

<b>COMUNE DI CANEGRATE</b> <b>PROVINCIA DI MILANO</b>  <b>CODICE 10934</b>	<b>NUMERO</b>  <b>61</b>	<b>DATA</b>  <b>23-03-2022</b>
<b>OGGETTO:</b> <b>COSTITUZIONE DEL DISTRETTO DI RILEVANZA INTERCOMUNALE DEL COMMERCIO (DID)</b> <b>DENOMINATO "DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEI COMUNI DI VILLA CORTESE,</b> <b>CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO</b>		

**COPIA**

## DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

L'ANNO **DUEMILAVENTIDUE** ADDÌ **VENTITRE** DEL MESE DI **MARZO** ALLE ORE **18:00** NELLA SALA DELLE ADUNANZE, PREVIA L'OSSERVANZA DI TUTTE LE FORMALITA' PRESCRITTE DALLA VIGENTE NORMATIVA, VENNERO OGGI CONVOCATI A SEDUTA I COMPONENTI LA GIUNTA COMUNALE.

ALL'APPELLO RISULTANO:

COMPONENTE	P.	A.G.	A.I.	COMPONENTE	P.	A.G.	A.I.
COLOMBO ROBERTO	X			MERAVIGLIA FRANCA	X		
MODICA MATTEO	X			SPIRITO DAVIDE	X		
AUTERI GIUSEPPINA	X			ZAMBON EDOARDO	X		

TOTALE PRESENTI        6

TOTALE ASSENTI      0

ASSISTE IL SEGRETARIO GENERALE DOTT.SSA TERESA LA SCALA

ESSENDO LEGALE IL NUMERO DEGLI INTERVENUTI, IL SINDACO ROBERTO COLOMBO ASSUME LA PRESIDENZA E DICHIARA APERTA LA SEDUTA, PER LA TRATTAZIONE DELL'OGGETTO SOPRA INDICATO.



**OGGETTO: : COSTITUZIONE DEL DISTRETTO DI RILEVANZA INTERCOMUNALE DEL COMMERCIO (DID) DENOMINATO "DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEI COMUNI DI VILLA CORTESE, CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO**

**LA GIUNTA COMUNALE**

**VISTI:**

- il D. Lgs. n. 267/2000 con cui è stato adottato il Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti Locali ed in particolare l'art. 48 in merito alle competenze della Giunta;
- la Deliberazione della Giunta Regionale (Regione Lombardia) 28-10-2009, n. 8/10397 "Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali «Distretti del commercio», ai sensi dell'art. 4 bis della Legge Regionale n. 14/1999."
- la Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6 "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere."
- il vigente Statuto Comunale approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 46 del 28/11/2000;

**PREMESSO CHE:**

- l'art. 2, D.G.R. n. 8/10397 del 28 ottobre 2009, "*Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali 'Distretti del commercio', ai sensi dell'articolo 4bis della L.R. 23 luglio 1999, n. 14*", definisce il 'Distretto del Commercio' quale "*l'ambito di livello infracomunale, comunale o sovra comunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali*";

- l'art. 5, L.R. 2 febbraio 2010, n. 6, "*Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere*", con riguardo ai Distretti del Commercio, dispone che, "*Al fine di valorizzare le caratteristiche peculiari di tali ambiti, soggetti pubblici e privati possono proporre interventi di gestione integrata per lo sviluppo del contesto urbano di riferimento*";

- in generale lo scopo del Distretto del Commercio è quello di sviluppare la competitività di sistema delle imprese commerciali in esso localizzate mediante la promozione dell'area e la valorizzazione del contesto commerciale del Distretto a beneficio sia dei frequentatori che dei residenti;

**CONSIDERATO** che la procedura di cui alla sopra citata D.G.R. n. 8/10397 del 28 ottobre 2009 non prevede termini per la presentazione delle domande e che perciò è sempre possibile richiedere l'istituzione di un nuovo distretto o la modifica territoriale di un distretto esistente depositando la corretta documentazione, con le modalità ivi previste;

**DATO ATTO** che Comuni di Villa Cortese, Canegrate, San Giorgio su Legnano e Unione Confcommercio-Impresa per l'Italia Milano Lodi, Monza e Brianza di rappresentanza imprenditoriale del commercio maggiormente rappresentativa a livello provinciale



sensi della L. 580/1993, hanno interesse a costituire un Distretto del Commercio, ritenendolo uno strumento atto a favorire la valorizzazione dei territori e delle attività economiche ivi presenti;

**RILEVATO** che la Regione impone ai Comuni il ruolo di Capofila in quanto istituzione preposta all'amministrazione integrata ed al governo del territorio, ed in virtù dell'importanza strategica del settore terziario, soprattutto in un periodo di grave crisi economica ed occupazionale;

**ACQUISITI** i pareri favorevoli di cui all'. 49 del D.Lvo 267/2000 riportato in allegato;

All'UNANIMITA' dei voti favorevoli espressi in forma palese;

### **DELIBERA**

1. DI APPROVARE la costituzione del Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale del Commercio (DID) denominato "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano", nel quale il Comune di Villa Cortese assume il ruolo di Capofila, mentre i seguenti soggetti sono membri attivi del partenariato:

- Comune di Canegrate
- Comune di San Giorgio su Legnano
- Unione Confcommercio – Impresa per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza

2. DI APPROVARE il Programma di Distretto e gli interventi ivi previsti, nonché l'accordo di Distretto e la cartografia.

3. DI PRESENTARE a Regione Lombardia la domanda di riconoscimento del "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano" ai sensi e per gli effetti della D.G.R. n. 8/10397, di dare mandato al Sindaco di sottoscrivere la richiesta e procedere alla presentazione della stessa.

4. DI DARE MANDATO al Sindaco di sottoscrivere l'Accordo di Distretto.

Successivamente,

### **LA GIUNTA COMUNALE**

VISTO l'art. 134, comma 4, del D. Lgs. n. 267 del 18.08.2000;

RAVVISATA l'urgenza;

All'UNANIMITA' dei voti favorevoli, espressi in forma palese

### **DELIBERA**

- di rendere il presente provvedimento immediatamente eseguibile.





**COMUNE DI CANEGRATE**  
**AREA GOVERNO DEL TERRITORIO**  
**SERVIZIO S.U.A.P.**

Pareri preventivi art.49, e 147/bis comma 1 Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n.267

Allegato alla deliberazione **G.C. n. 61** del **23 MAR. 2022**

**OGGETTO: Costituzione del Distretto di Rilevanza Intercomunale del Commercio (DID) denominato "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano"**

In relazione al presente atto si esprime parere favorevole di regolarità tecnica.

Li,

II RESPONSABILE AREA GOVERNO  
DEL TERRITORIO  
arch. Andrea Veronese





Allegato alla deliberazione  
G.C. n. 61 del 23/03/2012

**DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEI COMUNI  
DI VILLA CORTESE, CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO**

**ACCORDO DI DISTRETTO TRA**

**Comune di Villa Cortese (MI)** Partita IVA 01008750158, in questo atto rappresentato dal Sindaco Alessandro Barlocco, domiciliato per la carica presso il predetto Ente, con sede a Villa Cortese in Piazza del Carroccio n. 15, in qualità di capofila del Distretto Diffuso di rilevanza Intercomunale denominato "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano":

**Comune di Canegrate (MI)** Partita IVA 00835500158 in questo atto rappresentato dal Sindaco Roberto Colombo, domiciliato per la carica presso il predetto Ente, con sede a Canegrate in via Manzoni n. 1

**Comune di San Giorgio su Legnano (MI)** Partita IVA 01401970155 in questo atto dal Sindaco Walter Cecchin, domiciliato per la carica presso il predetto Ente, con sede a San Giorgio su Legnano in Piazza IV Novembre n. 7

**E**

**Unione Confcommercio-Impresa per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza, C.F.** 80057430151. Associazione imprenditoriale maggiormente rappresentativa ai sensi della Legge n. 580/1993 per il settore del commercio nella Città Metropolitana di Milano, con sede a Milano in Corso Venezia n. 47, nella persona del dott. Marco Barbieri in qualità di Segretario Generale e Procuratore.

**PREMESSO CHE**

- la Regione Lombardia con D.G.R. n. VIII/10397 del 28 ottobre 2009 ha approvato le "Modalità per l'individuazione degli ambiti territoriali "Distretti del Commercio", ai sensi dell'art. 4 bis della L.R. n. 141/1999";
- in base a quanto previsto dalla citata deliberazione regionale, uno dei requisiti per l'individuazione del Distretto è costituito dall'accordo preventivo con le associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative a livello provinciale ai sensi della Legge n. 580/1993;
- il Comune di Villa Cortese con propria deliberazione di Giunta Comunale n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ ha approvato l'individuazione del Distretto Diffuso di rilevanza intercomunale denominato " Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano", dando mandato al Sindaco di sottoscrivere il presente accordo;
- il Comune di Canegrate con propria deliberazione di Giunta Comunale n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ ha approvato l'individuazione del Distretto Diffuso di rilevanza intercomunale denominato " ", dando mandato al Sindaco di sottoscrivere il presente accordo;
- il Comune di San Giorgio su Legnano con propria deliberazione di Giunta Comunale n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ ha approvato l'individuazione del Distretto Diffuso di rilevanza intercomunale denominato " Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano", dando mandato al Sindaco di sottoscrivere il presente accordo;



Tutto ciò premesso e considerato, le suddette parti

## **CONVENGONO DI SOTTOSCRIVERE IL SEGUENTE ACCORDO DI DISTRETTO**

### **Articolo 1 – Impegni dei soggetti sottoscrittori**

Ferme restando le competenze di ciascun soggetto sottoscrittore, le parti che sottoscrivono il presente Accordo di Distretto si impegnano a:

- leggere, validare ed approvare il Programma del Distretto Diffuso del Commercio predisposto dal Capofila in nome e per conto del partenariato, allegato alla presente accordo di distretto e quale parte integrante del medesimo;
- realizzare gli interventi di propria competenza e previsti all'interno del Programma del distretto nel rispetto dei criteri e delle modalità definiti dal presente accordo;
- valorizzare il territorio per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare dinamiche economiche, social e culturali;
- coordinare le iniziative di rete in grado di dare slancio al commercio locale, attraverso la rivitalizzazione dei nuclei storici;
- agevolare il supporto alle PMI attraverso il reperimento di fondi comunali e/o sovracomunali coerenti con le normative vigenti in tema di erogazione;
- assicurare la copertura finanziaria degli interventi indicati nel Programma di Distretto e previsti nei rispettivi Documenti Unici di Programmazione. Si precisa che Unione Confcommerciò, Milano, Lodi Monza e Brianza e relative Associazioni territoriali, fatta eccezione per specifiche iniziative e attività che eventualmente verranno valutate di volta in volta dalla stessa Unione, non assume alcun impegno economico-finanziario sia per la gestione del Distretto sia per l'attuazione dei progetti e delle iniziative del Distretto.

### **Articolo 2 – Individuazione del Capofila**

I soggetti sottoscrittori conferiscono al Comune di Villa Cortese mandato di Capofila del partenariato, come meglio definito al successivo articolo 3, al fine di inviare e presentare richiesta di individuazione del "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano".

Il Comune di Villa Cortese in qualità di Capofila ha i seguenti compiti:

- rappresentare il partenariato nei confronti di Regione Lombardia;
- recepire gli interventi di competenza dei diversi partner pubblici, individuati nel Programma di Distretto o di nuova progettazione, concreti e condivisi con il partenariato;
- compiere tutti gli atti necessari per la richiesta di individuazione del Distretto e per il coordinamento dello stesso alla completa realizzazione degli interventi previsti dal Programma;
- coordinare il processo di attuazione del programma d'intervento e assicurare il monitoraggio;
- compiere tutti gli atti necessari per la partecipazione alle eventuali procedure di selezione e conseguenti la stessa fino alla completa realizzazione degli interventi previsti dal programma;



- nel caso di partecipazione a bando pubblico regionale, rendicontare a Regione Lombardia le attività finanziate conformemente a quanto previsto dall'atto di approvazione della graduatoria e del relativo contributo;
- nel suddetto caso, coordinare i rapporti finanziari con Regione Lombardia (incassi e pagamenti) e con altri eventuali sponsor/partner (incassi e pagamenti);

Il capofila non risponde in alcun modo, nei confronti degli altri partner, degli interventi del Programma non realizzati e dipendenti da qualunque causa o ragione non direttamente imputabili al Capofila.

### **Articolo 3 – Articolazione e organi del partenariato**

In relazione all'articolazione del Programma di Distretto, il partenariato è articolato come segue:

- partner trasversali sono il Capofila Comune di Villa Cortese, il Comune di Canegrate, il Comune di San Giorgio su Legnano e l'Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Sono organi del partenariato:

- la Cabina di Regia, composta da un rappresentante del Comune di Villa Cortese, un rappresentante del Comune di Canegrate, un rappresentante del Comune di San Giorgio su Legnano e tre rappresentanti dell'Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza;
- la Consulta di Distretto che è composta da tutti i partner del Distretto, sia sottoscrittori del presente accordo, sia successivamente ammessi al partenariato.

Il funzionamento, i compiti ed i rapporti degli organi del partenariato sono definiti nel Protocollo di regolazione e funzionamento, allegato al presente accordo sul quale parte integrante.

### **Articolo 4 – Rapporti con i partner**

Il capofila gestisce il complesso dei rapporti con i partner e gli eventuali benefici di contributi pubblici coinvolti nella realizzazione del Programma di Distretto, presentato in Regione Lombardia per il riconoscimento del Distretto, secondo i tempi e modalità stabiliti nel suddetto programma nel Protocollo di funzionamento del partenariato, nonché in eventuali, appositi atti integrativi adottati in conformità al patto.

### **Articolo 5 – Azioni e interventi**

Le azioni e gli interventi previsti, di cui al presente accordo, sono quelli individuati dal Programma di Distretto allegato al presente accordo, nonché quelli eventualmente definiti dal partenariato in conformità al Protocollo di finanziamento.

### **Articolo 6 – Durata del programma**

Le azioni e gli interventi per la realizzazione del Distretto saranno attuati nel rispetto del cronoprogramma contenuto nel Programma di intervento del Distretto.



## **Articolo 7 – Piano Finanziario**

La copertura finanziaria degli interventi previsti dovrà essere recepita nei rispettivi Documenti Unici di Programmazione, anche mediante aggiornamento degli atti già adottati.

Letto, confermato e sottoscritto.

**Il Sindaco del Comune di Villa Cortese**

Alessandro Barlocco

**Il Sindaco del Comune di Canegrate**

Roberto Colombo

**Il Sindaco del Comune di San Giorgio su Legnano**

Walter Cecchin

**Il Segretario Generale e Procuratore dell'Unione**

**Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza**

Marco Barbieri

Documento informatico firmato digitalmente ai sensi del T.U. 445/2000 e del D.Lgs 82/2005 e rispettive norme collegate.

Allegati

- Programma di Distretto
- Protocollo funzionamento del partenariato del distretto diffuso del commercio





## **PROTOCOLLO DI FUNZIONAMENTO DEL PARTENARIATO DEL DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO**

### **Articolo 1 - Organi del Partenariato**

Ai sensi dell'articolo 3 dell'accordo di distretto sono organi del partenariato:

- a) la Cabina di Regia;
- b) la Consulta di Distretto.

### **Articolo 2 - Cabina di Regia**

La Cabina di Regia (di seguito Cdr) del "Distretto Diffuso del Commercio dei Comuni di Villa Cortese, Canegrate e San Giorgio su Legnano", indicata nell'articolo 3 dell'Accordi di Distretto è composta da un rappresentante del Comune Capofila, un rappresentante di ciascun Comune partner e tre rappresentanti dell'Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

La CdR è organo di governo strategico del partenariato, cui compete ogni conseguente potere decisionale, di indirizzo e coordinamento e di controllo ai quali gli altri organi devono attenersi

La Cdr in particolare:

- a) svolge un ruolo di soggetto attivo e promotore del lavoro di miglioramento, implementazione ed eventualmente aggiornamento del Programma di Distretto;
- b) cura le iniziative ad azioni svolte nel Distretto, nel rispetto del Programma, siano costantemente mirate al pieno coinvolgimento di tutta l'area territoriale del Distretto;
- c) si adopera affinché il Distretto sia o divenga luogo strategico della promozione del tessuto economico dei Comuni partner;
- d) approva, nei casi previsti dal Programma, la definizione in dettaglio dei progetti nonché di quelli nuovi;
- e) definisce il processo di progettazione integrata che è alla base della costruzione e della sostenibilità nel tempo del Distretto commerciale attraverso l'individuazione di nuove opportunità di sviluppo ed una capacità di risorse aggiuntive;
- f) monitora la realizzazione del Programma e la sua corretta attuazione;
- g) approva l'ammissione di eventuali nuovi partner che abbiamo richiesto, dopo la costituzione, di aderire al Distretto; i nuovi partner faranno parte solo della Consulta del Distretto;
- h) approva la destinazione e l'utilizzazione di eventuali finanziamenti del Distretto, ricevuti da qualsiasi soggetto annesso quale partner dopo la costituzione del Distretto, con esclusione proventi da specifici bandi.

La Cdr delibera a maggioranza degli aventi diritto. A ciascun rappresentante è riconosciuto un voto.

Le deliberazioni del Cdr sono vincolanti per il Capofila e per il Comune partner del Distretto ed in nessun caso potranno essere derogate e/o disattese.

### **Articolo 3 – Funzionamento Cabina di Regia**

La Cdr è convocata la prima volta dal Sindaco del Comune capofila.



Le successive convocazioni saranno comunicate dal Responsabile dell'Ufficio Tecnico e Suap del Comune capofila, in qualità di Coordinatore, anche su richiesta motivata di uno dei componenti della Cdr.

L'avviso di convocazione deve pervenire almeno 7 giorni prima della riunione tramite pec, precisando l'ordine del giorno con allegata eventuale documentazione relativa ai punti di discussione e di ogni seduta verrà redatto il verbale.

Il coordinatore, dispone i lavori della seduta, provvede al suo ordinario svolgimento, mette in discussione gli argomenti iscritti all'ordine del giorno, favorendo la partecipazione di tutti i componenti della CdR.

#### **Articolo4 –Consulta di Distretto**

È istituita la Consulta del Distretto (di seguito CdD), indicata nell'articolo 3 dell'Accordo di Distretto.

La CdD è composta dai rappresentanti di tutti i partner di Distretto, sia sottoscrittori dell'Accordo di Distretto, sia successivamente ammessi al partenariato.

Possono parteciparvi, senza diritto di voto, esperti identificati dai partner sottoscrittori al fine di apportare il proprio contributo tecnico consultivo.

La CdD svolge funzioni propositive e di controllo sociale sull'operato del Manager di Distretto, se nominato.

La CdD opera mediante assemblee che possono approvare mozioni alla CdR, sia propositive, sia di segnalazione.

Le assemblee della CdD sono valide in presenza della maggioranza dei componenti e deliberano a maggioranza dei votanti, senza computare gli assenti.

Letto, confermato e sottoscritto.

**Il Sindaco del Comune di Villa Cortese**

Alessandro Barlocco

**Il Sindaco del Comune di Canegrate**

Roberto Colombo

**Il Sindaco del Comune di San Giorgio su Legnano**

Walter Cecchin

**Il Segretario Generale e Procuratore dell'Unione**

**Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza**

Marco Barbieri





Allegato alla deliberazione  
G.C. n. 61 del 23/03/2022

**DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEI COMUNI  
DI VILLA CORTESE, CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO**

# **PROGRAMMA DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO**



## INDICE

1. INTRODUZIONE E RUOLO DEL DISTRETTO.....	2
2. L'AREA DEL DISTRETTO.....	3
3. LA PERIMETRAZIONE DEL DISTRETTO .....	4
4. LE PROSPETTIVE.....	5
5. PARTENARIATO.....	6
6. OBIETTIVI E FINALITA' .....	6
7. INTERVENTI DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO.....	8
8. ALLEGATI.....	9



## 1. INTRODUZIONE E RUOLO DEL DISTRETTO

Lo sviluppo della città, di un centro urbano, di un Comune nasce dall'insieme delle diverse esigenze alle quali lo stesso è chiamato a dare risposta: in questo modo si realizzano le funzioni tipiche di un centro abitato, prima fra tutti l'abitare, l'offerta di servizi in senso lato per i residenti e per coloro che gravitano su di esso per motivi vari, l'espletare la propria funzione lavorativa, il trascorrere momenti liberi di svago con modalità diverse, culturali, ricreative, relax. Tutti questi elementi formano un mix che contribuisce a connotare con determinati aspetti peculiari il centro abitato, caratteristiche che ne definiscono la fisionomia.

In questo ambito il commercio ha un ruolo determinante non solo nella sua dimensione di settore di rilievo nel sistema economico comunale (valore aggiunto, tessuto imprenditoriale, fonte occupazionale, etc.), ma, trattandosi di un comparto dell'economia orientato direttamente al consumatore finale e, quindi, ai cittadini residenti, anche nella sua finalità di fornire un servizio essenziale. Inoltre, per le caratteristiche localizzative e per le funzioni espositive, assume una valenza strategica anche nella definizione e qualificazione dell'ambito urbano, nella sua qualità urbanistico-edilizia e di vivibilità.

Nella costituzione iniziale dell'agglomerato urbano questa funzione è stata espletata attraverso la localizzazione spontanea delle attività, con una modalità e una concentrazione che ha contribuito in modo determinante a creare un centro nel territorio comunale.

La conformazione del centro abitato, costituitosi attraverso la nascita sequenziale di porzioni urbane che si sono via via aggiunte in un mix di edifici con funzioni diverse, ha definito il centro storico e il nucleo del Comune, in spazi e modi; d'altro canto, l'evoluzione delle forme distributive ha presentato soluzioni diverse, le quali hanno scelto un'ubicazione spesso a margine del territorio comunale.

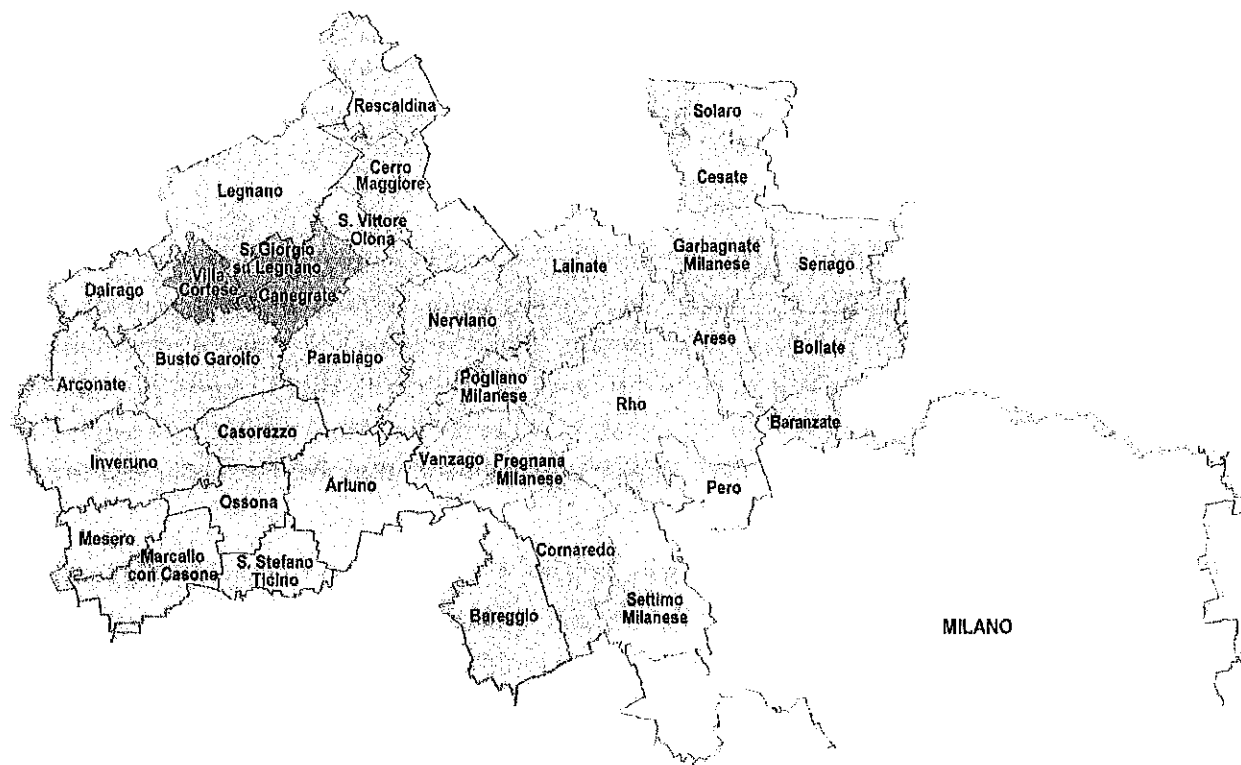
In relazione a tutto ciò e in connessione ai cambiamenti delle necessità ed esigenze dei consumatori anche la rete commerciale di un centro abitato ha intrapreso nuove iniziative, che possano rispondere ai cambiamenti intervenuti, alle sfide competitive e all'evoluzione della città. Il tutto con modalità varie, ma coordinate e guidate, che contribuiscono alla realizzazione di un disegno urbanistico del territorio comunale delineato e, quindi, del centro urbano. La rete del commercio e quella dei servizi, dunque, fornisce un contributo fondamentale, non tanto e non solo al commercio, ma all'ulteriore sviluppo della città. La finalità del pensare un territorio comunale.

In tal senso s'inserisce il DISTRETTO DEL COMMERCIO come definito dalla REGIONE LOMBARDIA *"...area di rilevanza intercomunale nella quale 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 accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali..."* e soprattutto il supporto che la Regione ha predisposto con risorse economiche, che vanno ad aggiungersi agli impegni finanziari pubblici e privati a sostegno d'iniziative, le quali facciano del commercio uno strumento essenziale per la valorizzazione del contesto urbano.



## 2. L'AREA DEL DISTRETTO

I tre Comuni di VILLA CORTESE, CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO sono localizzati all'interno di un territorio che presenta delle caratteristiche particolari sia da un punto di vista ambientale paesaggistico, che da un punto di vista dello sviluppo economico produttivo.



La collocazione geografica, sotto il profilo residenziale, ha assimilato l'espansione urbana delle periferie delle città, ma ha saputo mantenere alcune connotazioni particolari del borgo, quali la piazza, il nucleo antico, il permanere di un'ampia zona agricola ai margini del centro abitato, fattori aggreganti e forza vitale per la sussistenza di servizi commerciali di potenziale identificazione territoriale, basati sulla prossimità e su un'affezione con il proprio paese e la sua gente. Un elemento di connessione tra le aree comunali contigue è costituito dagli assi stradali di collegamento, ossia le strade provinciali e comunali che collegano i tre territori comunali. La posizione geografica e la presenza di rilevantissime vie di comunicazione, accanto alla disponibilità di vaste aree ha favorito, negli anni, l'insediamento di complessi produttivi, commerciali e di terziario in genere. Anche lo sviluppo residenziale avvenuto negli anni - e in particolare, in alcuni casi, negli anni recenti - ha dato un contributo fondamentale alla definizione del territorio e alle sue trasformazioni. Tali cambiamenti hanno arricchito in termini occupazionali, di offerta di servizi e qualità della vita i Comuni che formano il Distretto del Commercio. Questa evoluzione del territorio comunale e quindi anche del centro urbano dei vari Comuni ha apportato modifiche, seppur lievi, alla conformazione primordiale del nucleo abitativo e dell'intera area comunale.

In sintesi l'espansione residenziale che ha interessato un po' tutti i Comuni, seppur con modalità diversa, ha traslato naturalmente l'asse del territorio comunale rispetto alla sua posizione centrale: questo, da un lato, ha causato una richiesta di servizi essenziali e di prima necessità nelle vicinanze dei nuovi quartieri, ma, dall'altro lato, ha generato una richiesta maggiore in qualità e in



quantità di servizi da parte del nucleo storico del Comune, centro naturale commerciale e terziario del territorio, offrendo nuove opportunità di sviluppo. Lo stesso effetto si è prodotto in seguito all'espansione produttiva terziaria e artigianale avvenuta con modalità differenti in tutti i Comuni, elemento che ha generato ulteriori esigenze e, quindi, opportunità di servizio sia tradizionale (quali ristorazione, commercio e altro), sia innovativo, inerente alle attività.

### 3. LA PERIMETRAZIONE DEL DISTRETTO

Il Distretto del Commercio coincide con l'intera estensione dei tre territori comunali (v. Allegato 1). La ragione di tale scelta risiede nella volontà di perseguire tutte le opportunità possibili di sviluppo e innovazione delle attività commerciali, a prescindere dall'ubicazione.

L'accordare la possibilità di migliorie e qualificazione, nell'ottica degli obiettivi posti a livello regionale (anche a livello di partecipazione ai bandi periodicamente pubblicati), a ogni singolo punto di vendita, rappresenta, dunque, una delle condizioni importanti per rendere rilevante, nell'esperienza del vissuto dei vecchi e dei nuovi residenti, il commercio e la sua funzione, la sua capacità di servizio e la sua volontà di rinnovo, accrescendo in questo modo il livello di identificazione sociale. Accanto a questo obiettivo generale, che cerca di dare una risposta alla esigenza della singola impresa di agire in condizioni più adeguate nello scenario competitivo su scala comunale e non solo, sta inoltre il disegno di una presentazione complessiva del sistema distributivo locale agli occhi del consumatore, nelle sue più svariate sfaccettature merceologiche, tipologiche e localizzative, coinvolgendo anche le attività isolate e meno centrali, generalmente più retrive alla ricerca di sinergie sintetizzabili nel fattore "territorio", ad "azioni" comuni, mediante una proposta di marketing territoriale unitaria per cui anche il negozio ubicato nella strada periferica si senta parte di un sistema locale e coinvolto, al pari del fashion store del centro storico o dell'attività del quartiere residenziale, in una prospettiva evolutiva di segno positivo, in un disegno di marketing urbano, in una funzione importante di servizio ai consumatori.

La caratterizzazione dei Comuni facenti parte del Distretto, propone dunque uno sforzo di ampio coinvolgimento e di valorizzazione di ogni segmento della distribuzione, anche nell'ottica di una riduzione della mobilità per acquisti, problematica di sempre maggior rilievo ai fini di un risparmio energetico e una maggiore sensibilità ambientale.

Oggi, tale strategia trova nel consumatore un atteggiamento più consapevole, capace di approfondita valutazione nel mix prezzo-qualità dell'offerta di prodotti e nel rapporto costi-benefici dei luoghi d'acquisto. Se un tempo la crisi maggiore connotava il commercio delle periferie, ora anche le località centrali dei nuclei urbani e i luoghi artificiali della spesa segnano performance altrettanto negative. I prodotti e i format commerciali hanno cicli di vita estremamente ridotti: discount, outlet, farmers market, e-commerce, fashion store, etc. nascono e si esauriscono nel giro di pochi anni. Il consumatore è alla ricerca di un acquisto conveniente, ma anche propositivo di esperienza, gratificazione ed emozione. Tutti "sentiment" che possono trovare nel territorio quel livello di armonia e d'integrazione del vissuto in grado di offrire alle imprese del commercio percorsi di successo, concreti e duraturi. In questo senso la localizzazione non ha più un carattere così dirimente rispetto al passato, anche più recente, e la ricerca dei mercati di riferimento o di nicchie di mercato può avvenire con successo anche in zone non



centrali o a forte concentrazione commerciale, ma coerenti e funzionali con il mix di offerta e servizi proposto.

#### 4. LE PROSPETTIVE

L'evoluzione del commercio nell'area del Distretto dimostra una contrazione degli esercizi di vicinato del settore alimentare e di ulteriori piccole medie strutture di vendita. Sulla visuale più lunga cresce, invece, in modo più significativo la media distribuzione. Tuttavia, si hanno di fronte fenomeni, quelli locali della crescita demografica e dello sviluppo degli insediamenti economici produttivi e dei servizi, e quelli più generali di una nuova proiezione del concetto della "prossimità" tra i consumatori, che possono contribuire ad accrescere le opzioni per il commercio di vicinato e specializzato.

Vi sono altri due fattori che contribuiscono a uno scenario di maggiori opportunità per le piccole imprese del commercio: esaurita la fase espansiva, del consumo di nuovo suolo, dello sviluppo residenziale, oggi, grazie anche alle indicazioni della programmazione urbanistica regionale, i PGT (piani di governo del territorio) guardano più al recupero ed alla qualità della vita nei centri urbani, tematiche alle quali anche il commercio tradizionale e specializzato è fortemente interessato.

Infine l'atteggiamento "green" del consumo si sta affermando sempre più, attraverso una selezione più mirata dei prodotti, degli assortimenti e anche delle modalità di acquisto dei prodotti. I lunghi tragitti, le code alle casse, il congestionamento veicolare, la maxi-spesa settimanale, stanno lasciando il posto a una diversificazione dei comportamenti, nei quali il "localismo", purché moderno, propositivo, vantaggioso ed efficace, può avere la meglio, anche giocando il fattore "tradizione".

Da questa brevissima e sommaria analisi sulle condizioni delle prospettive emerge una risposta positiva: si può sfuggire dal luogo comune che "tutti i piccoli negozi sono destinati a chiudere", innanzi tutto perché i dati dimostrano che non è vero, in secondo luogo perché ci sono fattori di ordine territoriale, di specificità dei sistemi locali e di ordine generale, che aprono possibilità e opportunità.

È dunque necessario per le singole imprese:

- Implementare l'innovazione, puntando a imprese solide, sicure, dotate di metodi gestionali sofisticati e moderni.
- Accrescere la fidelizzazione e affrontare nuovi segmenti di mercato, generare nuova comunicazione, attivando metodi di conoscenza e di monitoraggio sulla clientela.
- Accrescere il valore aggiunto, agendo sugli assortimenti, sulle tecniche gestionali, introducendo la formazione in azienda, riducendo i costi gestionali, anche energetici, con metodi di benchmark.

In questo modo le imprese potranno risultare in grado di sostenere gli scenari competitivi e le nuove domande del consumo.

Ma questo non basta, è indispensabile che l'ambiente di riferimento dell'impresa commerciale subisca un netto miglioramento. Diversamente anche l'innovazione (e l'investimento) del





singolo negozio affogherà nella trascuratezza e nella neutralità della strada o della piazza urbana. Quindi una nuova progettualità, che significa proposte e non solo richieste, in un rapporto con le Amministrazioni Comunali e con le altre imprese (anche della media e grande distribuzione), che deve essere giocato con piena convinzione.

In questo senso le problematiche e le prospettive del sistema commerciale del Distretto del Commercio trovano un elevato livello di congruenza con gli obiettivi della Regione Lombardia, che può divenire una valida strumentazione di supporto alla strategia di rinnovamento e sviluppo che l'analisi propone come fattore influente su tutti gli aspetti della vita urbana ed economica dei territori interessati.

## 5. PARTENARIATO

I Comuni che costituiscono il Distretto del Commercio sono VILLA CORTESE, in qualità di capofila, CANEGRATE e SAN GIORGIO SU LEGNANO.

Del Distretto fa parte anche l'UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA.

Inoltre, potranno aderire anche le Associazioni locali presenti sul territorio quali PRO-LOCO, ASSOCIAZIONE COMMERCianti ed ulteriori soggetti privati che rientrano nella logica progettuale del Distretto del Commercio.

È, inoltre, obiettivo del Distretto del Commercio il coinvolgimento dell'insieme delle espressioni tipologiche del settore, quindi anche le medie e grandi strutture di vendita presenti sui territori dei Comuni, per una loro partecipazione attiva, in termini di marketing e di sostegno finanziario in particolare alle "azioni" generali che verranno promosse.

## 6. OBIETTIVI E FINALITA'

La costituzione del Distretto offre un'opportunità fondamentale nell'ottica di riarmonizzare le funzioni svolte dai centri urbani dei Comuni, coinvolti nei vari anni in profonde trasformazioni, ma che per la loro rivitalizzazione prospettica devono oggi affermare un nuovo ruolo e nuove competenze rispetto al mantenimento della propria centralità nella vita dei Comuni stessi, centralità non più garantita dai fattori tradizionali (la chiesa, il municipio, la piazza, etc.), ma con una proposta articolata di "interesse" orientata soprattutto verso i nuovi residenti e i giovani.

La strategia del Distretto del Commercio propone, al contrario, di assumere come centrale il progetto del futuro del Comune), coinvolgendo in esso le espressioni economiche che possono costruirlo, alimentarlo, farlo diventare esperienza comunitaria.

Da un lato, dunque, è necessario rafforzare la centralità del centro storico dei diversi Comuni del Distretto del Commercio come funzioni e vivibilità: negli anni il nucleo urbano storico è andato svolgendo il suo ruolo attraverso la rete commerciale e di servizi; si tratta ora di ridefinire la sua vocazione, rafforzandola sulla base dei cambiamenti intervenuti, per riconquistare un ruolo da protagonista rispetto alla nuova fisionomia del territorio e delle esigenze.

Dall'altro lato, è necessario garantire le funzioni di servizio basilari anche nelle altre zone dei territori comunali, raggiungendo le zone che sono localizzate ai margini delle aree comunali o comunque non contigue al centro abitato storico. In queste zone è opportuno sostenere e



valorizzare le iniziative commerciali sorte, appunto, per espletare questo servizio in modo da inserire anche queste realtà che compongono la rete commerciale comunale in un'ottica di Distretto.

Si tratta di focalizzare l'attenzione sulle polarità urbane, centro storico, altre vie del servizio, del commercio, dell'aggregazione (piazze, etc.), anche attraverso la valorizzazione del patrimonio storico e culturale dei Comuni. Questa rivitalizzazione dei luoghi del commercio centrale e periferico, aggregati o isolati, sarà realizzata, inoltre, attraverso progetti diversificati finalizzati a creare attrazione da parte di flussi di consumatori e di visitatori. Tale prospettiva differente, collegata all'evoluzione delle realtà comunali in oggetto, riguarderà anche la definizione delle infrastrutture e vie di collegamento, che si conformano alle esigenze emerse.

Differenti sono, quindi, le modalità di azione di questa strategia: si andrà ad agire su specifici aspetti (spazi esterni, strade, attività, persone, programmazione di eventi, etc.), che riversano su tutto il tessuto urbano i propri benefici effetti, grazie all'interazione dei vari elementi che costituiscono il centro abitato e soprattutto all'azione sinergica della rete distributiva e dei servizi. In tal modo si realizza l'azione rigeneratrice del commercio nei vari ambiti del Comune.

Questa ottica nuova mira, in dettaglio, a ridefinire l'ambiente più favorevole ai residenti, più vivibile, maggiormente accogliente e godibile. D'altro canto, tale visione prospettica mira a rendere più funzionale il territorio, con una integrazione dei diversi settori economici operanti in loco con le loro funzioni (agricoltura, manifatturiero, commercio e servizi vari) rispetto alle attività che in esso svolgono la propria mansione economica istituzionale e funzionale.

In tale ottica, ai fini della realizzazione del Distretto, è necessario incentivare la cooperazione tra i vari attori del Distretto e tra i vari soggetti del territorio, proprio per diffondere e condividere lo spirito di questa iniziativa e trasmettere alle diverse realtà tale modus operandi.

Gli obiettivi e il programma del Distretto sono così schematizzabili:

- 1) orientare gli interventi pubblici già programmati alla qualificazione delle condizioni "ambientali" dello svolgimento delle attività commerciali sul territorio (viabilità accessibilità, arredo urbano, verde diffuso, recupero degli edifici, etc.);
- 2) dare vita a una effettiva valorizzazione dell'insieme dei territori considerati, attraverso un'azione congiunta delle Amministrazioni Comunali e delle imprese, di qualsiasi tipologia, che trovi nel commercio uno dei punti nodali per la riproposizione di un concetto di qualità della vita urbana (dotazione quantitativa e qualitativa di servizio, mantenimento delle funzioni urbane primarie a livello di prossimità, manutenzione, sicurezza e qualità dei luoghi e degli edifici, accrescimento del livello nelle relazioni sociali ed economiche, sviluppo equilibrato del sistema economico locale e della capacità del territorio di offrire occupazione vicino a casa);
- 3) affrontare problematiche specifiche delle imprese commerciali, del turismo e dei servizi, sostenendo, attraverso la parte finanziaria del bando regionale, gli investimenti finalizzati e proponendo un progetto di comunicazione di ampio respiro;



- 4) dare vita a un'alleanza stabile e duratura tra i partners coinvolti, basata sui principi di trasparenza e condivisione, poggiando su una struttura di governance ben individuata e qualificata, proiettata su un progetto quinquennale;
- 5) realizzare un costante monitoraggio della situazione dei sistemi commerciali locali, sulle tendenze evolutive e sui fattori incidenti sulle prospettive. Tale azione di "osservazione" verrà effettuata sull'andamento degli interventi, pubblici e privati, individuati dal Distretto, a cura della struttura di governance e, per essa, saranno progettati "indicatori di effetto" di quanto prodotto (crescita del commercio, qualità dei percorsi commerciali, occupazione settoriale, stato delle imprese, etc.);
- 6) attivare processi concreti di semplificazione e trasparenza procedurale ai fini di agevolare le imprese del settore, le loro trasformazioni.
- 7) organizzare una serie di corsi di formazione riservati alle imprese locali e relativi alle tecniche di vendita, al marketing, alla comunicazione, alla gestione, etc., realizzando un vero e proprio progetto formativo;
- 8) valutare, alla luce delle esigenze emergenti dalle imprese, sotto il punto di vista delle tipologie medie e grandi e dei diversi territori comunali, l'armonizzazione dei calendari di apertura domenicale e festiva;
- 9) individuare esigenze specifiche di segmenti della distribuzione o di luoghi dei territori comunali, sui quali costruire ulteriori momenti di intervento e di sostegno, ricercando le necessarie fonti di finanziamento e valutando la fattibilità economica.

La prospettiva nel breve e medio periodo mira al raggiungimento di alcuni obiettivi specifici:

- il coinvolgimento e la condivisione, intorno al progetto di Distretto del Commercio, degli operatori e delle Associazioni di categoria, in un'ottica propositiva e di "azione", con diretto coinvolgimento degli stessi sulle problematiche del Distretto;
- l'adesione, su un concetto di centralità del commercio, di partners privati riconducibili ad altri settori;
- migliorare la capacità attrattiva dei luoghi del commercio del Distretto, nonché un accrescimento delle possibilità, anche temporali, di fruizione delle strutture commerciali in esso ubicate;
- la messa in opera di alcuni rilevanti interventi da parte di Enti pubblici e soggetti privati, orientati agli obiettivi dei bandi emessi dalla Regione Lombardia.

## 7. INTERVENTI DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

In linea di massima gli interventi che si intendono perseguire sono quelli dettati dalle indicazioni emanate dalla Regione Lombardia e, più in dettaglio:

- A. COMUNICAZIONE MARKETING: sulla base dell'analisi del sistema commerciale del territorio del Distretto, verrà organizzata una "azione" di monitoraggio costante delle performance del Distretto stesso e un progetto di comunicazione unitaria; inoltre verrà steso un progetto di



marketing con ideazione di nome e logo del Distretto, realizzazione di sito web e di altri opportuni strumenti di comunicazione;

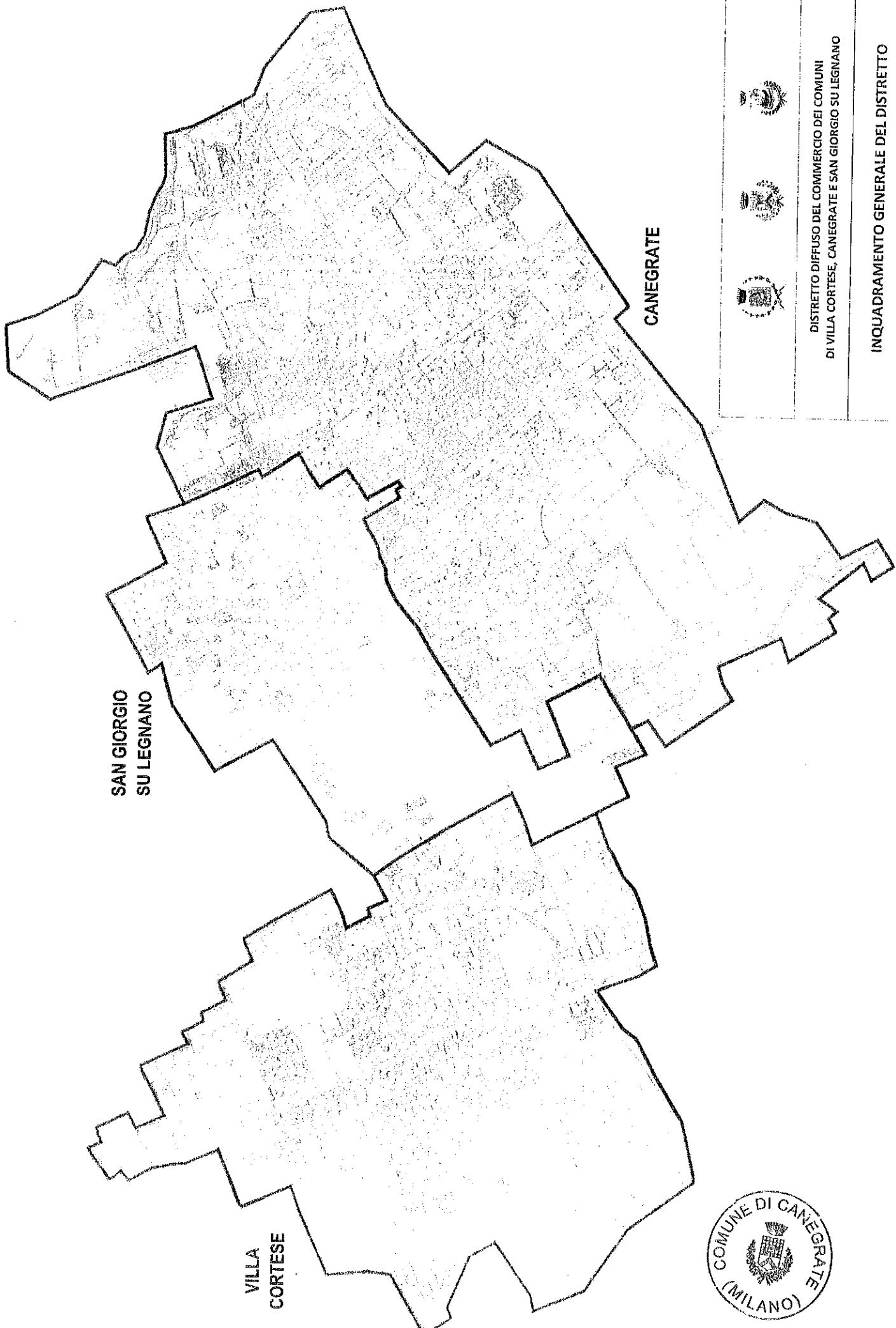
- B. **PROMOZIONE E ANIMAZIONE:** attraverso l'individuazione di tematiche di tipo temporale (le stagioni, la scuola, il Natale), territoriale e ambientale (la piazza, le vie e i quartieri, la campagna, il fiume, i parchi), merceologico (la moda, il gioco, il regalo, la cucina), verrà definito un programma con manifestazioni esistenti e di nuova formulazione;
- C. **INTERVENTI STRUTTURALI:** negli interventi pubblici figureranno opere finalizzate al miglioramento dell'arredo urbano e dell'illuminazione pubblica, di qualificazione del verde pubblico. Negli interventi privati saranno programmati progetti di sistemazione delle facciate degli immobili commerciali, di qualificazione estetica (vetrine e insegne) e di arredo (dehors e attrezzature);
- D. **ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ:** gli interventi saranno prevalentemente di tipo pubblico e riguarderanno opere stradali finalizzate al miglioramento e alla messa in sicurezza della viabilità centrale, alla realizzazione di piste ciclo-pedonali e all'abbattimento di barriere architettoniche;
- E. **SICUREZZA:** nella sezione degli interventi privati figureranno numerosi progetti di installazione di sistemi di video-sorveglianza e di allarmi elettronici, vetrine antisfondamento e sistemi antintrusione;
- F. **GESTIONE DI SERVIZI IN COMUNE:** la problematica potrà essere affrontata dal Distretto del Commercio, facendo leva sulla informatizzazione garantita dagli Sportelli Unici Comunali che dispongono per legge di siti web dedicati alle imprese, sui quali è possibile attivare sistemi di gestione e comunicazione comune;
- G. **INTERVENTI DI SOSTENIBILITÀ ENERGETICA E AMBIENTALE:** negli interventi pubblici figureranno iniziative per la selezione e raccolta differenziata di rifiuti;
- H. **INIZIATIVE FINALIZZATE ALLO SVILUPPO E SOSTEGNO DELL'IMPRENDITORIA:** nel programma di Distretto uno specifico obiettivo è dedicato all'avvio, eventualmente in collaborazione con Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e delle Associazioni di categoria, di un progetto formativo rivolto alle imprese del commercio, del turismo e dei servizi.

Il dettaglio degli interventi pubblici e privati, la loro descrizione e i relativi costi attuativi (Piano Finanziario) sarà oggetto di ulteriori approfondimenti, successivi alla costituzione del Distretto del Commercio.

## 8. ALLEGATI

Allegato 1 – INQUADRAMENTO GENERALE DEL DISTRETTO





**SAN GIORGIO  
SU LEGNANO**

**VILLA  
CORTESE**

**CANEGRATE**



**DISTRETTO DIFFUSO DEL COMMERCIO DEI COMUNI  
DI VILLA CORTESE, CANEGRATE E SAN GIORGIO SU LEGNANO**

**INQUADRAMENTO GENERALE DEL DISTRETTO**



Letto, approvato e sottoscritto:

IL SINDACO  
F.to Roberto Colombo

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dr.ssa Teresa La Scala

### CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Segretario certifica che copia della presente deliberazione, ai sensi dell'art.124 del D. Lgs. n.267/2000 viene pubblicata all'Albo Pretorio on line di questo Comune il giorno - 5 APR. 2022 e vi rimarrà per la durata di quindici giorni consecutivi.

Li, - 5 APR. 2022

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dr.ssa Teresa La Scala

### AUTENTICAZIONE

La presente copia è conforme all'originale, per uso amministrativo, ai sensi del D.P.R. 28.12.2000 n.445, art.18, composta di n. 22 fogli.

Li, - 5 APR. 2022



IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr.ssa Teresa La Scala)

A handwritten signature in black ink, appearing to be "T. La Scala", written over a horizontal line.

### CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

Si certifica che il presente atto è stato pubblicato nelle forme di legge all'Albo pretorio del Comune ed E' DIVENTATO ESECUTIVO in data \_\_\_\_\_ ai sensi dell'art. 134, comma 3, del Decreto Legislativo 18/8/2000 n. 267.

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dr.ssa Teresa La Scala

