

CRITERI, TERMINI E MODALITÀ PER L'ASSEGNAZIONE E CONCESSIONE DEI CONTRIBUTI AGLI ENTI LOCALI PER PROGETTI PER LA RIQUALIFICAZIONE SOSTENIBILE E LA VALORIZZAZIONE DELLE AREE A VOCAZIONE COMMERCIALE, AI SENSI DELL'ART. 6, COMMA 1, LETTERE A) E B) DELLA LEGGE REGIONALE 3 OTTOBRE 2023, N. 12 – PRIMA FASE: CONCERTAZIONE E CONDIVISIONE TERRITORIALE PER IL TRIENNIO 2024-2026.

Premesse

Le città, nelle loro diverse configurazioni territoriali e dimensionali (città metropolitana, città medie e centri minori) svolgono un ruolo fondamentale come motore dell'economia, quali luoghi di connettività, creatività ed innovazione, centri di servizi di prossimità anche per le zone circostanti, nonché in termini di attrattività turistica.

La legge regionale 3 ottobre 2023, n. 12 *“Sviluppo dell'economia urbana e qualificazione e innovazione della rete commerciale e dei servizi. Abrogazione della legge regionale 10 dicembre 1997, n. 41 e modifica della legge regionale 5 luglio 1999, n. 14”* ha innovato le politiche regionali rivolte alla qualificazione della rete commerciale e distributiva dei centri urbani in un'ottica più vasta che guarda allo sviluppo dell'economia urbana come motore dello sviluppo delle aree urbane e delle comunità locali, innovando gli strumenti per la qualificazione e innovazione delle strutture e delle imprese e le azioni di marketing delle aree commerciali, agendo anche sulla governance attraverso nuovi strumenti diretti a migliorare lo sviluppo, la gestione e la promozione degli interventi, aumentandone l'efficienza, la continuità, l'attrattività facendo leva sulla capacità delle imprese di fare rete e di evolversi anche in attività multiservizi attraverso processi di innovazione e ibridazione e collegandosi ad altri ambiti di intervento (rigenerazione e valorizzazione urbana, offerta culturale, attrazione turistica, valorizzazione dei prodotti tipici, green economy).

In tale contesto, la principale innovazione introdotta dalla legge è costituita dagli hub urbani e di prossimità, per i quali si sono definiti specifici requisiti per il loro riconoscimento, afferenti al loro dimensionamento, alla necessità di visione strategica e di una programmazione condivisa ed una governance unitaria.

In considerazione del ruolo fondamentale che il commercio locale riveste nell'ambito della vita urbana del territorio regionale nel suo complesso, in quanto attività economica, ma anche e soprattutto come pratica collettiva di aggregazione sociale che contribuisce significativamente a definire l'immagine, la vitalità e l'attrattività dei luoghi e quindi capace di svolgere una funzione di integrazione e valorizzazione del territorio ed a fronte di una perdurante situazione critica del commercio tradizionale e di vicinato, legata a diversi fattori, quali l'avvento della grande distribuzione e degli operatori del commercio on line, la legge in esame ha altresì mantenuto una specifica misura rivolta alla qualificazione e valorizzazione di aree commerciali che non rientrano nell'elenco degli hub riconosciuti.

A tal fine, l'art. 6 *“Progetti per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione delle aree a vocazione commerciale”* della citata legge regionale prevede che la Regione sostenga, attraverso la concessione di contributi a Comuni, singoli o associati e alle Unioni di Comuni, i progetti da tali Enti proposti, sentite le organizzazioni maggiormente rappresentative delle piccole e medie imprese del commercio e dei servizi, finalizzati:

- a) alla riqualificazione sostenibile e alla valorizzazione commerciale di vie, aree o piazze, ovvero dei centri storici o di aree urbane a vocazione commerciale, compresi i progetti di sistemazione e riqualificazione di aree mercatali già esistenti o di siti da destinare al commercio su aree pubbliche;
- b) alla promozione e al marketing del territorio.

1. Finalità e linee di azione

L'art. 6 della legge regionale 3 ottobre 2023, n. 12, si pone l'obiettivo di supportare il mantenimento ed il rafforzamento della funzione di identificazione sociale propria dei centri commerciali naturali di vero e proprio presidio sociale e servizio di prossimità delle aree urbane e dei centri minori, attraverso un miglioramento dei fattori di sostenibilità, accessibilità, attrattività e animazione, favorendone la competitività e ponendo al centro dell'attenzione programmatica dei Comuni la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione di aree comunali interessate dalla presenza di insediamenti commerciali, comprendenti oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche attività di artigianato di servizio, pubblici esercizi ecc., ad esclusione delle aree di hub urbani e di prossimità già riconosciuti alla data del 31 luglio¹ di ciascun anno, di cui all'elenco "Hub riconosciuti" pubblicato al link [Hub urbani e di prossimità — Imprese \(regione.emilia-romagna.it\)](https://www.regione.emilia-romagna.it).

La misura in esame è volta a sostenere la realizzazione da parte di Enti locali di progettualità ricadenti nelle seguenti linee d'azione:

Linea d'azione A: *"Progetti di riqualificazione sostenibile e valorizzazione di aree commerciali e mercatali"*

Linea d'azione B: *"Progetti di promozione e marketing del territorio"*

1.1 Linea d'azione A: "Progetti di riqualificazione sostenibile e valorizzazione e di aree commerciali e mercatali"

Con la presente azione si intende sostenere progetti realizzati dai Comuni per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione commerciale di vie, aree o piazze, ovvero dei centri storici o di aree urbane a vocazione commerciale nonché, per la sistemazione e riqualificazione di aree mercatali già esistenti o di siti da destinare al commercio su aree pubbliche proposti dai Comuni, ai sensi dell'art. 6, comma 1, lettere a), al fine di supportare un miglioramento della qualità urbana, con particolare attenzione al tema della sostenibilità e accessibilità e un potenziamento dell'attrattività dei centri urbani e turistici nonché, consentendo, anche, un rilancio dell'identità di tali aree e luoghi del commercio e riducendo il cosiddetto fenomeno della dismissione degli usi commerciali nei contesti urbani.

Non sono ammissibili interventi relativi:

- all'acquisto di beni usati, di terreni e di fabbricati;
- alla ristrutturazione e/o manutenzione di edifici, immobili, monumenti, etc.;
- al **solo** ripristino e manutenzione dell'area.

¹ Termine di comunicazione delle candidature da parte delle Amministrazione provinciale e della Città metropolitana di Bologna di cui al successivo paragrafo 4.

1.2 Linea d'azione B: "Progetti di promozione e marketing del territorio"

Con la presente azione si intende sostenere progetti di promozione e marketing del territorio proposti dai Comuni, singoli o associati e dalle Unioni di Comuni ai sensi dell'art. 6, comma 1, lettera b), al fine di un potenziamento dell'attrattività, competitività e resilienza dei centri urbani e turistici. In particolare, si intende promuovere la creazione di strumenti strategici ed operativi che consentano di gestire in maniera efficiente ed efficace le diverse politiche di promozione e marketing del territorio, nonché di sviluppare servizi che possano aumentarne attrattività e resilienza dell'area oggetto di intervento.

Tali progetti possono consistere nella realizzazione di:

- promozione e/o realizzazione di eventi e manifestazioni;
- promozione e valorizzazione di risorse del territorio su cui costruire itinerari e percorsi tematici;
- valorizzazione dell'immagine del territorio: marchio territoriale e immagine coordinata, abaco arredo urbano, ecc.;
- strumenti di comunicazione;
- gestione di servizi comuni adeguati all'esigenza dell'area di riferimento (logistica, vigilanza, navetta, pulizia e manutenzione aree ad uso pubblico ecc.).

Non sono ammissibili interventi relativi:

- all'acquisto di beni durevoli e gli eventuali lavori connessi, quali a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, elementi di arredo urbano, segnaletica di indirizzamento verticale e orizzontale, totem ed espositori informativi, hardware per sistemi Wi-Fi e sistemi di videosorveglianza ecc.;
- all'erogazione di contributi, incentivi o agevolazioni a favore di operatori economici.

Non sono, comunque, ammissibili, in generale, le iniziative progettuali che comportano ricadute dirette quantificabili su imprese nominalmente individuabili, né aiuti indiretti alle stesse in quanto ad esse sia imputabile un vantaggio economico misurabile (esempio: corsi di formazione, percorsi formativi, qualsiasi forma di consulenza e assistenza alle imprese, promozione di attività economiche-commerciali o di marchi commerciali e in generale tutte quelle attività il cui vantaggio economico è dato dal mancato esborso di denaro da parte dell'impresa e che lo stesso risulta quantificabile sulla base dei prezzi di mercato per le attività medesime).

2. Articolazione della procedura

La procedura per l'assegnazione dei contributi in esame si articolerà in **due fasi**:

- **una prima fase** per la selezione degli Enti locali candidati alla presentazione dei progetti
- **una seconda fase** di presentazione dei progetti da parte degli Enti locali candidati

La prima fase si avvarrà dello strumento della concertazione e condivisione territoriale con le Amministrazioni provinciali e la Città metropolitana di Bologna, per l'individuazione degli Enti locali candidati alla presentazione di progetti per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione delle aree a

vocazione commerciale e di progetti di promozione e marketing del territorio, di cui alle lettere a) e b), comma 1, art. 6 della legge regionale 3 ottobre 2023, n. 12, al fine di:

- dar vita ad un modello partecipativo dal basso, focalizzando l'attenzione sul territorio e sulle sue reali necessità e potenzialità per definire gli interventi sulla base delle specifiche realtà territoriali;
- permettere un efficiente utilizzo delle risorse disponibili anche mediante un'equa distribuzione delle stesse tra i diversi territori provinciali e la Città metropolitana di Bologna;
- evitare, secondo i principi di efficacia, efficienza ed economicità dell'azione amministrativa, un aggravio dei procedimenti con la presentazione di un elevato numero di domande che non potrebbero essere soddisfatte in considerazione dell'entità delle risorse disponibili, con conseguente disattesa delle relative aspettative.

I criteri per la selezione degli Enti candidati con suddetta modalità concertativa si stabiliscono con valenza triennale (2024-2026) ai successivi paragrafi del presente atto.

La seconda fase prevede la presentazione dei progetti da parte degli Enti individuati in prima fase, in base a termini e modalità predeterminati annualmente con successive delibere di Giunta regionale che approveranno altresì gli schemi di convenzione da stipularsi con gli Enti locali ammessi al contributo regionale, al fine di regolare i rapporti tra gli Enti locali beneficiari e la Regione Emilia-Romagna.

3. Requisiti, condizioni e criteri priorità per l'individuazione delle candidature

Per la linea d'azione A *“Progetti per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione di aree commerciali e mercatali”* dovranno essere individuate da ciascuna Amministrazione provinciale e dalla Città metropolitana di Bologna, per ciascuna annualità, massimo due candidature, aventi le seguenti caratteristiche:

- progetti da realizzarsi in Comuni con **meno di 25.000 abitanti**;
- **limite minimo** di spesa ammissibile **di € 150.000,00**, riducibile ad **€ 60.000,00 nei Comuni montani**, ai sensi della L.R. 2/2004 e successive modifiche.

Ai fini dell'individuazione delle suddette candidature, in tale linea d'azione, sono da considerate prioritarie, quelle riferite a progetti:

- aventi un livello più avanzato di progettazione approvata alla data del 31 luglio dell'anno di riferimento;
- già inseriti alla data del 31 luglio dell'anno di riferimento nel programma triennale dei lavori pubblici o relativo aggiornamento;
- dei Comuni montani, con sub-priorità al Comune sotto i 3.000 abitanti;
- dei Comuni che non hanno ricevuto contributi nella presente azione (principio della rotazione);
- integrati che contribuiscano alla prevenzione, mitigazione e gestione degli effetti dei cambiamenti climatici negli ambiti urbani, anche attraverso azioni per il miglioramento della qualità ambientale degli spazi pubblici e per la promozione della mobilità sostenibile.

Per tale linea d'azione è previsto un contributo della misura massima **del 70% della spesa ammissibile**, elevabile **all'80% nei Comuni montani**, e per un **importo massimo di € 200.000,00**.

Per la **linea d'azione B** *“Progetti di promozione e marketing del territorio”* dovranno essere individuate da ciascuna Amministrazione provinciale e dalla Città metropolitana di Bologna, per ciascuna annualità, massimo due candidature, aventi le seguenti caratteristiche:

- progetti da realizzarsi da Enti locali (Comuni, Unioni di Comuni e Gruppi di Comuni associati) **con più di 15.000 abitanti**;
- progetti aventi una **spesa minima di € 40.000,00 e massima di € 80.000,00**.

Ai fini dell'individuazione delle suddette candidature, in tale azione, sono da considerate prioritarie, quelle riferite a progetti di:

- Comuni singoli sopra i 50.000 abitanti;
- Unioni di Comuni, con sub-priorità all'Unione con più abitanti;
- Gruppi di Comuni associati, con sub-priorità al gruppo di Comuni con più abitanti;
- Comuni singoli sopra i 15.000 abitanti, con sub-priorità al Comune con più abitanti;
- Enti locali che non hanno ricevuto contributi nella presente azione (principio della rotazione);
- carattere sistemico che si integrino con le politiche di promozione culturale, rafforzando la fruizione sociale ed esperienziale dei centri storici e delle aree urbane.

Per tale linea d'azione è previsto un contributo nella misura massima **dell'80% della spesa ammissibile**.

Per entrambe le suddette linee d'azione, ciascuna Amministrazione provinciale e la Città metropolitana di Bologna, sulla base delle rispettive specificità territoriali, possono utilizzare i sopra indicati criteri di priorità secondo l'ordine, **che dovrà valere fino alla scadenza della presente concertazione**, che ritengono più confacente alle reali necessità del proprio territorio, **previa approvazione con atto del presidente provinciale o sindaco metropolitano o con altro atto idoneo nel rispetto dell'organizzazione dell'ente.**

4. Individuazione degli Enti locali candidati alla presentazione dei progetti

Ciascuna Amministrazione provinciale nonché la Città metropolitana di Bologna, a firma del Presidente della Provincia e del Sindaco metropolitano o loro delegati, comunica alla Regione e agli Enti interessati, entro il **31 luglio di ciascun anno**, i nominativi degli Enti candidati alla presentazione, entro il **15 settembre di ciascun anno**, dei progetti per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione di aree commerciali e mercatali (linea d'azione A) e dei progetti di promozione e marketing del territorio (linea d'azione B) individuati a seguito di concertazione a livello provinciale, sulla base dei sopra indicati requisiti e condizioni.