



I Distretti del Commercio. Le nuove sfide.

Enrico Capitanio
Direttore Vicario DG Commercio, Turismo e Servizi

199 Distretti del Commercio

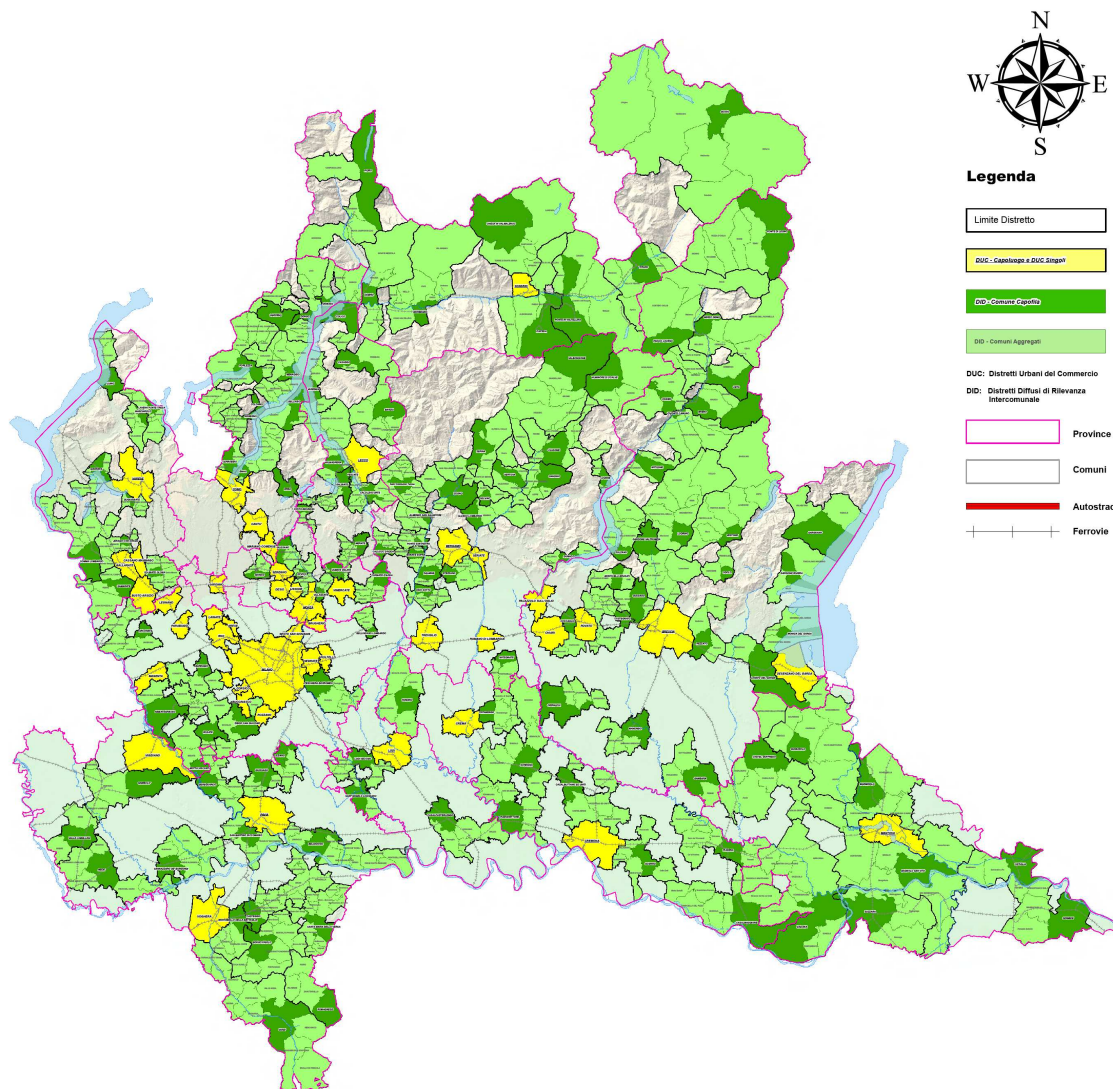
I° bando: 40 Distretti

II° bando: 32 Distretti

III° bando: 74 Distretti

IV° bando: 53 Distretti
(di cui 28 finanziati)

**per un totale di
796 comuni coinvolti**
(pari al 55% del totale dei
comuni lombardi)

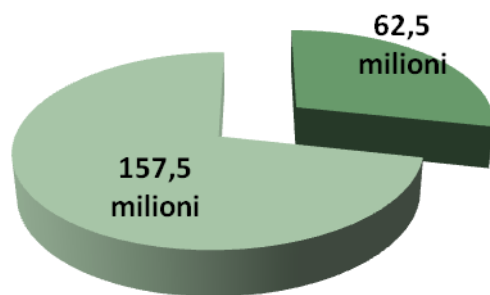


RegioneLombardia

Dati finanziari

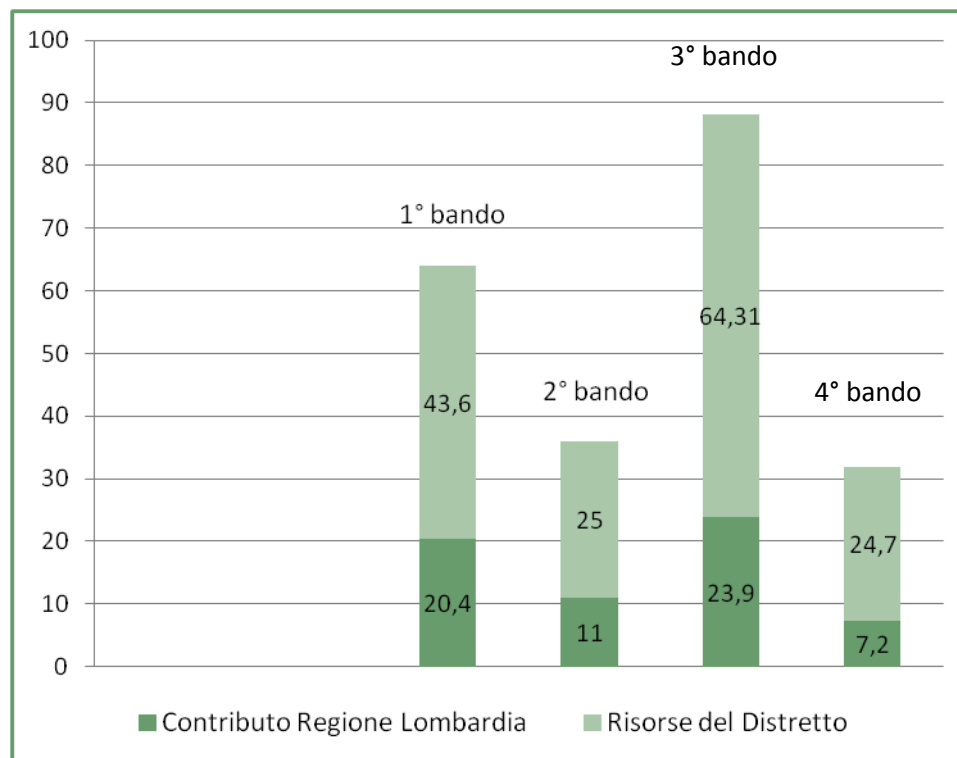
**VALORE COMPLESSIVO
DEGLI INVESTIMENTI
nei quattro bandi**

**220,00
MILIONI di Euro**



■ RL ■ Distretto

Leva finanziaria (milioni €)



RegioneLombardia

Le 6 sfide dei Distretti del Commercio



RegioneLombardia

1° sfida: l'evoluzione dei Distretti del Commercio



“I Distretti sono chiamati a sviluppare una riflessione sulla sostenibilità dello strumento in futuro e a individuare le dinamiche strategiche di indirizzo al fine di diventare catalizzatori delle potenzialità locali ancora inesprese”

*Nel 4° bando è stata prevista una misura dedicata alle **iniziative di qualificazione, monitoraggio e sviluppo del Distretto.***

Esiti: 81 distretti hanno ottenuto un finanziamento (di cui 13 per la redazione di uno Studio di fattibilità sull'evoluzione futura del distretto).



RegioneLombardia

2° sfida: attrattività del territorio

“I Distretti del Commercio possono diventare un’occasione di rilancio di una nuova vocazione basata sulla valorizzazione dei fattori di attrazione specifici di un territorio (ad esempio, i prodotti tipici enogastronomici, anche in prospettiva Expo 2015)”



RegioneLombardia

3° sfida: attrazione di investitori italiani e stranieri

“Il Distretto può essere presentato a nuovi investitori come un prodotto di investimento in una logica di rafforzamento del mix merceologico esistente”

Parigi, 31 marzo 2011 - Eurelia

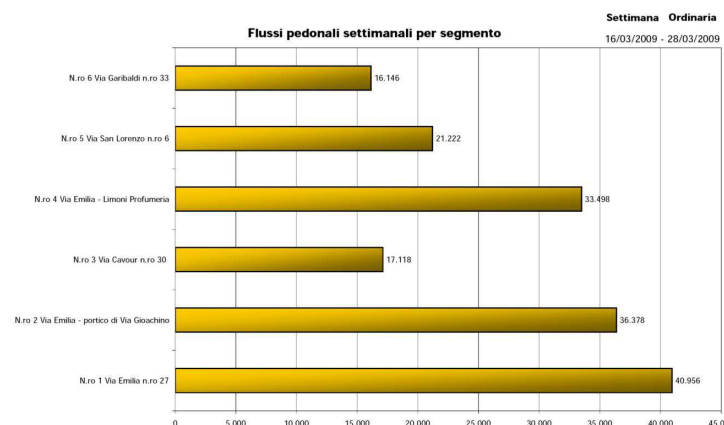
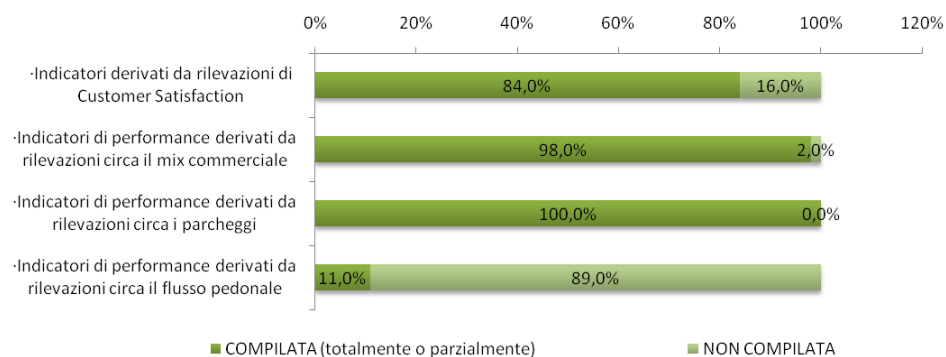
**Cannes, 16-18 novembre 2011
MAPIC**



RegioneLombardia

3° sfida (bis): attrazione di investitori italiani e stranieri

“Un’attività di monitoraggio costante dei flussi e l’analisi puntuale dei dati raccolti sono elementi decisivi per suscitare l’attenzione e orientare le scelte di posizionamento per l’apertura di nuovi punti vendita, anche da parte di investitori esteri”



4° sfida:

la diffusione di una “cultura di Distretto

“Nella fase di start-up i Distretti del Commercio si sono concentrati sulle “cose da fare”, mentre la fase che ora inizia deve necessariamente mettere a tema anche l'investimento che i commercianti devono effettuare su sé stessi, per innovare, per cambiare, per formarsi.

Progetto sperimentale di **animazione e coaching per lo sviluppo e il consolidamento dei Distretti del Commercio** (azioni di sensibilizzazione, assistenza, formazione alle imprese e azioni per supportare la governance dei Distretti).

Progetto realizzato congiuntamente da **Regione Lombardia e CCIAA Pavia** nell'ambito dell'AdP Competitività.



RegioneLombardia

5° sfida: governance e ingresso di nuovi soggetti

“Emerge dai Distretti la necessità di una maggiore strutturazione della rete di relazioni tra i soggetti coinvolti. Il banco di prova sarà rappresentato dalla capacità dei Distretti di individuare in modo chiaro, preciso e condiviso le responsabilità e le competenze di tutti gli attori del Distretto”.



RegioneLombardia

I soggetti coinvolti

Soggetti iniziali

- Comune
- Associazione del commercio
- Commercianti

Altri partner

- CCIAA
- Enti pubblici
- Imprese del turismo e dei servizi
- Associazioni di categoria
- Associazioni e società senza scopo di lucro
- Banche
- Grande Distribuzione
- Proprietari Immobiliari
- Sindacati



RegioneLombardia

6° sfida: le opportunità del Laboratorio Distretti

La DG Commercio, Turismo e Servizi mette a disposizione le seguenti **opportunità** per il consolidamento e la crescita dei Distretti del Commercio:

- ✓ *Gestionale Distretti - Forum Distretti del Commercio*
- ✓ *Pubblicazione relativa ai Distretti del Commercio*
- ✓ *Certificazione di qualità per:*
 - Avere un marchio di qualità sull'efficacia del distretto dal punto di vista gestionale e strategico
 - Garantire servizi di qualità ai partner pubblici e privati
 - Appartenere ad una rete europea e internazionale di iniziative di town centre management
 - Agevolare il reperimento di finanziamenti



Regione Lombardia