L'EVENTO

L'obiettivo
«Si vuole superare un modello statico inserendo medie strutture nel centro storico»

I distretti del commercio per seguire lo sviluppo delle città

Il ruolo di questa leva illustrato a Modena e a Vignola dal professor Tamini

Una leva per rivitalizzare i territori e accrescerne l'attrattività. Sono questo e tanto altro i distretti del commercio, una nuova modalità di promuovere il commercio in sinergia con lo sviluppo urbanistico delle città.

Ad approfondire il tema è stato il professor Luca Tamini, docente di Urbanistica e responsabile scientifico del Laboratorio URB&COM del Politecnico di Milano, relatore in due appuntamenti organizzati da Lapam, uno al mattino con assessori e stakeholder della provincia di Modena e al pomeriggio una tavola rotonda presso il Teatro Fabbri di Vignola, al quale ha partecipato tra gli altri anche l'assessore regionale al commercio Andrea Corsini.

«I distretti di commercio sono enti di *governance* che lavorano con un parternariato pubblico-privato che spesso si appoggiano ad un manager di distretto, che mette insieme attori pubblici e privati per condividere azioni sul territorio. In questi anni abbiamo seguito alcuni casi di successo come le esperienze pilota di Parma e Bergamo, in grado di superare il tradizionale modello del centro commerciale naturale sostanzialmente centrato su scala locale e riflettere su un modello di scala territoriale più ampia rispetto al comune. Abbiamo utilizzato i tipici elementi della cassetta degli attrezzi di distretto, con una cabina di regia plurale che, oltre ad associazioni di categoria e soggetto pubblico, raccoglie contributi propositivi da proprietà immobiliari, fondazioni culturali, fondazioni bancarie.

«L'obiettivo – precisa il professor Tamini – è quello di superare un modello statico che li ancorava a una visione settoriale e locale dei problemi, e usare elementi di interesse, ad esempio inserendo le medie strutture all'interno del centro storico come magneti attrattori. Così la regolazione urbanistica diventa un modo per valorizzare le imprese, utilizzando un elemento strategico della direttiva Bolkestein che sfrutta regioni di interesse pubblico per giustificare l'intervento nella programmazione economica. Non solo il ritorno di alcuni magneti di medio formato per rivitalizzare i contenitori vuoti dei centri storici, ma anche una riflessione sulla riduzione del consumo di suolo, per ostacolare la scelta dei grandi investitori si proseguire lo sviluppo fuori città».

Andrea Corsini
assessore regionale

L'assessore Corsini: «Il rilancio delle attività commerciali è da affrontare in modo trasversale»

E sul PNRR aggiunge: «È stato un acceleratore di alcuni processi di trasformazione. Finora le amministrazioni hanno usato un parco progetti già esistente, senza una strategia complessiva; in prospettiva sulle politiche su rigenerazione urbana, borghi e aree interne e digitalizzazione la valutazione è positiva perché ci saranno possibili ricadute sul sistema delle imprese che possono intercettare risorse attraverso una progettualità su scala urbana e territoriale che il PNRR va a sollecitare».

Casolari in un momento dell'incontro di Vignola

Nel suo intervento l'assessore regionale Corsini ha ribadito la necessità di un approccio globale al tema del rilancio delle attività commerciali: «Si tratta di una questione che deve essere affrontata in maniera trasversale, con politiche di contesto urbano. Per questo abbiamo introdotto il ClustER dell'economia urbana, che coinvolge aspetti a carattere commerciale, sociale, urbanistico e riqualificazione del territorio, solo così si possono rilanciare le attività commerciali che negli ultimi 15 anni sono diminuite drasticamente. Stiamo lavorando sulla riforma della legge regionale del commercio, partendo da una prospettiva trasversale, perché anche da un punto di vista legislativo vogliamo mettere in campo una forte innovazione per spingere le economie urbane verso nuovi modelli di sviluppo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I perchè dell'evento Casolari: fondamentale immaginare nuovi scenari per unfuturo che sia di cambiamento e crescita

«I negozi di vicinato restano centrali per le nostre comunità»

«Il futuro dei centri urbani è un tema a cui come Lapam Licom, siamo molto legati, gli effetti depressivi legati alla necessaria gestione della pandemia uniti alle forti tensioni economiche hanno danneggiato, in alcuni casi irrimediabilmente, tante attività commerciali. I negozi di vicinato in particolare stanno vivendo una crisi senza precedenti con troppe chiusure che portano allo spopolamento dei centri urbani creando un problema non solo economico ma anche sociale per quanto riguarda la sicurezza e il presidio del territorio oltre a fornire un servizio alla cittadinanza. Per questo chiediamo alle amministrazioni locali di lavorare insieme per una rigenerazione urbana che vada nella direzione di un rilancio effettivo».

Daniele Casolari, segretario Licom, spiega le motivazioni che hanno indotto Lapam Licom a realizzare l'evento di Modena e di Vignola in cui sono stati invitati sindaci e l'assessore regionale Corsini. «Da sempre i negozi di vicinato sono centrali per i nostri paesi e le nostre città, ma negli ultimi 20 anni sono andati incontro a una crisi sempre più profonda per la trasformazione delle abitudini dei cittadini e per la concorrenza spregiudicata e troppo spesso senza regole, dell'online. Siamo convinti però che la resilienza degli operatori rappresenti la chiave per andare oltre e superare il paradigma del centro commerciale naturale, che non riesce più a contrastare i problemi cronici del comparto: desertificazione, offerta poco qualificata, mancata capillarizzazione. È fondamentale immaginare nuovi scenari che possano guidarci in un futuro sicuramente complesso, ma che rappresenta sempre più un'opportunità di cambiamento e di crescita sia degli asset economici che delle città. Va pensata una nuova idea di città che parta dalla politica e che oltre ai cittadini coinvolga le imprese del commercio, dei pubblici esercizi, degli artigiani, dei liberi professionisti e delle pmi in genere. Coinvolgimento che li ponga in sinergia con tutti gli stakeholder del territorio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Investire sulla rigenerazione urbana decisivo per le nostre città e i nostri paesi»

Cinzia Ligabue: «La crisi del commercio al dettaglio è sempre più confermata dai dati»

Cinzia Ligabue
indica la strada della rigenerazione urbana

«La crisi del commercio al dettaglio è, purtroppo, confermata dai dati. Una crisi che, però, non deve indurci alla rassegnazione, anzi a un rilancio sulla base di progetti di qualità e con il supporto delle amministrazioni pubbliche a cui chiediamo di fare la propria parte per un settore strategico non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale».

Cinzia Ligabue, presidente Licom, commenta così l'accurata indagine dell'Ufficio studi Lapam su negozi e pubblici esercizi. Un'indagine che presenta dati molto interessanti.

Le dinamiche del territorio modenese sono sostanzialmente in linea con quelle della regione Emilia Romagna: tra il 2009 e il 2022 (dato al secondo trimestre) a Modena sono venute meno 700 imprese in questo comparto, un calo del 9,9%, mentre in regione, nello stesso periodo, il segno negativo arriva all'11%. Di contro, mentre il commercio in sede fissa (-15,4%) e quello ambulante (-23,4%) sono calati in modo importante, si è assistito al boom del commercio online, che in provincia di Modena ha fatto registrare un +268,5%. Per quanto riguarda il commercio in sede fissa il calo è generalizzato per settori, tranne che per ICT (informatica e telecomunicazioni) che ha visto un balzo in avanti del 44%, mentre il segno meno c'è per alimentari e tabaccherie (-2,1%), supermercati e discount (-14,4%), mercerie, ferramenta, mobili ed elettrodomestici (-22,8%), librerie, cartolerie, giocattoli (-26%) fino al -30% dei distributori di carburante.

Il turn over tra le attività è alto soprattutto nei pubblici esercizi, bar e ristoranti, dove oltre la metà delle attività ha meno di 10 anni e solo il 9,4% più di 30, mentre nei negozi la media è rispettivamente intorno al 42% e al 17,4%.

Infine l'indagine dell'Ufficio studi Lapam si sofferma sugli addetti per impresa: a Modena, in media, sono 3,3 quelli del commercio al dettaglio (in calo, dal 2009, quando erano 3,8), mentre si assiste a un dato opposto sulla ristorazione, con una media di 6,5 addetti per azienda (erano 5,3 nel 2009).

«Questi numeri evidenziano una tendenza, ma ci dicono anche che tante imprese del settore reggono nonostante tutto. Investire sulla rigenerazione urbana è decisivo per dare un futuro anche e soprattutto alle nostre città e ai nostri paesi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA