Legge regionale 22 febbraio 2021 , n. 3 - TESTO VIGENTE dal 14/05/2024

Disposizioni per la modernizzazione, la crescita e lo sviluppo sostenibile verso una nuova economia del Friuli Venezia Giulia (SviluppoImpresa).

Art. 14

(Misure di sostegno per lo sviluppo e la competitività delle imprese commerciali)

1. La Regione sostiene lo sviluppo e la competitività delle imprese commerciali tramite le seguenti misure:

a) incentivi per gli investimenti previsti nell'ambito degli interventi di cui all'articolo 100 della legge regionale 29/2005;

b) sostegno degli interventi di tutela e valorizzazione dei locali storici di cui all'articolo 89 della legge regionale 29/2005;

c) incentivi per la valorizzazione e la riqualificazione dell'offerta commerciale di microimprese, piccole e medie imprese commerciali di cui al comma 2;

d) incentivi per la rigenerazione dei centri cittadini, concessi a valere sul Fondo commercio, ai sensi dell'articolo 13, comma 5, a favore degli investimenti delle imprese per l'introduzione e lo sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative.

2. Al fine di favorire lo sviluppo e la competitività di microimprese, piccole e medie imprese commerciali attive, in particolare nei distretti del commercio, l'Amministrazione regionale sostiene il miglioramento dei servizi e dei prodotti erogati e l'ammodernamento organizzativo e strumentale che concorrono alla valorizzazione e alla riqualificazione dell'offerta commerciale di tali imprese.

3. Per le finalità di cui al comma 2 sono concessi contributi in regime "de minimis" con i criteri e le modalità previsti con il regolamento regionale di cui all'articolo 100 della legge regionale 29/2005, per l'acquisto e l'attivazione di tecnologie, nonché per la formazione al loro migliore utilizzo, riguardanti in particolare:

a) l'acquisto di soluzioni e strumenti digitali innovativi volti al miglioramento dell'organizzazione nei processi di interazione retailer-fornitori o ai processi interni del retailer (back-end);

b) lo sviluppo di servizi erogati nel punto vendita (front-end e customer experience);

c) l'integrazione con la dimensione del commercio online (omnicanalità);

d) l'implementazione di piattaforme e-commerce e di pagine aziendali sui social network;

e) l'attivazione di campagne promozionali sui social network, sui social, sul web marketing;

f) l'ottimizzazione del posizionamento sui motori di ricerca del sito aziendale;

g) l'adeguamento delle strutture alle misure di contenimento contro la diffusione del COVID-19.