

## **Allegato 2 – Proposta progettuale**

# **SVILUPPO DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO 2022-2024**

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

#Cremonaincentro

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

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

### **3. SOGGETTO CAPOFILA**

Comune di Cremona  
Servizio Distretto Urbano del Commercio, Tempi e Orari, Manager di distretto  
Via F. Geromini, 7 - 26100 Cremona  
Tel. 0372-407266 - Fax 0372-407024  
[distrettocommercio@comune.cremona.it](mailto:distrettocommercio@comune.cremona.it)

### **4. PARTENARIATO**

*Descrivere sinteticamente i soggetti partner firmatari dell'Accordo di Partenariato, indicando anche la presenza di eventuali soggetti partner ulteriori rispetto a quelli obbligatori previsti dal bando al punto A.4 e specificando il motivo del loro coinvolgimento, nonché il loro ruolo ed il contributo concreto al progetto*

L'Amministrazione ha teso costruire un quadro entro cui promuovere una strategia complessiva di qualificazione di tutti i luoghi del commercio cittadino partendo dall'individuazione dei luoghi e dei modi per focalizzare i possibili interventi di miglioramento e valorizzazione dei sistemi commerciali di vicinato e di quartiere. Il Distretto del Commercio nel centro storico di Cremona è strategico e fondamentale per l'evoluzione della gestione nel tempo e nello spazio del commercio cittadino, nell'ottica dell'interazione tra il Comune, le associazioni di categoria ed i singoli operatori.

L'Amministrazione ritiene che il Centro storico cittadino sia un ambito oggetto di una concentrazione di iniziative di sviluppo sistematiche che potranno ulteriormente realizzarsi aderendo alle strategie proposte dalla Regione Lombardia e attraendo e convogliando nuove risorse per la sua qualificazione e infrastrutturazione, implementando l'arricchimento dei luoghi e proseguendo a garantirne vitalità e vivibilità. Una condizione, quella della qualità, essenziale per riproporre l'integrazione storica tra commercio al dettaglio e città e riguadagnare una forza di attrazione che la crisi del comparto ha reso oggi più debole. Tutto ciò in collaborazione tra soggetti pubblici e privati, anche attraverso la Cabina di regia del distretto urbano del commercio "Un salotto per Cremona".

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

L'Associazione organizza espleta 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. Assistete 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. Promuovere 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.

*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.

Ulteriori soggetti partner:

*Camera di Commercio Industria e Artigianato di Cremona*

Svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese. Sostegno al progetto con un contributo economico al Comune di Cremona per gli interventi di Animazione e Marketing, attraverso la Cabina di regia del DUC. La Camera di Commercio è un ente autonomo di diritto pubblico la cui missione è lo sviluppo dell'interesse generale del sistema delle imprese e dell'economia. Come soggetto istituzionale e punto di riferimento del mondo imprenditoriale si fa interprete delle necessità del tessuto economico e svolge un ruolo di raccordo e di collegamento con gli altri enti locali al fine di stimolare un processo di sviluppo territoriale omogeneo e coordinato.

*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. Interviene nel progetto quale soggetto attuatore dell'inverenti di Sviluppo del Commercio e di Animazione e Marketing.

## 5. ANALISI DI CONTESTO (MAX 2 PAGINE)

*Descrivere il contesto economico e territoriale del Distretto, in termini di imprese presenti, qualità del tessuto urbano e del territorio, dinamiche commerciali, esigenze di sviluppo e riqualificazione.*

Viviamo in un contesto di cambiamento rapido e incerto ma di lunga durata che imporrà significative modifiche delle vite lavorative e della stabilità economica e gestionale delle famiglie, degli usi dello spazio pubblico, dell'organizzazione e della fruizione dei servizi urbani e non da ultimo dei processi amministrativi e decisionali. Come ormai chiaro, la crisi che stiamo vivendo non è stata solo sanitaria: i suoi effetti e le azioni messe in atto per limitare la diffusione del virus e il contagio assumono caratteri economici, sociali e relazionali mai sperimentati prima.

Dopo una prima fase di lockdown che ha permesso di ridurre gli effetti sanitari della pandemia, istituzioni e gruppi di esperti stanno lavorando per individuare misure e azioni che permettano la ripartenza economica. Tali misure sono certamente necessarie e indispensabili, ma altrettanto urgente è accompagnare e inquadrare le risposte emergenziali in visioni di più ampia portata. La ripresa delle attività, deve essere inevitabilmente incentrata sulla ricerca di nuovi equilibri a domande complesse alle quali in parte la città di Cremona stava e sta cercando risposte. Diventa fondamentale delineare nuove strategie di medio e lungo periodo per garantire nuova sostenibilità e benessere alle imprese, ai cittadini e alla città.

Abilitare un modello di sviluppo urbano che abbia come perno la collaborazione e l'attivazione di chi abita la città nella definizione e implementazione delle azioni pubbliche. La crisi economica che consegue all'emergenza sanitaria è stata definita la più grande dal secondo dopoguerra ad oggi e impatta trasversalmente tutti i comparti economici: settori come il turismo, il commercio, la produzione agricola e le filiere connesse, la produzione di servizi per la città, la produzione culturale sono stati fortemente colpiti dalla crisi. Altri settori, come quelli del welfare sono sotto stress e dovranno subire riorganizzazioni al fine di garantire una risposta ai bisogni sempre più diffusi di accompagnamento, lotta alle solitudini, assistenza e cura dei malati. Conseguenza di tali dinamiche è un peggioramento drastico delle condizioni economiche di molti cittadini e lavoratori e l'emersione di gravi situazioni di povertà ed enormi disuguaglianze.

**Il Distretto Urbano del Commercio di Cremona** si identifica con la porzione di città racchiusa dalle antiche mura medievali iniziate nel 1169 e terminate nel 1187 che comprendevano l'antico borgo romano, gli agglomerati urbani sorti lentamente fino ai primi del secolo scorso. Il perimetro del Distretto è stato inoltre esteso alle porte urbane. Il Centro storico di Cremona è un'area di straordinario pregio artistico, storico, architettonico e culturale e di grande attrattività turistica, che funge anche da propulsore e stimolo per lo sviluppo economico dell'intera città.

Si tratta dell'ambito a maggiore vocazione turistica dove i caratteri storici sono evidenti nella morfologia del tessuto urbano e nella ricchezza delle presenze storico-artistiche frutto della sedimentazione di secoli di storia di questo Comune, fin dai primi insediamenti romani.

Il Distretto coincide con il Centro storico della città, nell'area delle antiche mura delimitato da: viale Trento e Trieste, piazza della Libertà (porta Venezia), via Tofane, piazza IV Novembre (porta Romana), via Gaspare Pedone, via Santa Maria in Betlem, via Mosa (porta Mosa), via Cadore, piazza Luigi Cadorna (porta Po), via Massarotti, via Spalato, piazza XXIV Maggio, via Grado, piazza Fiume, via Zara, via Montello e piazza Risorgimento (Porta Milano).

Il Distretto del Commercio di Cremona si distingue per le caratteristiche omogenee, che derivano dal carattere storico e monumentale del Centro città e soprattutto per il collaudato modello di gestione integrata e coordinata delle iniziative pubbliche e private. È l'antico nucleo commerciale della città, parte rappresentativa e di aggregazione di tutta la comunità, luogo dove si concretizza l'immagine collettiva e turistica di Cremona.

Da un punto di vista commerciale presenta caratteri di buona qualità ma deve fare i conti con una crisi che coinvolge non solo il centro storico di Cremona ma tutte le città simili alla nostra.

L'offerta commerciale è comunque sufficientemente variegata con le caratteristiche storiche degli immobili che determinano punti di vendita di piccola superficie.

Il sistema commerciale del Distretto si caratterizza al suo interno per la diversa vocazione delle parti del sistema, che si differenziano per composizione merceologica e tipologia. Ciascuno di queste porzioni ha

peculiarità urbane e commerciali che si traducono in una diversa connotazione turistica e di fruizione da parte degli abitanti della città, che determina il posizionamento del Distretto di Cremona.

Entro il Distretto si riconosce il nucleo centrale della città e del commercio cittadino, sviluppato attorno alla "platea maior" dell'antica città romana dove si trovano i principali monumenti cittadini: il Duomo, il Battistero, il Palazzo Comunale e la Loggia dei Militi. Ancora oggi è evidente nello spazio urbano l'antica sinergia, anche fisica, della Cattedrale e della piazza duomo con il commercio cittadino. Ben 12 sono le vie che risalgono alla piazza, e tutte sono pedonali e ospitano attività commerciali, laboratori liutai o artigiani.

Vi è una forte presenza di bar e pasticcerie, di grande prestigio e di carattere storico con apertura diurna.

Sono presenti alcuni punti vendita con merceologia strettamente connessa al clientela turistica, in quanto sono negozi con articoli legati ai souvenir o a particolari eccellenze gastronomiche.

In questa parte del Centro, vi è una discreta vitalità, soprattutto nelle ore diurne, legata soprattutto a questioni di lavoro. Qui infatti si trovano la maggior parte degli uffici comunali, la Camera di Commercio e lo "Spazio Comune", il servizio informativo della città. Il nucleo principale del Centro, ospita un numero elevato di negozi e i giardini di Piazza Roma, storico giardino pubblico, scenario di molte manifestazioni e occasioni di svago e incontro per la città.

Piazza Stradivari e piazza Pace, sono le piazze su cui si svolgono le manifestazioni e il commercio su area pubblica, inoltre vi è la maggiore contrazione di bar e locali, pertanto si caratterizzano come le porzioni del Distretto più vitali sia come punto di accesso (grazie alla disponibilità di parcheggi nelle vicinanze) che di frequentazione (mercato, bar/locali) sia di giorno che di sera.

Il sistema commerciale del Distretto si sviluppa poi lungo gli assi di distribuzione tra i quartieri e le Porte della città, "le diramazioni", ovvero Corso Mazzini e corso Matteotti, Corso Campi - Garibaldi, Corso Vittorio Emanuele e Piazza Marconi.

Corso Mazzini. Asse di ingresso privilegiato dai gruppi di turisti, si pone come accesso al centro da Porta Venezia, dove si trova il Parcheggio Foro Boario (auto e bus turistici).

Caratterizzato nel primo tratto da un mix prevalentemente alimentare, rappresenta un punto di riferimento quotidiano.

Lungo il corso le attività commerciali si diradano e il fronte commerciale è quello nord, dato che sul lato sud è caratterizzato dalla presenza di palazzi storici da cui si possono scorgere attraverso i portoni meravigliosi cortili interni.

Corso Mazzini, in corrispondenza con il nucleo centrale del distretto si apre e nello slargo è possibile trovare una concentrazione di locali e bar.

Galleria XXV Aprile - Corso Campi – Garibaldi. La galleria è una galleria commerciale le cui potenzialità ancora non sono state sviluppate pienamente, per la poca caratterizzazione dell'offerta. Ospita la fiera del libro, Vanitas e altri eventi e animazioni.

Dalla Galleria si sviluppa l'asse di Corso Campi, la principale "vasca" cremonese, asse commerciale per eccellenza, pedonale e di elevata qualità architettonica e commerciale, con forte specializzazione verso l'abbigliamento. L'area di Corso Campi vive prevalentemente di giorno ed è frequentata in relazione alla presenza di negozi e bar.

Corso Garibaldi è oggi l'asse commerciale che, con le gallerie cittadine storiche, soffre maggiormente la crisi del comparto con chiusure e turn over accentuato. Significative sono però le potenzialità del corso anche in relazione alle presenze monumentali che su di esso si affacciano (palazzo Cittanova, chiesa di Sant'Agata, chiesa di San Luca, palazzi e dimore nobiliari storiche, Casa di Stradivari).

Corso Vittorio Emanuele. È l'asse di accesso direttamente sulle piazze commerciali, dotato di area parcheggio su entrambi i lati. Si apre su porta Po e lungo il corso si trova il Teatro Ponchielli che funge da attrattore e da richiamo verso l'esterno. Il primo tratto è commerciale, con valenza alimentare come per corso Mazzini, rivolgendosi ad un'utenza legata al quotidiano.

Piazza Marconi. Piazza Marconi riveste un ruolo importante per la presenza del Museo del Violino e del parcheggio interrato.

Il museo Museo del Violino (MdV) è dedicato agli strumenti della tradizione liutaria cremonese; è noto soprattutto per la sua collezione di strumenti ad arco che comprende violini, viole, violoncelli e contrabbassi di rinomati liutai, tra cui Antonio Stradivari, Amati e Giuseppe Guarneri del Gesù.

È ospitato nel "Palazzo dell'arte" ed è stato inaugurato il 14 settembre 2013 dopo due anni di restauri del palazzo. All'interno del museo è stato allestito un auditorium da 464 posti.

Inoltre esiste il servizio Cremona WiFi del Comune di Cremona che consente di navigare gratuitamente liberamente in città 24 ore su 24 e 7 giorni su 7 grazie agli oltre 50 hotspot pubblici distribuiti tra le vie, i parchi e i punti di interesse cittadini. L'estensione dell'area wifi è di circa 300 mila metri quadrati con una tecnologia all'avanguardia e una potenza massima di segnale di circa 70 Mbps sia in download che in upload per ciascun dispositivo utente. Questo servizio può garantire anche l'utilizzo di servizi sviluppati a sostegno e promozione del commercio dello shopping e del distretto del commercio.

L'accessibilità al Distretto di Cremona è garantita secondo una pluralità di sistemi dedicati alla mobilità che recepiscono i flussi veicolari del trasporto privato e pubblico, fornendo delle valide soluzioni di adduzione al centro storico con attrezzature idonee all'accoglienza delle differenti tipologie d'utenza che si ravvisano nel territorio (mobilità interna alla città, di prossimità al centro urbano, a lunga percorrenza, collegamenti con i parcheggi esterni).

Un ulteriore elemento caratterizzante il Distretto è la particolare cura del verde e delle fioriture nello spazio pubblico.

I Giardini di Piazza Roma, sono un importante spazio pubblico di ritrovo e sosta per la cittadinanza cremonese, caratterizzato dalla ricerca di mantenere la funzione di "piazza", cercando il giusto equilibrio tra la salvaguardia del giardino storico e la sua funzione ricreativa e naturalistica.

Il giardino si trova dove un tempo sorgeva la Basilica di S. Domenico che, insieme al convento omonimo, era la più vasta chiesa di Cremona dopo il Duomo. Al suo posto sorse quello che era forse l'unico giardino pubblico cittadino, un'isola verde di poco più di 13.000 metri quadrati, al suo interno trova collocazione la lapide in ricordo della ex bottega di Stradivari e sua tomba.

Nato come giardino botanico, i Giardini del Vecchio Passeggio sono il più grande parco del centro cittadino, con un'area di circa 18.000 metri quadrati è ubicato nel centro storico della città a ridosso della via Trento e Trieste, nata dalla demolizione delle mura cittadine. Le vicende storiche che ne hanno influenzato l'attuale struttura, le dimensioni e la conformazione sono strettamente legate all'evoluzione degli edifici che, in parte ancora oggi, si trovano intorno o all'interno del Parco: dal convento francescano, all'Ospedale Maggiore fino all'inaugurazione del 1973, in cui il Parco del "Vecchio Passeggio" venne aperto al pubblico.

Alcuni dati (31/12/2021)

	Città	Duc
Popolazione	71766	17346
Famiglie	34120	8893

	Città	Duc
Negozi	1377	627
Pubblici Esercizi	406	187
Negozi + P.E.	1783	814
Negozi storici	85	63

Il Servizio Promozione, Informazione e Accoglienza Turistica da tempo partecipa al tavolo del DUC e collabora in stretta sinergia con il Servizio Commercio affinché l'offerta commerciale della città possa essere sempre più diventare un fattore turistico in grado di attrarre flussi di visitatori, soprattutto dalle città limitrofe. E' proprio sul target del turismo di prossimità che si è cercato di lavorare con campagne promozionali ad hoc in occasione di importanti momenti commerciali dell'anno, come in occasione del Natale oppure dei saldi invernali o estivi. Per facilitare l'accesso all'offerta della città di Cremona, il Comune di Cremona ha messo a punto la Welcome Card, il pass turistico che con un unico titolo fornisce ai visitatori l'accesso a un ampio carnet di servizi di diverse tipologie: cultura, shopping, trasporti, ristorazione, svago, sport. La carta dell'accoglienza è stata nel tempo tematizzata per poterla veicolare al meglio a pubblici differenti che viaggiano per vari motivi, che siano quelli culturali ma anche sportivi, gastronomici o naturalistici. In provincia

di Cremona gli arrivi nel 2021 sono aumentati del 58% rispetto al 2020 e i pernottamenti sono aumentati del 114%. Nella città di Cremona gli aumenti sono stati ancora più significativi, dove gli arrivi sono aumentati dell'86% ed i pernottamenti del 187%. L'aumento dei pernottamenti si è registrato soprattutto per i turisti stranieri (+205) a significare che il flusso dall'estero è ripreso. Molto buono anche il dato in aumento dei turisti mentre i pernottamenti degli italiani sono aumentati del 77%, grazie soprattutto al turismo di prossimità verso il quale sono state fatte campagne di promozione turistica ad hoc. I giorni di permanenza media sono aumentati, passando da 2,6 a 4,1. Come gli scorsi anni, i Paesi da cui provengono più turisti sono Germania, Francia e Svizzera. Anche nel 2021, a causa delle misure restrittive adottate per contrastare la pandemia, i primi mesi dell'anno hanno registrato valori molto bassi che hanno iniziato a crescere da maggio in poi. I mesi con più arrivi sono stati ottobre (7.381) e settembre (7.204) e quelli con più pernottamenti novembre (35.920) e ottobre (35.285). Nel 2021 le strutture ricettive della città di Cremona non hanno subito significative variazioni rispetto all'anno precedente. Al 31 dicembre 2021 le strutture ricettive di Cremona sono 139, e rappresentano il 44% del totale provinciale. Tra di esse, 9 sono strutture alberghiere e 130 extra-alberghiere. Rispetto al 2020 le strutture alberghiere sono diminuite di 1 unità, mentre le strutture extra-alberghiere sono aumentate di 7 unità.

Nell'anno 2021 gli ingressi ai musei, alle aree archeologiche e ai castelli sono stati 74.281, con una crescita rispetto al 2020 di 22.422 visitatori (+43%), ma in calo rispetto al 2019 (anno prima della pandemia) di 143.912 (-66%).

Nel 2021 il Comune di Cremona con i suoi sei musei ha totalizzato 44.145 ingressi, il 59% del totale provinciale. Rispetto all'anno prima si è avuta una crescita del 45% (+13.665), ma rispetto al 2019 si è avuto un calo del 68% (- 94.150).

Il museo che ha registrato il maggior numero di visitatori è stato il Museo del Violino con 27.452 ingressi (+15.112 ingressi rispetto all'anno 2020, ma -45.246 rispetto al 2019).

## 6. STRATEGIA DI SVILUPPO (MAX 2 PAGINE)

*Descrivere la strategia di sviluppo di lungo periodo Distretto, coerente con l'analisi di contesto, indicando punti di forza e di debolezza, opportunità e direttrici di sviluppo, vocazioni territoriali da valorizzare, eventuali focus su specifiche aree.*

La crisi sta facendo emergere l'importanza per il benessere quotidiano e la ripartenza economica delle città di paradigmi economici di prossimità - come quelli alla base dei mercati regionali e dei servizi di vicinato. La sfida centrale è quella di riattivare la capacità attrattiva della città (investimenti, turisti, talenti, studenti) con la consapevolezza di quelli che erano i limiti della situazione pre-covid. Ciò significa favorire una crescita economica basata sulla costruzione di reti e comunità, sulla cooperazione, sulla prossimità. Il 2020 e il 2021 sono stati fortemente caratterizzati dall'emergenza sanitaria da COVID-19 e da provvedimenti finalizzati al contenimento del contagio che hanno inciso in modo significativo sulla vita delle persone, sui comportamenti e in tutti gli ambiti analizzati nel presente annuario: dalla demografia, allo studio, al lavoro, all'economia, alla sanità. Una pandemia che ovunque ha cambiato profondamente il mondo in cui viviamo, le nostre abitudini e le nostre priorità. Anni difficili e speriamo unici, non comparabili con le statistiche degli anni passati. Il 2022-2024 sarà il biennio del rilancio e dello sviluppo di nuove strategie di promozione commerciale attraverso i distretti commerciali.

Questa Amministrazione, definito il quadro di riferimento, intende individuare la **strategia** del Distretto in un'ottica di medio termine, stabilendo gli obiettivi da perseguire, le azioni conseguenti, i target da raggiungere ed il posizionamento strategico. 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, turistiche e di turismo sostenibile 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.

Un'occasione di grande rilevanza per Cremona che già sta lavorando per il raggiungimento degli SDG in quanto impegnata a sviluppare un importante lavoro progettuale sull'Agenda 2030, nonché ad adottare politiche che promuovano la transizione energetica e favoriscano sistemi agroalimentari locali più sostenibili, equi e rispettosi del clima e del pianeta.

L'obiettivo **generale** si identifica con la stessa mission del Distretto, che intende proporsi come un moderno centro servizi polifunzionale, in grado di coinvolgere l'intero tessuto economico e le diverse realtà culturali del centro storico, proporre ai residenti, visitatori e turisti un mix di offerta variegato e di qualità, distribuito fra

le differenti aree del centro, nel rispetto della relativa vocazione. Tale mission, del resto, è insita nella stessa denominazione del distretto: come il salotto è il luogo più ospitale della casa (dove si accolgono gli ospiti e si socializza), così il Distretto vuole essere luogo di incontro, di scambi culturali, di aggregazione, dove il turista possa fermarsi più giorni, perché affascinato dall'atmosfera, dalla cordialità, dalla ricchezza dell'offerta. Il distretto deve proporsi con un'immagine unitaria che si richiami all'identità di Cremona come città del violino, della musica, dell'arte e del buon cibo della tradizione.

Gli obiettivi **specifici** 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 Documento Unico di Programmazione comunale 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.);
- sviluppare un lavoro progettuale sull'Agenda 2030;
- condivisione delle politiche strategiche del Piano territoriale degli orari, in particolare quelle orientate al commercio ed al turismo, con individuazione del Manager di distretto all'interno del servizio commercio del Comune.

Due sono le **Linee strategiche** che si vuole perseguire:

- quella relativa alla "Rigenerazione urbana" e;
- quella legata allo "Sviluppo, lavoro e imprese".

Ad ogni linea strategica corrispondono Obiettivi strategici che costituiscono il riferimento per programmare e pianificare l'azione del Distretto mediante Azioni operative con un orizzonte temporale di medio termine.

### **Linea strategica sulla rigenerazione urbana**

#### *Piano del centro storico*

Rigenerazione urbana, in linea con l'esperienza di questi anni, è la progettualità che riflette la volontà di Ri-abitare i luoghi della città abbandonati e disabitati siano essi strade, piazze, parchi. Ri-generare vuol dire prevedere interventi su strutture, arredi, palazzi e pavimentazioni, sempre dentro a una visione di città vivibile e a misura d'uomo. Una città abitata è una città sicura, una città accessibile è una città per tutti, a partire dalle categorie più deboli, bimbi e anziani, diversamente abili, giovani e famiglie, studenti e lavoratori. Il centro storico in particolare richiede interventi diversificati che facciano rivivere luoghi attraverso la riqualificazione, la ristrutturazione anche con incentivi a partire da palazzi storici, abitazioni di pregio, cortili, ma anche giardini e piazze, strade e vicoli da riqualificare con interventi di arredo, di verde urbano, di installazioni artistiche. Valorizzare la bellezza e mettere in sicurezza sono azioni importanti a cui va affiancata una capacità creativa di animare e vivacizzare i luoghi con il coinvolgimento di residenti, negozi, uffici e imprese.

### *Le piazze da rinnovare*

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. Come ad esempio Piazza Roma o Giardini pubblici, Porta Romana, Piazza del Comune.

### *Decoro, installazioni artistiche e incentivi per la riqualificazione*

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. Anche con interventi su scritte sui muri e di pulizia e illuminazione delle vetrine.

### *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

### *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 con eventi che siano in grado di valorizzare il patrimonio artistico.

### **Linea strategica su sviluppo / lavoro / imprese**

#### *Piano strategico del commercio*

La situazione del commercio nei centri storici della Lombardia e in generale di tutte le città richiama la necessità di intervenire con rapidità e creatività su un comparto in forte difficoltà. Il piano strategico è uno strumento innovativo per governare i processi di sviluppo del territorio, con particolare attenzione al centro storico. Insieme a tutte le categorie del commercio e dell’artigianato si intendono definire le linee di intervento per migliorare l’assetto urbanistico, i servizi, la mobilità, il piano degli orari, l’offerta culturale e turistica attraverso la costruzione di una visione condivisa e partecipata del futuro della città che ne rispecchi l’identità e le aspirazioni.

#### *Incentivi alle imprese e proposte di credito*

Agevolazioni dedicate al centro storico per chi fa interventi edilizi, per chi si insedia in locali sfitti, per chi recupera immobili dismessi o ristrutturata, per chi investe nel comparto degli ex Monasteri (dove è sorto il nuovo campus universitario). Agevolazioni per chi fa interventi di efficientamento energetico. Semplificazione burocratica. Il tutto per attrarre nuovi investitori, recuperare spazi e creare lavoro. E accordi fatti con istituti di credito e sistema dei confidi per facilitare ulteriori contributi e agevolazioni. Vogliamo continuare a favorire le imprese che credono e investono nel centro storico di Cremona.

#### *Tavolo sfitti*

Per incentivare l’occupazione degli spazi vuoti è stato avviato il tavolo territoriale 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.

#### *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 un “App vadoincentro”. Comunicazione integrata sui media e social: studio di forme di comunicazione per cittadini e ospiti. Anche grazie alla presenza di una rete pubblica WiFi.

#### *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.

#### *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, mobilità elettrica (bus, biciclette, auto), la spesa a casa in accordo con categorie del commercio, artigiani e agenzie di servizi.

### *Bandi per nuove attività commerciali e misure per quelle esistenti*

In questi anni abbiamo realizzato alcuni bandi a favore del commercio in centro. Prima e dopo il lockdown con fondi nazionali, regionali e privati.

### *Piano cultura, turismo e shopping*

Cultura è motore di sviluppo della comunità. Cultura è conoscere e interpretare il passato per costruire ambiti di innovazione per il presente ed il futuro. Cultura significa creatività diffusa, innovazione artistica promossa e sostenuta, arte e i suoi linguaggi, attraverso i quali si uniscono persone e si formano cittadini consapevoli. Un piano di promozione turistica, che veda sempre più la città Cremona come destinazione turistica, si lega strettamente alla proposta culturale e implica un lavoro sinergico tra diversi attori: istituzioni pubbliche, privati, cittadini e imprese per rendere Cremona sempre più un luogo unico e riconoscibile, dove vivere e lavorare, ma anche meta da visitare.

### *Tavolo del turismo*

Fortemente voluto dalle associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato per condividere le linee strategiche del turismo, i mercati dove investire e le relazioni internazionali da attivare o da consolidare con gli operatori del settore e i principali soggetti di produzione culturale (Teatro A.Ponchielli, MdV e sistema museale), di iniziative fieristiche (Cremonafiere), di realtà legate al fiume Po (Ass. canottieri e armatori).

### *Programmazione culturale e proposte di incoming*

Per essere vincenti sui mercati italiani ed esteri occorre presentare la città in tutta la sua bellezza e completezza. La programmazione culturale dovrà saper anticipare luoghi ed eventi per favorire l'organizzazione delle proposte turistica di incoming, l'inserimento in cataloghi di offerte sempre più qualificate e con proposte esperienziali uniche come unica è la nostra destinazione, patrimonio Unesco per il saper fare liutario. Si presterà particolare attenzione al turismo culturale musicale e scolastico. Particolare attenzione allo sport con la promozione in serie A della Cremonese e per i tanti eventi sportivi presenti in città

## **7. 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

## **8. PROGETTI INTERDISTRETTUALI (EVENTUALE)**

*Indicare il/i Distretto/i del Commercio con cui il progetto viene condiviso, descrivendo le motivazioni alla base della condivisione del progetto e i benefici attesi.*

## **9. MODALITÀ DI GESTIONE DEL PROGETTO**

*Descrivere le modalità operative per la predisposizione e gestione del progetto e la condivisione delle scelte all'interno del partenariato.*

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:

- 2 maggio 2022;
- 26 maggio 2022;
- 9 giugno 2022;

- 15 luglio 2022:
- 30 agosto 2022.

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.

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

## 10. ATTIVITÀ DI PROGETTO

### *Intervento 1 – Bando Imprese*

#### *Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere:*

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 del Distretto Urbano del Commercio.

La "ricostruzione" dell'economia 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, del turismo, 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. Il bando intende promuoverne una vera e profonda rigenerazione economica urbana, sostenendo progetti integrati tra operatori economici, enti locali, partner esterni pubblici e privati, capaci di realizzare benefici economici, ambientali e sociali.

Il Comune di Cremona, a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19, e nell'ambito di un percorso di valorizzazione commerciale e turistica 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 attività d'impresa commerciali e artigianali e contribuire altresì alla ripartenza. A tal fine sarà pubblicato questo bando per la concessione di contributi a fondo perduto per le attività d'impresa e per l'apertura di unità locali in vie e piazze del Distretto Urbano Commerciale di Cremona.

Le finalità dell'intervento, da perseguire tramite il progetto in partenariato pubblico privato all'interno del Distretto Urbano del Commercio (di seguito DUC), si possono sintetizzare in: sostenere i Distretti del Commercio come volano per la ripresa economica dei settori del commercio, della ristorazione, dell'intrattenimento, del terziario e dell'artigianato artistico e di servizi, favorendo l'avvio di nuove attività e la ripresa di attività interrotte, al fine di ricostituire così il tessuto diffuso delle imprese; sostenere il sistema delle imprese e gli Enti locali 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 rafforzi la capacità di resilienza del tessuto economico e sociale dei Distretti del Commercio; strutturare e consolidare una governance efficace del Distretto, adottando il modello più adeguato e conforme alle esigenze del territorio, che garantisca condivisione delle scelte, continuità e sostenibilità negli anni delle attività. Inoltre l'Amministrazione intende sostenere le Start-up e Nuove aperture del Distretto Urbano del Commercio, attraverso una maggiorazione del contributo previsto dal bando Imprese, sempre in termini del 50% della spesa in conto capitale prevista.

#### *Soggetti partner che realizzano l'intervento:*

Comune di Cremona

#### *Costo complessivo dell'intervento:*

€ 200.000,00

L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:  
€ 200.000,00

## *Intervento 2 - Rigenerazione Urbana*

### *Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere: (Spesa Capitale)*

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, Piazza Roma o dei giardini pubblici, il Palazzo Comunale) che ammonta a circa Euro 410.000, tra queste le principali saranno:

#### *I Giardini di Piazza Roma*

L'idea progettuale per la riqualificazione di questo spazio, vuole creare un indotto sul tessuto commerciale del distretto urbano del commercio con la attrattività di uno spazio pubblico da sempre centrale, importante e riconosciuto da cittadini e turisti come spazio culturale, ludico e per il tempo libero. Le linee di mandato dell'attuale amministrazione promuovono il consolidamento del tessuto sociale, anche mediante la cura ed il rispetto degli spazi pubblici. La strategia di Rigenerazione Urbana vede, nell'oggetto urbano da riqualificare, un fattore di coesione sociale, strumentale al miglioramento dei processi di partecipazione, al rafforzamento delle reti di prossimità, della percezione di sicurezza e del senso di appartenenza alla comunità, nonché strumento di ricaduta sulla rete del commercio di vicinato prossimo allo spazio pubblico.

L'area in esame è quella dei Giardini di Piazza Roma, intitolati a Giovanni Paolo II, chiamati semplicemente "Giardini Pubblici" o "i Giardini". I Giardini ospitano diversi eventi legati al commercio, organizzati anche dal DUC ed un campione eterogeneo di popolazione: anziani, persone che fanno shopping, ragazzi in pausa scolastica o che si ritrovano nel pomeriggio, famiglie con bambini. La caratteristica trasversalità dell'utenza, porta a pensare che una migliore e più gradevole fruibilità dell'area, costituisca un servizio alla popolazione, portando un impatto positivo sulle condizioni sociali (luogo di incontro e vicinanza ai servizi più importanti) della popolazione, ed economiche (accesso ai negozi). Sono inoltre luogo di attrattività turistica.

La collocazione baricentrica dei Giardini, rispetto alle funzioni abitativa, commerciale e turistica, è cardine fondamentale per il miglioramento dell'attrattività del centro. Infatti la cura degli spazi pubblici contribuisce ad implementare occasioni di socialità, e promuove dinamiche positive anche per le altre attività presenti. La contiguità dello spazio dei Giardini, con le attività sopra descritte, fa sì che la proposta di restyling, si qualifichi come coerente con la strategia di rigenerazione urbana già in essere, portando benefici su un lungo orizzonte temporale. L'area, come detto, fa parte del tessuto antico della città, e pertanto interventi volti a migliorarne la fruizione, vanno a consolidare un uso coerente con le caratteristiche storicizzate del territorio in esame.

L'area centrale, estesa e "prossima" alle diverse funzioni urbane, è, per i cremonesi spazio consueto e "famigliare", impresso nella memoria collettiva. L'intervento di manutenzione straordinaria, oggetto del presente bando, porterà con sé un rilancio complessivo dell'intero centro storico, del quale i Giardini sono polmone verde e di socialità; in tal senso l'intervento di riqualificazione è considerato motore di rigenerazione urbana.

Esso prevede le seguenti opere:

- manutenzione straordinaria della pavimentazione esistente. In parte costituita da lastre di pietra naturale, parte in calcestruzzo e parte in rizzada. Queste pavimentazioni furono scelte in continuità con quelle delle contigue vie storiche. Per la parte in calcestruzzo si effettuerà la scarificazione degli interi volumi, ora frammisti a scarti vegetali e fanghiglia;
- rifacimento del prato; mediante realizzazione di nuovo piano di semina, ed essenze a ridotto fabbisogno idrico, nuovi arbusti bassi, porzioni di aiuole con fiori nel giardino;
- ripristino strutturale delle "montagnole" (roccaille) nella parte nord, che hanno perso stabilità a causa dei processi di corrosione dei ferri di armatura. Si propone il consolidamento delle parti pericolanti in calcestruzzo irregolarmente sagomate, poste nella parte inferiore del ponticello (ora il transito pedonale è protetto da struttura tubolare provvisoria); si dovranno pertanto ristabilire le condizioni di sicurezza, mediante un intervento da concordarsi con la Soprintendenza Archeologica, Belle arti e Paesaggio.
- restauro conservativo straordinario dei manufatti storici attualmente ammalorati, in quanto l'ultimo intervento di pulitura risale ai primi anni 2000;
- manutenzione straordinaria della Pagoda, posa di nuova pavimentazione idonea ad un uso frequente, posa di nuovo impianto audio al servizio degli eventi;

- sostituzione di tutte le panchine, essendo in condizioni di vetustà e/o danneggiate, con arredi ecocompatibili;

- riprogettazione dell'area-giochi, secondo criteri di inclusività;

- posa di dispositivo per ricarica bici elettriche o a pedalata assistita; le modeste dimensioni della città di Cremona e la sua conformazione pianeggiante, infatti, agevolano l'utilizzo dei sistemi di mobilità a due ruote;

- totem e/o QR Code per informazioni su storia città di Cremona, storia del sedime prima della demolizione chiesa san Domenico, cartellonistica per percorsi botanici, immagini trasformazioni storica del centro cittadino nel novecento, info attività commerciali turistiche ecc.

La riqualificazione dell'area ne aumenterà l'interesse, sia dei normali fruitori, sia per manifestazioni o eventi. Nelle immediate vicinanze dei Giardini si trovano negozi, pubblici esercizi, botteghe artigiane e diversi servizi, di terziario, ma anche rivolti alla persona.

L'intervento che prevede la riqualificazione dell'area, vuole soprattutto raggiungere l'obiettivo, di tipo strategico, di incrementarne l'attrattività, ed, insieme, di aumentare il grado di interesse dei city users nei confronti delle aree attigue. Ciò si coniuga con i nuovi orientamenti urbanistici denominati "città dei 15 minuti", che vede gli spazi di socialità come ecosistemi aperti, occasione per rendere più sostenibile il modo in cui i cittadini vivono l'ambiente urbano.

#### *Piazza del Comune e Palazzo Comunale*

Altro polo che caratterizza questo intervento è il Palazzo Comunale. Il Palazzo del Comune è stato fondato nel 1206 con la forma architettonica tipica del broletto lombardo e successivamente ampliato nel 1245. La struttura medievale del palazzo non ha subito modifiche fino alla fine del XV secolo. A partire dal 1496 e poi nel corso del secolo successivo fu modificata la facciata sostituendo le trifore duecentesche con finestre rettangolari e aggiungendo il nuovo arengario in marmo addossato al pilastro centrale della facciata. Il palazzo prima dell'Ottocento, prima che venissero eseguiti i grandi lavori di riforma, si presentava come un organismo chiuso, con un portico sulla piazza principale e un cortile chiuso interno al quale si accedeva mediante un ingresso che si apriva in corrispondenza della terza arcata a partire dalla attuale via Baldesio. Tale porticato aperto verso la piazza del Duomo veniva utilizzato a funzione commerciale con botteghe addossate al muro. Un intervento di sistemazione dell'intero centro cittadino gravitante intorno alla piazza del Duomo e dell'accesso ai portici della Piazza del Duomo, era strategico per l'accesso delle carrozze e dei frequentatori delle numerose botteghe.

A completare questo intervento sugli archi del palazzo l'Amministrazione ha deciso ulteriori due interventi ormai da tempo necessari alla definitiva accessibilità del palazzo comunale, ovvero l'*Intervento di adeguamento della balaustra* dello scalone storico di rappresentanza e la riqualificazione dell'ingresso verso il cortile Federico II, questo storico ingresso del Palazzo Comunale. Il progetto riguarda l'adeguamento al Decreto Legislativo n. 81/2008 della balaustra in marmo presente a protezione dello scalone d'accesso alla Sala Alabardieri di Palazzo Comunale a Cremona. L'attuale scalone fu costruito, in sostituzione dell'originale del Cinquecento, intorno alla metà dell'Ottocento.

Questo intervento a carico del Comune di Cremona, avrà un ulteriore ricaduta positiva sulla attrattività del centro storico e quindi sulla frequentazione della rete commerciale del distretto.

#### *Porta Romana*

L'Amministrazione comunale intende riqualificare e rendere fruibile l'area verde di piazza IV Novembre, che da anni è in cattive condizioni sia per i percorsi pedonali che per la situazione del verde e del decoro. Un progetto di riqualificazione e messa in sicurezza delle parti asfaltate, rese sconnesse dalle radici, e poi di arredi, recinzione e illuminazione. L'asfalto verrà sostituito con calcestruzzo, che consente un migliore drenaggio dell'acqua. Importo lavori, pari a 30 mila euro. Le panchine saranno invece curate dai residenti, mediante il comitato di quartiere che si è da poco costituito. Porta Romana, ossia piazza IV Novembre, rappresenta uno dei rari casi in città di collaborazione pubblico privato in tema di manutenzione di aree verdi. Questa zona della città resta un importante punto strategico per l'ingresso al Distretto urbano del Commercio, sia come percorso verso il centro storico sia perché antico e attuale luogo di forte presenza di negozi di vicinato con un forte mix tipologico.

*Soggetti partner che realizzano l'intervento:*

Comune di Cremona

*Costo complessivo dell'intervento:*

€ 738.585,00

*L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:*

€ 363.000,00

### *Intervento 3 – Sviluppo Commercio*

#### *Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere: (Spesa Capitale)*

Un passaggio fondamentale della strategia di sviluppo del distretto urbano del commercio di Cremona è quella di sviluppo del commercio anche attraverso le tecnologie a supporto della programmazione e delle scelte che la Cabina di regia dovrà assumere in merito alle iniziative ed eventi, ma anche come strumento di orientamento delle scelte su interventi anche in termini di investimenti e opere e servizi a supporto del centro storico e del commercio di vicinato. Smart City è un nuovo modo di pensare la città e di progettare il suo futuro in termini di servizi ai cittadini ed imprese dove la tecnologia, fra questa gli IoT, e la digitalizzazione, rappresentano elementi fondamentali per raggiungere questi obiettivi. Cremona ha già una sua visione di Smart City e ha attivato diverse buone pratiche per cittadini e imprese agevolando la comunicazione, la velocizzazione delle pratiche tanto da ottenere come città la 18a .posizione nella graduatoria di Forum Pa del 2021.

#### *Shopper trak*

Per questo si è pensato al potenziamento e alla infrastrutturazione del *Shopper trak*. Da alcuni anni il Distretto di Cremona dispone di un sistema di conteggio dei flussi pedonali installato nel centro storico a seguito dei finanziamenti ottenuti dal Distretto nel 2013/2014 nell'ambito del 5<sup>a</sup> Bando DUC (attuatore Confcommercio Cremona). Il sistema si basa sui seguenti portali che misurano i passaggi pedonali in ingresso (IN) e in uscita (OUT) dai principali corsi cittadini. Corso Mazzini Corso Matteotti Corso Garibaldi Via Monteverdi Largo Boccaccino. Si pensa di rendere strutturale per almeno 3 anni questo innovativo strumento di monitoraggio dei flussi pedonali sul centro storico in modo da avere una statistica aggiornata di come nei diversi periodi e stagioni dell'anno il consumatore e il frequentatore del centro storico intende muoversi.

#### *APP vadoincentro*

Il progetto intende anche 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 sviluppare questo strumento innovativo 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. Inoltre si potranno fornire attraverso la app servizi sia ai commercianti che ai turisti e clienti in merito alle iniziative e opportunità che la città offre nel corso dell'anno ed in tempo reale, grazie anche alla presenza di una estesa rete wifi pubblica che ormai copre quasi tutto l'areale del DUC. Tutte le iniziative, permetteranno di condividere le informazioni 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.

#### *Spazi per Servizi informativi*

Si vuole valutare la possibilità di destinare uno spazio di proprietà comunale presso i giardini di Piazza Roma (presso la Ex "Casetta del custode"), ad attività o servizi per il Distretto del Commercio, ad esempio baby sitting in alcuni momenti dell'anno, spazio informativo su iniziative ed eventi del DUC.

Si vuole anche valutare l'opportunità di incrementare il numero dei *TOTEM informativi* in tema di offerta commerciale, culturale e turistica della città da posizionare nello spazio dei giardini di Piazza Roma, strumento utile ad una informazione tempestiva e aggiornata in tempo reale da remoto in merito alle iniziative.

#### *Videosorveglianza*

Infine, a carico dell'Amministrazione comunale, si pensa di rivedere e potenziare il sistema di *videosorveglianza dei giardini pubblici* per rendere lo spazio maggiormente sicuro per i frequentatori, i clienti dei negozi, le popolazioni che utilizzano lo spazio pubblico in occasione di eventi, fiere e momenti commerciali. Attraverso il progetto "SICURI NEI PARCHI" che rientra tra un più ampio spettro di politiche di sicurezza urbana attivate dall'Amministrazione Comunale di Cremona per il tramite del Comando Polizia Locale, intende incrementare, ammodernare e sviluppare la videosorveglianza sui giardini pubblici, spesso caratterizzate da episodi di devianza e inciviltà che provocano pesanti effetti negativi in tema di percezione di sicurezza dei cittadini e di conseguenza in tema di fruizione e vivibilità delle aree stesse.

#### *Riduzioni IMU*

Sistema di valorizzazione per il centro città. Agevolazioni fiscali:

IMU ridotta allo 0,76 % favore di nuovi insediamenti in locali sfitti da almeno un anno Commercio all'ingrosso e di vicinato – artigianato e terziario: riduzione del 43 % degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria per il commercio all'ingrosso, il commercio di vicinato, l'artigianato, il terziario all'interno del tessuto cittadino, in particolare del centro storico.

#### *Soggetti partner che realizzano l'intervento:*

Comune di Cremona

Camera di Commercio di Cremona

Associazione le Botteghe del Centro

#### *Costo complessivo dell'intervento:*

€ 74.500,00

#### *L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:*

€ 37.000,00

### *Intervento 4 – Animazione e Marketing*

#### *Descrizione dell'intervento e delle azioni da svolgere: (Spesa Corrente)*

Il Comune di Cremona e la Camera di Commercio di Cremona sosterranno le attività previste nell'area di intervento "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. 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.

Oltre alle classiche attività di promozione dello shopping in alcuni periodi dell'anno le iniziative che il Distretto urbano del commercio intende sostenere sono anche frutto di una progettualità condivisa tra Amministrazione comunale e Associazioni di categoria del commercio attraverso la Cabina di regia del DUC e sono ipotizzabili iniziative come: Invasioni Botaniche, lo Sbaracco di primavera e di autunno, i Giovedì d'estate, i mercati europei e dei prodotti locali, la Festa del Torrione, La festa del Salame, Formaggi e Sorrisi, Il festival della Mostarda, eventi che si programma possano portare flussi di utenti e turisti all'indotto del commercio locale e quindi sviluppare una positiva ricaduta sulla ripresa economica delle imprese del commercio di vicinato.

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 potranno organizzare e realizzare 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).

<p><i>Soggetti partner che realizzano l'intervento:</i>  Comune di Cremona  Camera di Commercio di Cremona  Associazione le Botteghe del Centro</p>
<p><i>Costo complessivo dell'intervento:</i>  € 248.000,00</p>
<p><i>L'intervento sarà finanziato con parte del contributo regionale? Se sì, indicare per quale importo:</i>  € 30.000,00</p>

## **11. PRESENZA DI SERVIZI COMUNI DEL DISTRETTO OFFERTI AD IMPRESE, UTENTI E VISITATORI (EVENTUALE)**

*Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire i servizi comuni che verranno offerti ad imprese, utenti e visitatori, indicando eventuali elementi di innovatività.*

<p><b>Shopper trak.</b>  Si pensa di rendere strutturale per almeno 3 anni questo innovativo strumento di monitoraggio dei flussi pedonali sul centro storico in modo da avere una statistica aggiornata di come nei diversi periodi e stagioni dell'anno il consumatore e il frequentatore del centro storico intende muoversi.</p> <p><b>APP vadoincentro</b>  Il progetto intende anche sviluppare una app o altro strumento web collegato ai commercianti che potranno utilizzarlo per promuoversi e per avere informazioni sul DUC. Tutte le iniziative, permetteranno di condividere le informazioni 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.</p> <p><b>Spazi per Servizi informativi</b>  Si vuole valutare la possibilità di destinare uno spazio di proprietà comunale presso i giardini di Piazza Roma (presso la Ex "Casetta del custode"), ad attività o servizi per il Distretto del Commercio, ad esempio baby sitting in alcuni momenti dell'anno, spazio informativo su iniziative ed eventi del DUC.  Si vuole anche valutare l'opportunità di incrementare il numero dei TOTEM informativi in tema di offerta commerciale, culturale e turistica della città da posizionare nello spazio dei giardini di Piazza Roma, strumento utile ad una informazione tempestiva e aggiornata in tempo reale da remoto in merito alle iniziative.</p>
---

## **12. PRESENZA DI SOLUZIONI PER IL RIUTILIZZO DEGLI SPAZI COMMERCIALI SFITTI E PER IL PRESIDIO DEL TERRITORIO, IN PARTICOLARE NELLE AREE A RISCHIO DESERTIFICAZIONE (EVENTUALE)**

*Riepilogare in modo sintetico ed organico il complesso degli interventi, tra quelli descritti al precedente punto 10, che vanno a costituire le soluzioni che verranno adottate ai fini del riutilizzo degli spazi commerciali sfitti e per il presidio del territorio, indicando eventuali elementi di innovatività e se saranno realizzate in aree a rischio desertificazione.*

<p><b>SISTEMA DI VALORIZZAZIONE PER IL CENTRO CITTÀ</b>  Agevolazioni fiscali:  IMU ridotta allo 0,76 % favore di nuovi insediamenti in locali sfitti da almeno un anno Commercio all'ingrosso e di vicinato – artigianato e terziario: riduzione del 43 % degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria per il commercio all'ingrosso, il commercio di vicinato, l'artigianato, il terziario all'interno del tessuto cittadino, in particolare del centro storico.</p> <p><b>INTERVENTI IN AREE A RISCHIO DESERTIFICAZIONE</b></p>
---

Gli interventi previsti in particolare Giardini pubblici di piazza Roma e di porta Romana si inseriscono in attività dell'amministrazione su aree degradate e poco o per nulla utilizzate e dai cittadini, turisti, fruitori del commercio di vicinato. Gli interventi sono rivolti alla riqualificazione anche in ottica di migliorare la ricaduta e l'indotto sul commercio del distretto.

### 13. ELEMENTI ESSENZIALI DEI BANDI PER LE IMPRESE

Descrivere i seguenti elementi essenziali dei bandi da emanare, che devono essere coerenti con le "Indicazioni per la redazione dei bandi per le imprese":

- *categorie di imprese ammesse e requisiti di ammissibilità specifici;*

Possono presentare domanda per ottenere il contributo gli aspiranti imprenditori e imprenditori che presentino i seguenti requisiti:

- essere MPMI ai sensi dell'allegato 1 del Reg. UE n. 651/2014;
- essere iscritte al Registro delle Imprese e risultare attive;
- disporre di una unità locale, oppure impegnarsi ad aprire, entro il termine di conclusione del bando, una unità locale, che sia collocata all'interno dell'ambito territoriale del Distretto del Commercio e che:

i. abbia vetrina su strada o sia situata al piano terreno degli edifici o all'interno delle corti;

ii. disponga di locali direttamente accessibili al pubblico, presso cui si esercita una attività di:

- > vendita al dettaglio di beni e/o servizi;
- > somministrazione di cibi e bevande;
- > prestazione di servizi alla persona.

- Non avere alcuno dei soggetti di cui all'art. 85 del D.Lgs. 6 settembre 2011 n. 159 (c.d. Codice delle leggi antimafia) per il quale sussistano cause di divieto, di decadenza, di sospensione di cui all'art. 67 del citato D.Lgs.;

- Non rientrare nel campo di esclusione di cui all'art. 1 del Regolamento (UE) 1407/2013;

- Non essere in difficoltà, secondo la definizione di cui all'art. 2 comma 18 del Regolamento (UE) 651/2014, alla data del 31/12/2019;

- Di essere consapevole che i dati indicati sono raccolti per adempiere agli obblighi di adeguata verifica del cliente e del titolare effettivo previsti dal d.lgs. 231/2007 relativi alla prevenzione dell'uso del sistema finanziario ed economico a scopo di riciclaggio dei proventi di attività criminose e di finanziamento al terrorismo;

- Di essere consapevole che il rifiuto al rilascio dei dati di seguito previsti comporterà l'impossibilità per Finlombarda S.p.A. di eseguire le operazioni richieste, ai sensi dell'art.23 del d.lgs. 231/2007.

- Infine dichiara di essere consapevole (Articoli 46 e 47 del D.P.R. n. 445/2000), delle sanzioni penali nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, ai sensi degli artt. 46 e 47 e 76 del D.P.R. 28/12/2000 n. 445.

Sono ammissibili aspiranti imprenditori che soddisfino i seguenti requisiti:

- Non avere cause di divieto, di decadenza, di sospensione di cui all'art. 67 del D.Lgs. 6 settembre 2011 n. 159 (c.d. Codice delle leggi antimafia)

- Avviare, prima dell'erogazione dell'agevolazione da parte del Comune, una attività economica che soddisfi i requisiti sopra previsti.

I requisiti di ammissibilità devono essere posseduti alla data di presentazione della domanda, con l'eccezione dell'unità locale all'interno del territorio del Distretto, che deve essere posseduta alla data di richiesta di erogazione.

In fase di erogazione finale del contributo, le imprese beneficiarie dovranno essere in regola con gli obblighi contributivi, come attestato dal Documento Unico di Regolarità Contributiva (DURC). In caso di accertata irregolarità in fase di erogazione, dovrà essere trattenuto l'importo Ufficio Sviluppo progetti a sostegno del commercio, tempi e Orari – Comune di Cremona [distrettocommercio@comune.cremona.it](mailto:distrettocommercio@comune.cremona.it) corrispondente all'inadempienza e versato agli enti previdenziali e assicurativi, ai sensi della L. 98/2013, art. 31 commi 3 e 8-bis.

Non sono ritenute ammissibili domande presentate per attività o imprese che non siano insediate o intendano insediarsi in locali e/o spazi del DUC del Comune di Cremona.

E' ammessa la presentazione di una sola domanda da parte del medesimo soggetto. L'impresa beneficiaria sarà soggetta a controlli da parte degli uffici competenti sui lavori finanziati.

Sarà inoltre facoltà del Distretto, in considerazione delle specificità del proprio territorio, ammettere come beneficiari anche:

- le attività di commercio su area pubblica che soddisfino i requisiti sopra previsti e che, in luogo di una unità locale, dispongano di una concessione all'interno dell'ambito territoriale del Distretto;

- le attività di servizi alla persona che non soddisfino il requisito di avere vetrina su strada o essere situate al piano terreno degli edifici o all'interno delle corti.

• *interventi e spese ammissibili, anche in termini generali;*

Sono ammissibili i seguenti interventi:

- Avvio di nuove attività del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato all'interno di spazi sfitti o in disuso, 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;
- Rilancio di attività già esistenti del commercio, della ristorazione, del terziario e dell'artigianato;
- Adeguamento strutturale, organizzativo e operativo dell'attività alle nuove esigenze di sicurezza e protezione della collettività e dei singoli consumatori (protezione dei lavoratori, mantenimento delle distanze di sicurezza, pulizia e sanificazione, differenziazione degli orari, ecc.);
- 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;
- Accesso, collegamento e integrazione dell'impresa con infrastrutture e servizi comuni offerti dal Distretto o compartecipazione alla realizzazione di tali infrastrutture e servizi comuni.

Gli interventi dovranno interessare un'unità locale localizzata all'interno dell'area oggetto del progetto.

• *importo massimo dell'aiuto e percentuale rispetto alle spese;*

Il contributo massimo concedibile ad ogni impresa sarà determinato nel modo seguente: • contributo del 50% delle spese ammissibili e fino a un massimo di € 10.000,00 (diecimila/00); L'aiuto è concesso come agevolazione a fondo perduto, a fronte di un budget di spesa liberamente composto da spese in conto capitale e spese di parte corrente. L'aiuto non può essere superiore al 50% della spesa ammissibile totale (in conto capitale e di parte corrente) e in ogni caso non superiore all'importo delle spese in conto capitale.

Per le Start-up e Nuove aperture del Distretto Urbano del Commercio, si prevede una maggiorazione del contributo previsto dal bando Imprese, sempre in termini del 50% della spesa in conto capitale prevista e sino ad un massimo di € 12.000,00 (dodicimila/00).

• *tipologia della procedura di selezione;*

Il Dirigente del settore competente e i funzionari preposti provvederanno ad esaminare le domande ed a dichiararle ammissibili, a seguito della valutazione della documentazione presentata. Procedura automatica, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 123/98. Le domande in possesso dei requisiti di ammissibilità formale sono finanziate in ordine cronologico di ricezione, fino ad esaurimento della dotazione finanziaria.

• *tempistiche;*

La domanda di concessione del contributo, corredata dalla documentazione di cui all'art. 9, dovrà essere inviata nelle date stabilite, tenuto conto delle modalità di erogazione di cui al successivo art. 11, esclusivamente con le seguenti modalità: a) per via telematica al seguente indirizzo di posta elettronica certificata del Comune di Cremona;

I soggetti beneficiari del contributo dovranno sostenere le spese entro il termine stabilito dal bando, pena la revoca della concessione del contributo. Saranno ammesse a rendicontazione soltanto le spese relative a fatture emesse successivamente alla data prevista dal bando. Il pagamento delle relative fatture dovrà essere corredato dalle ricevute di pagamento. Entro i termini indicati (dal bando, il beneficiario dovrà inviare all'Amministrazione Comunale la seguente documentazione.

