Commercio -Urbanistica - Socialita'

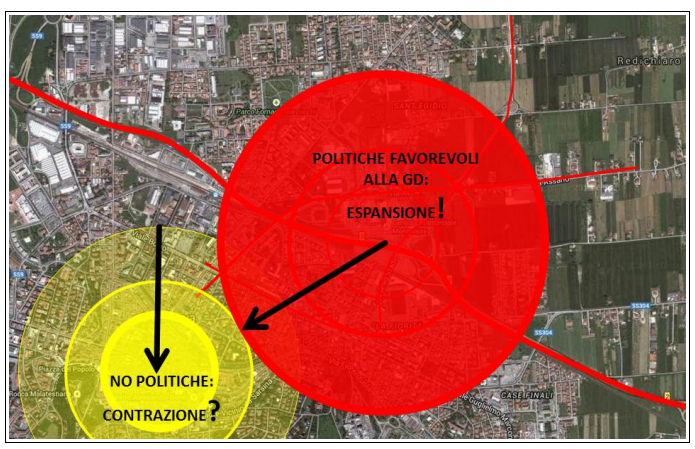
CENTRI STORICI E CENTRI COMMERCIALI: CHI FA CENTRO?

#Urban Forum _ Incontri e approfondimenti su temi inerenti il vivere la città - Gruppo Consiliare Cesena SiAmo Noi

LE POLITICHE PER LA CITTA' E IL PRINCIPIO DEI VASI COMUNICANTI

I ***centri storici,*** fiore all'occhiello delle nostre città e modello per le nuove espansioni urbane, attraversano oggi, in molti casi, una profonda *crisi economica ed "identitaria",* che la politica, i tecnici e la società sembrano non sapere affrontare. Per secoli racchiusi dentro le mura essi hanno rappresentato il punto di riferimento del territorio, raccogliendo in sé tutte le funzioni (religiose, civiche, commerciali, artigianali) della vita quotidiana; oggi invece si trovano a competere con un modello di insediamento (***la città "diffusa***") dilatato, fondato sull'uso dell'automobile, che offre i necessari servizi ovunque sul territorio.

E' in questo contesto che il ***commercio e l'artigianato*** *di dettaglio* si trovano a competere il commercio della grande distribuzione, i supermercati, gli ipermercati e i centri commerciali, oramai presenti a corona nella prima periferia delle città. L'odierno ordinamento normativo del commercio è derivato dalla **Legge Bersani** (L. 114/98, recepita dalla Legge Regionale 14/99), **che ha liberalizzato le attività commerciali modificando radicalmente gli equilibri che regolavano la localizzazione delle licenze.** Oggi infatti i Comuni non controllano più tutte le licenze, su cui esercita solo un controllo burocratico, ma solamente le attività commerciali che hanno una superficie di vendita superiore a 250 mq. **E' quindi scomparsa la cosiddetta pianificazione commerciale**, strumento con alcuni gradi di rigidità, ma che permetteva di costruire sistemi urbani efficienti e di localizzare i servizi commerciali in base ai bisogni delle persone.
Le attività con superfici maggiori di 250 mq (ad esempio supermercati e centri commerciali) sono invece regolate dall'Amministrazione, che può decidere quante e dove farne, attraverso gli strumenti di **pianificazione urbanistica** e avendo quindi un ruolo fondamentale nel determinare le sorti del commercio a livello locale.
Ad esempio, **una scelta importante per le sorti delle attività commerciali del centro storico del nostro comprensorio** è quella relativa all'ampliamento delle funzioni commerciali e direzionali nell'**area Montefiore**, in cambio della realizzazione della nuova *caserma dei Carabinieri* in quella stessa area. Attraverso lo strumento dell'Accordo con i privati, in cambio della costruzione della caserma, la società proprietaria della maggior parte dei terreni (CIA) ha richiesto al Comune di convertire i circa 5.500 mq di superficie residenziale, non ancora realizzata, in commerciale/direzionale. Ha inoltre richiesto ulteriori 2.500 mq di superficie, col risultato che la superficie di vendita dell'intero comparto sarà incrementata di circa 4.000 mq rispetto ad ora. Sarà ampliato il supermercato Conad e aumentato il numero di negozi complessivi in modo da creare **un grande centro commerciale in grado di attrarre sia la domanda locale- in quanto adiacente al centro storico - e quella territoriale.**



Le politiche messe in campo per il centro storico - in particolare con la riqualificazione di Piazza della Libertà -saranno in grado di riequilibrare questo grande potenziamento commerciale/direzionale? Sono stati considerati gli effetti che questo avrà sul commercio di vicinato in città? L'esempio di *Forlì* e degli effetti tragici sul centro storico dell'apertura del *centro commerciale Punta di Ferro*, divenuto luogo di riferimento principale per gli acquisti, dovrebbe far riflettere. E' evidente la condizione di **supremazia della grande distribuzione e ciò le conferisca una forte capacità contrattuale** rispetto ai Comuni. Un centro commerciale che si insedia o si amplia lo fa in cambio della realizzazione di opere e servizi pubblici (strade, rotatorie e parcheggi) che sono funzionali alla sua attività. E' lecito quindi chiedersi quale sia l'**effettivo guadagno per la collettività**, poiché **i centri commerciali hanno elevati costi di gestione, elevato dispendio energetico, e sono particolarmente impattanti rispetto al territorio** perché si fondano sull'utilizzo dell'automobile, contribuiscono ad incrementare il traffico, a consumare suolo destinato ai parcheggi, e a peggiorare le condizioni ambientali in città.

Diversi sono poi i casi di centri commerciali che non funzionano e hanno concluso il proprio ciclo di vita (si pensi alle *Terrazze),* lasciando strutture difficili da recuperare, **obsolete o inadeguate** rispetto alle stesse "nuove frontiere" della grande distribuzione. In definitiva sembrano avere un **ciclo di vita** piuttosto breve rispetto al centro storico, che è un luogo flessibile a diversi utilizzi, ma la cui consistenza fisica è rimasta pressoché invariata nei **secoli.**

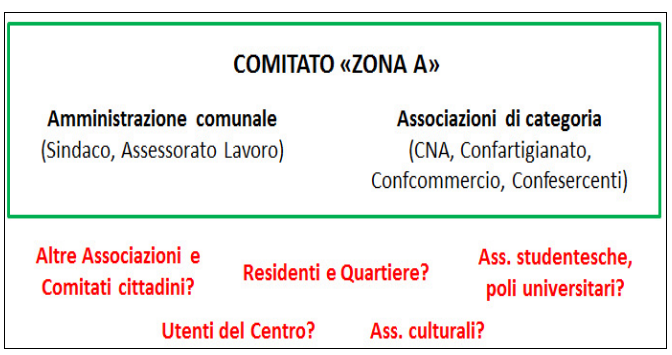
Negli ultimi mesi un acceso dibattito pubblico a Cesena si è creato intorno alla realizzazione del **progetto di pedonalizzazione di Piazza della Libertà**: un tema importante e molto sentito dai cittadini residenti e dai commercianti. Questo problema è in realtà soltanto un aspetto di una questione assai più complessa.
Il tema "centro storico" dovrebbe essere affrontato avendo come traguardo una visione complessiva del futuro sviluppo della città; una visione che dovrebbe essere il cuore del nuovo **Piano Strutturale Comunale** (PEC) e non il risultato di varianti urbanistiche e di interventi disorganici non coordinati fra loro. QUAL'E' IL PROGETTO COMPLESSIVO PER IL CENTRO STORICO? Una visione condivisa, innovativa e sperimentatrice, che potrebbe essere capace di rinsaldare una nuova alleanza fra cittadini, amministratori, imprenditori e progettisti per il futuro della città.

SVILUPPO COMMERCIALE DEL CENTRO URBANO E STRATEGIE IN ATTO

Le scelte politiche dell'attuale Amministrazione per lo sviluppo commerciale hanno un impatto rilevante sull'economia dell'area cesenate ma non è chiaro, a livello di programmazione, quale ruolo si sia deciso di riservare al centro storico. Ancora oggi, la pianificazione strategica del centro è rimasta, più o meno, quella di 30 anni fa. Tuttavia, nel 2012, l'Amministrazione ha avviato un "**Progetto di valorizzazione e gestione condivisa del Centro Storico**", beneficiando dei contributi regionali per la qualificazione dei cosiddetti **"centri commerciali naturali".** Le direttrici del progetto sono sostanzialmente le seguenti.

1. RAFFORZAMENTO DELLA PARTNERSHIP PUBBLICO-PRIVATO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DEL CENTRO STORICO

Il primo passo per la realizzazione del progetto è stata la creazione di una così definita "cabina di regia per la governance del centro" ovvero il "Comitato Zona A" di cui fanno parte l'Amministrazione e le principali associazioni di categoria (CNA, Confesercenti, Confartigianato, Confcommercio), che esclude però fin da subito alcuni importanti portatori di interesse:



Dagli interventi del pubblico durante il nostro primo incontro che quasi per nulal lo conoscevano e dal dibattito in corso in città, emerge la necessità di un ampliamento del Comitato, che lo renda piu rappresentativo, unica garanzia di condivisione delle scelte e partecipazione.

2. UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE PER DARE RISPOSTE INNOVATIVE AI PROBLEMI

Tra gli obiettivi prefissati, vi è il **miglioramento della *percezione di accessibilità* del centro.** Obiettivo importante che si è deciso di realizzare con strumenti forse non adeguati, come la realizzazione di un' applicazione per smartphone, strumento che esclude ovviamente i non utilizzatori di smartphone, e la mancanza dello strumento di base e principale per una buona informazione sulle varie possibilità di accesso al centro: una guida integrata sulla mobilità e sui servizi offerti. In altre parole, una mappa della mobilità, che sarebbe auspicabile predisporre, leggibile, inclusiva e ricca di informazioni. Ecco la mappa della mobilità di **Forlì**, che riunisce le informazioni essenziali per residenti e turisti di ogni età (info point,parcheggi e relative tariffe, ZTL, linee bus, postazioni bike-sharing, WiFi, parchi pubblici).

Oltre a ciò, lo stesso Comune di Forlì, che si è ripreso la gestione diretta del trasporto pubblico, porta avanti una campagna di agevolazioni per la mobilità verso il centro città, che permette notevoli risparmi.

3. RAFFORZAMENTO DELLA CAPACITA' ATTRATTIVA CON INTERVENTI MIRATI

Si tratta davvero di scarsa capacità attrattiva del centro storico? Nel progetto comunale per la valorizzazione del centro storico lo si dà per scontato. E' davvero così? Si fornisce una soluzione, ma si conosce realmente il problema?

QUARTIERE	ANNO	ALIMENTARE	MISTO	NON ALIMENTARE	TOT
C. URBANO	2010	62	27	485	574
C.URBANO	2012	57	27	457	541
		-5	0	-28	-33
		-8,00%	0,00%	-6,00%	-6,00%

Fonte: Open Data Comune di Cesena

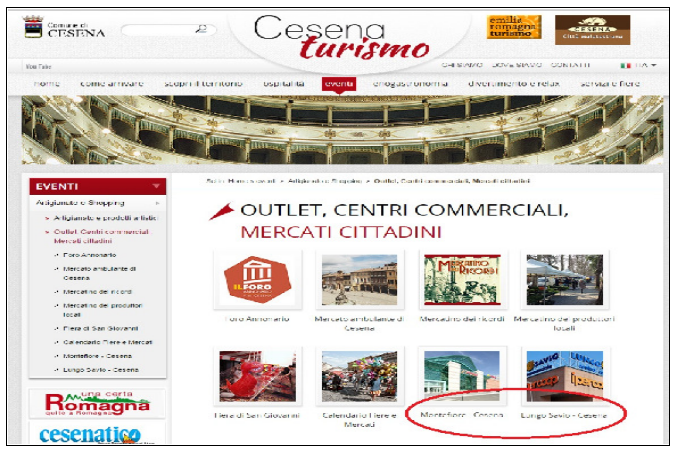
APRILE 2013 CENSIMENTO LOCALI COMMERCIALI IN CENTRO					
ATTIVITA' IN ESERCIZIO, SU 584 LOCALI DISPONIBILI					494
Rispetto al 2010					-80
					-14,00%

Fonte dati: zona A - progetto di valorizzazione del centro

Dal 2010 si è registrato un calo del 14% delle attività in esercizio in centro, a cui vanno aggiunte le numerose che, pur attive, registrano annunci per l'affitto e/o la vendita dei locali presso le agenzie immobiliari. **Il problema innegabilmente c'è ma prima di tutto, ne andrebbero indagate le *cause* scatenanti**, chiedendo direttamente agli "attori" coinvolti (negozianti, clienti, ecc.) e individuando degli *indicatori* che permettano di comprendere cause e andamenti. Solo a questo punto si potranno formulare delle possibili ***soluzioni efficaci.*** Diversamente si va alla cieca, ***ritinteggiando un muro macchiato dall'umidità senza preoccuparsi di scoprire cosa ha provocato la macchia.***

In occasione del nostro primo incontro a dicembre su questi temi, un negoziante è intervenuto per sottolineare come gli esercenti non siano mai stati "intervistati" sulle reali difficoltà della categoria, legate soprattutto agli **elevati costi di gestione (affitti e tasse)**, oltreché al calo delle vendite. Ha inoltre colpito la sua dichiarazione riguardo all'organizzazione di eventi di grande attrattiva che di fatto non portano alcun incremento nelle vendite per i negozi, quanto forse il contrario.

Riguardo alla **promozione dell'offerta commerciale ed artigianale del centro storico** ci sono ampi spazi di miglioramento. Un **portale internet dedicato** permetterebbe l'accesso a tutte le informazioni di possibile interesse in ogni momento. Attualmente queste informazioni sono disponibili non in maniera immediata, solo in una sottosezione dedicata al turismo della pagina del Comune. Lascia perplessi scoprire che per i turisti che desiderano fare acquisti nella nostra città, oltre a mercati e fiere, l'Amministrazione suggerisca non i negozi del centro, ma i centri commerciali.



E' evidente che si può fare di meglio, come il caso di Faenza con l'associazione di negozianti "Faenza C'entro" per la promozione delle attività commerciali ed artigianali del centro storico, legate a eventi e allestimenti (www.faenzacentro.it). Altro interessante esempio a Reggio Emilia, con un portale di esercenti che punta invece sull'e-commerce e permette di fare acquisti on line in tutti i negozi del centro (www.**reggioemiliacittashopping**.com).

4. ATTENZIONE ALL'UTILIZZO DEGLI SPAZI VUOTI DEL CENTRO

Il Comune ha lanciato l'iniziativa *"Accendiamo le vetrine spente"*, volta a favorire l'insediamento di nuove attività nei locali sfitti attraverso un portale che presenta gli spazi disponibili ed altri incentivi e agevolazioni. Nonostante i problemi tecnici che hanno reso il sito inutilizzabile per un certo periodo, l'idea è buona. Tuttavia, pensando agli spazi vuoti, viene in mente altro prima delle vetrine: s**trade** (come l'interessante caso di Via Regnoli per citare uno vicino a noi), **gallerie, ed infine le piazze, adeguatamente concepite, da riempire per socializzare e vivere la città .**

Progetto Piazza Libertà

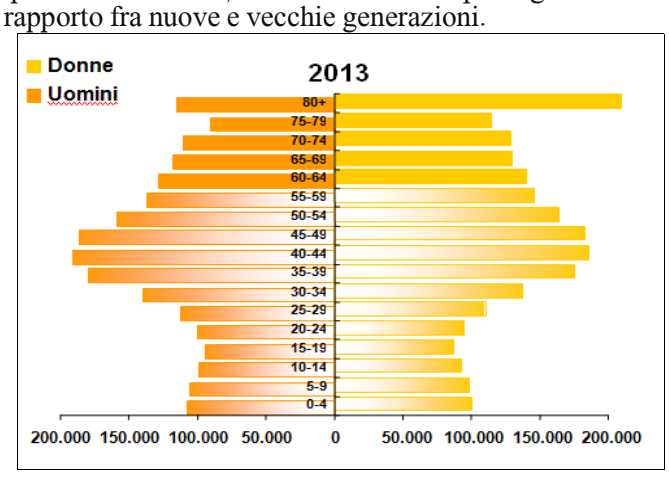
Progetto Piazza Almerici

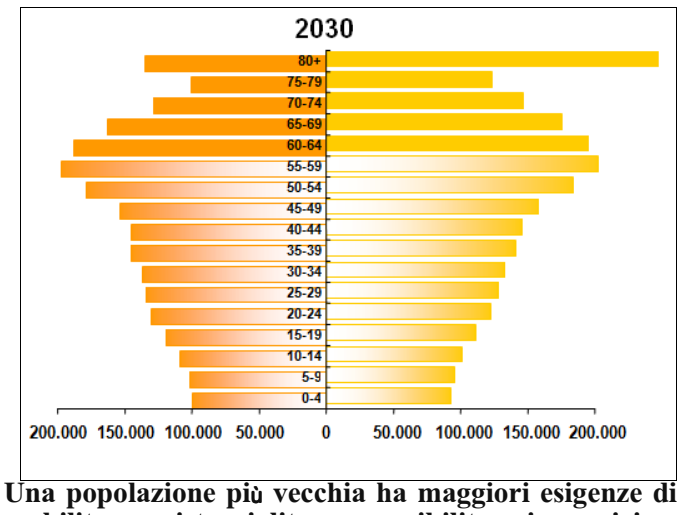
PIANIFICAZIONE. *COME E PERCHE'?*

La pianificazione territoriale dovrebbe essere calibrata nelle grandi scelte ed avere una visione lungimirante, perchè **gli interventi hanno rilevanti impatti sul territorio, sulle abitudini e stili di vita dei cittadini, sia contemporanei ma ancor di più delle generazioni future**. E' necessario perciò approfondire la conoscenza dei molteplici aspetti della società, cercando di pianificare non solo su modelli attuali, ma su modelli predittivi a medio o lungo periodo, cercando **il corretto equilibrio fra il commercio diffuso e quello concentrato** e facendouna **valutazione allargata degli impatti reali, spesso meno evidenti sul territorio.**

Demografia

Chi saranno i cittadini di domani? Guardando l'evoluzione della distribuzione della popolazione per età (piramide dell'età), è evidente un capovolgimento del rapporto fra nuove e vecchie generazioni.





Una popolazione più vecchia ha maggiori esigenze di mobilità, assistenzialità, accessibilità ai servizi e inclusione sociale di una giovane e di questo la pianificazione attuale deve tenere conto. Già ora i sistemi di sorveglianza evidenziano che" i*n Emilia Romagna il 17% della popolazione ultra 64enne è a rischio di esclusione sociale"*, e che *"circa 1/3 degli ultra 64enni ..pari a oltre 370mila persone, presenta problemi di autonomia nelle attività strumentali della vita quotidiana*" (uscire di casa, fare la spesa, prendersi cura della casa).

Economia.

E' significativo uno studio dell'Istat nel periodo di espansione della grande distribuzione (1991-2001) in Italia, in cui a fronte di un incremento del 58.8% di ipermercati e del 49.5 % di supermercati, si è assistito ad un calo del 26.9% delle piccole realtà nel settore alimentare e del 15% in quello non alimentare, con la riduzione del 9% di numero degli addetti. Questi numeri pongono in evidenza come si sia creata una **concentrazione della ricchezza: quanto della redditività prodotta dalle attività commerciali e immobiliari delle grandi società commerciali ritorna al territorio che l'ha generata?** Un confronto tra i flussi di capitale dei piccoli esercizi diffusi e della grande distribuzione può rivelare il drenaggio di ricchezza che questa innesca in un territorio.

In questo momento storico è quanto mai indispensabile pianificare la città ricercando l'equilibrio fra le forme del commercio per aumentarne la resilienza futura ai mutamenti in atto. Non governare i processi abbandonandosi a mode, speculazione o pressione di forze economiche sterili porterebbe a **squilibri insanabili e estremamente onerosi** per i cittadini. Occorre trovare strategie da applicare alla città storica perché aumenti la sua resilienza anche a eventi naturali (sbalzi di temperatura), che inducono a preferire la climatizzazione costante dei centri commerciali, energivori. Il futuro sarà dominato dal bisogno di città nella sua variegata socialità, interazione e partecipazione: *smart city* non significa solo tecnologie innovative, ma cittadini intelligenti e partecipativi.

Ogni buon responsabile delle sorti della città dovrebbe conoscere e non dimenticare quanto rappresentato nei cicli pittorici dell'***Allegoria ed Effetti del Buono e del Cattivo Governo*** affrescati nel 1338-1339 a Siena da Ambrogio Lorenzetti.

Dettaglio da Effetti del Cattivo Governo

Dettaglio da Effetti del Buon Governo in città

INTERVENTI DEI CITTADINI– Incontro 18.12.14 Palazzo del Ridotto

Un primo incontro, molto partecipato, su questi temi, affrontati con questo tentativo di ***"prospettiva 'vasta'"*** *, il nostro Gruppo Consiliare lo ha organizzato lo scorso 18 dicembre, al Palazzo del Ridotto. Presieduto dal consigliere Vittorio Valletta, includeva le presentazioni del Gruppo di Lavoro Urbanistica qui inclusi e l'intervento del presidente del Quartiere Centro Urbano, Paolo Marani, che ha ricordato che il centro storico non sta morendo, ma di certo si sta impoverendo e di questo impoverimento il problema della sosta è solo un aspetto. Nella seconda parte, sono stati numerosi gli interventi di ospiti e pubblico, che hanno animato il dibattito. Marco Giangrandi ha portato le riflessioni del Comitato Piazza Della Libertà, concorde con l'idea che il parcheggio non sia l'unico problema, ma convinto che la sua eliminazione non sia la soluzione per gli esercenti del centro, che segnalano che, alla chiusura della piazza in occasione dei grandi eventi- assolutamente necessari alla città- questo non comporti un aumento dell'attività. Questi aspetti inoltre, non verrebbero adeguatamente indagati da enti o associazioni – incluso il poco conosciuto Comitato di Zona A. Augusto Patrignani di Confcommercio ha ribadito l'importanza per le associazioni di essere presenti a questi incontri in rappresentanza dei propri associati, per prendere parte al dibattito. Stefano Angeli ha tracciato la cronistoria del concorso di idee e dei diversi progetti su Piazza della Libertà, che hanno portato a quello attuale, sui cui criteri di selezione non ci sarebbe la massima chiarezza. Alcuni interventi hanno sottolineato le problematiche dello sviluppo dell'area Montefiore – Davide Fabbri –, mentre altri le differenze di impatto per il territorio del commercio diffuso (una relazione più personale col cliente, investimenti maggior sul territorio dei propri introiti e azione di stimolo per la produzione locale, agricola e non solo) rispetto alla GD. Sul commercio c'è stato il ricordo di Angelo Bartolini sulle esperienze dei quartieri nei decenni passati, con una programmazione, anche commerciale, pianificata insieme a tutti i protagonisti, in primis sindacati e associazioni del commercianti: a fronte di una situazione attuale di certo più complessa, è importante ricordare che il centro storico ha il problema di valorizzare la propria bellezza e specificità (molte botteghe storiche hanno chiuso, a differenza di altre città). Importante gli interventi di Nadia e Milva, che hanno segnalato il silenzio sulla posizione dei residenti del centro o aree vicine, raramente ascoltati (forse auspicabile un'associazione dei residenti?): parcheggi riservati costosi, eccesso di auto e di una offerta, da parte degli esercizi del centro, di cui sono fruitori, poco competitiva per qualità e costi nei confronti di altri contesti. Viene segnalata anche la criticità del parcheggio del Caps, fortemente voluto dall'Amministrazione, e ora spesso vuoto. Tutti gli interventi danno il senso di un dibattito vivo su temi importanti pe rla città. Ecco perchè verranno raccolti e messi a disposizione per essere ulteriormente arricchiti dall'apporto di esperti e cittadini, tramite il nostro sito web. sito web. Ringraziamo per la partecipazione numerosa e per l'attenzione alle nostre iniziative.*

PROPOSTE: QUAL'E' LA TUA IDEA PER IL CENTRO STORICO?

Stiamo preparando alcune proposte, anche da portare in consiglio. Se vuoi parlarne insieme scrivi al consigliere Vittorio Valletta, e al Gruppo di lavoro di Cesena Siamo noi. **info.cesenasiamonoi@gmail.com – www.cesenasiamonoi.it**