

Città e commercio – Come cambiano i nostri centri storici

La specificità del tessuto insediativo italiano, caratterizzato da poche grandi città e da una molteplicità di città medie e piccole, con centri storici dal patrimonio storico-artistico ineguagliabile, rappresenta un unicum da cui partire per disegnare un futuro di trasformazione per il nostro Paese, rafforzare le economie urbane e contrastare la desertificazione commerciale.

Le nostre città appaiono spesso indebolite dalle grandi modificazioni di contesto in atto che coinvolgono, a livello globale, tutte le dimensioni della società, spingendole verso l'omologazione. Gli effetti del rapido cambiamento impresso dalla digitalizzazione sui nostri modi di vivere, produrre, acquistare e comunicare, si manifestano con maggior evidenza nella complessità dello spazio urbano. Le piccole e grandi migrazioni, la crisi demografica e il dinamismo insediativo che caratterizzano quest'epoca, incidono sui livelli di urbanizzazione e insediativi e, più in generale, sull'economia e la vitalità delle città. La perdita di popolazione che si sta registrando non interessa tutto il Paese allo stesso modo e le previsioni di contrazione demografica toccano, con grandi differenze, città e territori. A fronte di una generale tendenza della popolazione più giovane o in età lavorativa a spostarsi verso i poli di istruzione e di maggior offerta di lavoro delle grandi città, si assiste ad un diffuso fenomeno di spopolamento dei centri minori dove rimane, non senza difficoltà, la popolazione più anziana.

Rispetto a tali vecchi e nuovi problemi, le normative esistenti dimostrano debolezza e incapacità di offrire soluzioni adeguate. Governare la complessità urbana richiede uno sforzo collettivo e investimenti mirati a favore di nuove politiche e modelli di sviluppo che, proprio a partire dalle città, possono beneficiare di una fertile contaminazione tra scienza e tecnologia, cultura, innovazione e creatività per contrastare i problemi di congestione, degrado, disoccupazione, discriminazione, emarginazione, inquinamento, sino a mitigare con più efficacia i cambiamenti climatici. In tal senso, alcune città si sono dimostrate maggiormente capaci nell'attuare processi di rigenerazione urbana facendo leva sulle proprie peculiarità e valorizzando le loro potenzialità, sino a divenire città "vincenti" in grado di reinventarsi. Nelle dinamiche della demografia d'impresa c'è quindi chi avanza e chi recede, in una logica di sana competizione tra città e territori il cui successo si basa sulla capacità attrattiva determinata da due beni sempre più preziosi: lavoro e qualità della vita.

Se la qualità dei contesti locali e degli agglomerati urbani è determinante nel generare o meno opportunità di lavoro, innovazione e sviluppo, altrettanto determinanti sono le attività economiche per la qualità del vivere urbano. Esse valorizzano le diversità tra territori e parti di città e offrono servizi ai residenti e ai turisti, apportando linfa vitale agli spazi urbani e ai territori ove sono localizzate e favorendo lo sviluppo equilibrato e plurale del sistema commerciale. Questi valori necessitano di essere tutelati, negli interessi della collettività, con regole chiare e tassazioni eque, che consentano una sana competizione ed integrazione tra vendita fisica e digitale, nonché misure di sostegno alle imprese che intendono innovare. Negozi di vicinato, pubblici esercizi, attività turistiche e servizi svolgono, nelle aree urbane, un ruolo economico e soprattutto sociale, generando relazioni di prossimità tra persone, spazi fisici ed economie locali, tanto nei centri storici che nelle periferie ove rappresentano anche un

presidio fondamentale per alleviare la tensione sociale e il diffuso senso di insicurezza e per ricucire il legame tra persone, luoghi e imprese favorendo percorsi di legalità.

Il crescente fenomeno dei negozi sfitti nelle città, ancor più evidente nei centri storici, è dovuto a cause diverse quali, ad esempio, la modifica del comportamento di acquisto, la mancata corrispondenza tra l'offerta commerciale e la mutata domanda del consumatore, problemi di vivibilità, accessibilità e declino urbano. Per contrastare tale tendenza, è necessario attuare politiche di rigenerazione urbana innovative in grado di promuovere valori comuni, in ambito sociale, culturale ed economico, e di favorire l'integrazione tra i vari livelli di governo e tra imprese, società, associazioni e anche singoli individui, creando una governance unitaria tra competenze diverse in un'ottica di multidisciplinarietà. Ne sono un esempio i Distretti urbani del commercio che si stanno dimostrando strumenti utili per la valorizzazione delle aree urbane e per gestire gli spazi commerciali vuoti, sulla base di analisi e visioni condivise per dare nuova identità e valorizzare l'attrattività della propria città, rafforzando il rapporto tra pubblico e privato, anche nella gestione comune di responsabilità e progetti.

Il processo dell'innovazione digitale genera trasformazioni profonde dei centri urbani, in relazione alle nuove forme di produzione e distribuzione, e offre innumerevoli possibilità per rendere maggiormente attrattiva e competitiva la rete di economie urbane delle nostre città. La conservazione degli usi dei centri storici e il contrasto alla riduzione del commercio al dettaglio in sede fissa e dei servizi passano anche per la capacità delle singole imprese di dotarsi di nuovi strumenti e competenze, accrescendo la necessaria integrazione tra mondo fisico e digitale per il rilancio dell'economia del Paese e la realizzazione di città smart in cui vivere meglio.

Le città sono i luoghi del futuro e ciò rappresenta una sfida per tutti coloro che vi operano. Un terziario innovativo in grado di rafforzare i settori del commercio e del turismo in un contesto urbano sempre più caratterizzato dall'economia dei servizi, consente di trasformare le città in luoghi di ideazione di nuovi prodotti e servizi e non solo di consumo. Ad esempio, cultura e turismo, se sapientemente abbinati a creatività, design e innovazione, fattori di cui la città è ricca, possono generare nuove filiere produttive in grado di creare valori non solo economici ma anche occupazionali. Idee, cultura, arte e bellezza sono un grande volano per la rinascita di luoghi antichi e, a partire dalla "riscoperta della prossimità", possono generarsi nuovi modelli di acquisto legati alla valorizzazione dei prodotti locali e all'attenzione alla storia dei luoghi e alle tradizioni.

E' importante che le città continuino a svolgere un ruolo di integrazione economica al fine di raggiungere un complessivo innalzamento della qualità della vita e del lavoro, facendo leva su istruzione, occupazione, riduzione della povertà urbana, accrescimento del senso di sicurezza, miglioramento dell'accessibilità e della mobilità a basso impatto ambientale, incremento dell'efficienza energetica del patrimonio immobiliare, maggiore integrazione tra le funzioni urbane, sviluppo di un modello di economia circolare, aumento della resilienza, riduzione del consumo di suolo, recupero e riuso delle aree e degli immobili dismessi.

Per questo Confcommercio, con l'obiettivo di accrescere la qualità urbana e generare nuove fiorenti economie in contesti sicuri e inclusivi, auspica la definizione di una strategia nazionale a favore delle città e delle economie urbane in grado di indirizzare e promuovere modalità di intervento strutturali, e non più straordinarie, che possa basarsi su un quadro normativo organico chiaro e su risorse adeguate e continuative nel tempo.

Lo strumento dovrebbe configurarsi come una nuova Agenda urbana nazionale che assuma la forma di un patto tra amministrazione centrale, autorità urbane e soggetti rilevanti per la definizione delle politiche e delle priorità. A tal fine, la previsione di un

Fondo ordinario statale per Programmi integrati di intervento consentirebbe di innescare processi di rigenerazione urbana, di medio e lungo termine.

L'impegno di Confcommercio

Confcommercio da anni opera a favore della qualità di vita nei centri urbani nella consapevolezza che un'economia florida si sviluppa solo se il contesto è adeguato e accogliente. A seguito dell'intesa sottoscritta con ANCI nell'aprile del 2015, ora in fase di aggiornamento, si sono susseguiti incontri del Laboratorio nazionale per la rigenerazione urbana, durante i quali le Associazioni territoriali e le rispettive amministrazioni comunali, coordinate dal settore Urbanistica di Confcommercio, si sono confrontate sulle progettualità in corso. Nel corso del 2018 sono stati approfonditi, con l'ausilio di esperti, i temi di innovazione, cultura, sport, turismo e riuso di spazi dismessi, quali leve di rigenerazione urbana e sono state raccolte 52 buone pratiche, 18 delle quali poi presentate a novembre alla Rassegna dell'Istituto Nazionale di Urbanistica. I report degli incontri sono disponibili sul sito confederale e i risultati saranno oggetto di una pubblicazione di prossima diffusione.

Tra le buone pratiche con cui si sono sperimentate possibili connessioni tra tradizione e innovazione, figurano le esperienze sviluppate dalle Confcommercio di Bologna, Palermo, Ragusa e Rovereto. Sul tema della regolazione urbanistica abbinata alla gestione dei servizi commerciali sono stati presentati i progetti delle Confcommercio di Bergamo, Genova, Milano e Parma. Sul tema della valorizzazione della funzione sociale delle attività commerciali, sono state illustrate le esperienze di Ancona, Arezzo, Ferrara, Torino e della Valle d'Aosta. Infine, sul tema del turismo come leva di sviluppo sociale ed economico dei territori sono stati presentati i progetti sviluppati dalle Confcommercio di Bologna, Padova, Piacenza, Nord Sardegna e Torino.

Il programma di attività per il 2019 mira a consolidare quest'esperienza, in particolare con approfondimenti legislativi che consentano di condividere un nuovo sistema di principi, strumenti e regole per rendere il commercio l'elemento urbano centrale in ragione della sua rilevanza nella gestione dello spazio pubblico, della sua capacità di dare risposta ai fenomeni di dismissione e del suo ruolo maggiormente vivificante e di inclusione sociale rispetto ad altre funzioni. Verranno comunque monitorate le esperienze raccolte nel corso del Laboratorio 2018, alcune delle quali si stanno sviluppando, generando fertili contaminazioni tra Associazioni territoriali di città diverse su temi di comune interesse.