

Delib.G.R. 20 gennaio 2009, n. 8/8886 ⁽¹⁾.

Modalità di riconoscimento e valorizzazione dei luoghi storici del commercio in Lombardia ⁽²⁾.

(1) Pubblicata nel B.U. Lombardia 26 gennaio 2009, n. 4.

(2) Si vedano, anche, la *Delib.G.R. 20 gennaio 2010, n. 8/11042* e il *D. Dirig. reg. 10 febbraio 2010, n. 1085*.

La Giunta regionale

Vista la *L.R. 23 luglio 1999, n. 14* «Norme in materia di commercio in attuazione del *D.Lgs. 31 marzo 1998 n. 114* – Riforma della disciplina relativa al settore commercio, a norma dell'*art. 4 comma 4 della legge 15 marzo 1997 n. 59*» ed in particolare l'*art. 3* relativo alla programmazione regionale;

Visto il Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008 approvato con *Delib.C.R. 2 ottobre 2006, n. VIII/215* ed in particolare il paragrafo 4.3.2 relativo alla valorizzazione delle testimonianze storiche del commercio, nonché il paragrafo 3.3.2 ove sono indicate le priorità di utilizzo delle risorse finanziarie regionali;

Vista la *L.R. 24 dicembre 2003, n. 30* «Disciplina delle attività di somministrazione di alimenti e bevande», ed in particolare l'*art. 1* che prevede, tra le finalità della legge, la tutela e la salvaguardia dei locali storici, nonché la valorizzazione e promozione della cultura enogastronomica e delle produzioni tipiche della Regione;

Visto il Programma Regionale di Sviluppo (PRS) dell'VIII legislatura e i successivi aggiornamenti tramite DPEFR annuale che, nell'ambito dell'obiettivo programmatico 3.8 «Reti distributive, sistema fieristico e tutela dei consumatori», prevede specificatamente la «valorizzazione della dimensione territoriale delle politiche per le reti distributive» indicando quali «linee di

lavoro prioritarie... le iniziative a sostegno dei luoghi storici del commercio»;

Vista la *Delib.C.R. 19 febbraio 2008, n. VIII/527* «Programma triennale degli interventi 2008-2010 di cui alla *L.R. 21 marzo 2000, n. 13* (interventi regionali per la qualificazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese commerciali)» che fra gli assi prioritari di intervento prevede azioni per il restauro, il recupero ed il sostegno alla competitività dei luoghi commerciali di valenza storica e culturale;

Considerata la necessità di:

1. difendere e sostenere il patrimonio storico, culturale, sociale ed economico costituito dai luoghi storici del commercio per il tramite della valorizzazione dell'attività economica che ne mantiene integra la memoria e la ripropone con assoluta e competitiva attualità agli estimatori ed ai consumatori;

2. contribuire alla difesa dell'identità commerciale delle aree urbane di antica formazione;

3. favorire una piena convergenza ed integrazione operativa degli strumenti e delle programmazioni regionali e locali in materia di urbanistica e territorio, agricoltura, artigianato, beni ed attività culturali, marketing territoriale, turismo, attraverso una politica integrata di valorizzazione a favore dei luoghi storici del commercio;

4. sostenere la nascita di iniziative locali e regionali spontanee tra operatori e in collaborazione tra soggetti pubblici e privati, finalizzate a tutelare e promuovere il patrimonio rappresentato dalle testimonianze storiche del commercio, secondo il principio di sussidiarietà e di valorizzazione della libera ed autonoma iniziativa dei singoli e delle loro associazioni;

5. passare da un approccio rivolto unicamente alla singola unità locale, ad una visione programmatica capace di rileggere anche l'insieme di relazioni e di fattori competitivi che costituiscono un insieme territorialmente definito di attività commerciali tradizionali; ciò ha tanto più rilievo quanto meglio tali addensamenti di

testimonianze ed attività commerciali contribuiscono a costituire la matrice identitaria di un nucleo commerciale urbano raffigurato nel concetto di «distretto commerciale» così come descritto nella recente [Delib.G.R. 24 luglio 2008, n. 8/7730](#);

Vista la [Delib.G.R. 23 luglio 2004, n. 7/18350](#), la [Delib.G.R. 7 febbraio 2005, n. 7/20476](#), la Delib.G.R. 18 gennaio 2006, n. 7/1733, la [Delib.G.R. 1° marzo 2006, n. 8/2012](#), la Delib.G.R. 24 gennaio 2007, n. 8/4029, la Delib.G.R. 3 aprile 2007, n. 8/4513, la Delib.G.R. 21 novembre 2007, n. 8/5893 con cui sono stati individuati e riconosciuti i negozi storici in Lombardia ai sensi della programmazione 2003-2006;

Visto il decreto del dirigente dell'Unità Organizzativa Commercio Interno, Reti Distributive e Mercati del 23 aprile 2008 n. 4136 con cui si è provveduto a pubblicare l'elenco completo e coordinato di tutti i negozi storici e di storica attività riconosciuti fino al 31 dicembre 2007 ai sensi della programmazione regionale vigente;

Ritenuto, pertanto, di prevedere, in un unico documento, specifiche modalità di riconoscimento e valorizzazione di tutti i luoghi storici del commercio in Lombardia, nonché di strumenti per la promozione degli stessi;

Dato atto che le disposizioni attuative di cui al suddetto documento (Allegato A «Modalità di riconoscimento e valorizzazione dei luoghi storici del commercio in Lombardia»), parte integrante del presente atto, saranno predisposte dagli uffici della Direzione Generale Commercio, Fiere e Mercati;

Sentiti i soggetti istituzionali ed associativi che compongono la Conferenza permanente dei rappresentanti dell'Osservatorio regionale del commercio nelle sedute del 18 novembre e del 19 dicembre u.s. ed acquisite le loro valutazioni sul citato Allegato A;

A voti unanimi, espressi nelle forme di legge

Delibera

1. Di approvare l'Allegato A («Modalità di riconoscimento e valorizzazione dei luoghi storici del commercio in Lombardia»), parte integrante e sostanziale del presente atto.

2. Di demandare agli uffici della Direzione Generale Commercio, Fiere e Mercati la predisposizione delle disposizioni attuative della presente delibera.

3. Di pubblicare il presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia.

Allegato A

Modalità di riconoscimento e valorizzazione dei luoghi storici del commercio in Lombardia

1. *Origini e precedenti della programmazione in materia di luoghi storici del commercio*

Nei centri urbani si svolgono e si addensano da tempo immemorabile le più importanti funzioni di scambio mercantile della società europea. I mercati, le fiere, gli agglomerati di botteghe, di attività di intermediazione monetaria, di beni e di servizi, nascono nelle città nell'Antichità per riviverci nell'Alto Medio Evo, alimentandone la crescita, sostenendone il benessere e dando vita ad uno dei principali ceti della popolazione urbana, quello dei mercanti.

La storia di queste attività è strettamente intrecciata a quella sociale, economica ed urbanistica delle nostre città. Basti pensare alla ricchezza con cui la toponomastica delle piazze e delle vie ha fissato nella memoria secoli di attività mercantili che caratterizzavano la funzione principale di questi luoghi. Si pensi, ancora, alla straordinaria fioritura di passaggi coperti, di palazzi e di altri edifici deputati ad

ospitare i magazzini e i banchi dei mercanti, le sedi delle loro corporazioni, dei loro organi giurisdizionali, le cosiddette «Camere» ed i «Tribunali» del commercio.

Le testimonianze di questo inscindibile intreccio sono diffuse, come e più che in altre parti d'Europa, in tutte le città lombarde: non a caso i «Lombardi» erano nell'Europa del Medio Evo i mercanti per antonomasia e altrettanto significativamente Milano fu, nel XIII secolo, esempio di Comune retto in forma di «Respublica Mercatorum».

Ciò nonostante, negli ultimi scorci dell'età contemporanea le funzioni commerciali delle città sono state rapidamente ibridate e talvolta occultate dall'avanzare di nuove funzioni; la crescita delle destinazioni d'uso residenziali, amministrative e direzionali nei centri urbani ha certamente annacquato la vocazione mercantile di luoghi un tempo indiscutibilmente deputati al commercio ed ha favorito un rapido ricambio di attività e di funzioni.

Più recentemente, le modifiche strutturali nelle logiche di organizzazione delle attività commerciali al dettaglio, con l'avvento dei centri commerciali pianificati extraurbani, l'aumento dei costi di locazione nelle città, la crescente espulsione di residenti dai centri storici, hanno spinto sempre più le attività tradizionali - innanzitutto commerciali, ma anche artigiane e produttive - ad abbandonare le proprie sedi d'origine.

Regione Lombardia non è rimasta inerte di fronte a questo gigantesco processo di trasformazione, ed anzi ha colto l'opportunità di definire forme di valorizzazione dei negozi storici con il Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale 2003-05, approvato con la [Delib.C.R. 30 luglio 2003, n. VII/871](#) e reso operativo, sotto questo specifico aspetto, con la [Delib.G.R. 12 dicembre 2003, n. 7/15602](#) e con la [Delib.G.R. 23 luglio 2004, n. 7/18350](#).

A tal fine, la programmazione regionale, tramite un'istruttoria condotta dagli uffici

della Giunta su segnalazione del Comune, della Camera di Commercio o dell'Associazione di rappresentanza imprenditoriale territorialmente competenti, individuava 3 diversi livelli di riconoscimento:

a) «Negozi storici di rilievo regionale»

in quanto singoli punti vendita che rispondono alle seguenti caratteristiche:

- presenza di caratteri costruttivi, decorativi, funzionali di particolare interesse storico, architettonico, urbano;
- complessiva conservazione degli elementi di arredo originali;
- possesso continuativo dell'attività commerciale, artigianale o di pubblico esercizio in luogo e per un periodo non inferiore a 50 anni.

b) «Negozi storici di rilievo locale»

in quanto punti vendita che rispondono alle seguenti caratteristiche:

- presenza di caratteristiche architettoniche di interesse tipologico ed architettonico;
- localizzazione dell'esercizio in un edificio ed in un contesto urbano di particolare interesse storico;
- parziale conservazione degli elementi di arredo originali;
- possesso continuativo dell'attività commerciale o di pubblico esercizio in luogo e per un periodo non inferiore a 50 anni.

c) «Negozi di «storica attività»

in quanto punti vendita che, sebbene non presentino caratteristiche costruttive e decorative di particolare rilevanza, svolgono la propria attività commerciale da più di 50 anni attestati dalla documentazione esistente presso la locale Camera di Commercio.

Grazie a questo meccanismo, sono stati individuati in meno di quattro anni, su segnalazione dei Comuni, delle Camere di Commercio e delle Associazioni di

rappresentanza delle imprese commerciali, 52 negozi storici di livello regionale e 155 di livello locale, oltre a 410 storiche attività, per un totale di 617 punti vendita distribuiti in 130 Comuni [1].

Non ci si è però limitati alla semplice rilevazione dei punti vendita: al fine di sostenere la conservazione ed il restauro dei locali di maggior pregio, è stato infatti emanato nel 2007 uno specifico bando, in collaborazione con le CCIAA lombarde, per finanziare iniziative di investimento nel recupero e nella manutenzione dei locali di maggior pregio.

Tale volontà di valorizzazione è stata reiterata e rafforzata nel più recente atto di programmazione generale del commercio al dettaglio – il «Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-08» approvato con [Delib.C.R. 2 ottobre 2006, n. VIII/215](#) – dove, al paragrafo 4.3.2, si fornisce alla Giunta l'indirizzo di superare la fase di mero censimento dei singoli negozi storici per ampliare gli orizzonti all'insieme dei luoghi storici del commercio, tra cui i mercati storici, e per individuare forme di valorizzazione degli stessi ancora più ampie ed articolate.

Coerentemente con quanto sopra, la [legge regionale 24 dicembre 2003, n. 30](#) «Disciplina delle attività di somministrazione degli alimenti e bevande», individuò tra gli obiettivi e tra le finalità della legge proprio la tutela e la salvaguardia dei locali storici, nonché la valorizzazione e la promozione della cultura enogastronomica e delle produzioni tipiche della Regione.

Analogamente, nella [L.R. 31 marzo 2008, n. 8](#), di modifica della disciplina del commercio su aree pubbliche ([art. 3-bis della L.R. n. 15/2000](#) così come introdotto dalla sopraccitata [legge regionale 31 marzo 2008, n. 8](#)), Regione Lombardia ha inteso introdurre e disciplinare nella normativa i mercati a valenza storica e i mercati di particolare

pregio, integrando così le misure già rivolte ai negozi storici.

Va altresì ricordato che questa scelta del legislatore regionale è stata coerente interprete di un processo di crescente assunzione di consapevolezza del valore rappresentato dal patrimonio dei negozi e degli esercizi storici, diffusasi in gran parte del nostro Paese, a partire dalla metà degli anni Settanta del secolo scorso. Tale processo è ben rappresentato dalle iniziative assunte a livello legislativo da alcune Regioni [2], così come a livello regolamentare ed amministrativo da taluni Comuni.

In tale contesto, Regione Lombardia, si propone di compiere un ulteriore salto di qualità nel livello di attenzione, valorizzazione e sostegno alle attività imprenditoriali storiche del commercio, attraverso l'emanazione di una serie di modalità attuative della programmazione consigliare che favoriscano un approccio più integrato, efficace e dinamico a queste unità locali, promuovendo altresì la riscoperta del patrimonio di luoghi e di testimonianze storiche dell'attività commerciale che le contornano e che sono in parte la traccia su cui sono fondati i Distretti commerciali odierni.

Nel seguito del presente documento verranno quindi individuate e descritte le definizioni assunte dalla programmazione regionale, i criteri e le modalità di riconoscimento, valorizzazione e promozione, gli strumenti ed i meccanismi volti ad attuare tali processi che costituiscono quindi la modalità di lavoro adottata per il futuro da Regione Lombardia e su cui la stessa chiama a collaborare i Comuni, le Camere di Commercio, le Associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative del comparto e tutti i soggetti pubblici e privati interessati.

[1] Si veda l'atto ricognitivo conclusivo contenente l'Elenco completo e coordinato di tutti i negozi storici e di storica attività riconosciuti ai sensi della Programmazione regionale fino al 31 dicembre 2007, emanato col Decreto del Dirigente di Unità

Organizzativa al Commercio Interno, Reti distributive e mercati del 23 aprile 2008 n. 4136, è pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia n. 19 – 3° Supplemento Straordinario del 9 maggio 2008.

[2] Oltre alla Lombardia, innanzitutto il Piemonte, con la L.R. 14 marzo 1995, n. 34 e la L.R. 14 marzo 1995, n. 35, ma anche la Provincia autonoma di Trento con l'art. 28 della L.P. n. 4/2000 attuata dalla Delib.G.P. n. 340 del 2001, il Lazio con la L.R. 6 dicembre 2001, n. 31 attuata con Delib.G.R. 4 agosto 2005, n. III/723, la Liguria con l'art. 16 della L.R. 10 luglio 2002, n. 29 attuata con Delib.G.R. 11 novembre 2005, n. IV/1366, il Veneto con la L.R. n. 37 del 24 dicembre 2004 attuata con Delib.G.R. 20 gennaio 2005, n. 3917, il Friuli Venezia Giulia con gli artt. 88-90 della L.R. n. 29 del 2005, la Toscana con l'art. 99 della L.R. 10 febbraio 2005, n. 28, l'Abruzzo con la Delib.G.R. n. III/763 del 2007, ed infine, assai recentemente, l'Emilia-Romagna.

2. Obiettivi e criteri

Nel definire gli obiettivi e i criteri più rilevanti per l'attuazione di una politica di valorizzazione dei luoghi storici del commercio, la Giunta ritiene innanzitutto necessario:

1) allargare la propria attenzione dai soli negozi (al dettaglio) storici ad altre espressioni fisiche dell'attività commerciale, quali i pubblici esercizi ed i mercati, che dovranno essere oggetto di specifiche misure di valorizzazione e sostegno;

2) adottare una visione più ampia, integrata e flessibile delle caratteristiche che connotano il «valore» di tali testimonianze, ribadendo sì l'importanza dei fattori artistici, architettonici e di attestazione storica insiti negli edifici e negli arredi, ma associandovi anche la continuità e la tipicità della gestione e delle merceologie, tanto più quanto meglio esse siano espressione del

contesto economico, sociale e produttivo del territorio;

3) passare da un approccio rivolto unicamente alla singola unità locale, ad una visione programmatica capace di rileggere ove possibile e senza con ciò frenare il completamento del processo di riconoscimento e sostegno ai singoli mercati o punti vendita, anche l'insieme di relazioni e di fattori competitivi che costituiscono un insieme territorialmente definito di attività commerciali tradizionali; ciò ha tanto più rilievo quanto meglio tali addensamenti di testimonianze ed attività commerciali contribuiscono a costituire la «cifra», la matrice identitaria di un nucleo commerciale urbano raffigurato nel concetto di Distretto commerciale così come descritto nella recente *Delib.G.R. 24 luglio 2008, n. 8/7730* [3];

4) difendere e sostenere il patrimonio storico, culturale, economico e sociale costituito dai luoghi storici del commercio non attraverso la loro museificazione, ma per il tramite della valorizzazione dell'attività economica che ne mantiene integra la memoria e la ripropone con assoluta e competitiva attualità agli estimatori ed ai consumatori;

5) assumere conseguentemente in modo ancor più marcato un atteggiamento improntato alla valorizzazione, alla tutela attiva e alla promozione dei luoghi storici del commercio attraverso un sistema di incentivi;

6) contribuire così alla difesa dell'identità commerciale delle aree urbane di antica formazione a fronte dei rischi di omologazione dell'offerta commerciale nei centri storici (per il cosiddetto «effetto clone»);

7) favorire una piena convergenza ed integrazione operativa degli strumenti e delle programmazioni regionali e locali in materia di agricoltura, artigianato, beni ed attività culturali, marketing territoriale, turismo, attraverso una politica integrata di valorizzazione dei luoghi storici del commercio quale quella sopra descritta;

8) sostenere, infine, l'adozione da parte di Comuni, Camere di Commercio e libere

aggregazioni di operatori, di iniziative spontanee finalizzate a tutelare e a promuovere il patrimonio rappresentato dalle testimonianze storiche del commercio, secondo il principio di sussidiarietà e di valorizzazione della libera ed autonoma iniziativa dei singoli e delle loro associazioni.

Ciò significa quindi assumere l'esperienza fin qui svolta e la programmazione finora attuata da Regione Lombardia quali punti di partenza per un nuovo e ancor più fertile ciclo di lavoro che riesca a coniugare la salvaguardia degli arredi, delle funzioni e delle specificità merceologiche, architettoniche e paesaggistiche che connotano il patrimonio dei luoghi storici del commercio quali testimonianze ed espressioni vive dell'identità storica, economica, culturale e urbanistica di un'area e di un territorio, con le esigenze di stimolo e di supporto all'attrattività e alla competitività dei cuori commerciali delle città e dei borghi di Lombardia, secondo modalità elastiche e dinamiche, confacenti alla mutevolezza delle politiche e delle situazioni di ciascun territorio.

Un'ottica che è necessario avere anche per preparare nel miglior modo possibile il tessuto distributivo al dettaglio di più antica formazione alle opportunità offerte a tutta la Lombardia da Expo 2015, sia in quanto potenziale destinatario di un'importante domanda aggiuntiva, sia per la notevolissima funzione di «vetrina» della Lombardia che tale rete distributiva assume verso i visitatori e gli osservatori che avranno massicciamente modo di frequentare e conoscere la nostra regione.

[3] Il provvedimento relativo ai Distretti del commercio è stato pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia n. 35, 2° Supplemento Straordinario del 28 agosto 2008, insieme al primo bando attuativo approvato con D.Dirett. n. 8951 del 7 agosto 2008 del Direttore Generale al Commercio, Fiere e Mercati.

3. Definizioni e caratteristiche

Regione Lombardia, in stretto raccordo con il Sistema delle Autonomie Locali (Comuni e Comunità Montane), Funzionali (Camere di Commercio) e Sociali (Associazioni di rappresentanza imprenditoriale e altre libere forme consortili, associative, etc. tra operatori), censisce, riconosce, tutela, valorizza e promuove attivamente il patrimonio storico, culturale ed economico costituito dai **luoghi storici del commercio**.

Sono categorie di tale patrimonio:

a) **gli edifici storicamente adibiti a funzioni collettive per il sistema del commercio**, purché ne mantengano la funzione o ne conservino tuttora in tutto o in larga e significativa misura gli elementi riconoscibili, quali sono ad esempio, le sedi delle Borse Valori, delle Borse Merci e delle Sale di Contrattazione, dei Tribunali, dei Giurisperiti in materia commerciale, delle Camere di Commercio, delle Corporazioni e delle Associazioni di rappresentanza dei mercati, etc. Sono altresì inclusi in tale categoria i luoghi preposti alla valorizzazione conservativa, didattica e culturale della storia del commercio per una pubblica fruizione, quali i Musei e le raccolte d'arte specificatamente e prevalentemente ispirate alle tematiche commerciali;

b) i **luoghi di storica ambientazione delle attività commerciali**, quali sono le vie, le piazze, le logge, le gallerie e i porticati, i vicoli ed altri luoghi pubblici storicamente dedicati, in prevalenza o in esclusività, allo svolgimento di attività a carattere commerciale, ancor oggi riconoscibili da testimonianze architettoniche o da denominazioni esistenti nella toponomastica pubblica o di tradizione (quali sono ad es. in molte città le «piazza delle erbe», «loggia dei mercanti», «via delle beccherie», etc.); tali luoghi vengono identificati e riconosciuti al solo fine di evidenziare le più antiche aggregazioni del tessuto commerciale senza con ciò in alcun modo implicitamente od esplicitamente creare una priorità nei bandi di finanziamento o negli strumenti di

programmazione regionale per gli esercizi e le attività commerciali che vi sono attualmente insediati;

c) i **mercati storici e di particolare pregio**, quali sono i mercati esistenti ed attivi, riconosciuti ai sensi della normativa regionale vigente (*art. 3-bis della L.R. 21 marzo 2000, n. 15*);

d) i negozi storici, intesi quali punti vendita al dettaglio caratterizzati da una combinazione di fattori legati alla continuità nel tempo della gestione, dell'insegna e della merceologia offerta, alla collocazione in strutture architettoniche, artistiche e decorative di pregio, al mantenimento di attrezzature storiche, alla espressività sociale, economica e culturale dell'offerta e dell'ambientazione in stretta coerenza con il contesto locale.

I negozi storici, a loro volta, si suddividono, ai fini della programmazione e in ragione delle loro caratteristiche, in tre categorie:

d1) **storica attività**, costituita da quei punti vendita che sono caratterizzati almeno da una documentabile e accertata continuità nel tempo della denominazione, dello stile di gestione e della merceologia offerta; possibilmente anche nella stessa sede fisica altrimenti in sedi diverse ma col mantenimento delle altre caratteristiche di cui sopra; la storica attività non è dunque caratterizzata dall'eccellenza degli arredi, dell'aspetto architettonico o dall'originalità e tipicità delle merci, ma dalla continuità nel tempo della presenza e dal mantenimento, quindi, dell'identità dell'insegna e dell'attività;

d2) **negozio storico**, sulla base della presenza dei requisiti necessari per il riconoscimento della categoria d1) ed inoltre disponendo di una collocazione architettonica, artistica e decorativa di pregio, di attrezzature storiche, merceologia e identità delle stesse che abbiano tipicità e specificità di assoluto rilievo; il riconoscimento è rilasciato sentito il parere di un Comitato scientifico pluridisciplinare nominato con specifico atto della Direzione generale

competente in materia di commercio interno;

d3) **insegna storica e di tradizione**, è costituita dai punti vendita con caratteristiche di eccellenza relativamente ai criteri ed ai requisiti di cui alle due precedenti categorie; oltre a raccogliere i negozi con valori eccellenti sotto tutti gli aspetti di valutazione proposti, possono rientrare tra le insegne storiche, punti vendita con parte di tali caratteristiche ma connotati da altri tratti peculiari di assoluto pregio ad esempio sul piano della valenza culturale che essi rappresentano (si pensi a certi caffè e locali che sono divenuti veri e propri punti di riferimento nell'identità delle nostre città) oppure rispetto alla loro collocazione in contesti di «storica ambientazione» (si pensi ad es. al contesto rappresentato dalla galleria Vittorio Emanuele II a Milano);

e) i **locali storici**, individuati sulla base delle medesime caratteristiche di cui ai negozi storici, ma intesi quali unità locali esclusivamente o prevalentemente dedite alla ristorazione o alla somministrazione di alimenti e bevande, eventualmente anche se tali attività siano svolte in parti annesse a più ampi complessi a carattere alberghiero e di ospitalità.

Ai fini della programmazione regionale, i locali storici si suddividono in categorie analoghe a quelle già descritte al punto d) nell'ambito dei negozi storici, adottando la medesima denominazione ma sostituendo alla denominazione «negozio», la denominazione «locale».

A seguito dell'individuazione dei punti vendita, dei mercati, degli edifici e delle altre strutture di cui ai punti precedenti, il Comune può individuare e proporre alla Regione il riconoscimento di uno o più **addensamenti (distretti) storici del commercio**, intesi quali insiemi coerenti di punti vendita, edifici e strutture con le caratteristiche di cui alle lettere precedenti, collocati in un contesto urbano omogeneo e continuo, lineare o areale, volti a formare idealmente percorsi ed itinerari di visita e di fruizione da parte del visitatore e del consumatore.

4. Registro regionale dei luoghi storici del commercio di Lombardia

È istituito presso la Giunta regionale il Registro regionale dei Luoghi storici del commercio in Lombardia.

È fatto divieto ai Comuni, alle Camere di Commercio e ad altri Enti pubblici o privati di istituire e assegnare riconoscimenti con denominazione e caratteristiche analoghe a quelle di cui al presente atto, in quanto le stesse potrebbero ingenerare disorientamento e disinformazione nell'utenza e tra gli operatori.

L'annotazione nel Registro può essere fatta d'ufficio dalla Giunta regionale oppure su segnalazione e proposta dei Comuni, delle Comunità Montane, delle Unioni di Comuni, delle Camere di Commercio o delle Associazioni di rappresentanza delle imprese del commercio.

Coordina la gestione del Registro la Direzione generale della Giunta competente in materia di commercio interno, che a tal fine può avvalersi anche della collaborazione dei Comuni e delle Camere di Commercio, anche per il tramite di Unioncamere Lombardia e di ANCI Lombardia.

Il Registro è costituito da un patrimonio informativo accessibile per via telematica ed ha carattere pubblico. La Direzione generale competente in materia di commercio interno ne assicura e promuove la conoscenza.

A supporto delle attività di gestione e aggiornamento del Registro, possono essere costituiti uno o più gruppi di lavoro formati da dirigenti e funzionari delle Pubbliche Amministrazioni, senza aggravio per il bilancio regionale, e da personale della Presidenza e delle altre Direzioni Generali della Giunta regionale competenti in materia di Agricoltura, Artigianato, Beni e attività culturali, Cooperazione, Turismo.

La Direzione Generale Commercio, Fiere e Mercati può avvalersi, per la

formulazione di pareri ed analisi, di un comitato tecnico scientifico pluridisciplinare, costituito senza oneri per la Giunta, composto da esperti di chiara fama nelle seguenti materie:

- storia del commercio e dell'impresa commerciale;
- urbanistica, paesaggio e pianificazione territoriale;
- economia aziendale e marketing;
- scienze agro-alimentari ed enogastronomia;
- architettura, restauro ed arredamento;
- storia dell'arte, con speciale riguardo per l'architettura;
- sociologia e storia dei consumi.

5. Modalità e procedure di riconoscimento ed annotazione nel Registro regionale

Entro 120 giorni dalla pubblicazione del presente atto, le Camere di Commercio Industria Artigianato ed Agricoltura, i Comuni, le Unioni di Comuni, le Comunità Montane e le Associazioni di rappresentanza delle imprese del comparto distributivo, individuano, anche sulla base dei dati disponibili nel Registro delle Imprese e su impulso della Regione, i negozi ed i locali storici esistenti sul proprio territorio ⁽³⁾.

L'iscrizione dei negozi e dei locali nel Registro regionale comporta l'acquisizione delle corrispettive qualifiche di cui al paragrafo 3 lettere d) ed e) ed è requisito necessario per la partecipazione ad eventuali e successivi bandi e progetti di valorizzazione e di sostegno finanziario attivati da Regione Lombardia.

I Comuni, anche su proposta delle Camere di Commercio e delle Associazioni di rappresentanza imprenditoriale, individuano e segnalano alla Regione gli edifici storicamente adibiti a funzioni collettive per il sistema del commercio e i luoghi di storica ambientazione delle

attività commerciali, di cui, rispettivamente, alle lettere a) e b) del paragrafo 3.

Regione Lombardia pubblica sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia, di norma con cadenza semestrale, e rende noto anche attraverso gli strumenti di comunicazione informatica, le integrazioni e le modifiche al citato Registro regionale, rendendo disponibile al pubblico l'intero patrimonio informativo in esso contenuto.

Sulla base della documentazione ad esso disponibile o degli eventuali atti ricognitivi effettuati, ciascuna Camera di Commercio, Comune, Unione di Comuni o Comunità Montana può proporre a Regione Lombardia integrazioni, modifiche od aggiornamenti ai dati contenuti nel Registro regionale dei luoghi storici del commercio.

Il titolare del negozio o del locale storico riconosciuto si impegna a mantenere e conservare le caratteristiche morfologiche delle vetrine, dell'insegna, degli arredi e la selezione tipologia della merceologia offerta, rendendo comunque possibili eventuali restauri conservativi; si impegna a conservare tali caratteristiche anche nel caso di interventi di rinnovo parziale o totale, qualora necessari, arricchendone e potenziandone le caratteristiche identificative.

5.1 Requisiti e le modalità per il riconoscimento dei mercati

I requisiti e le modalità di riconoscimento dei mercati a valenza storica e dei mercati di particolare pregio saranno definiti in un apposito provvedimento soggetto a parere della competente Commissione consigliere.

5.2 Requisiti per il riconoscimento dei negozi e dei locali storici

Regione Lombardia, su segnalazione delle Camere di Commercio, dei Comuni,

delle loro Unioni o delle Comunità Montane, riconosce le qualifiche di cui al paragrafo 3, lettere d) ed e), rispettivamente in presenza dei seguenti requisiti:

I. **storica attività**, sono richiesti almeno 50 anni di attività, anche non continuativa, con la conservazione della medesima merceologia ed insegna; possibilmente con la conservazione della stessa gestione nonché sede fisica altrimenti in sedi diverse ma col mantenimento delle altre caratteristiche di cui sopra;

II. **negozio storico**, oltre ai requisiti di cui alla precedente categoria, sono richiesti:

- una collocazione architettonica, artistica e decorativa di pregio, attrezzature storiche, merceologia e identità delle stesse che abbiano tipicità e specificità di assoluto rilievo;

- caratteristiche architettoniche di interesse tipologico ed architettonico;

- localizzazione dell'esercizio in un edificio ed in un contesto urbano di particolare interesse storico;

- conservazione parziale degli elementi di arredo originali;

III. **insegna storica e di tradizione**, deve possedere i requisiti di cui alla precedente categoria a livelli di assoluta eccellenza e con particolare rilievo per i seguenti:

- medesima attività svolta – senza interruzione di continuità – per un periodo non inferiore a 50 anni;

- ubicazione del punto vendita all'interno di un'area urbanistica di pregio (centro storico) ovvero in un edificio di storica ambientazione o sottoposto a vincolo dalla Sovrintendenza o comunque di riconosciuto interesse storico-architettonico;

- caratterizzazione degli spazi data da opere d'autore legate all'attività che vi è svolta, ad es. affreschi, collezioni di dipinti o sculture di riconosciuto valore artistico

ispirate all'attività commerciale e/o ai relativi prodotti;

– attività e merceologia offerta specificatamente ed inequivocabilmente legate alla tradizione, al territorio e all'economia locale;

– presenza nel punto vendita di finiture originali o di pregio, interne ed esterne;

– presenza di attrezzature e di strumenti di lavoro originali, di particolare pregio e valore storico, artistico e culturale;

– il punto vendita o l'insegna o l'impresa che lo possiede siano citati od oggetto di particolare menzione in opere d'ingegno, letterarie, cinematografiche, artistiche;

– il punto vendita o l'insegna o l'impresa abbiano ispirato e siano indissolubilmente e da tempo legati alla toponomastica locale.

Nell'ambito della categoria delle insegne storiche e di tradizione potranno essere dati dalla Giunta regionale, riconoscimenti «speciali», anche in deroga al requisito dei 50 anni o della permanenza nella stessa sede fisica dell'esercizio, per categorie di negozi con caratteristiche particolarmente meritevoli tra cui:

– i negozi ed i locali più antichi di Lombardia (intesi quali quelli con almeno 100 anni di vita);

– i negozi ed i locali più antichi per categoria merceologica;

– i luoghi letterari ed artistici, cioè citati o descritti in opere letterarie, teatrali, cinematografiche di chiara fama.

5.3 Modalità di riconoscimento dei negozi e dei locali storici

In fase di prima applicazione del presente provvedimento, Regione Lombardia entro il medesimo termine di 120 giorni dalla pubblicazione dello stesso, provvede, sulla base della propria banca dati in materia, a verificare e a riconfermare la presenza

dei requisiti che hanno portato al riconoscimento dei negozi storici di rilievo regionale, di rilievo locale o di storica attività riconosciuti ai sensi della precedente programmazione regionale.

I Comuni, le Unioni di Comuni, le Comunità Montane, le Camere di Commercio, anche su iniziativa delle Associazioni di rappresentanza imprenditoriale, possono segnalare altri negozi e locali che abbiano i requisiti per il riconoscimento, secondo le modalità di seguito specificate.

Ogni anno, con cadenza semestrale e comunque di norma entro il 15 febbraio ed il 15 settembre, Regione Lombardia provvede a raccogliere, valutare e pubblicare le proposte di integrazione, modifica o cancellazione al Registro.

La proposta trasmessa alla Regione dovrà contenere:

– una relazione illustrativa;

– l'individuazione dell'unità locale proposta come negozio storico o come locale storico;

– una cartografia del territorio comunale (in scala 1:5000 o 1:2000) con l'individuazione dell'unità locale proposta e delle relative pertinenze;

– una scheda documentaria;

– una raccolta della documentazione storica dell'impresa e dell'unità locale di riferimento, anche con la produzione di elementi documentali visivi, audiovisivi, cartacei e su supporto informatico, atti a documentarne il rilievo e la permanenza del tempo dei requisiti richiesti.

La relazione dovrà descrivere:

– le caratteristiche del punto vendita, la sua evoluzione nel tempo e il grado di conservazione delle sue caratteristiche;

– le peculiarità architettoniche, di arredo e di servizio che rendono il punto vendita meritevole di qualificazione regionale.

La scheda documentaria (vedi Allegato 1) dovrà contenere:

– la denominazione del punto vendita e la specifica dell'attività svolta;

– la data di prima autorizzazione dell'attività storicamente significativa;

– una descrizione sintetica dell'attività e delle eventuali connessioni con le attività culturali, tecniche, produttive, culturali e turistiche;

– la documentazione fotografica a colori che rappresenti in forma esaustiva l'insegna, le pertinenze e i locali di svolgimento dell'attività;

– l'inventario e la descrizione degli arredi e delle attrezzature di pregio, con allegata documentazione fotografica;

– la planimetria dei locali e delle relative pertinenze, almeno in scala 1:50;

– l'esistenza di atti di tutela e di menzione specifica del punto vendita ai fini della sua valorizzazione culturale, artistico-architettonica, edilizia ed urbanistica, merceologica.

(3) Per la proroga del termine di cui al presente comma si veda il D.Dirig. 11 maggio 2009, n. 4629.

6. Decadenza, revoca e rinuncia

Si può disporre revoca del riconoscimento e contestuale cancellazione dal Registro, qualora:

a) vi sia da parte dell'impresa titolare una alterazione strutturale delle caratteristiche sulla base delle quali è stato assegnato il riconoscimento;

b) vi sia un uso scorretto, documentato, del marchio o dell'iscrizione al Registro;

c) venga meno, per cessazione dell'attività o per sua trasformazione, o per modifica di destinazione d'uso o di altra caratteristica fondamentale del punto vendita o del luogo storico riconosciuto, uno o più dei requisiti su cui si fonda la motivazione del riconoscimento attribuitogli.

La conoscenza della cancellazione è data con comunicazione scritta ai diretti interessati ed è resa pubblica tramite gli strumenti informativi a disposizione della Giunta regionale.

7. Strumenti di promozione e di valorizzazione

Regione Lombardia, anche in collaborazione con i Comuni, con le Unioni di Comuni, con le Comunità Montane e con le Camere di Commercio, promuove azioni e programmi di valorizzazione di tutti i beni di cui al paragrafo 3.

In particolare, la Giunta regionale promuove e realizza le seguenti forme di intervento:

7.1 Iniziative di identificazione e di informazione in loco

a) Identificazione fisica e visibile dei beni riconosciuti attraverso l'apposizione di una targa recante la dicitura della qualifica ottenuta;

b) rilascio di una pergamena (attestato) comprovante l'ottenimento della qualifica;

c) rilascio e dotazione di specifiche vetrofanie e altri segni distintivi dell'edificio;

d) realizzazione di una segnaletica stradale omogenea.

7.2 Informazione e pubblicizzazione a distanza

a) Promozione e partecipazione alla realizzazione di progetti di divulgazione del patrimonio storico del commercio lombardo;

b) gestione e manutenzione di un sito internet con la messa a disposizione delle informazioni sul Patrimonio storico censito;

c) divulgazione tramite articoli su riviste e periodici, studi e pubblicazioni editoriali, nonché in trasmissioni televisive e radiofoniche;

d) promozione presso fiere e manifestazioni di rilievo regionale, nazionale ed internazionale.

7.3 Erogazioni di contributi e sostegno finanziario

a) Erogazione di finanziamenti alle imprese commerciali per finalità di restauro conservativo dei locali e investimento in attività e beni inerenti la valorizzazione della propria identità;

b) priorità di punteggio nelle graduatorie relative a contributi destinati a imprese della distribuzione al dettaglio e a pubblici esercizi, a parità di altre condizioni di ammissione.

7.4 Sgravi e incentivi fiscali

a) Promozione dell'adozione da parte degli Enti locali di riduzioni od esenzioni dal pagamento, in toto o in parte, di imposte e oneri a carattere locale (ICI, TOSAP, ICP sulla pubblicità delle insegne, etc.) quale requisito per l'ottenimento di finanziamenti aggiuntivi da parte di Regione Lombardia rispetto all'intensità di contribuzione ordinaria prevista dai bandi per i negozi ed i locali storici.

7.5 Innovazione e formazione

a) Realizzazione di progetti ed iniziative in materia di valorizzazione del sistema territoriale costituito dai beni e dalle imprese dell'addensamento commerciale storico, anche in stretto raccordo con le iniziative in essere per i Distretti del Commercio, il marketing e l'attrattività territoriale, la valorizzazione dei sistemi locali del turismo, etc.;

b) corsi e finanziamenti specifici per favorire la qualificazione del personale dipendente e dei lavoratori autonomi;

c) iniziative di formazione e consulenza per favorire la successione d'impresa e il subentro nel ramo d'azienda con conservazione delle

caratteristiche merceologiche e di pregio annotate nel Registro regionale.

7.6 Azioni di sistema e messa in rete delle imprese storiche

a) Promozione dell'associazionismo locale, regionale ed interregionale tra i titolari di imprese storiche;

b) promozione di forme di raccordo e di confronto con le associazioni e le aggregazioni di imprese storiche di altre realtà regionali e nazionali.

7.7 Valorizzazione urbanistico-territoriale

a) Promozione dell'adozione di misure, presso i Comuni, di individuazione cartografica ed urbanistica dei beni che costituiscono il patrimonio storico del commercio lombardo;

b) eventuali deroghe a requisiti in materia di abbattimento delle barriere architettoniche, adeguamento degli impianti e altre norme vincolanti, al fine del rispetto e della conservazione degli arredi e delle strutture costruttive originarie;

c) promozione di concorsi di idee per ricercare soluzioni a eventuali crisi aziendali;

d) adozione di misure finalizzate al favorire la prosecuzione di attività commerciali in corso di dismissione riconosciute nel Registro regionale dei luoghi storici del commercio con il mantenimento delle medesime caratteristiche tipologiche, di arredo e merceologiche.

Allegato 1

Scheda documentaria tipo per la segnalazione e l'inserimento nel Registro dei luoghi storici del commercio

Regione Lombardia: commercio, fiere e mercati riconoscimento dei negozi/locali storici anno 2009

Il sottoscritto..... in qualità di
Sindaco del Comune di / in qualità di Presidente dell'Associazione / CCIAA
.....con sede
in..... Provincia di.....
via..... n. referente
operativo.....
tel..... fax..... e-
mail.....

PREMESSO CHE

(predisporre relazione illustrativa nella quale si rappresentano: consistenza dei negozi storici sul territorio comunale e loro localizzazione; notizie sulla storia del commercio e delle attività commerciali a livello comunale; come e perché i negozi storici individuati sono testimonianza storica delle attività commerciali; la proposta di classificazione per ciascun esercizio – se di interesse regionale/locale o storica attività)

CHIEDE

Il riconoscimento regionale per il negozio e l'esercizio:

(esercizi commerciali, pubblici esercizi, farmacie, panetterie, pasticcerie e altre attività artigianali dotate di significativi spazi di vendita al pubblico)

Denominazione dell'insegna
del negozio o dell'esercizio
commerciale

Indirizzo del negozio o
dell'esercizio commerciale

Denominazione dell'impresa

Denominazione del
responsabile legale
dell'impresa

Sede legale dell'impresa

Numero di Telefono del
negozio/esercizio Eventuale
cellulare

Indirizzo e-mail/eventuale
sito

Data di inizio attività: data *Giorno.....Mese.....Anno.....*

di prima autorizzazione dell'attività storicamente significativa

(in supporto alla presente l'estratto della registrazione al Registro delle Imprese o autocertificazione a firma del responsabile legale dell'impresa e documentazione storica dimostrativa – foto dell'epoca, copie conformi di documentazione notarile, altro)

Descrizione sintetica dell'attività e delle eventuali connessioni con attività produttive, culturali e turistiche

In allegato alla presente scheda:

1. Estratto della registrazione al Registro delle Imprese della prima autorizzazione commerciale o autocertificazione a firma del responsabile legale dell'impresa.

2. Documentazione storica dimostrativa, foto dell'epoca, copie conformi di documentazione notarile, altra documentazione idonea a testimoniare la storicità dell'esercizio e dei locali.

3. Documentazione fotografica a colori di:

- insegna e vetrina/e;
- stabile;
- via sulla quale prospettano le vetrine e pertinenze dei locali;
- locali adibiti alla vendita;
- particolari oggetti o attrezzature;
- magazzini (se significativi).

4. Cartografia del territorio comunale in scala 1:5.000 o 1:2.000 con l'individuazione del/degli esercizi e planimetria dei locali e delle pertinenze in scala 1:200.

5. I seguenti documenti idonei a dimostrare la storicità dell'esercizio e la sua permanenza nel tempo (fotografie, libri, articoli, copie di documentazione tratta dagli archivi, ecc.):

-
-
-
-
-
-