.11.2021+mod.B+approvazione+graduatoria.pdf/de1b1283-4953-4310-9291-d8cf73fdc6d6>



## Programma di valorizzazione commerciale e Confcommercio Treviso

**Confcommercio Treviso** è partner di riconosciuta esperienza per l'**avvio del programma di valorizzazione commerciale** in ambito locale, nonché per le successive fasi di **sviluppo, finanziamento e mantenimento** del Distretto riconosciuto e attivato.

La **prima fase**, quella di **avvio del percorso di riconoscimento di un Distretto del Commercio**, prevede l'analisi dell'area del e del contesto territoriale su cui esso insisterà: area comunale, comuni limitrofi, frazioni; vie di comunicazione; aree produttive ed attrattive; analisi demografica (popolazione residente, classi di età, stranieri etc). L'analisi degli elementi urbani è affiancata da quella degli elementi di interesse naturalistici, artistici-culturali e manifestazioni locali, ricettività turistica, ai fini della rilevazione delle vocazioni e dei valori identitari. Infine, per completare l'analisi di contesto, si effettua la mappatura delle imprese presenti sul territorio, per definire il contesto commerciale (unità locali presenti, centri commerciali etc). Tutto questo consente di fissare la perimetrazione del distretto del commercio rispetto alla quale si effettua un'analisi SWOT (punti di forza e di debolezza).

A seguire viene costituito un **tavolo di concertazione con i vari attori territoriali** e si prosegue quindi con l'elaborazione della bozza dell'accordo di partenariato e sua approvazione in Giunta comunale. Se approvato, viene siglato l'**accordo di partenariato, i cui principali partecipanti sono:**

- ✓ **L'amministrazione comunale**
- ✓ **Le associazioni di categoria**
- ✓ **I soggetti privati (imprese)**
- ✓ **Altri partner locali interessati**

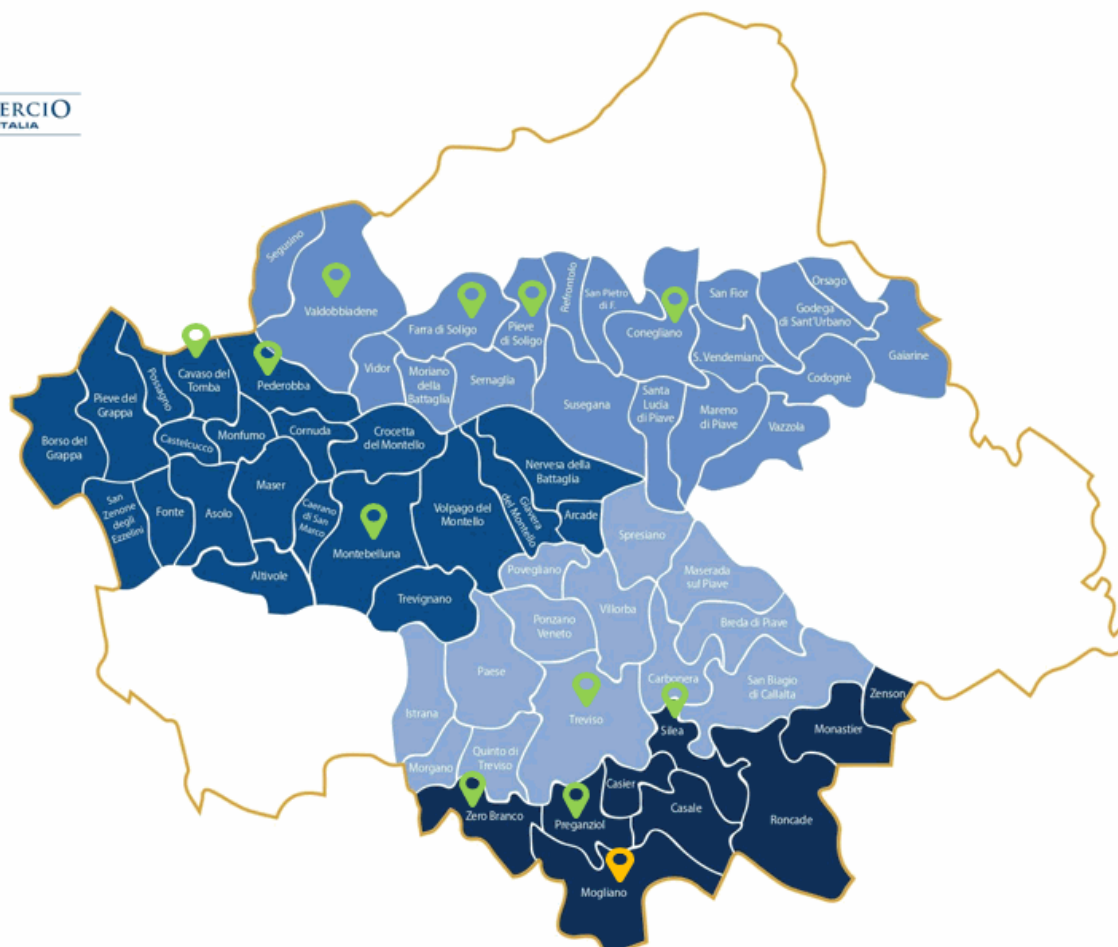
Una volta siglato l'accordo di partenariato, vi è l'elaborazione delle pratiche per l'invio della domanda di riconoscimento del distretto presso la Regione Veneto, che deve essere inviata dal soggetto proponente entro il 30 aprile dell'anno.

L'avvenuto riconoscimento del Distretto del Commercio, consente al Distretto di accedere ai **bandi regionali di finanziamento (solitamente con cadenza biennale) per l'erogazione di fondi per il distretto e per le imprese.**

Sono **esempi di modelli distrettuali** riconosciuti e attivi **nel nostro Mandamento di Treviso** (vedi mappa, pin in verde), i **DUC di Treviso, Conegliano, Montebelluna, Zero Branco, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Pederobba e Cavaso del Tomba** e quelli di recente attivazione e in fase di sviluppo come quelli di **Silea, Preganziol, Valdobbiadene**, quest'ultimo con **Management in carico all'Associazione**. Molti altri comuni hanno manifestato interesse e alcuni sono di imminente attivazione (vedi mappa, pin in arancione), come **Mogliano**, per cui Ascom Treviso ha gestito il percorso di riconoscimento, con domanda depositata e in valutazione in Regione.

La **mappa** a seguire localizza nel Mandamento i **Distretti Del Commercio di cui Ascom è partner.**





*Mappatura su scala mandamentale dei Distretti del Commercio di cui Ascom Tv è partner  
 Elaborazione: Ascom Treviso*

La **valorizzazione dei Distretti del Commercio** costituisce dunque la **principale misura di politica attiva in ambito regionale, basata sul sostegno, anche economico, alle forme aggregative di imprese** che operano in un determinato ambito territoriale.

I **Distretti rappresentano oggi**, pertanto, **una grande opportunità per attivare partenariati attivi** con l'obiettivo di "rigenerare" il contesto urbano e sostenere la competitività dei centri urbani nel loro complesso, poiché promuovono una **cooperazione tra soggetti pubblici e privati finalizzata alla riqualificazione urbana e all'accrescimento della competitività delle imprese e alla valorizzazione dei sistemi economici locali.**

## Per un approfondimento

<https://www.regione.veneto.it/web/attivita-produttive/distretti-del-commercio>

*“Quando il commercio da città. Nuove opportunità per città, territori ed economie urbane”, a cura di Confcommercio Imprese per l'Italia, Roma, aprile 2022, content partner PPAN Comunicazione e Networking*

*“Le attività economiche nella città post-covid. Riflessioni sulla rigenerazione urbana”, pubblicazione a cura del Settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana, Direzione Centrale Relazioni Istituzionali e Servizi Legislativi di Confcommercio Imprese per l'Italia, Roma, novembre 2020*

*“Laboratorio Nazionale per la Rigenerazione Urbana 2018, un quaderno di buone pratiche”, pubblicazione a cura del Settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana, Direzione Centrale Relazioni Istituzionali e Servizi Legislativi di Confcommercio Imprese per l'Italia, Roma, aprile 2019*