

Allegato A

Programma del Commercio 2024

L.R. 22/2021

INDICE

RELAZIONE GENERALE

Pag.

(INTRODUZIONE)

1) Contenuti e Obiettivi del Programma del Commercio

1.1) Inquadramento normativo e rapporti istituzionali	4
1.2) Priorità, obiettivi e linee di azione del Programma	16
1.3) Articolazione del Programma	17
1.4) Valutazione adozione Programma del Commercio	20
1.5) Esiti ed efficacia applicativa della programmazione precedente	20

2) Verso una nuova strategia per il commercio

2.1) Priorità programmatiche desumibili dal quadro conoscitivo	24
2.2) Indirizzi normativi del Programma del Commercio	26
2.3) Le politiche per il rilancio commerciale dei centri storici	27

PROGRAMMA DEL COMMERCIO 2024

Introduzione

Il Programma del Commercio, si pone l'obiettivo di rendere più equilibrato e selettivo il quadro delle opportunità di sviluppo per il settore commerciale.

Di qui l'esigenza di un ripensamento complessivo dei contenuti strategici e operativi della pianificazione commerciale in un'ottica di più efficace selezione e promozione dei processi di miglioramento della competitività, di riqualificazione e di sviluppo equilibrato dei territori.

A partire dalla riforma Bersani che ha favorito la liberalizzazione del commercio, si è assistito ad rapida espansione dei negozi di piccole superfici così come la rete delle strutture di media dimensione ha continuato la sua fase espansiva.

Stesso discorso per la grande distribuzione organizzata che, grazie alle nuove progettazioni, ha visto la nascita di costruzioni, in media, sempre più grandi anche se il numero delle grandi strutture ha subito un rallentamento.

Nella fase della pandemia da Covid - 19, purtroppo, si è verificata una forte restrizione del commercio di vicinato e delle medie e grandi strutture a favore di una nuova tipologia di commercio che si svolge su canali on line.

Elemento innovativo del Programma del Commercio è la particolare attenzione dedicata alla tutela della domanda commerciale con il tentativo di garantire un servizio capillare e di qualità ai consumatori che non aumenti il livello di inquinamento ambientale e che punti all'utilizzo, da parte delle imprese, delle nuove tecnologie digitali.

Un assetto adeguato del commercio di vicinato fornisce un contributo cruciale alla qualità della vita delle popolazioni, soprattutto di quelle più anziane, e alla vivibilità e capacità di aggregazione dei centri urbani e delle località minori. Il Programma esprime l'esigenza di una crescita ad impatto zero, in termini di superfici e di esternalità negative, da qui l'importanza di razionalizzare e riqualificare le strutture esistenti e attualmente dismesse presenti sul territorio regionali e di attuare misure di perequazione.

RELAZIONE GENERALE

Introduzione

1) CONTENUTI E OBIETTIVI DEL PROGRAMMA DEL COMMERCIO

1.1) Inquadramento normativo

Il Programma del Commercio è lo strumento di programmazione dello sviluppo del commercio sul territorio regionale finalizzato ad orientare in senso equilibrato e sostenibile la diffusione delle strutture commerciali e costituisce strumento di integrazione e specificazione del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP) nell'ambito delle competenze della Provincia in materia di commercio. Esso si inserisce in un contesto normativo incardinato, sul versante della legislazione nazionale, nel D. Lgs. 114/1998 "riforma della disciplina del commercio" (c.d. Decreto Bersani) e, sul versante della legislazione regionale, nella Legge Regionale n. 22/2021 "Disciplina dell'attività commerciale nella Regione Marche". La normativa regionale citata delinea le competenze della Provincia in materia di programmazione commerciale.

Tale Decreto opera una riforma radicale del settore del commercio basata:

- sull'eliminazione delle licenze per gli esercizi di vicinato (esercizi con superficie di vendita fino a 150 mq. di vendita nei Comuni inferiori a 10.000 abitanti e fino a 250 mq. di superficie nei Comuni maggiori) e la previsione di una semplice comunicazione al Comune competente per territorio;
- sulla programmazione comunale delle medie strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita fino a 1.500 mq. di vendita nei Comuni inferiori a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. di vendita nei Comuni maggiori) attraverso l'approvazione, da parte dei comuni, dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni commerciali;
- sulla programmazione concertata tra Comune, Provincia e Regione per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento e all'ampliamento di punti vendita della grande distribuzione (esercizi con superficie di vendita superiore ai limiti previsti per le medie strutture di vendita) attraverso una Conferenza di servizi.

La Regione Marche è intervenuta sulla materia del commercio con una propria normativa.

<p>Legge regionale 22/2021 "Disciplina dell'attività commerciale nella Regione Marche"</p>	<p>Questa legge, nel rispetto dei principi costituzionali e della normativa europea e statale in materia di tutela della concorrenza, disciplina l'attività commerciale allo scopo di favorire la migliore distribuzione delle merci e dei prodotti, la promozione e l'internazionalizzazione del settore ed un equilibrato sviluppo delle attività commerciali in base ai seguenti principi:</p> <p>a) la semplificazione e l'innovazione</p>
--	--

tecnologica delle procedure relative agli adempimenti amministrativi afferenti all'esercizio delle attività commerciali;

b) la libertà di impresa e di stabilimento, la libera circolazione delle merci e la trasparenza del mercato;

c) l'equilibrato sviluppo e la modernizzazione della rete distributiva in base a criteri di efficienza con particolare riguardo alla crescita qualitativa ed alla capacità competitiva dei sistemi commerciali naturali, anche al fine del contenimento dei prezzi;

d) la promozione delle reti di imprese tra attività economiche e la salvaguardia dei mercati di interesse storico, dei locali storici, delle botteghe d'arte e delle attività commerciali e artigianali di tradizione nonché degli esercizi di vicinato;

e) il contrasto dei processi di depauperamento delle aree territoriali più deboli;

f) la libertà di concorrenza nell'accesso al mercato e nel suo funzionamento corretto e trasparente, in condizioni di pari opportunità, salvaguardando il pluralismo delle forme distributive;

g) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo alla valorizzazione del ruolo delle piccole imprese, all'evoluzione qualificata delle relazioni tra attività commerciali, contesti territoriali e filiere economiche e alla tutela attiva delle botteghe e dei mercati di interesse storico, di tradizione e di tipicità;

h) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane, costiere e termali, ai fini di una equilibrata articolazione del sistema distributivo nell'intero territorio regionale, con particolare riferimento alle aree a minore dotazione di servizi, agevolando l'insediamento di nuove attività nei centri abitati non dotati di adeguate strutture;

i) la valorizzazione e la riqualificazione dei centri storici e dei centri urbani e dei borghi attraverso lo sviluppo e la valorizzazione delle attività commerciali, artigianali e turistico ricettive;

j) la coerenza e l'integrazione tra la pianificazione urbanistica e territoriale e gli indirizzi in materia di insediamenti commerciali;

k) la promozione e lo sviluppo della concertazione come metodo di relazione e di collaborazione tra gli enti locali, le categorie economiche, le organizzazioni dei lavoratori e le associazioni dei consumatori, anche ai fini delle diverse articolazioni e funzioni del sistema distributivo, nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza;

l) la promozione del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica mediante l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita, per facilitare l'accessibilità del servizio nei piccoli comuni, nelle aree montane e rurali, promuovere lo sviluppo del servizio anche ai fini turistici e culturali del territorio, favorire il mantenimento del pluralismo della stampa per la salvaguardia della libertà di

	<p>espressione e l'effettività del diritto all'informazione;</p> <p>m) lo sviluppo del sistema fieristico regionale per la promozione delle attività economiche, del commercio e l'innovazione tecnologica dei sistemi produttivi;</p> <p>n) la salvaguardia della cultura della legalità e di contrasto all'abusivismo;</p> <p>o) il riconoscimento e il sostegno del commercio equo e solidale quale funzione rilevante della promozione dei valori di giustizia sociale ed economica, dello sviluppo sostenibile fondato sulla cooperazione e sul rispetto per le persone e per l'ambiente;</p> <p>p) la tutela e la libertà di scelta del cittadino consumatore, assicurando ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e di servizi nel territorio regionale, di informazione, di approvvigionamento, di servizio di prossimità, di assortimento e di sicurezza dei prodotti;</p> <p>q) lo sviluppo del commercio di prodotti frutto di attività di riciclo, riuso, recupero e rigenerazione di materiali e beni nonché di prodotti sfusi e alla spina al fine di ridurre l'impatto ambientale della produzione dei rifiuti e i relativi costi economici e sociali di smaltimento;</p> <p>r) la tutela e la valorizzazione della creatività marchigiana come eccellenza che contraddistingue la Regione Marche nel mondo.</p>
<p>Regolamento regionale del 7 giugno 2022, n. 3 - Disciplina dell'attività di commercio su aree pubbliche, in attuazione dell'art.16 della L.R. 22/2021</p>	<p>Il Regolamento nasce con l'obiettivo dell'innovazione e riqualificazione del settore, tenendo conto delle peculiarità del loro territorio, nonché dell'esigenza di contemperare il diritto dell'imprenditore al libero esercizio</p>

dell'attività con quello della collettività e dei consumatori alla fruizione di un servizio adeguato e rispondente alle diverse necessità ed esigenze.

La regolamentazione persegue in particolare i seguenti obiettivi:

a) evoluzione e innovazione della rete del commercio su aree pubbliche, con particolare riferimento alla promozione della:

- qualità del lavoro;
- formazione professionale degli operatori e dei dipendenti;
- trasparenza, qualità del mercato e libertà d'impresa, al fine di realizzare le migliori condizioni di prezzo, nonché la maggiore efficienza ed efficacia della rete distributiva sulle aree pubbliche;

b) tutela dei consumatori in termini di salute, sicurezza, corretta informazione e pubblicizzazione dei prezzi e dei prodotti, anche relativamente al commercio di prodotti usati o riciclati;

c) valorizzazione dell'attività di commercio su aree pubbliche al fine di favorire la redditività, di promuovere la qualità sociale delle città e del territorio, il turismo, l'enogastronomia e le produzioni tipiche locali nonché riequilibrio dei flussi di domanda attraverso una politica mirata a sostenere e rafforzare il commercio su aree pubbliche anche in zone degradate o nei Comuni interni, montani o rurali;

d) armonizzazione e integrazione del settore con le altre attività economiche, al fine di favorire l'equilibrio tra domanda e offerta e consentire lo sviluppo e il diffondersi di formule innovative;

e) efficacia e qualità del servizio da rendere al consumatore, con particolare riguardo all'adeguatezza della rete e all'integrazione dei mercati e delle fiere nel contesto sociale, ambientale e paesaggistico;

f) salvaguardia e riqualificazione delle zone di pregio artistico, storico, architettonico, archeologico e ambientale;

g) salvaguardia e riqualificazione della rete dei mercati e delle fiere nelle zone meno densamente popolate, in particolare nei Comuni montani, rurali e nei centri minori;

h) incentivazione della concorrenza, anche al fine di garantire l'accesso ai mercati da parte delle imprese di minori dimensioni, tenendo in adeguata considerazione gli obiettivi di politica sociale connessi alla tutela dell'occupazione, nel quadro dei principi dell'Unione europea, nonché di contribuire al rafforzamento della giustizia sociale;

i) miglioramento della qualità ed efficienza dei servizi pubblici;

j) potenziamento della tutela dell'ambiente e del diritto alla salute dei cittadini;

k) rimozione degli ostacoli regolatori, di carattere normativo e amministrativo, all'apertura dei mercati;

l) promozione di un'economia a basso impatto ambientale e a chilometro zero favorendo la commercializzazione e diffusione dei prodotti del territorio anche mediante l'utilizzo di sistemi di nuova generazione;

m) attuazione di misure di semplificazione dei procedimenti amministrativi, di collaborazione tra

	<p>enti;</p> <p>n) attuazione di misure di semplificazione per la diffusione ed il sostegno dell'amministrazione digitale;</p> <p>o) localizzazione delle aree mercatali e fieristiche in modo da consentire un facile accesso agli operatori e consumatori, il rispetto delle esigenze della popolazione residente, il rispetto dell'assetto e dei vincoli territoriali e delle attività esistenti.</p>
<p>Regolamento regionale del 7 giugno 2022, n. 4 - Disciplina dell'attività di commercio in sede fissa, in attuazione dell'art.16 della L.R. 22/2021</p>	<p>Il Regolamento contiene programmazione per lo sviluppo del settore che si espleta nel rispetto della vigente normativa europea e statale in materia di semplificazione, libertà di stabilimento, tutela della concorrenza, sussidiarietà, differenziazione, adeguatezza e proporzionalità nel perseguimento delle finalità elencate all'art. 1 della l.r. 22/2021. Per garantire maggiore efficienza nell'espletamento delle loro attività, deve essere favorito l'uso degli strumenti informatici e telematici nei rapporti interni, tra le amministrazioni e tra questi ed i privati.</p> <p>La programmazione si attua nel rispetto della Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile e delle norme previste sulla tutela ambientale, paesaggistica e dell'ambiente urbano incluso l'assetto territoriale in ambito urbano e rurale, la tutela della biodiversità e degli ecosistemi, la conservazione del patrimonio storico ed artistico.</p> <p>Gli obiettivi saranno conseguiti in un'ottica di partenariato con le altre autorità preposte, in conformità alle disposizioni costituzionali.</p> <p>Negli strumenti di attuazione i</p>

	<p>Comuni/Unioni di Comuni e le Province, ognuno per quanto di loro specifica competenza, non devono prevedere alcuno dei requisiti vietati dalla direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno né introdurre deroghe agli istituti di protezione ambientale uniformi su tutto il territorio nazionale.</p> <p>Nello stabilire i criteri, le modalità e le procedure relativi alle autorizzazioni, alle segnalazioni certificate di inizio attività (SCIA) e alle comunicazioni i Comuni/Unioni di Comuni devono rispettare le finalità e i principi generali fissati dalla l.r. 22/2021 e dal presente Regolamento, tenendo conto in particolare dei seguenti elementi:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) caratteristiche e sviluppo urbanistico del territorio; b) traffico, mobilità, inquinamento acustico e ambientale e cambiamenti climatici in termini di mitigazione e adattamento; c) tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano secondo quanto previsto dall'art. 12 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, "Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno"; d) rispetto della disciplina di tutela di cui alla Parte II del Codice dei beni culturali e del paesaggio.
<p>Regolamento regionale del 7 giugno 2022, n. 5 - Disciplina dell'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica, in attuazione dell'art.16 della L.R. 22/2021</p>	<p>L'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica di cui al Titolo II, Capo I, Sezione III, della l.r. 22/2021 costituisce un servizio di interesse generale ed è disciplinata nel rispetto della normativa comunitaria e statale in materia di tutela della concorrenza, efficienza, libertà di stabilimento e tutela del</p>

territorio, al fine di favorirne l'organica e razionale diffusione nel territorio regionale, garantendo il diritto al pluralismo informativo e alla diffusione della cultura in condizioni di imparzialità.

2. I Comuni non devono prevedere nessuna restrizione o limitazioni per l'insediamento delle attività di vendita di giornali e riviste. Eventuali restrizioni possono essere stabilite dai Comuni esclusivamente per motivi imperativi di interesse generale, ovvero ragioni di pubblico interesse non altrimenti risolvibili, quali, a titolo esemplificativo, l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, l'incolumità pubblica, la sanità pubblica, la sicurezza stradale e la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano.

3. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico delle rivendite esclusive compresa l'apertura domenicale e festiva sono rimessi alla libera determinazione degli edicolanti senza incontrare limiti o prescrizioni, diretti o indiretti, anche derivanti da accordi tra operatori economici.

4. I Comuni, nell'esercizio delle proprie potestà regolamentari, possono esclusivamente introdurre l'obbligo per i rivenditori di pubblicizzare l'orario di apertura e di rispettare l'orario liberamente prescelto.

5. E' fatto divieto alle imprese di distribuzione territoriale della stampa:

a) di discriminare i punti vendita in considerazione degli orari e dei turni di apertura prescelti;

b) di limitare o ostacolare la possibilità, per i punti vendita

	<p>esclusivi, di ampliare le categorie merceologiche e i servizi offerti al pubblico;</p> <p>c) di discriminare i punti vendita o di impedire o limitare gli sbocchi o gli accessi al mercato o di ostacolare lo sviluppo tecnico, il progresso tecnologico o l'informatizzazione, attraverso l'impostazione, diretta o indiretta, a carico delle rivendite, di costi, prestazioni, modalità di pagamento, clausole penali o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose o che di fatto determinino un peggioramento delle condizioni economiche e delle modalità commerciali di cessione e di consegna delle pubblicazioni.</p>
<p>Regolamento regionale del 27 ottobre 2022, n. 6 - Regolamento regionale di competenza della Giunta regionale concernente: "Disciplina delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, in attuazione del Titolo III della L.R. n. 22 del 5 agosto 2021</p>	<p>Il Regolamento individua criteri per la localizzazione sul territorio degli esercizi di somministrazione tenendo conto in particolare dei seguenti elementi:</p> <p>a) caratteristiche e sviluppo urbanistico del territorio;</p> <p>b) traffico, mobilità inquinamento acustico, ambientale e cambiamenti climatici in termini di mitigazione e adattamento;</p> <p>c) rispetto della disciplina di tutela di cui alla Parte II del Codice dei beni culturali e del paesaggio;</p> <p>d) tutela dei locali storici, tutela dell'ordine pubblico, pubblica sicurezza e sicurezza stradale;</p> <p>e) salvaguardia e qualificazione delle aree di interesse artistico, ambientale, storico e culturale, recupero di aree o edifici di particolare interesse attraverso la presenza di qualificate attività di somministrazione;</p> <p>f) esistenza di progetti di qualificazione e valorizzazione dei</p>

luoghi del commercio;
 g) rispetto della disciplina sullo sviluppo sostenibile.

Il Comune, ove riscontri che parti del proprio territorio, in relazione alla loro specificità, risultino carenti di servizio, può prevedere misure e interventi volti a favorire e incentivare l'insediamento di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, con particolare riguardo alle aree insulari, montane e rurali.

I criteri comunali perseguono prioritariamente i seguenti obiettivi:

a) trasparenza e qualità del mercato, libera concorrenza e libertà d'impresa, al fine di realizzare le migliori condizioni dei prezzi, nonché la maggiore efficienza ed efficacia della rete distributiva;

b) tutela dei consumatori con riferimento alla salute, sicurezza, corretta informazione e pubblicizzazione dei prezzi e dei prodotti;

c) valorizzazione delle attività di somministrazione al fine di favorire la loro redditività e di promuovere la qualità sociale delle città e del territorio, il turismo, l'enogastronomia e le produzioni tipiche locali;

d) armonizzazione e integrazione del settore con le altre attività economiche, al fine di favorire l'equilibrio tra domanda e offerta e consentire lo sviluppo e il diffondersi di formule innovative.

I Comuni possono fissare anche criteri differenziati nell'ambito del proprio territorio, nei casi in cui coesistano realtà diverse.

I Comuni, al fine di garantire il concreto inserimento nell'assetto urbanistico delle attività di

somministrazione di alimenti e bevande, definiscono le aree di particolare interesse ambientale, storico, archeologico ed artistico culturale nelle quali si rende necessario sottoporre tali attività a limitazioni o divieti, allo scopo di salvaguardare la natura delle aree stesse.

I Comuni, ai fini della programmazione tengono conto delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere e in particolare:

- a) degli insediamenti residenziali;
- b) degli insediamenti scolastici e universitari, delle sedi di attività culturali e sportive, nonché di uffici pubblici e privati e degli insediamenti industriali e produttivi;
- c) delle infrastrutture di traffico quali autostazioni, stazioni ferroviarie e delle linee metropolitane, portuali e aeroportuali;
- d) delle zone a traffico limitato e delle isole pedonali.

Tra le novità normative di maggiore rilievo, emerge soprattutto la previsione di criteri di sostenibilità ambientale, territoriale e sociale. Le modalità di valutazione delle domande per l'apertura e la modificazione dei punti di vendita vedono una verifica non solo delle condizioni di compatibilità (commerciale, urbanistica, con il quadro ambientale e con quello infrastrutturale e viabilistico) ma anche, per la grande struttura di vendita, di una nuova verifica delle condizioni di sostenibilità dell'intervento in relazione al contesto socio-economico, territoriale e ambientale di riferimento.

Al fine di promuovere la sostenibilità ambientale ed in attuazione della normativa comunitaria e statale è stato inserito il divieto di utilizzo della plastica nelle attività di somministrazione di alimenti e bevande, compreso il consumo immediato di prodotti sul posto.

Sono stati previsti, inoltre, strumenti per favorire la sinergia territoriale tra associazioni di categoria ed enti locali attraverso l'individuazione di ambiti territoriali configurabili come distretti del commercio intese come entità innovative che definiscono ambiti ed iniziative nei quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregate possono fare del commercio il fattore di

integrazione con altri settori produttivi quali attività artigianali, turistiche e di servizio nonché di valorizzazione delle risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività complessiva, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.

La Direzione Attività Produttive ed Imprese si è occupata della stesura del Programma in sinergia con le altre unità organizzative interessate dell'Ente, coinvolgendo e consultando nel contempo le espressioni socioeconomiche, istituzionali e sindacali del territorio. Il carattere partecipativo che ne deriva investe così due fronti, quello interno all'Ente e quello esterno, delle realtà locali, rendendo il Programma del Commercio strumento di programmazione condiviso anche dai soggetti nella cui sfera andrà a svolgere la sua efficacia.

1.2) Priorità, obiettivi e linee di azione del Programma

Dal punto di vista insediativo è importante garantire infrastrutture, servizi per la popolazione, un'articolazione capillare della rete dei servizi pubblici e lo sviluppo della polifunzionalità per integrare il commercio con altre funzioni complementari già insediate.

Sotto l'aspetto della qualificazione del territorio e del miglioramento della qualità dell'ambiente, sono favoriti i piani di recupero di strutture già esistenti e attualmente in disuso per evitare il consumo di suolo libero.

Altro obiettivo di fondo è la necessità di non aumentare il livello di inquinamento ambientale, di garantire il risparmio energetico e idrico e di non incrementare il traffico veicolare che in più parti del territorio provinciale appare ormai a livelli di elevata criticità.

Si evidenzia, inoltre, l'importanza di rilanciare il commercio nei centri storici e i servizi presenti nei contesti urbani, così da creare loro le condizioni per una maggiore capacità di competere con la grande distribuzione organizzata.

Inoltre le azioni contenute nel Programma mirano ad intercettare le linee operative contenute nella strategia regionale di sviluppo dei borghi.

Con la L.R. 29/2021 "Sostegno alle iniziative integrate di riqualificazione e valorizzazione dei borghi e dei centri storici delle Marche e promozione e sviluppo del turismo diffuso e sostenibile" la Regione si prefigge l'obiettivo di rivitalizzare e valorizzare il tessuto socioculturale ed economico-produttivo dei borghi e dei centri storici attraverso interventi intersettoriali volti ad assicurarne la vivibilità, l'attrattività e la messa in sicurezza, favorire il recupero e la riqualificazione conservativa del patrimonio edilizio ivi esistente, la transizione al digitale, l'avvio e la crescita di micro e piccole imprese, il turismo diffuso e sostenibile e il soggiorno in un contesto abitativo, ambientale e paesaggistico di pregio, a contatto con le comunità residenti. Questa finalità viene perseguita, attraverso la programmazione a forte carattere interdisciplinare, di progetti strategici capaci di stimolare sinergie e forme di coordinamento tra soggetti pubblici e privati. Queste

ambiziose attività sono narrate nel “Programma regionale integrato degli interventi per la riqualificazione e valorizzazione del borghi e centri storici delle Marche” che costituisce un documento che definisce le linee strategiche della politica di sviluppo regionale.

Particolare attenzione viene posta nei confronti dello sviluppo di nuove tecnologie green ed alla transizione digitale prevedendo interventi mirati a stimolare l’adeguamento green e hi - tech.

1.3) Articolazione del Programma

La Legge regionale n. 22 del 05 agosto 2021 consente alla Regione Marche di concorrere al finanziamento degli interventi di valorizzazione dell’offerta commerciale nei centri urbani, con riferimenti particolari per i centri storici, favorendo la riqualificazione delle attività commerciali presenti. Le misure attivate puntano a rivitalizzare il territorio rendendolo più competitivo favorendo così la crescita, in particolare di piccole e medie attività commerciali migliorando la qualità delle città e dei piccoli comuni assicurandone l’attrattività, vivibilità e sicurezza.

La Regione, al fine di favorire lo sviluppo della rete distributiva regionale, promuove nell’ambito delle proprie competenze, interventi a favore delle micro, piccole e medie imprese commerciali, finalizzati a riqualificare il commercio attraverso l’ammodernamento delle strutture aziendali e dei metodi gestionali delle imprese, lo sviluppo delle forme associative e dei rapporti di collaborazione interaziendali, la realizzazione, la realizzazione di interventi di riqualificazione urbana e l’offerta di adeguati servizi commerciali.

La Giunta regionale, sentito il parere della competente commissione consiliare, approva un programma annuale del commercio di utilizzo delle risorse destinate al finanziamento degli interventi di cui all’art. 137 della l.r. 22/21.

Nell’ambito del programma annuale del commercio di utilizzo delle risorse destinate al settore verranno attivati, sulla base delle risorse disponibili i seguenti interventi:

- *Progetti di sistema - Intervento realizzato del soggetto pubblico ad integrazione al PR Fesr Marche 2021/2027 (Intervento 1)*

Con il presente intervento verrà finanziato il progetto proposto/realizzato dal soggetto pubblico (Comune/Unione di Comuni) ad integrazione del progetto di sistema presentato dalle imprese in forma aggregata di cui al PR Marche Fesr 2021-2027 Asse 1 - OS 1.3 - Azione 1.3.3. - Intervento 1.3.3.2 “Sviluppo e Valorizzazione dei Centri Commerciali Naturali”.

L’intervento del PR Fesr Marche 2021/2027 Asse 1 OS 1.3. Azione 1.3.3.

Intervento 1.3.3.2 “Sviluppo e valorizzazione dei Centri Commerciali Naturali” agisce a sostegno delle iniziative pubbliche/private volte a rivitalizzare la competitività economica dei centri storici ed urbani attraverso azioni specifiche sui settori del commercio, dell’artigianato artistico e di qualità e della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande ritenuti di fondamentale importanza per lo sviluppo locale e per la promozione del territorio.

Si tratta di un modello organizzativo fondato sul “fare sistema” e nato dalla consapevolezza che solo una gestione integrata dell’offerta può tutelare l’identità degli esercizi di piccola e media dimensione, garantendogli reali possibilità di successo nella competizione con le altre tipologie distributive.

I Centri Commerciali Naturali sono forme di aggregazione tra imprese commerciali, artigianali, culturali, turistiche e di servizio insistenti su una determinata area della Città (nella stessa strada, nella stessa zona oppure che si localizzano in insediamenti costruiti ex novo), con lo scopo di valorizzare il territorio e di rendere più competitivo il sistema commerciale/artigianale/culturale e turistico di cui sono parte.

La dotazione finanziaria di € 500.000,00 viene quindi utilizzata per finanziare le amministrazioni comunali ad integrazione del progetto di sistema già presentato dalle imprese in forma aggregata nell’ambito del PR Fesr Marche 2021/2027 Asse 1 Intervento 1.3.3.2 finanziando esclusivamente l’intervento proposto/realizzato dal soggetto pubblico (Comune/Unione di Comuni) consentendo così la realizzazione integrale del progetto di sistema pubblico/privato.

Per i Comuni che hanno aderito ad un progetto di sistema presentato dalle imprese in forma associata saranno finanziate le spese per l’arredo urbano, l’illuminazione pubblica, la sistemazione viaria, i sistemi informativi da sviluppare anche attraverso l’utilizzo di supporti informatici, parcheggi finalizzati all’area da promuovere, interventi finalizzati all’obiettivo.

Il contributo regionale è pari al 70% della spesa riconosciuta ammissibile e l’ammontare totale dell’agevolazione non potrà superare l’importo di € 70.000,00 per ciascuna domanda presentata dal soggetto pubblico.

L’ammontare totale dell’agevolazione per ciascun Comune non potrà superare l’importo di € 70.000,00 anche nel caso di adesione a più progetti di sistema.

L’intervento realizzato dal soggetto pubblico verrà finanziato rispettando l’ordine della graduatoria di cui al bando approvato con DDD APIM n. 65 del 16 aprile 2024 fino ad esaurimento delle risorse finanziarie disponibili.

- *Intervento di sostegno alle piccole imprese commerciali (Intervento 2 e 3)*

Tale intervento mira alla concessione di contributi a favore dei progetti volti alla riqualificazione e valorizzazione delle imprese commerciali. Lo stesso si divide in due misure, una rivolta alle piccole e medie imprese del commercio al dettaglio e della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande situate in uno dei comuni della Regione Marche (Intervento 2), e l'altra rivolta alle piccole e medie imprese del commercio al dettaglio e della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande i cui locali commerciali risultano localizzati nei comuni con popolazione inferiore a 5.000 abitanti (Intervento 3).

Esso mira alla realizzazione di progetti che valorizzino aree, vie o piazze mirando alla riqualificazione e alla valorizzazione commerciale che insistono nei centri storici privilegiando l'attivazione da parte dei giovani di nuovi esercizi commerciali. I contributi sono previsti per investimenti high tech e per la ristrutturazione o ampliamento dei locali, rinnovo delle attrezzature fisse o mobili o degli arredi strettamente necessari per la vendita.

I contributi sono concessi in conto capitale per interventi relativi ai locali adibiti ad attività commerciali che hanno per oggetto da un lato investimenti innovativi "high tech" volti ad accrescere la competitività attraverso la diffusione di soluzioni innovative, tecnologiche (a titolo di esempio: sistemi di cassa evoluti e mobile POS, vetrine intelligenti, totem, commercio elettronico), dall'altra investimenti di ristrutturazione, manutenzione straordinaria, ampliamento dei locali, acquisto di attrezzature e arredi inerenti l'attività di vendita e/o di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

I criteri e le modalità saranno definiti con delibera di giunta regionale.

- *Interventi per il potenziamento degli apparati di sicurezza nelle imprese commerciali (Intervento 4)*

Con tale intervento la Regione intende promuovere ed incentivare misure concrete per garantire una maggiore sicurezza alle imprese commerciali che all'interno dei loro luoghi di lavoro svolgono attività sottoposte al rischio criminalità.

I contributi sono concessi in conto capitale per progetti relativi all'acquisto ed all'installazione di sistemi di sicurezza attivi o passivi agli esercizi commerciali, situati nel territorio della Regione Marche, da collegare con le forze dell'ordine e/o istituti di vigilanza.

I criteri e le modalità saranno definiti con deliberazione della giunta regionale.

PROGRAMMA DEL COMMERCIO 2024 - BILANCIO 2024/2026				
INTERVENTO	BENEFICIARI	CAPITOLO	IMPORTO	
			2024	2026
Progetti di sistema - CCN	Comuni	2140220052		500.000,00 €
Sostegno alle imprese commerciali	MPM imprese su tutti il territorio	2140220037		700.000,00 €
	MPM imprese in Comuni sotto i 5.000 abitanti	2140220051	100.000,00 €	
Potenziamento degli apparati di sicurezza	MPM imprese	2140220051	66.135,50 €	

1.4) Valutazione adozione Programma del Commercio

La pratica della valutazione in un programma è un elemento di novità. Se la valutazione ex ante è stata utilizzata per la costruzione del Programma del Commercio, quella in itinere e quella ex post permetteranno un suo miglioramento nel tempo. La valutazione amplia gli aspetti del monitoraggio (ne è l'analisi critica, implicando interpretazione e giudizio) delle politiche, dei programmi e dei progetti, con lo studio della performance in fase d'attuazione. Rispetto al Programma del Commercio, la valutazione verifica la coerenza tra obiettivi prefissati, risultati progressivamente ottenuti ed evoluzione del contesto di riferimento.

La valutazione dell'adozione del Programma del Commercio è elemento essenziale per individuare elementi di criticità e per far nascere esigenze di modifica dell'intervento integrato rispetto quanto stabilito nel programma originale: in tal modo il Programma del Commercio può diventare migliorativo di se stesso ed in continua evoluzione.

Lo sforzo nel valutare l'adozione del Programma del Commercio è un'innovativa attività cognitiva destinata principalmente a produrre effetti esterni tesi a soddisfare i bisogni del territorio.

1.5) Esiti ed efficacia applicativa della programmazione precedente

La Regione Marche in attuazione dell'articolo 134 della L.R. n. 22/21, nell'ambito degli indirizzi programmatici regionali, ha favorito e sostenuto interventi di riqualificazione e valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese commerciali operanti nel territorio regionale, impegnando le risorse disponibili per la riqualificazione dell'offerta commerciale regionale.

Nei programmi attuativi di utilizzo delle risorse destinate al settore del commercio nell'ambito della precedente programmazione sono stati attivati principalmente i

seguenti interventi:

- il bando per la realizzazione di progetti integrati tra il comune e le piccole imprese per lo sviluppo dei centri commerciali naturali è stato attivato nel 2020 e con lo stesso sono state finanziate 206 imprese. La stessa misura è stata poi riproposta nel 2022 finanziando altre 226 imprese.

Sulla scia del suddetto intervento, nel 2024 la suddetta misura è stata riattivata nell'ambito del PR FESR 2021-27 con il bando per lo sviluppo e la valorizzazione dei centri commerciali naturali approvato con Decreto del Dirigente della Direzione Attività Produttive e Imprese n. 65 del 16.04.2024.

L'intervento punta a rivitalizzare la competitività economica dei centri storici ed urbani attraverso lo sviluppo di progetti di sistema promossi da aggregazione di imprese commerciali, della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande e dell'artigianato artistico e di qualità e lo sviluppo di progetti di innovazione, attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie digitali come l'intelligenza artificiale, internet delle cose, marketing evoluto e digital marketing.

L'intervento agisce a sostegno delle iniziative pubbliche/private per ottenere risultati di più ampia portata sugli ambiti di riferimento individuati e per stimolare un processo virtuoso che generi reddito nel sistema economico regionale.

L'obiettivo è quello di rivitalizzare il territorio comunale con misure che favoriscano la presenza commerciale di qualità capace di attrarre l'interesse turistico e culturale del luogo.

- In linea con le precedenti edizioni del 2020 e 2021 previste dalla L.R. n. 27/09 "Testo unico in materia di commercio" ora L.R. n. 22/21 "Disciplina dell'attività commerciale nella Regione Marche", con DGR n. 1094/2022 - DGR n. 1568 del 28 Novembre 2022 si è previsto un ulteriore bando per la riqualificazione e valorizzazione delle imprese commerciali: INTERVENTO n. 1 rivolto a tutte le imprese commerciali regionali (165 imprese finanziate) e INTERVENTO n. 2 rivolto alle imprese commerciali nei comuni sotto i 5.000 abitanti (25 imprese finanziate).

Tali interventi hanno inteso riqualificare e valorizzare le imprese commerciali e di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande che insistono nei centri storici e nelle aree urbane privilegiando l'attivazione da parte dei giovani di nuovi esercizi commerciali.

I contributi sono stati concessi per investimenti high tech e per la ristrutturazione o ampliamento dei locali, rinnovo delle attrezzature fisse o mobili o degli arredi strettamente necessari per la vendita.

- Sono inoltre state adottate le seguenti misure: bando per il potenziamento dei sistemi e degli apparati di sicurezza, bando per l'abbattimento delle barriere architettoniche, bando per la diffusione di negozi di vendita di prodotti sfusi e alla spina e un bando rivolto alle imprese commerciali in sede fissa del settore non alimentare finanziando 221 imprese.
- Sulla scia del programma di governo nazionale, la Regione ha approvato inoltre un bando volto alla concessione di contributi per favorire la transizione ecologica nel settore della ristorazione. L'intervento ha sostenuto e incrementato l'offerta

di prodotti alimentari tipici (PAT), ad indicazione geografica protetta (DOP, IGP e STG) e biologici nel settore delle attività ricettive, di ristorazione e di pubblici esercizi, garantendo una migliore conoscenza e consumo dei prodotti agroalimentari provenienti dalla Regione Marche, rappresentativi della storia e della cultura enogastronomica del territorio.

VERSO UNA NUOVA STRATEGIA

2) VERSO UNA NUOVA STRATEGIA PER IL COMMERCIO

2.1) Priorità programmatiche desumibili dal Quadro conoscitivo

Gli elementi salienti desumibili dall'analisi dell'attuale assetto della rete di vendita, in rapporto al quadro evolutivo socio-economico e demografico di riferimento, concorrono a definire le priorità programmatiche del nuovo Programma del commercio.

La prima opzione riguarda la sostenibilità degli insediamenti commerciali.

Una organizzazione logistica e distributiva che avvicini alle residenze i punti di acquisto, non solo “di vicinato” ma anche di media dimensione, appare oggi più commisurata alle esigenze effettive di un territorio in cui le dinamiche socio-economiche e demografiche non determinano più la predominanza delle “grandi spese” periodiche di tipo despecializzato per nuclei familiari ampi e dotati di robusta e crescente capacità di acquisto. Occorre invece oggi far fronte al prevalere della segmentazione estrema delle esigenze, alla frammentazione e varietà di aspettative dei nuclei familiari, ai fenomeni di riduzione della capacità di spesa, di contrazione dell'importo medio degli scontrini, di maggior ricorso ad approvvigionamenti “di comunità” (di residenza, di lavoro, di studio, nei punti di snodo e interscambio della mobilità quotidiana delle persone, presso i produttori). Il tema da affrontare con il nuovo Programma è dunque quello di impostare un nuovo modello di urbanistica commerciale che, tenendo fortemente integrate scelte settoriali e scelte territoriali e urbanistiche, privilegi un assetto integrato e solleciti l'adeguamento e la qualificazione delle aree e degli assi commerciali esistenti, in particolare dei centri storici, da sempre fulcro della vita aggregativa, della coesione sociale, della capacità di incontro e di scambio (non solo commerciale) fra le popolazioni.

Fra gli obiettivi da assegnare al nuovo Programma, si mettono in evidenza le seguenti priorità:

- innovazione del commercio tradizionale e articolazione tipologica del servizio locale e zonale mirata a soddisfare i bisogni di categorie di utenti sempre più fra loro diversificate in relazione alla composizione socio-demografica e alle esigenze/abitudini dei vecchi e nuovi residenti;
- valorizzazione degli insediamenti commerciali che possono essere configurati come “centri commerciali naturali” ed in particolare dei centri storici, anche attraverso un inserimento di medie strutture con ruolo integrativo della capacità di attrazione e di servizio del commercio esistente;
- attenzione alle località minori (anche attraverso la sperimentazione di esercizi polifunzionali e attività multifunzionali) e necessità di monitorare il rischio, a fronte della presenza massiccia di grandi insediamenti commerciali attrattivi, di lasciare sguarniti di adeguati servizi distributivi gli ambiti meno popolosi presenti in vaste aree del territorio provinciale.

Da rimarcare, sia nei mercati sia nel commercio in sede fissa, il ruolo crescente dei prodotti tipici, biologici, con marchi di garanzia a tutela della qualità, dell'origine e delle modalità di lavorazione e trasformazione (disciplinari).

La documentazione trasparente del percorso dei prodotti dal territorio d'origine alle case dei consumatori, la riconoscibilità della filiera (tracciabilità) che va dalla produzione al consumo (anche in termini di correttezza, eticità, equità e sostenibilità delle modalità produttive) è un requisito sempre più richiesto dal pubblico, così come lievita la preferenza per prodotti locali, specie se di elevata qualità. Nonostante la crisi economica, resta alta fra la popolazione, stando anche ad indagini recenti, l'aspettativa innanzitutto di salubrità, ma anche di qualità e tipicità degli acquisti. In ampie fasce di consumatori questi comportamenti d'acquisto sono difesi anche a costo di limitare le quantità, evitando in particolare quegli eccessi di consumismo, indotti da assillanti campagne pubblicitarie e stimolati dal credito "facile", che hanno connotato la fase di sviluppo ormai alle nostre spalle.

2.2) Indirizzi normativi del Programma del commercio

2.2.1) *Obiettivi*

Il commercio è elemento strategico della qualità e competitività del territorio; un assetto adeguato di questo settore fornisce un contributo cruciale alla qualità della vita delle popolazioni e alla vivibilità e capacità di aggregazione dei centri urbani e delle località minori.

La pianificazione commerciale persegue obiettivi di innovazione settoriale limitando il più possibile impatti negativi sull'ambiente e sul territorio, evitando un eccessivo ricorso alla mobilità per acquisti e salvaguardando nelle realtà urbane una presenza articolata delle diverse forme distributive e tipologie di esercizi.

Obiettivo della pianificazione commerciale è garantire ai consumatori una ampia gamma di opportunità di scelta di prodotti e di servizi diversificati e specializzati favorendo la qualità e promuovendo la conoscenza e la commercializzazione dei prodotti tipici locali.

La presenza delle piccole e medie imprese commerciali è elemento insostituibile dell'identità dei luoghi, della capacità delle strade e delle piazze di aggregare la popolazione residente e attirare visitatori e turisti; occorre rafforzarne la presenza stimolando processi di innovazione, riqualificazione, associazionismo imprenditoriale.

I centri storici e i "centri commerciali naturali", che sono la risorsa principe del tessuto insediativo, della qualità urbana e della coesione sociale, devono essere messi in condizione di competere alla pari con i centri distributivi che si sono insediati all'esterno degli ambiti urbani attraverso una pianificazione oculata dei nuovi insediamenti commerciali che eviti sprechi di territorio, privilegi i recuperi di contenitori dismessi e le localizzazioni integrate, fornendo ai consumatori opportunità di acquisto innovative che si inseriscano in modo armonico nella rete esistente.

Fattore essenziale di efficacia della pianificazione commerciale è la piena coerenza e integrazione fra scelte settoriali e scelte generali di tipo territoriale e urbanistico. La selezione delle aree per il commercio, in particolare delle aree per insediamenti commerciali dotati di forte capacità di attrazione, è, prima e più delle autorizzazioni commerciali, lo strumento cardine per definire un assetto ottimale della rete di vendita. Di qui l'esigenza di coordinare in modo stringente Programma del Commercio e Piano Territoriale di Coordinamento provinciale (PTCP).

2.3) Le politiche per il rilancio commerciale dei centri storici

I centri storici, con la loro rete di piccoli esercizi e con i mercati settimanali che si svolgono nelle piazze e nelle strade, svolgono un ruolo fondamentale di aggregazione sociale. L'elevato sviluppo della grande distribuzione però ha messo in difficoltà la piccola distribuzione che, pur non registrando una significativa diminuzione nei numeri degli insediamenti, evidenzia un elevato turn over di queste attività.

Coerentemente con questo indirizzo, le disposizioni della Regione Marche per la pianificazione comunale, contengono precisi riferimenti sulla necessità di coerenza le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani. Nel Documento, che compone i P.G.T., deve essere data specifica attenzione al sistema commerciale locale e in particolare alla rivitalizzazione e al sostegno della funzione commerciale dei centri storici e dei nuclei urbani centrali.

Si evidenzia la necessità per i centri storici di dare spazio a progetti di valorizzazione che prevedano anche sinergiche collaborazioni tra operatori privati e amministrazioni locali.

I criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale prevedono forme di compensazione e servizi a favore degli esercizi di vicinato, nonché interventi a sostegno dei Comuni, che insistono nell'area di insediamento di una nuova localizzazione commerciale.

2.3.1) La perequazione territoriale

Ai fini dell'espressione del parere di competenza per l'apertura o la modificazione di un insediamento commerciale della media distribuzione (oltre i 1.000 mq) e della grande distribuzione, la Regione promuove l'avvio di misure perequative al fine di sostenere il piccolo commercio e la rivitalizzazione dei centri storici confinanti con la località oggetto dell'intervento.

Per costruire un sistema organico di perequazione è innanzitutto necessario partire dall'individuazione delle esternalità generate. È indubbio infatti che i punti vendita della grande distribuzione generano un forte impatto sul territorio regionale determinando anche uno squilibrio nella rete commerciale esistente non solo sul territorio comunale che ospita la nuova struttura ma su un raggio d'azione che va oltre tali confini.

Proprio per far fronte a tutte queste esigenze, lo strumento di concertazione prevede il conferimento di apposite risorse, da parte del Comune che ospita la nuova struttura di vendita, in un apposito Fondo Regionale.

Lo strumento della perequazione territoriale, che opera attraverso un meccanismo di sinergica collaborazione tra i Comuni e la Regione, consente di riequilibrare le differenti opportunità e le varie criticità legate allo sviluppo della grande

distribuzione organizzata.

Il fondo di perequazione può essere visto anche come uno strumento di finanza sovracomunale che consente di riequilibrare le risorse tra i Comuni interessati da un nuovo insediamento commerciale.