

# **DISTRETTI DEL COMMERCIO PER LA RICOSTRUZIONE ECONOMICA TERRITORIALE URBANA**

## **Proposta progettuale**

### **1. TITOLO DEL PROGETTO**

Azioni per il rilancio del centro storico di Cremona

### **2. DISTRETTO DEL COMMERCIO PROPONENTE**

Distretto del Commercio di Cremona (di seguito, DUC)  
UN SALOTTO PER CREMONA  
Comune Capoluogo: Cremona (CR)

### **3. CONTESTO (MAX 2 PAGINE)**

*Descrivere il contesto economico e urbano del Distretto, come risultava prima dell'emergenza sanitaria Covid-19 (es: numero e tipologia delle imprese presenti, ampiezza dell'offerta commerciale, servizi comuni disponibili per imprese ed utenti, meccanismi di governance, caratteristiche urbanistiche ecc.).*

**Cremona** è un Capoluogo di Provincia situato nel sud della Lombardia, che sorge sulla riva sinistra del Po e si estende su una superficie pianeggiante di circa 70 kmq. Ha un centro storico medievale compatto attorno alle architetture monumentali del Duomo con il Torrizzo e il Palazzo comunale. Le comunicazioni stradali sono impiegate sull'autostrada Piacenza-Brescia, che attraversa il territorio cremonese da Nord a Sud. Numerose strade ordinarie uniscono Cremona a Milano, Mantova, Brescia e Piacenza. I collegamenti ferroviari sono problematici, soprattutto sulla tratta per Milano. Un'importanza sempre maggiore sta acquistando la navigazione commerciale e turistica in forte espansione. sul Po e il porto di Cremona è ampio e modernamente attrezzato. Cremona dispone anche di un piccolo aeroporto turistico che negli ultimi anni ha sviluppato anche servizi di aerotaxi con le principali città italiane. Inoltre la sua vicinanza con gli aeroporti di Orio al Serio (BG), Linate (MI) e Catullo (VR), tutti a circa 1 ora di auto pone la città in una rete di collegamenti turistici con forte potenzialità.

Cremona, immersa nel cuore della fertile pianura padana, è una Città a misura d'uomo, che ha saputo coniugare le sue importanti e secolari tradizioni in campo culturale, musicale, agricolo e le sue risorse ambientali, con una forte propensione all'innovazione tecnologica. La provincia di Cremona ha un'economia prevalentemente agricola, che ha il suo punto di forza nella zootecnia, che contribuisce per l'80% al valore complessivo dei prodotti del settore primario (Cremona ospita le Fiere Zootecniche Internazionali, punto di riferimento per la zootecnia, oltre 58mila visitatori, 800 marchi e 117 eventi nel 2019, con l'esposizione internazionale dei bovini da latte). Il Cremona FoodLab, polo tecnologico per le imprese del settore agroalimentare dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, focalizzato su innovazione di prodotto e di processo, sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale ed economica, preparazione del personale e formazione manageriale. Oggi, il tessuto produttivo è costituito principalmente da piccole e piccolissime imprese, che operano soprattutto nei settori della meccanica e dell'agroalimentare. Il 72% delle imprese appartiene al settore terziario, e di questo ben il 46% è rappresentato da imprese del commercio

nel Comune Capoluogo, le imprese commerciali sono circa 1500, per buona parte concentrate nell'area del centro storico. La grande distribuzione è insediata in periferia e nei Comuni limitrofi. La struttura occupazionale è piuttosto debole, sia per la mancanza di grandi insediamenti industriali, che per la presenza di imprese di piccole dimensioni, spesso a gestione familiare, e/o poco propense all'innovazione, per cui Cremona esporta forza lavoro soprattutto a Milano e Piacenza.

Infine, tra pochi giorni la città di Cremona inaugurerà una vera e propria "cittadella degli studi", nello storico e artistico complesso monumentale e storico di Santa Monica, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, aprirà una sede universitaria, nuova, all'avanguardia e inserita nel tessuto cittadino, Proprio qui avrà la sede FoodLab. Oltre agli altri, due i nuovi corsi di laurea: la magistrale in tecnica del suono del politecnico e quella di restauro dell'UniPV, entrambe situate presso il Museo del Violino. Questo anche in sinergia con la prossima statalizzazione del locale Conservatorio "Monteverdi", che vedrà una nuova sede in Palazzo Grasselli, altro contenitore di pregio recuperato grazie a fondi regionali e di fondazioni bancarie.

Alla data del 31 maggio 2020, Cremona contava 71.856 residenti (di cui 34.553 maschi e 37.303 femmine) e la presenza di 33.846 famiglie. La forte presenza di stranieri in Città è dovuta anche ad alcune peculiarità locali, soprattutto connesse al mondo musicale (scuola di liuteria, artigianato elitario, ecc.). Tra gli extracomunitari, si riconosce una collocazione prevalente nel mercato del lavoro per nazionalità: i cinesi nella ristorazione e nel tessile/abbigliamento, mentre gli indiani nella zootecnia.

**Il Distretto urbano del commercio** denominato "Un salotto per Cremona" è stato istituito nel 2008, comprende tutta l'area del centro storico cittadino, interna alle vecchie mura medievali, che ha una superficie di circa 35.000 mq. Coinvolge circa 650 attività, tra negozi, artigianato di servizio, esercizi della ristorazione ed esercizi ricettivi, mentre i residenti sono circa 20.000. Della Cabina di regia fanno parte i rappresentanti di Comune, Camera di commercio, Provincia, Associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato. L'istituzione del Distretto del commercio ha consentito di rafforzare la collaborazione e la coesione fra i partner, per la promozione e il rilancio del Centro storico, che rappresenta la vetrina della città per eccellenza. Oggi, il Distretto è una realtà ormai collaudata, che ha compiuto la realizzazione di numerose iniziative a sostegno del centro storico e del piccolo commercio cittadino, producendo tangibili risultati positivi, anche in termini di ottimizzazione delle risorse, possibili grazie anche ai finanziamenti concessi da Regione Lombardia.

Cremona ha investito da tempo sulle sue eccellenze, è riuscita a raggiungere una posizione di prestigio fra le Città d'arte italiane, anche come destinazione turistica; in particolare, si propone come meta per il turismo culturale e musicale (1<sup>a</sup> Provincia italiana per imprese produttrici di strumenti musicali e per operatori nella liuteria, il 54,1% del totale italiano), il turismo naturalistico, il cicloturismo e il turismo gastronomico. Expo ha segnato anche per Cremona un momento di rilancio turistico segnando dal 2015 ad al 2019 un trend di crescita positiva in termini di arrivi e presenze nelle strutture ricettive della città. Si passa infatti ai 57.920 arrivi registrati nel 2014 agli 81.012 del 2019 con un aumento del 40%, mentre per quanto riguarda al numero dei pernottamenti si passa dai 132.837 del 2014 ai 156.133 del 2019 con un aumento del 18%.

Per essere competitivi, i territori devono puntare soprattutto su quegli elementi di attrazione che li rendono unici, in quanto non si possono trovare in altre località. Oggi, poi, rispetto al passato si preferisce la possibilità di fare esperienze varie e diversificate, connotate però tutte dalla caratteristica della tipicità ed irriproducibilità. Cremona vanta un indiscutibile primato nei settori dell'alto artigianato liutario ("Saper fare liutario di Cremona" inserito dall'UNESCO nella Lista del Patrimonio Immateriale dell'Umanità con un recente riconoscimento), della musica e dell'agroalimentare, e dispone di una preziosa risorsa ambientale, dalle grandi potenzialità turistiche, come il fiume Po. Questo "Distretto Culturale della Liuteria", ha caratteristiche uniche perché a Cremona i costruttori di strumenti ad arco interagiscono con le istituzioni formative e culturali, che investono sulla ricerca e sulla formazione degli operatori del settore negli ambiti della costruzione, manutenzione e restauro degli strumenti. Attorno a questi importanti filoni, che corrispondono ad altrettanti fattori di eccellenza, la Città ha costruito la sua identità, un vero e

proprio “brand Cremona”, ampiamente condiviso dal sistema territoriale, con il quale oggi si propone sul mercato internazionale, come meta culturale, gastronomica e naturalistica di qualità.

Dati statistici relativi ai negozi attivi

Negozi all'interno del DUC = 655

Negozi all'esterno del DUC = 723

Totale Negozi = 1378

Pubblici esercizi all'interno del DUC = 176

Pubblici esercizi all'esterno del DUC = 222

Totale Pubblici esercizi = 398

Totale Negozi e Pubblici esercizi all'interno del DUC = 831

Totale Negozi e Pubblici esercizi all'esterno del DUC = 945

Totale Negozi e Pubblici esercizi = 1776

I numeri-chiave del territorio della Provincia di Cremona, prima della Pandemia da COVID-19:

- Valore Aggiunto: €9,6 mld (2,9% del totale regionale), 9° in Lombardia e 47° in Italia;
- Valore Aggiunto per abitante: €26.299, 5° in Lombardia e 32° in Italia;
- €4,5 mld di export (3,6% del totale regionale), 9° per valore in Lombardia e 33° in Italia;
- 155mila occupati (3,5% del totale regionale), 9° in Lombardia e 48° in Italia;
- 358.955 abitanti (3,6% della popolazione regionale), 9° in Lombardia e 59° in Italia;
- Indice di dipendenza strutturale (1): 58,7%, la 3° più alta in Lombardia e 42° in Italia;
- 8.536 (2) aziende (2,56% del totale regionale), 10° in Lombardia e 62° in Italia;
- 2° Provincia lombarda per minor tasso di disoccupazione e 10° in Italia (5,1% della popolazione tra i 15 e i 74 anni).

(1) Numero di individui non autonomi per ragioni demografiche (età ≤14 anni e ≥65 anni) ogni 100 individui potenzialmente indipendenti (età 15-64 anni); (2) Sono esclusi imprenditori individuali, liberi professionisti e lavoratori autonomi.

*Descrivere l'impatto dell'emergenza sanitaria Covid-19 sul tessuto economico locale (es: cessazione di attività, incremento dei locali sfitti, settori più colpiti ecc.).*

La situazione del commercio nei centri storici della Lombardia richiama la necessità di intervenire con rapidità e creatività su un comparto in forte difficoltà.

Lo scenario attuale vede l'impoverimento della presenza di negozi di vicinato nei centri storici di tantissime città, come la nostra. Si attesta su numeri importanti l'utilizzo dell'e-commerce e la crescita di imprese (crescita del 58% per la sola regione Lombardia – Dato 2018) e il flusso degli utenti verso la grande distribuzione è elevato, grazie anche ad una serie di servizi che “coccolano” il cliente (es: ti porto la spesa a casa, politiche dei prezzi, parcheggi gratuiti, sconti e promozione mirata verso la famiglie di ogni città..)

La “ricostruzione” dell'economia lombarda dopo l'uragano devastante dovuto al virus Covid-19 dovrà tener conto della durissima prova a cui saranno state sottoposte le attività commerciali, di svago, di servizi alla persona, di ristorazione e somministrazione a causa dei lunghi mesi di attività bloccata o ridotta al minimo, riduzione forzata della mobilità, cambiamento dei comportamenti sociali e d'acquisto, incremento di costi, giacenze di magazzino invendute, difficoltà di accesso al credito e mille altre difficoltà.

Una crisi che rischia di far precipitare nel degrado i centri e le periferie delle nostre città, non più adeguatamente presidiati e animati dalle attività che oggi vi si affacciano. Per questo si intende sostenere con uno sforzo straordinario, il tessuto urbano e promuovere una rigenerazione economica urbana, sostenendo progetti imprenditoriali.

Da un lato quindi, gli interventi per la ripresa dovranno tenere conto della necessità di sostenere la “ricostruzione” del tessuto imprenditoriale, favorendo la ripartenza delle attività interrotte e l'avvio di nuove attività che vadano a compensare le inevitabili chiusure imposte dalla crisi.

Dall'altro lato, per far ripartire le attività economiche ed i servizi a utenti e visitatori, si dovrà fare i conti con l'esigenza di garantire diversi e più alti standard di sicurezza e protezione, sia per i consumatori che per i lavoratori, nonché saper cogliere appieno le opportunità di modalità

alternative di organizzazione delle vendite, quali il commercio elettronico e la consegna a domicilio, in affiancamento al canale fisico tradizionale.

Il Distretto del Commercio, nato per costruire strategie comuni e sinergiche tra mondo delle imprese, istituzioni pubbliche e attori sociali, può costituire oggi un veicolo per rigenerare le polarità di Cremona, promuovere le risorse del territorio, riportare la fiducia e rianimare i consumi. Il Distretto del Commercio "Un Salotto per Cremona" può quindi esercitare la responsabilità di ideare, organizzare e accompagnare interventi di sistema per la ripresa.

La strategia d'uscita dalla crisi del virus Covid-19 non potrà essere una strategia di contenimento o meramente difensiva, ma dovrà far leva su questo evento traumatico e di discontinuità, per coltivare e accelerare i fattori di rilancio e di innovazione che possano giocare a favore delle attività di prossimità, dell'attrattività commerciale e turistica e dei consumi del territorio di Cremona. Quello che vedremo trasformarsi e rinascere dopo questa crisi sarà un commercio, un artigianato, una ristorazione e somministrazione, un sistema di offerta d'impresa e servizi profondamente cambiati, capaci di massimizzare gli effetti positivi della digitalizzazione, del servizio al cliente, dell'esperienza sensoriale sul luogo, della unicità del contesto, della bellezza e dell'accessibilità del luogo di acquisto e di consumo, della capacità di usare tutte le leve del marketing moderno, per trovare soluzioni ed equilibri nuovi anche in seguito alla variazione della domanda.

Con queste finalità, l'iniziativa del DUC di Cremona, persegue i seguenti obiettivi specifici:

- sostenere i settori del commercio, della ristorazione, dell'intrattenimento, del terziario e dell'artigianato artistico e di servizi, a seguito dell'emergenza sanitaria da Covid-19, favorendo l'avvio di nuove attività e la ripresa di attività interrotte, al fine di ricostituire il tessuto delle imprese;
- sostenere il sistema delle imprese nell'adozione di nuovi modelli strutturali, organizzativi e operativi che permettano la ripresa delle attività anche a fronte delle maggiori esigenze di sicurezza e protezione dei lavoratori e dei consumatori, che sappiano sfruttare appieno il potenziale di innovazione e digitalizzazione, commercio elettronico e consegna a domicilio e che accompagnino le imprese verso modelli sostenibili dal punto di vista ambientale;
- favorire un ampio partenariato pubblico-privato tra istituzioni, associazioni di rappresentanza imprenditoriale e soggetti pubblici e privati del territorio che rafforzino la capacità di resilienza del tessuto economico e sociale del commercio di Cremona;
- strutturare e consolidare una governance efficace del DUC, che garantisca condivisione delle scelte, continuità e sostenibilità negli anni delle attività.

#### **4. STRATEGIA PER LA RIPRESA (MAX 2 PAGINE)**

*Descrivere la strategia comune elaborata dal Distretto per sostenere la ripresa delle attività economiche e il loro adattamento alla situazione post-emergenziale.*

E' opportuno saper progettare interventi che si ispirino al brand vincente della città di Cremona che potrà fungere da griffe, da marchio identificativo sul Distretto del Commercio. Se Cremona è la patria della liuteria ad es. la griffe di Stradivari o l'immagine del violino va collocata su merchandising e packaging dei negozi di vicinato, così come potrebbero provvedere a vetrofanie ed arredo urbano ispirato a questo brand. Il percorso sin qui effettuato dal Comune ha visto un investimento sulla rigenerazione urbana come strategia di lungo periodo. La rigenerazione delle città è un'attività che tende non solo ad una riqualificazione fisica, necessaria per rilanciare l'immagine urbana, a livello estetico, ma è affiancata da interventi di natura culturale, sociale, economica ed ambientale e di partecipazione sociale.

Questo è avvenuto e continua tramite un'attenta progettualità e programmazione strategica che ha attivato gli incentivi e le agevolazioni di enti e privati per chi vuole investire a Cremona denominato NUOVA ENERGIA X LE IMPRESE, ha investito in bandi per start up dedicati al commercio (STO@ e Bemystore) e ancora ha intercettato risorse con bandi Cariplo, Regione Lombardia o privati per investimenti su palazzi storici per riallocare presenze in centro, attività di interesse privato (aziende) e di interesse pubblico (università) e/o servizi. Inoltre ha creato e sostenuto animazioni ed eventi; interventi di inclusione sociale, progetti di riqualificazione e coinvolgimento di attori sociali diversi per ri-abitare strade e piazze, quartieri e centro storico, con

associazioni ed enti pubblici, spesso in sinergia con le associazioni di categoria rappresentative del commercio e dell'artigianato.

Il lavoro paziente e di confronto elaborato nel DUC ha creato indubbiamente un tavolo costruttivo e di crescita che continuerà ad elaborare progetti e strategie per il commercio e per l'artigianato che troveranno collocazione in una visione di città fruibile, accessibile, ricca di proposte culturali e di svago, di mercati e di eventi, grandi e piccoli, per garantire accoglienza, animazione continua e ricchezza di proposte ad un target sempre più eterogeneo di cittadini, ospiti e turisti.

Gli **obiettivi** principali di questa nuova strategia commerciale sono:

- la rivitalizzazione e rigenerazione del centro urbano caratterizzato da indebolimento dell'offerta commerciale, anche a seguito dell'emergenza COVID-19, attraverso il riuso di spazi sfitti e dismessi di piccola dimensione incentivando e rilanciando le attività commerciali, del turismo e dell'artigianato di servizi, ripensando gli spazi pubblici in chiave integrata;
- il miglioramento della qualità della vita delle comunità che vi gravitano e una maggiore attrattività nei confronti dell'esterno;
- l'aumento della capacità attrattiva del centro storico, esaltandone la funzione culturale, storico-artistica e commerciale e valorizzando le sue eccellenze, sia nel campo artistico culturale, che in quello agro-alimentare;
- l'aumento della frequentazione e il gradimento del cuore della Città da parte di turisti e residenti, al fine di rilanciare il settore del commercio, della ristorazione e artigianato dopo il lockdown e a seguito della prolungata emergenza da COVID-19;
- la valorizzazione del centro storico come luogo di richiamo commerciale e dello shopping, anche con funzione aggregativa e in armonia e coordinazione con gli aspetti culturali e storico-artistici;
- fare del commercio il volano della ripresa dell'economia locale;
- la sperimentazione di forme di rigenerazione urbana basate sul commercio come leva di riqualificazione e di attrattività;
- la promozione di iniziative emblematiche di recupero degli spazi sfitti di piccola dimensione a destinazione commerciale e artigianale delle aree caratterizzate da un consistente indebolimento dell'offerta commerciale del DUC.

Le **azioni** di rilancio sono state programmate come "Piano strategico del commercio" e sono:

- azioni presenti nel DUP e condivise in diversi incontri con commercianti, artigiani e CCIAA;
- consolidamento e rilancio del tavolo per il confronto con il Piano e le politiche del commercio;
- approvazione nuovo decreto DUC "Un salotto per Cremona" con nuovo perimetro comprendente le porte della città (n.843 del 27/1/2020 di R.L.);
- condivisione delle politiche strategiche del Piano territoriale degli orari, in particolare quelle orientate al commercio ed al turismo.

### 1) Tavolo Sfitti

Per incentivare l'occupazione degli spazi vuoti anche attraverso accordo territoriale con Regione Lombardia. Importante tavolo territoriale già avviato con le associazioni di categoria e Confidi, i proprietari dei negozi, le assicurazioni, gli istituti di credito per delineare un ambito di sviluppo che anche attraverso incentivi e defiscalizzazione possa aiutare a "ricostruire" il tessuto commerciale cittadino. Rilevanza del perimetro del Duc come primo intervento.

### 2) Marketing e comunicazione

Importante individuare una piattaforma che possa essere condivisa da attori pubblici e privati sui temi del centro: eventi, mobilità, animazioni a partire dalla propria attività e via.

- Una vetrina virtuale #vadoincentro e mille motivi per venire in città.
- Realizzazione di un calendario eventi & shopping sempre aggiornato e/o una App vadoincentro.
- Comunicazione integrata sui media e social: studio di forme di comunicazione per cittadini e ospiti.

### 3) Formazione degli imprenditori

In collaborazione con CCIAA e le associazioni di categoria, anche con ausilio di esperti, si intende incentivare la formazione degli imprenditori in un'ottica di innovazione strategica, marketing e

nuove vie di comunicazione per fidelizzare il cliente sia residente sia non residente, turista o ospite occasionale. Anche attraverso incontri B2B.

#### 4) Centro servizi per Ri-abitare il centro storico

Individuare un luogo da adibire a CENTRO SERVIZI PER IL CENTRO STORICO con spazio bimbi autogestito.

- Shopping bike tour: ti accompagno a fare la spesa (personal shopper);
- navetta elettrica (da inserire nel Pums);
- la spesa a casa (cargo bike);

in accordo con categorie del commercio, artigiani e agenzie di servizi.

#### 5) Azioni di rigenerazione urbana

- Le gallerie di una volta -riqualificare e rilanciare gli spazi (Galleria XXV aprile-Galleria del Corso-Galleria Kennedy).

In collaborazione con le associazioni di Categoria dei commercianti e degli artigiani, con i proprietari e i condomini e i residenti occorre avviare un processo di rivitalizzazione che tenga conto dell'occupazione dei locali sfitti, di nuovi arredi (es. reggi-biciclette) e di illuminazione nonché di attività di animazione e servizi per lo shopping e installazioni artistiche.

- Le piazze da rinnovare (p.zza Cittanova, p.zza Lodi, p.zza Giovanni XXIII, p.zza Antonella) e i luoghi (ex cinema e parco Tognazzi, porta Mosa):

a) PIAZZE Individuare progetti di rigenerazione per piazze da "rinnovare" in modo che possano essere abitate da cittadini, ospiti e turisti e che possano accogliere eventi ed installazioni temporanee.

b) LUOGHI interessare privati per ri-abitare ex cinema Tognazzi e il parco Tognazzi, porta Mosa anche attraverso bandi e incentivi ed attrezzare aree per eventi.

SCRITTE sui muri e VETRINE pulite, illuminate - la città e in particolare il centro storico ha bisogno di presentarsi sempre più in ordine i palazzi pubblici come quelli privati necessitano di pulizia e in alcuni casi di restyling da effettuarsi anche tramite incentivi come quelli già previsti...

b) CITTÀ IN FIORE - una città fiorita è una città accogliente. Il centro storico ri-fiorisce grazie anche al coinvolgimento dei negozi e dei residenti in un'ottica complessiva di città verde e in fiore a partire dalle vie e dalle strade. Un progetto condiviso tra pubblico e privati, residenti ed imprese, negozi e bar anche a tema in collaborazione con assessorato per il verde oro, installazioni artistiche e incentivi per riqualificazione.

#### 6) Eventi per il Centro storico

Animazioni condivise con residenti ed imprese. Nel rispetto del buon vivere occorre individuare animazioni consone ad un centro storico, ai luoghi, cortili e piazze, alla piazza del comune, alle vie, agli itinerari ed eventi che siano in grado di valorizzare il patrimonio artistico:

- Quali eventi per valorizzare il centro storico?
- Azioni di co-marketing con le attività proposte dalle associazioni, del Comune, da altri enti (es. Invasioni botaniche, festa del torrone, mercato europeo, festival musicali...)

#### 7) Bandi per nuove attività commerciali e per quelle esistenti

In questi anni abbiamo realizzato due bandi a favore del commercio in centro. Il primo, in sinergia con Regione e Distretto urbano del commercio, dell'ammontare di circa 120 mila euro tra contributi e sgravi fiscali. Il secondo, in sinergia con il Gruppo Coop Lombardia, di 240mila euro. Per agevolare l'apertura di nuove attività o i trasferimenti in locali sfitti del centro. Sono state circa 20 le attività che hanno beneficiato di queste misure:

- Guida agli incentivi e alle agevolazioni per chi vuole investire a Cremona (v. opuscolo- centro città
- riduzione oneri di urbanizzazione – agevolazione IMU per nuovi insediamenti in locali sfitti).

#### 8) Misure Fiscali e incentivi

Diminuzione punti relativi a ICA/imposta pubblicità da 145% al 125% per un valore di 60.000 euro (categorie speciali) vie presenti nel regolamento:

- Imu per esercizi commerciali non aumentate;

- Legge Regionale sulla Rigenerazione urbana, che ricomprende i DUC – a breve incontro di approfondimento;
- I bandi del commercio conterranno interventi anche sulla rigenerazione urbana.

#### 9) Ricerca di Fonti e risorse ulteriori

- Bandi regionali
- Accordo territoriale
- Bilancio del Comune: commercio-turismo-cultura – verde –rigenerazione urbana
- Fondi da privati e CCIAA su progetti.

Individuato un pacchetto di aiuti, post Covid-19, pensato in particolare per commercianti e artigiani, particolarmente colpiti dall'emergenza sanitaria, ma anche per le piccole imprese. Questo pacchetto è già stato condiviso con i rappresentanti delle associazioni di categoria. Si tratta di uno sforzo straordinario da parte dell'Amministrazione comunale, circa due milioni provenienti dal bilancio comunale, che prevede una serie di stanziamenti, anche a fondo perduto.

1 milione e 700 mila euro di aiuti sul fronte tributi e affitti, pagamenti spostati e rateizzati, plateatici aggiuntivi a titolo gratuito, offerte su parcheggi, azioni per un sistema cittadino di commercio a domicilio. Sono queste, in estrema sintesi, le azioni che saranno messe in campo.

Lo scorso mese di marzo l'Amministrazione ha deciso lo slittamento di tutti i pagamenti al mese di giugno, con la possibilità di rateizzarli, annullando sanzioni e interessi. Questo consente a molti di risparmiare liquidità in un momento di chiusura totale o parziale delle attività. Sempre a marzo è stata inoltre sospesa l'imposta di soggiorno.

Ora l'Amministrazione aggiunge ulteriori interventi. 1 milione e 200 mila euro di aiuti sulla Tari 2020 per artigiani, commercianti e piccole imprese. Questo vuol dire che oltre all'azzeramento per i tre mesi di chiusura, è previsto un ulteriore consistente abbattimento sul resto dell'anno per queste categorie. Quando commercianti, artigiani e piccole imprese torneranno a ricevere una cartella della Tari (da giugno) si troveranno dunque uno "sconto significativo" e avranno la possibilità di rateizzare ciò che resta su molti mesi. Tutto questo con grandi benefici sulla liquidità. Questo viene fatto per aiutare le attività non solo nell'emergenza, ma anche durante la fase della ripresa che comunque sarà dura e diversa.

Sono inoltre previsti circa 300.000 euro per Cosap 2020 (il canone di occupazione del suolo pubblico): 150.000 euro per negozi, esonero per il 2020, e 100.000 euro per chi opera al mercato.

L'Amministrazione comunale ha deciso che i plateatici aggiuntivi, che verranno individuati insieme ai rappresentanti delle associazioni di categoria per allargare gli spazi esterni a disposizione degli esercizi pubblici, saranno gratuiti per tutto il 2020.

E' previsto anche un aiuto per gli affitti: 250.000 euro di contributo per negozianti e artigiani che sono rimasti chiusi, ma hanno dovuto comunque pagare il canone. A tale riguardo è stato predisposto un apposito bando, che è stato condiviso con le Associazioni di categoria e d ha previsto anche una valorizzazione degli esercizi commerciali all'interno del DUC con una contribuzione maggiore rispetto al resto del territorio urbanizzato.

Nel pacchetto ci sono anche i parcheggi. Si pensa infatti ad offerte sugli stalli in modo che siano legate allo shopping: chi compra in centro avrà delle agevolazioni sulla sosta. Si sta lavorando sulle modalità di questo provvedimento che rientra in un progetto di valorizzazione anche della mobilità leggera su cui il Comune si è già attivato. Ad esempio, sono previste una serie di agevolazioni tesi a favorire la rotazione negli stalli a pagamento in modo da agevolare e stimolare l'afflusso di persone che desiderano venire in città per fare acquisti, mediante la distribuzione alle attività commerciali di tagliandi "sosta&shopping", che sono omaggiati ai clienti. con questi tagliandi è possibile usufruire di un'ora di sosta gratuita nei parcheggi gestiti da Aem.

L'Amministrazione ritiene di grande importanza investire anche in un sistema cittadino di commercio on-line per la consegna a domicilio. Su questo fronte sono allo studio azioni concrete per quanto riguarda gli strumenti tecnologici e la logistica finalizzate a sostenere tale servizio che i titolari delle attività commerciali hanno intrapreso o intendono intraprendere.

Vi è poi un altro aspetto di assoluta rilevanza. Si sta infatti mettendo mano ad un piano di iniziative culturali e di eventi perché Cremona possa ritornare, una volta terminata questa emergenza, a vivere anche nel divertimento, nel tempo libero, nel segno della musica e della cultura.

Il Comune mette in campo risorse per aiutare concretamente commercianti e artigiani non solo per ripartire, ma per sfruttare questo momento per un nuovo e rinnovato sistema del commercio e dell'artigianato in città.

## **5. PARTENARIATO**

*Presentare sinteticamente tutti i soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato.*

### *Confcommercio - Imprese per l'Italia della provincia di Cremona*

L'Associazione organizza espletta ogni compito che dalle leggi o dagli organi statutari sia ad essa direttamente affidato. Promuove e tutela gli interessi morali, sociali ed economici degli associati stessi. Favorisce le relazioni tra gli associati per lo studio e la risoluzione dei problemi di comune interesse. Assume iniziative per promuovere la formazione professionale, tecnica e sindacale degli imprenditori. Presta servizi associati in materia tecnico-legale, tecnico-fiscale, tecnico-amministrativi e contabili, tecnico-finanziario. Assiste e rappresenta gli associati nella stipulazione di contratti collettivi. Designa e nomina i propri rappresentanti o delegati in enti, organi e commissioni come rappresentanza delle categorie. Promuove la costituzione di collegi arbitrali per la risoluzione di controversie tra gli imprenditori e tra loro e i consumatori. Raccolta e gestione dati per esigenze di personale nell'ambito dei pubblici esercizi e delle attività commerciali.

### *Ass. Sviluppo Commercio, Turismo e Servizi, Provincia di CREMONA "A.SVI.COM CREMONA"*

Sistema Impresa- Asvicom Cremona è una realtà nata nel 2008 e sviluppatasi sulla base delle esigenze delle imprese della provincia. L'associazione rappresenta gli imprenditori del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni e opera con l'obiettivo di agevolare il loro lavoro, valorizzare le eccellenze e favorirne lo sviluppo. Far crescere le imprese significa incrementare le opportunità economiche dell'interno territorio. Le esigenze delle piccole e medie imprese, i loro fabbisogni – legati prioritariamente alle problematiche che quotidianamente riscontrano – rappresentano i temi con cui dialoghiamo con le istituzioni. Gli eventi e le iniziative che promuoviamo hanno lo scopo di qualificare l'immagine del commercio, del turismo e dei servizi delle nostre città e aumentarne l'attrattività. Offriamo servizi personalizzati alle imprese associate o agli aspiranti imprenditori mettendo a loro disposizione la professionalità del nostro staff e gli strumenti di cui dispone il sistema associativo. Asvicom Cremona fa parte del sistema associativo Sistema Impresa, la confederazione Autonoma Italiana delle Imprese e dei Professionisti.

### *Confesercenti della Lombardia Orientale sede territoriale di Cremona*

Fondata nel 1971, la Confesercenti è una delle principali associazioni delle imprese in Italia. Rappresenta 352.666 imprese del commercio, turismo, servizi, dell'artigianato e delle pmi dell'industria, capaci di dare occupazione ad oltre 1.000.000 di persone. Le imprese fanno riferimento alle oltre 70 federazioni di categoria operanti in tutto il territorio nazionale e alle 120 sedi provinciali, 20 regionali e 1000 sedi comunali, presso cui sono occupati 5.000 addetti che garantiscono qualificati servizi alle imprese. Dopo più di un decennio di positiva collaborazione nel settore dei servizi e delle politiche associative, le tre Confesercenti provinciali di Brescia, Cremona e Mantova riscontrando una forte identità di vedute si fondono in un'unica associazione di area. Un unico gruppo dirigente governa il sistema su tutta l'area della Lombardia Orientale, pur rimanendo attive le sedi provinciali e gli organi che le governano, parte integrante di un sistema che fa della sinergia il proprio punto di forza, per un modello virtuoso capace di fornire risposte agli operatori del commercio, turismo e servizi.

### *Associazione "Le Botteghe del Centro di Cremona"*

Le Botteghe del Centro nasce nel 1993 (all'interno di Confcommercio Cremona), con lo scopo di promuovere lo sviluppo dell'attività imprenditoriale di Cremona e in particolare del suo centro.

### *Camera di Commercio Industria e Artigianato di Cremona*

Svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese

### *Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa di Cremona (CNA)*

Contribuisce a comporre il sistema confederale, sistema nazionale ed unitario di rappresentanza generale dell'impresa italiana, con particolare riferimento all'Artigianato, alle piccole e medie imprese, piccole e medie industrie ed alle relative forme associate nonché alle imprenditrici, agli imprenditori, a tutte le forme di lavoro autonomo, a CNA Professioni ed ai pensionati.

### *Confartigianato Imprese Cremona - Associazione Artigiani Provincia di Cremona*

L'Associazione organizza servizi per i propri associati nell'ambito politico sindacale e nell'ambito contabile fiscale. Organizza corsi per gli associati, ente di formazione di Confartigianato Lombardia; organizzati in base alle esigenze degli imprenditori e vengono svolti sul territorio provinciale, nelle zone di Cremona, Casalmaggiore e Soresina. L'Associazione si propone di tutelare gli interessi economici e sindacali delle imprese artigiane e di tutte le imprese associate, promuovendone lo sviluppo, favorendone l'associazionismo ed attivando ogni iniziativa utile al loro progresso. Fra i compiti dell'Associazione vi è anche quello di assistere le imprese associate nei vari adempimenti, relativi alla gestione aziendale, di natura sindacale, fiscale, legale, amministrativa economica, giuridica, finanziaria, creditizia, previdenziale, sanitaria, assicurativa, ecologica ambientale, culturale e di promozione commerciale, fornendo loro specifici servizi.

### *Provincia di Cremona*

La Provincia di Cremona è stata istituita nel 1860. A seguito delle elezioni di secondo livello del 23 novembre 2019 previste dalla Legge 56/2014, è stato eletto Presidente il sig. Paolo Mirko Signoroni. Ai sensi dell'art. 59 della stessa Legge il Presidente della Provincia dura in carica 4 anni. Con Delibera del Presidente n. 165 del 29/11/2019 è stato nominato Vice Presidente della Provincia di Cremona ex art. 1, comma 66 - Legge 56/2014 il consigliere provinciale Rosolino Azzali. Il Consiglio provinciale, presieduto dal Presidente eletto, è composto da 12 consiglieri. Ai sensi dell'art. 68 della Legge 56/2014 il Consiglio Provinciale dura in carica 2 anni. L'Assemblea dei Sindaci riunisce invece tutti i Sindaci dei comuni del territorio.

### *Unione Nazionale dei Consumatori, Comitato di Cremona*

Il Centro d'Ascolto rientra nelle attività dell'Unione Nazionale Consumatori che persegue finalità di solidarietà sociale, i suoi scopi statutari sono quelli di rappresentare e tutelare indistintamente gli interessi di tutti i consumatori, intesi come utenti pubblici e privati, difendendoli nell'esercizio dei diritti civili e assistendoli nei loro rapporti con i fornitori di beni e servizi, pubblici e privati. E' in tale ottica che si inserisce l'attività del Centro d'Ascolto dell'Unione Nazionale Consumatori; tre consulenti legali offrono consulenza agli associati relativamente a problematiche giuridico – legali

### *Federconsumatori Cremona, con sede in Cremona*

La Federconsumatori, costituita nel 1988 con il sostegno della Cgil, è un'associazione senza scopo di lucro che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela dei consumatori ed utenti. Alla sua costituzione hanno contribuito anche esperti operanti nell'ambito dell'università, dell'informazione e del Parlamento, impegnati da anni in difesa dei diritti dei consumatori. La Federconsumatori è un ente di Promozione Sociale. La Federconsumatori è presente su tutto il territorio nazionale con una rete capillare di sportelli per fornire assistenza e consulenza a tutti i cittadini. Possono accedere agli sportelli e alle sedi dell'associazione tutti i consumatori indistintamente. Gli operatori degli sportelli svolgono soprattutto un'attività di informazione dei consumatori, dei loro diritti, delle leggi vigenti e delle azioni da intraprendere per risolvere i loro problemi.

### *CGIL della Provincia di Cremona*

Sindacato territoriale di base, sede di Cremona

### *CISL della Provincia di Cremona*

Sindacato territoriale di base, sede di Cremona

### *UIL CST Cremona-Mantova*

Sindacato territoriale di base, sede di Cremona-Mantova

## 6. AREA DELL'INTERVENTO (EVENTUALE)

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

Intera area del Distretto Urbano del Commercio

## 7. PROGETTI INTERDISTRETTUALI (EVENTUALE)

Indicare il/i Distretto/i del Commercio con cui il progetto viene condiviso.

Descrivere le motivazioni alla base della condivisione del progetto e i benefici attesi

## 8. CONDIVISIONE DEI CONTENUTI PROGETTUALI

Descrivere le attività realizzate per la condivisione dei contenuti progettuali con le imprese delle aree interessate dall'intervento (es: invio di informative, presentazioni con pubblico anche online, raccolta di opinioni e suggerimenti, raccolta di proposte di contenuto progettuale, costituzione gruppi di lavoro o comitati per la preparazione del progetto ecc.).

L'Amministrazione comunale ha deciso di condividere sin dall'inizio il percorso di costruzione del nuovo Bando sul Distretto del Commercio con la Cabina di Regia del DUC. Questo organismo previsto dal protocollo d'intesa sul funzionamento del Distretto ha al suo interno tutte le Associazioni di categoria del commercio e artigianato presenti sul territorio, la Camera di Commercio e le principali istituzioni pubbliche che possono contribuire allo sviluppo ed alla programmazione delle attività del distretto del commercio sul territorio comunale.

La Cabina di regia del Distretto si è riunita sull'argomento del Bando DUC nelle seguenti date:

- 14 maggio 2020;
- 21 maggio 2020;
- 23 giugno 2020;
- 9 luglio 2020;
- 28 luglio 2020;
- 7 settembre 2020.

Dalla lettura dei verbali delle sedute e dalle decisioni condivise l'Amministrazione comunale ha tracciato un percorso di costruzione delle diverse parti del bando con gli uffici interni, sulla base delle decisioni condivise assunte in sede di Cabina di regia. Innanzitutto si è sviluppato un Bando destinato alle Imprese commerciali nell'ottica delle previsioni e dei suggerimenti di Regione Lombardia, cercando da subito di programmare i tempi e le necessità per trasferire le risorse alle imprese che ne faranno richiesta.

Inoltre la Cabina di Regia del DUC con a Capofila il Comune di Cremona ha condiviso un Questionario di richiesta alle Imprese, distribuito e raccolto attraverso le Associazioni di categoria che ha permesso alla fine di Luglio 2020 di raccogliere, a livello statistico, indirizzi e suggerimenti per la costruzione del testo del Bando destinato appunto alle imprese.

I questionari sono stati somministrati dalle associazioni alle diverse tipologie di imprese presenti all'interno del nuovo perimetro del DUC, chiedendo di esprimersi sui diversi aspetti e criteri previsti dal Bando.

Alla fine del percorso di condivisione l'Amministrazione ha predisposto una bozza definitiva del bando che ha nuovamente condiviso con i vertici delle Associazioni di categoria ed ha quindi avviato l'iter per l'approvazione formale e la pubblicazione.

## 9. ATTIVITÀ DI PROGETTO

Intervento 1

*Descrizione dell'intervento:*

**“Rilancio del commercio”**

L'Amministrazione Comunale di Cremona, quale soggetto Capofila, intende costruire un bando pubblico finalizzato alla promozione ed agevolazione delle imprese del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato, all'interno di spazi sfitti o in disuso, ma non solo, anche sfruttando le possibilità di utilizzo temporaneo consentito dalla l.r. 18/2019, oppure subentro di un nuovo titolare presso una attività esistente, incluso il passaggio generazionale tra imprenditori della stessa famiglia dell'area del distretto urbano del commercio di Cremona. Il rilancio di attività già esistenti del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato. L'adeguamento strutturale, organizzativo e operativo dell'attività alle nuove esigenze di sicurezza e protezione della collettività e dei singoli consumatori. L'organizzazione di servizi di logistica, trasporto e consegna a domicilio e di vendita online, come parte accessoria di un'altra attività o come attività autonoma di servizio alle imprese, con preferenza per l'utilizzo di sistemi e mezzi a basso impatto ambientale. Inoltre la rete dei negozi e delle attività urbane offre il contesto ideale per incentivare lo shopping in bicicletta. Una modalità di consumo intelligente ed ecologica, che può diventare un elemento chiave nella lotta all'inquinamento e nel recupero del tessuto di botteghe e negozi che rende attraenti le nostre città per turisti e residenti. L'accesso, collegamento e integrazione dell'impresa con infrastrutture e servizi comuni offerti dal Distretto o compartecipazione alla realizzazione di tali infrastrutture e servizi comuni.

Il Distretto Urbano del Commercio nell'ambito di un percorso di valorizzazione commerciale e turistica del centro storico intende favorire e migliorare l'accoglienza e l'attrattività dell'offerta commerciale attraverso specifiche azioni ed interventi diretti a valorizzare le molteplici potenzialità della città tra le quali quella di favorire l'avvio di nuove attività d'impresa commerciali e artigianali e contribuire altresì alla riduzione di negozi sfitti.

Il sistema di monitoraggio e raccolta dati sarà strutturato tra una attenta e strutturata collaborazione di incrocio delle banche dati del SIT – Sistema Informativo Territoriale del Comune di Cremona, la banca dati del Sportello Unico per le Imprese del Comune di Cremona, la banca dati della locale Camera di Commercio e i sopralluoghi del personale coinvolto, ogni 6 mesi, mirati alla verifica della situazione del Distretto Urbano del Commercio di Cremona.

Il bando intende quindi agire per la rivitalizzazione e rigenerazione del centro urbano caratterizzato da indebolimento dell'offerta commerciale, post Covid-19, attraverso il riuso di spazi sfitti e dismessi di piccola dimensione da realizzarsi incentivando e rilanciando le attività commerciali, del turismo, dell'artigianato e di servizi ripensando gli spazi pubblici in chiave integrata anche al fine di consentire il miglioramento della qualità della vita delle comunità che vi gravitano e una maggiore attrattività nei confronti dell'esterno.

Le finalità dell'intervento, da perseguire tramite il progetto in partenariato pubblico privato all'interno del DUC, si può sintetizzare in: contrasto all'indebolimento e alla desertificazione delle attività commerciali (e di servizi) nelle area urbana del DUC, dopo l'emergenza sanitaria; incentivo alla creazione di forme organizzate di rigenerazione del tessuto commerciale generate dal basso; sperimentazione di forme di rigenerazione urbana basate sul commercio come leva di riqualificazione e di attrattività; promozione di iniziative emblematiche di recupero degli spazi sfitti di piccola dimensione a destinazione commerciale e artigianale delle aree caratterizzate da un consistente indebolimento dell'offerta commerciale.

La Camera di Commercio di Cremona sosterrà con un contributo di euro 30.000,00 le attività previste nell'area di intervento n.2 "Animazione e Marketing".

Alle Associazioni di categoria del commercio oltre a quanto previsto dal protocollo di intesa sulla gestione del Distretto Urbano del Commercio di Cremona si vuole dar il compito di mettere a disposizione risorse umane e strumentali nel percorso di affiancamento ed accompagnamento dei vincitori del bando al fine di una formazione di base sull'azienda.

In particolare Confesercenti della Lombardia Orientale sede territoriale di Cremona, attraverso lo sportello “IO APRO”, con l'obiettivo di aiutare e sostenere le nuove imprese perché possano affrontare le sfide di un mercato sempre più competitivo e selettivo. Saranno messe a sistema la grande dotazione di informazioni, guide e dati statistici di cui l'associazione dispone che possono aiutare il futuro imprenditore a ponderare adeguatamente le scelte da compiere - dove aprire, in quale settore, con quali caratteristiche, ecc.- con business plan ed altro ancora. Inoltre saranno organizzati moduli formativi che possano introdurre i nuovi imprenditori nei settori di loro interesse,

per arrivare poi a corsi di alto profilo e specializzazione. La struttura e le sue figure saranno a disposizione con un affiancamento costante dall'inizio del percorso ai neo imprenditori nel rispetto delle libere scelte degli stessi. <http://www.ioapro.it/>"

Confcommercio, Associazione del Commercio, del Turismo e dei Servizi della Provincia di Cremona (ASCOM) e Botteghe del Centro, intendono offrire progetti di sostegno alle imprese, in modo trasversale, riservando particolare attenzione alle start up. *"All Inclusive"* è il pacchetto per accompagnare le imprese nella fase più difficile, quella dell'avvio prima di entrare a regime. Confcommercio è in grado di offrire una consulenza completa a chi vuole diventare imprenditore. Dall'istruttoria burocratica fino a tutti gli aspetti che riguardano la sicurezza e l'igiene. E poi tutto il comparto "amministrativo". Chi gestisce una realtà economica deve concentrare e investire tutte le sue energie sugli aspetti più specifici della sua attività, per farla crescere rapidamente. Al resto pensano Confcommercio per la parte consulenziale e Botteghe sul versante del marketing. Il nostro pacchetto offre contabilità, paghe e fatturazione elettronica ad un prezzo di costo e tutti gli altri servizi a tariffe agevolate per i primi tre anni. *"Academy" la formazione per il successo dell'impresa*: Confcommercio, attraverso l'Academy, offre un calendario di corsi completo. Non solo quelli per la formazione obbligatoria (del titolare e dei dipendenti), ma anche quelli per acquisire ed accrescere competenze ed essere competitivi in un mercato in rapida evoluzione per il commercio di vicinato. Come Confcommercio e con la consulenza delle Botteghe, per aiutare le aziende alla ripartenza, abbiamo messo a punto (per tutte le imprese) corsi gratuiti dedicati all'e-commerce, al web marketing, ai nuovi media. Proponiamo invece come rimborsabili da EnBiTe (e quindi a costo zero per le aziende) tutti i corsi sulla formazione obbligatoria.

Asvicom Cremona mette a disposizione tutti i propri strumenti e servizi alle imprese, in particolare, in questa fase, nell'ambito della consulenza e sostegno al credito e nell'ambito della formazione finanziata a favore di dipendenti e titolari.

La CNA di Cremona mette a disposizione un pacchetto articolato di servizi ed opportunità a supporto dell'attività delle imprese esistenti e delle neo imprese costituite. In particolare per quanto riguarda le imprese costituite da meno di un anno viene garantito un kit di servizi agevolati per i servizi primari (adempimenti contabili ed amministrativi e consulenza specifica per l'accesso al credito) e un pacchetto di formazione gratuito.

Confartigianato Cremona mette a disposizione il proprio personale nel percorso di affiancamento e accompagnamento al fine di una formazione di base sull'azienda, inoltre consulenza specialistica sulla privacy, mette a disposizione i propri welfare specialist che assisteranno l'azienda sia per il welfare aziendale che nell'ambito della ricerca e selezione del personale e mette anche a disposizione i propri consulenti sulla finanza agevolata.

Verranno migliorati i percorsi radiali che dalle aree di sosta veicoli esterne al centro storico, conducono nella centrale area di Piazza del Duomo/Piazza Stradivari e alle vie dello shopping. Verrà prevista la posa di nuove fioriere con panchine all'incrocio tra vie dello shopping e Gallerie commerciali. Verranno collocate nuove panchine per rendere maggiormente godibile il percorso pedonale, lungo il Corso Garibaldi, il Corso Mazzini e Largo Boccaccino. Gli arredi scelti saranno uguali a quelli già posati e previsti dal Regolamento comunale di Qualità Urbana. La posa è prevista nel periodo primavera/inizio estate. Questi piccoli interventi di arredo urbano hanno lo scopo di incrementare l'uso pedonale di percorsi che nella memoria del cittadino cremonese erano veicolari e, nel contempo, dare corpo alla vocazione sociale e commerciale degli spazi pubblici. Si riqualificheranno i collegamenti tra corsi e gallerie (anche private). Valorizzazione dei collegamenti tra Piazza Goito, importante spazio aperto del centro storico e punto nevralgico di collegamento tra stazione ferroviaria e dei pullman, scuole superiori della città, vie del commercio; valorizzando così le emergenze storico-artistiche e le vetrine del commercio e dell'artigianato con percorsi dedicati. Proporre ed incentivare l'uso pedonale di questi itinerari, consente di valorizzare spazi urbani collocati verso il confine del centro storico, che completano una visione solo "duomocentrica" di Cremona. La cura di questi percorsi ha anche l'intento di intercettare i flussi turistici. Lungo queste radiali sono presenti molti esercizi commerciali storici, ma anche numerosi negozi sfitti, che si vorrebbero ri-utilizzare, se resi interessati dal transito di flussi significativi di persone. Nel corso di tutto il progetto si vogliono integrare e promuovere questi percorsi con gli itinerari costruiti e valorizzati con i percorsi musicali di pregio. Tutto ciò in collaborazione con il Museo del Violino e la valorizzazione della Casa di Antonio Stradivari in Corso Garibaldi. Per quanto riguarda attrattive di carattere storico, facciamo presente che da porta Milano al centro, lungo corso Garibaldi e Campi

si incontrano: San Luca con il piccolo Battistero e la Piazza, Palazzo Stanga-Rossi San Secondo, Palazzo Raimondi, Palazzo Guastalli, piazza Sant Agata/Cittanova, la casa di Stradivari, la Torre romana, Palazzo Stanga alle Punte poi Albertoni. Da porta Venezia verso il centro si possono ammirare Palazzo Persichelli ora Melloni, Palazzo Quaini, Palazzo Pallavicino, Palazzo Casino Zaccaria, Palazzo Fodri.

Le opere pubbliche da realizzare a cura del Comune di Cremona con il finanziamento regionale sono inserite in un progetto più ampio di riqualificazione urbana delle vie e piazze del Centro Storico (tra cui ad esempio, Via Mazzini, Garibaldi e L.go Boccaccino) che ammonta a circa Euro 120.000, tra queste le principali saranno:

- progetto e quota parte della riqualificazione dei giardini di via XX settembre, si tratta di realizzare opere per rendere il giardino annesso alla scuola Vida di Via S.Lorenzo accessibile a tutti i cittadini. Messa in sicurezza dei muri di contenimento del terrazzamento, nuova rampa/scala di accesso, riqualifica del verde e nuovo impianto di illuminazione. I giardini nascosti della scuola media Vida, in pieno centro storico, alle spalle della cattedrale, saranno oggetto di una riqualificazione attenta alla accessibilità successiva da parte di cittadini e studenti, per contribuire a valorizzare il centro storico e renderlo più attrattivo in particolare per l'offerta commerciale del suo contesto;

- progetto e riqualificazione dei giardini e delle aree di Piazza Roma, con il recupero strutturale di alcune zone ora interdette al pubblico, con sostituzione degli arredi vetusti e il rifacimento del manto erboso; nel rispetto dei limiti imposti dalla sovrintendenza, con il recupero strutturale delle aree sopraelevate storiche attualmente interdette al pubblico. La piazza centrale e unica della città, teatro negli anni di molte iniziative commerciali e culturali, sarà riqualificata con attenzione agli utilizzi diversi e flessibili che nel tempo l'hanno resa un palcoscenico indispensabile anche alla ripresa del commercio cittadino;

mentre grazie alle risorse regionali saranno possibili interventi strutturali con un'idea di città che esalti le rilevanze architettoniche attraverso la creazione di micro palcoscenici:

- Corso Garibaldi proseguendo con azioni di restyling permanente e temporaneo, con installazioni temporanee e artistiche;

- Galleria del Corso, attraverso azioni di design che permettano di valorizzare al meglio i suoi spazi creando piacevole atmosfere che generino interesse;

- arredi urbani e allestimenti temporanei in Corso Mazzini e Galleria XXV aprile (fioriere, sedute, panchine, reggi-biciclette, vetrine interattive, promozione delle aree commerciali)

- illuminazione dedicata per gli spazi di sosta e socializzazione lungo i percorsi pedonali.

Inoltre il Comune di Cremona, con proprie risorse, ha sostenuto le imprese commerciali del Distretto Urbano del Commercio con un Bando pubblico a ristoro dei danni causati dall'emergenza COVID-19 a favore delle imprese, attraverso un contributo per il sostegno delle spese relative all'affitto dei locali commerciali. Il bando comunale ha stabilito criteri e modalità di concessione a favore delle imprese (escluse quelle inserite in centri commerciali) del commercio al dettaglio in esercizio di vicinato, esercizi pubblici, artigianato, di contributi a fondo perduto. La misura ha finanziato tutte le richieste di sostegno pervenute dalle aziende dell'intero territorio del Distretto urbano del Commercio di Cremona.

*Soggetti partner che realizzano l'intervento:*

Comune di Cremona

Beneficiari finali

Associazioni di categoria

*Costo complessivo dell'intervento: € 495.000,00*

Comune 70.000 (cofinanziamento spesa capitale)

Comune 155.000 (cofinanziamento spesa corrente)

Regione 170.000 per imprese; + 100.000 per Comune (50.000+50.000 di Spesa Capitale)

*Cronoprogramma:*

Scrittura bando – LUGLIO-AGOSTO 2020

Pubblicazione bando – SETTEMBRE 2020

Selezione vincitori – OTTOBRE 2020  
Erogazione della prima quota – NOVEMBRE 2020  
Realizzazione degli interventi e monitoraggio – 2020/2021  
Erogazione della seconda quota a saldo DICEMBRE 2021.

## *Intervento 2*

### *Descrizione dell'intervento:*

#### **"Animazione e Marketing"**

Attraverso la costruzione di un ricco calendario di eventi e manifestazioni, coinvolgendo i partner del progetto si intende promuovere le zone oggetto di interesse del centro del DUC, cercando di far vivere a tutti i fruitori e possibili utenti il centro storico dello shopping di Cremona, in particolare: "Il Natale a Cremona" vuole essere un momento di promozione turistica culturale ed economica per l'intero territorio provinciale e non solo. Dedicato alla produzione artistica e culturale locale, una valorizzazione del nostro centro storico in occasione delle festività natalizie e di fine anno. Natale a Cremona sarà una proposta ricca di iniziative per incentivare l'uso del centro storico per lo shopping, la socialità e il divertimento natalizio. La partecipazione di molti partner e soggetti, istituzionali e non, permetterà di costruire una proposta complessiva con sinergie di risorse e continuità di calendario. Il DUC intende incentivare per il Natale proposte, eventi e animazioni per i fruitori del nostro centro commerciale naturale. Lo sviluppo di un programma di intrattenimento durante le festività natalizie e di fine anno, oltre a consolidare Cremona come città ospitale e accogliente, permetterà di valorizzare il nostro centro storico. Eventi come incontri culturali, spettacoli, momenti musicali, concerti, visite guidate ai musei, mercatini, mostre, pista di pattinaggio. Luminarie nelle vie e piazze del centro storico. Abeti di Natale. Vetrine d'autore, temporary shop, vestire le vetrine. Accordi per la sosta agevolata e bus gratuiti per il centro città. Natale ai musei e mostre importanti. Shopping free: alcuni negozi apriranno in pausa pranzo e la domenica per permettere a tutti di fare lo shopping e le piccole spese legate alle festività del Natale, in orari ampi e diversificati.

Uno degli strumenti che si intende promuovere ed incrementare è la "Welcome Card". La Welcome Card, pass turistico della città che con un unico titolo fornisce ai visitatori l'accesso a un ampio carnet di servizi di diverse tipologie: cultura, trasporti, ristorazione, svago, sport mette in rete un'ampia proposta di operatori turistici. Si acquista all'Infopoint ed è conveniente e comoda: in un'unica tessera il turista ma anche il residente trova tutto quello che serve per avere facile accesso alle principali attrazioni, al trasporto pubblico di zona e a sconti presso esercizi convenzionati (hotel, ristoranti, negozi, attrazioni, etc.), lasciandolo libero di godere al meglio del proprio tempo di vacanza e relax. Messa a punto negli anni dall'ufficio del turismo, oggi riconosciuto Infopoint da Regione Lombardia, la Card rende ai turisti il soggiorno più semplice e comodo, grazie alla rete di servizi che promuove. Perché l'integrazione innesca una sinergia virtuosa dalla quale tutti i soggetti coinvolti traggono utilità. I vantaggi sono molteplici; far parte della rete Welcome Card, infatti, ti permette di: essere segnalato ai turisti presso i punti vendita on e offline: l'Infopoint di piazza del Comune, con i suoi 46mila turisti in transito, stranieri e non, è il punto privilegiato dove veicolare informazioni sui servizi presenti a Cremona. E prima di arrivare in città, il turista può reperire le informazioni e acquistare la Card sul sito degli Infopoint del circuito regionale, o sui social network: un bacino di utenza potenzialmente molto interessante. Distribuire i flussi, orientando la domanda nel tempo con iniziative speciali, promozioni e attività ad hoc. Essere parte di itinerari che favoriscono la conoscenza di siti meno conosciuti, con attività di co-marketing e vendite collegate. Svolgere marketing diretto: la disponibilità di un data-base dei titolari della Card offre interessanti opportunità di marketing diretto, per mantenere viva l'affezione del cliente alla località. Personalizzare le proposte. Poter rilevare il comportamento e le preferenze dei titolari della Card, pur nel rispetto delle leggi sulla tutela della privacy, moltiplica le potenzialità del customer relationship management. Diventare virale. Offrire esperienze il più possibile rispondenti alle richieste del turista e condividerle attraverso il web, creando luoghi virtuali dove rivivere le proprie emozioni, fa della card e della sua rete uno strumento di promozione virale.

Si vuole realizzare una maggiore diffusione di questo strumento anche con la distribuzione gratuita di 1.000 Welcome card agli operatori. Questa operazione come anche la promozione dello strumento potrebbe essere sempre prevista al nuovo “point DUC” o in collaborazione con esercenti e categorie inserendone le risorse sulle attività di rete e promozione del DUC.

Si vuole realizzare un allestimento in un negozio sfitto del Centro storico e del Duc, con la finalità di allestire un centro informazioni e promozioni delle iniziative e delle offerte del Distretto urbano del commercio con obiettivo di rilancio e diffusione delle diversificate merceologie e delle integrazioni di offerte tra shopping e cultura per cittadini e ospiti. Inoltre questa nuova attività “point DUC” potrebbe con il tempo e l'appoggio di istituzioni e categorie assumere il riferimento di marketing per il DUC ed offrire servizi diversificati dalla diffusione social delle offerte commerciali al Baby parking per lo shopping, sino alle consegne a domicilio o altro ancora. Si potrà attrezzare con una vetrina interattiva tipo “Infopoint” con un terminale che attinge i contenuti dai siti, e potrà essere costantemente aggiornato ed è consultabile toccandola per avere informazioni H24 e quindi soprattutto quando il “point DUC” è chiuso. Una vetrina dedicata allo shopping dove aggiornare i contenuti quotidianamente, o con periodicità costante. Sviluppare una app o altro strumento web collegato ai commercianti che potranno utilizzarlo per promuoversi e per avere informazioni sul DUC. La gestione con il coordinamento del DUC potrà essere affidata in esterno con modalità da condividere con la Cabina di Regia del DUC.

Si vuole anche mutuare l'iniziativa di una locale associazione di categoria, lo “smart shopping” per offrire un nuovo servizio che possa interessare e fidelizzare i clienti del DUC e possa nello stesso tempo essere un canale di promozione per offerte e scontistiche legate alla frequentazione del centro storico per acquisti e servizi.

Tutte le iniziative, permetteranno di condividere le iniziative per concentrare gli sforzi di tutti i soggetti sulla promozione del centro e del distretto del commercio. In questo modo non andranno sprecate risorse ma si dovrebbe riuscire a migliorare l'attrattività dell'area e dei suoi spazi commerciali, come già dimostrano attività simili in altri territori.

Tutto questo nell'ottica, post Covid-19, di rendere sempre più appetibile dal punto di vista commerciale l'area del DUC di Cremona e la sua disponibilità di spazi commerciali ai fini di diminuire i locali vuoti e creare un mix commerciale in grado di attirare diverse tipologie di consumatori, anche attraverso la collaborazione con i settori della mobilità e viabilità per quanto concerne la sosta e i trasporti; il settore cultura per quanto riguarda eventi e iniziative; il settore turismo per accompagnare i turisti tra le bellezze artistiche locali ma anche tra i negozi storici e le botteghe del commercio di qualità. Il consolidamento della Welcome Card come strumento di fidelizzazione del turista rispetto a ad una rete di partner e fornitori di servizi e prodotti dell'artigianato e del commercio locali. Al fine di agevolare anche il futuro sviluppo della gestione unitaria del centro storico e del distretto per quanto concerne la promozione i partner intendono individuare quale soggetto attuatore di questa area di intervento oltre al soggetto Capofila, la Associazione del commercio LE BOTTEGHE DEL CENTRO, che organizzeranno e realizzeranno le attività previste. Il soggetto attuatore viene individuato attraverso procedure e regolamenti del Comune di Cremona (Regolamento per la concessione di sovvenzioni, del patrocinio e dell'autorizzazione all'utilizzo dello stemma e del logo del comune di Cremona).

La Cabina di Regia del Distretto del commercio di Cremona, ha condiviso con la Associazione Le Botteghe del Centro, il progetto CARGO BIKE (Delivery) che fornisce mediante tricicli a pedalata assistita con trasporto merci, un servizio rapido e professionale, riducendo le emissioni di gas per un ambiente più sano e sostenibile.

Il nuovo servizio sperimentale ha soddisfatto le richieste dei commercianti del Distretto urbano del Commercio e della prima periferia cittadina.

Il progetto proposto, risulta essere una alternativa green per il recapito dei pacchi dei negozi. Un servizio dinamico e giovane per città più vivibili, a emissioni zero, professionale e rapido che arriva dove gli altri tipi di corrieri non possono. Il progetto CARGO BIKE (Delivery) sta promuovendo un cambiamento ecosostenibile grazie ad un servizio utile e veloce nel contesto urbano, abbattendo i costi di trasporto.

Il contributo del Comune di Cremona al progetto, risulta inserito nel pacchetto di aiuti alle imprese, in particolare del commercio di vicinato e del Distretto urbano del commercio della città, in considerazione delle difficoltà che tali attività hanno avuto per effetto dell'emergenza Covid-19.

*Soggetti partner che realizzano l'intervento:*

Comune di Cremona,  
Associazione Le Botteghe del Centro di Cremona  
Camera di Commercio di Cremona

*Costo complessivo dell'intervento: Costo dell'intervento* **85.000,00**

Comune **10.000** (cofinanziamento spesa corrente)

**Comune 25.000** (cofinanziamento spesa corrente – Progetto Delivery – Cargo Bike)

Regione 20.000 (contributo al Comune di spesa corrente)

Altri soggetti 30.000 Camera di Commercio di Cremona (contributo al DUC 2020).

*Cronoprogramma:*

Progettazione e gestione dell'iniziativa

OTTOBRE-DICEMBRE 2020 – Eventi ed animazioni “Natale a Cremona”

OTTOBRE-DICEMBRE 2021 – Eventi ed animazioni “Natale a Cremona”

*Semplificazioni amministrative introdotte (eventuale)*

L'organizzazione del Distretto, articolata su più livelli, è volta a garantire l'efficienza, l'operatività e un agile funzionamento del progetto e del DUC di Cremona.

Nell'ottica della semplificazione e della razionalizzazione, gli organi del Distretto dovranno costituire la sede privilegiata di trattazione congiunta delle tematiche che interessano il progetto commercio, comprese quelle che coinvolgono anche altri settori che con il commercio interagiscono strettamente, con il coinvolgimento degli Assessori competenti per materia.

La Cabina di regia è costituita, di norma, dai rappresentanti del Comune di Cremona, della Camera di Commercio di Cremona e delle Associazioni provinciali di categoria del commercio e dell'artigianato, della Associazione delle Botteghe del Centro. La Cabina di regia potrà individuare altri soggetti, in funzione di contributi e proposte progettuali ritenute di particolare interesse per il DUC e il progetto. La Cabina di regia è presieduta dall'Assessore con delega al commercio del Comune di Cremona, I rappresentanti sono individuati da ciascun partner, scegliendoli fra persone legittimate ad esprimere la volontà del soggetto rappresentato.

Il complesso lavoro di confronto periodico in Cabina di regia del DUC ha portato alla condivisione delle azioni del Piano strategico che essendo uno strumento di governance pluriennale (2020-2021) condiviso è utile ai partner per programmare ed indirizzare le proprie strategie comuni per l'efficace rilancio del commercio e sviluppo economico della città.

*Aspetti di sostenibilità ambientale del progetto (eventuale)*

Un progetto complesso, ma anche flessibile, in grado di accogliere proposte innovative che rispondano agli obiettivi indicati, che in coordinamento con le iniziative proposte dagli Enti pubblici cremonesi, dall'amministrazione comunale in particolare, si pone l'obiettivo di dare vita ad un evento capace di valorizzare l'offerta culturale, sportiva, sociale e di animazione della città, ampliando le opportunità per vivere lo spazio pubblico e dello shopping, offrendo alternative interessanti per ogni fascia di età.

## **10. ELEMENTI ESSENZIALI DEI BANDI PER LE IMPRESE (EVENTUALE)**

*Qualora i bandi di finanziamento non siano già stati emanati ed inviati a Regione Lombardia, oppure allegati alla presente proposta progettuale, descrivere i seguenti elementi essenziali dei bandi da emanare: requisiti di ammissibilità per le imprese; eventuali ulteriori interventi ammissibili; importo massimo e percentuale dell'aiuto; tipologia della procedura di selezione; tempistiche di attuazione.*

I beneficiari finali del contributo, per il tramite del Comune Capofila sono:

a) Micro e PMi del commercio, del turismo, dell'artigianato e dei servizi che si collochino in spazi sfitti, anche per attività temporanee (della durata minima di 6 mesi) a destinazione commerciale, artigianale e terziaria in aree caratterizzate da rischi di indebolimento dell'offerta commerciale;

b) Aggregazioni delle imprese di cui al punto a) (società, associazioni, consorzi, reti) che svolgano servizi di riqualificazione, promozione e incoming per mantenere e portare nuovi operatori ed attività negli spazi del Distretto urbano del commercio di Cremona.

Saranno escluse le imprese di attività prevalente elencati di seguito: Commercio al dettaglio di articoli per adulti (sexy shop); Attività riguardanti le lotterie, le scommesse, le case da gioco; Gestione di apparecchi che consentono vincite in denaro funzionanti a moneta o a gettone; Altre attività connesse con le lotterie e le scommesse; Servizi di centri per il benessere fisico (esclusi gli stabilimenti termali).

I soggetti privati beneficiari finali del contributo regionale, dovranno sottoscrivere una dichiarazione ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Potranno presentare domanda per ottenere il contributo gli aspiranti imprenditori e imprenditori che presenteranno i seguenti requisiti: compiuto il diciottesimo anno d'età alla data di scadenza del bando; intendono avviare un'impresa per l'esercizio di attività imprenditoriale, commerciale, artigianale, localizzata nelle vie del distretto urbano del commercio del Comune di Cremona; essere iscritti al Registro delle Imprese della Camera di Commercio competente per territorio successivamente alla data di presentazione della domanda e comunque non oltre la scadenza del bando.

Le attività ammesse a contributo dovranno essere riconducibili a locali caratterizzati da vetrine e accesso sulla pubblica via.

Possono inoltre presentare domanda di ammissione al contributo le imprese costituite in data antecedente alla pubblicazione del presente bando che intendano sviluppare o trasferire un'attività localizzata nelle vie del distretto urbano del commercio del Comune di Cremona.

L'impresa beneficiaria dovrà impegnarsi a non cessare l'attività nei locali oggetto della domanda di contributo per almeno sei mesi dalla data di inizio dell'attività medesima. E' ammessa la presentazione di una sola domanda da parte del medesimo soggetto. Saranno ammesse a contributo anche attività avviate a partire dal mese di settembre 2020.

Si ipotizza, in accordo con Regione Lombardia, un Bando "a sportello aperto" ovvero sino ad esaurimento delle risorse previste, dove, a seguito dell'approvazione dei criteri e contenuti del bando da parte della Giunta Comunale e la nomina di apposita commissione si andrà a valutare ogni singola domanda di contributo pervenuta. Il contributo previsto in attuazione di quanto contenuto nel bando comunale sarà di 10.000 euro per attività.