



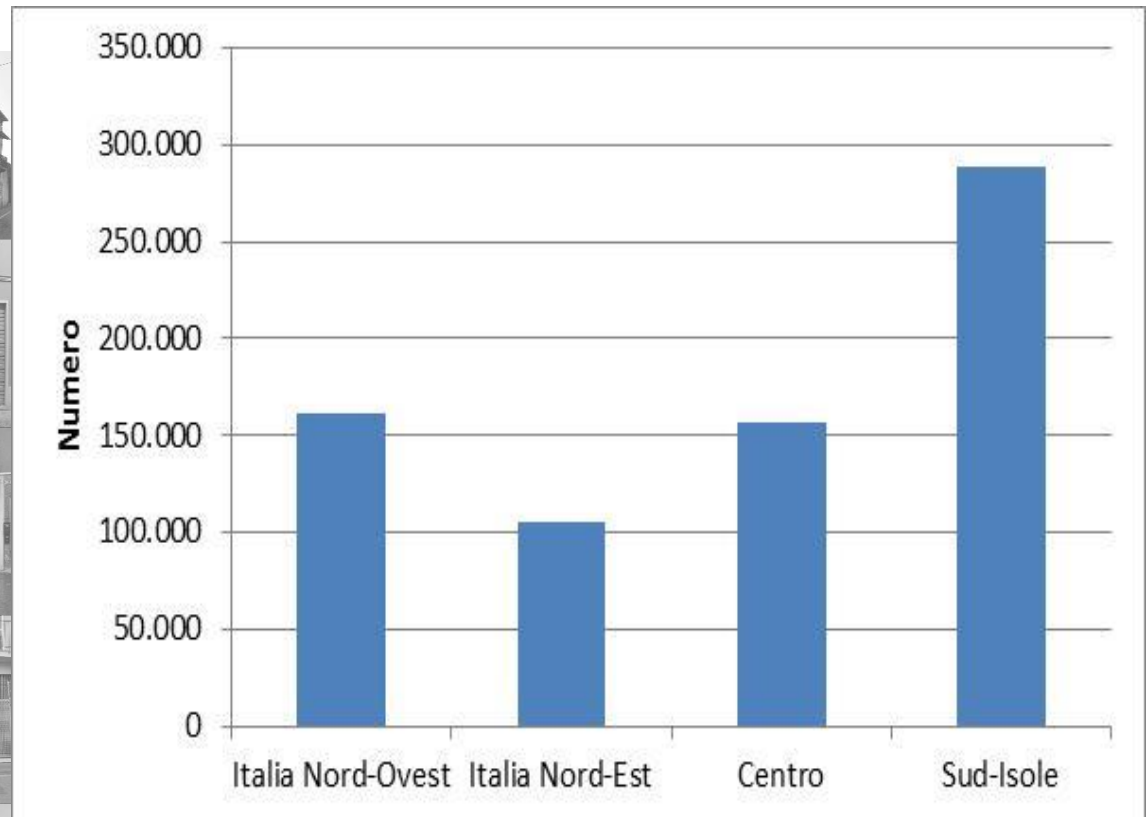
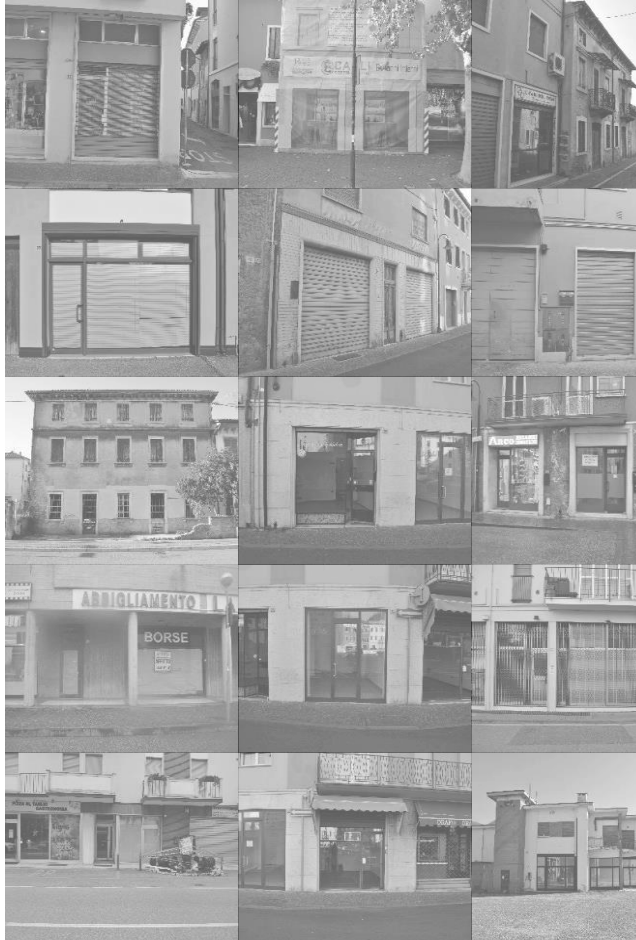
Luca Zanderighi

Professore di Marketing
Università degli Studi di Milano

**“Spazi vuoti e marketing urbano:
un problema di visione e di *governance*”**



Spazi vuoti commerciali: una stima del fenomeno in Italia



Fonte: Tamini e Zanderighi (2017)



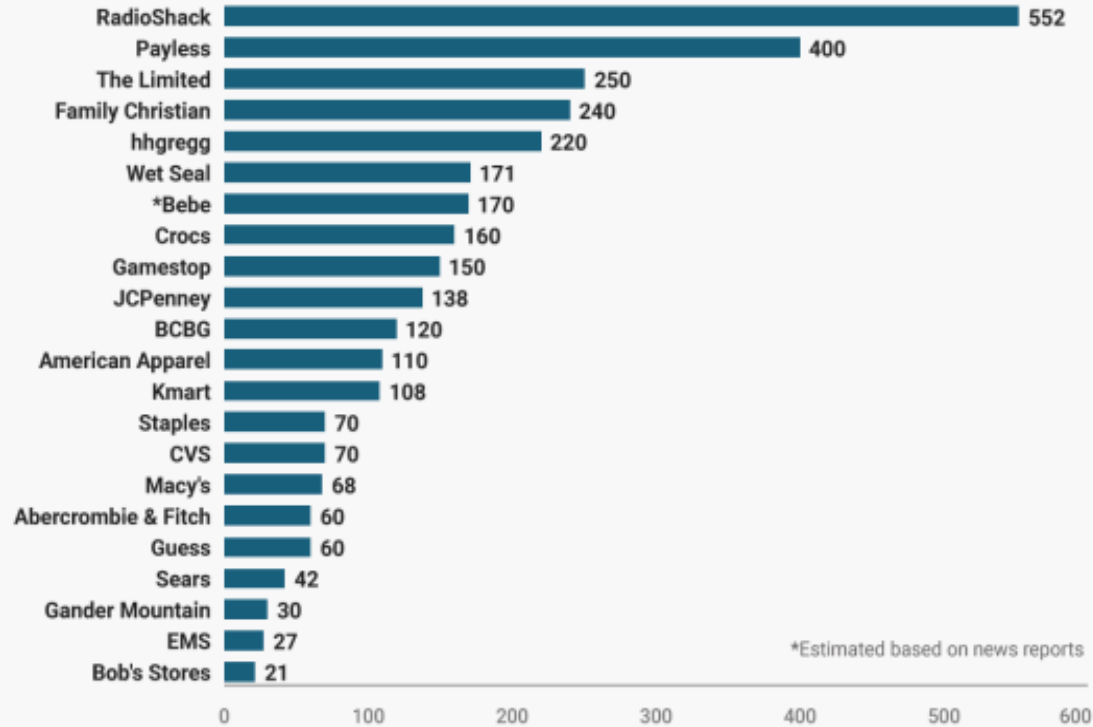


RETAIL APOCALYPSE

20 BIG RETAILERS CLOSING STORES IN 2017



NUMBER OF RETAIL STORES CLOSING IN EARLY 2017



SOURCE: Company data

BUSINESS INSIDER



Le principali cause dell'obsolescenza localizzativa



Spazi vuoti e rigenerazione urbana: alcune esperienze internazionali

- Difficile evidenziare «specificità nazionali» come *driver* delle diverse esperienze di rigenerazione
 - **Germania**: capacità di coinvolgimento della proprietà immobiliare
 - **Regno Unito**: centralità del soggetto privato
 - **Francia**: impegno dell'attore pubblico



Regno Unito: Liverpool One



About Liverpool One

Covering 42 acres at the heart of the city, Liverpool One is a unique £1 billion development including over 30 individually designed buildings in several distinct districts. Built around the existing streets of Liverpool each district has a different character, offer and design.

Liverpool One comprises:

Total space

2.5 million square feet (234 000 square metres)

Retail

1.4 million square feet (130 000 square metres)

175 retail units

Leisure

230 000 square feet (21 500 square metres) of restaurants, cafés and bars

A 14-screen Odeon multiplex cinema

Offices

35 000 square feet (3 250 square metres)

Residential

Over 500 new apartments

Car parking

3 000 spaces

Open space (park)

5.5 acres (2.2 ha)

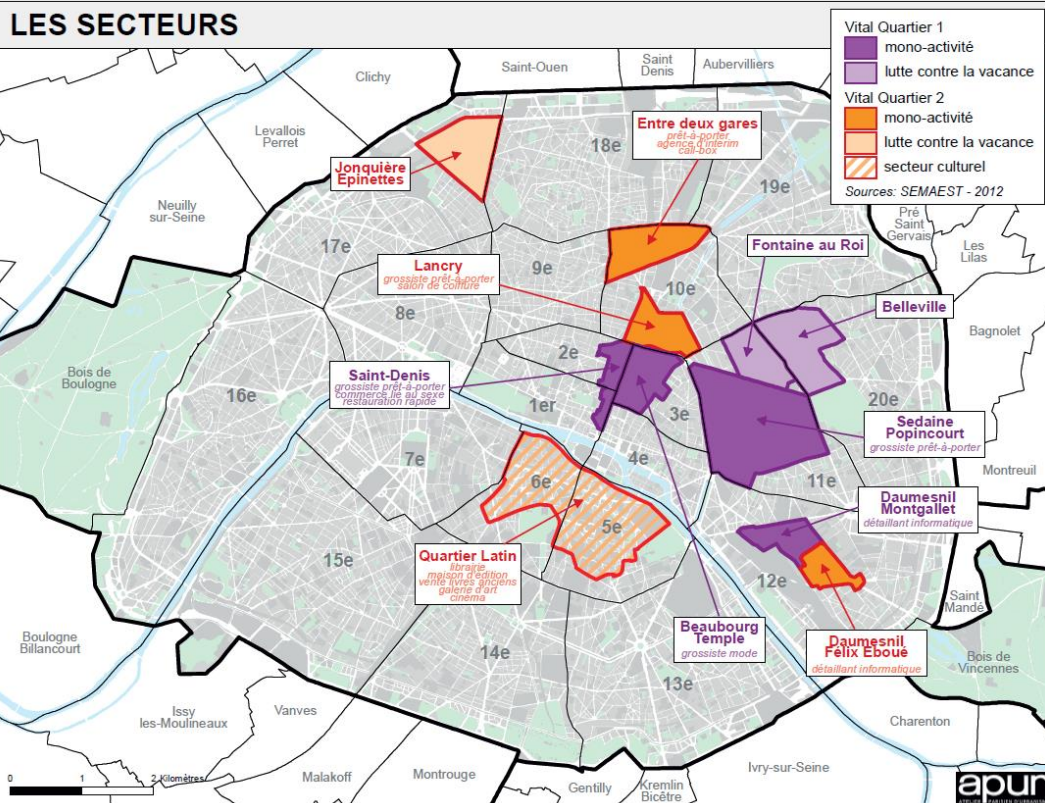
Other

Two hotels (270 rooms and 107 rooms)

A new public transport interchange



Francia: il piano Vital'Quartier



- Il Piano prevede i seguenti obiettivi:
 - Rivalutare i negozi sfitti e riqualificare le aree urbane
 - Incrementare la sicurezza delle zone urbane
 - Promuovere e/o salvaguardare particolari tipologie di commercio (culturale, piccoli artigiani,...)
 - Creare un ambiente di «villaggi urbani» nel quale rinforzare i legami di vicinato e fornire servizi agli abitanti



Spazi vuoti e rigenerazione urbana: alcune esperienze italiane



**POP UP
SPAZI+IDEE=PROCESSI**
PRATICHE DI RIUSO DEGLI
SPAZI PER COSTRUIRE
NUOVE FORME DI
GOVERNANCE DELLE CITTÀ



- Fare Centro (*Forlì*)
- Brescia Open (*Brescia*)
- Pop Up Lab (*Toscana*)
- Sfitto a Rendere (*Mantova*)
- Progetto Sto@ (*Bergamo*)



Rigenerazione urbana e cambiamento: un approccio di marketing



Linee guida per lo sviluppo per lo sviluppo di nuove politiche di marketing locale e rigenerazione urbana

➤ **La necessità di interventi integrati e di una *governance* unitaria**

- Ruolo delle iniziative di gestione coordinata (es. Distretti del commercio) per contrastare il fenomeno degli spazi sfitti e di politiche pubbliche innovative nel recuperare aree e/o edifici dismessi a uso commerciale

➤ **Indirizzi per una nuova "urbanistica commerciale"**

- Politiche "di visione" che tengano conto dei cambiamenti in atto nel commercio e delle nuove esigenze degli operatori e che prevedano flessibilità al servizio di nuovi futuri utilizzi a favore della comunità (es. premialità localizzative)



TOOLS DI PROGETTO software



a

ACCORDI CON LE PROPRIETA' DEGLI SPAZI SFITTI

Definizione condivisa di canoni locativi calmierati e agevolati, comodatari d'uso gratuiti, ...

b

AGEVOLAZIONI SULLA FISCALITA' LOCALE PER NUOVE IMPRESE

Azioni sulla fiscalità locale per incentivare nuove imprese commerciali e artigianali e nuovi produzioni culturali e creative (riduzione della tassazione Tari, plateatici, imposta sulla pubblicità, cambi di destinazione d'uso ai piani terra non onerosi)

c

INCENTIVI A FONDO PERDUTO PER GLI INTERVENTI DI RECUPERO DI SPAZI DISMESSI

Attivazione di fondi pubblici per incentivare interventi di rigenerazione urbana

d

WORKSHOP ED INCONTRI DI FORMAZIONE CON GLI IMPRENDITORI LOCALI

Attività di formazione e aggiornamento professionale per gli imprenditori al fine di rafforzare la conoscenza delle dinamiche e degli scenari evolutivi dei servizi commerciali e delle nuove economie urbane

e

EVENTI E ANIMAZIONE

Attività di promozione e animazione coinvolgendo il bacino di utenti locale ed extralocale



f

PARTNERSHIP CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Partnership attiva con le associazioni di categoria (commercio, turismo, servizi), finalizzato alla costruzione di un modello inclusivo di governance locale

g

BANDI PUBBLICI DI SOSTEGNO ECONOMICO PER NUOVE IMPRESE

Incentivi pubblici per nuove aperture di servizi commerciali e attività artigianali negli spazi sfitti, all'interno del tessuto urbano

h

DISINCENTIVI SUI LOCALI SFITTI

Incremento della tassazione sugli spazi sfitti, finalizzato a ridurre potenzialmente i tempi di dismissione dell'unità immobiliare

i

FORMULAZIONE DI CONTRATTI "TIPO"

Redazione di contratti finalizzati e facilitare l'assorbimento del mercato degli spazi sfitti e i rapporti, anche temporanei, tra locatario e conduttore

l

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER LOCALI

Coinvolgimento dei vari portatori di interessi nelle progettualità individuate



m

SENSIBILIZZAZIONE SUL TEMA DEL RIUSO DEGLI SPAZI SFITTI

Attività di sensibilizzazione sulle opportunità e criticità delle politiche di riuso e di rigenerazione urbana

n

AGEVOLAZIONI E CONVENZIONI CON I GESTORI DEI PARCHEGGI AD USO PUBBLICO

Attivazione di convenzioni con i soggetti gestori dei parcheggi privati ad uso pubblico per la localizzazione e dotazione di sosta per nuove attività commerciali localizzate nel centro storico pedonalizzato e/o ZTL



o

CABINA DI REGIA

Costituzione di un tavolo di lavoro tra soggetto pubblico e la pluralità di operatori privati per garantire progettualità condivise finalizzate al riuso e alla rigenerazione urbana



TOOLS DI PROGETTO hardware

1

RIUSO TEMPORANEO

Nuove aperture temporanee per periodi variabili (1-3 giorni, 29 giorni e 4-6 mesi)

2

NUOVE FORME DI COMMERCIO DI PROSSIMITA'

Indirizzi progettuali e linee guida per l'attivazione di nuovi servizi commerciali di presidio della prossimità residenziale, utilizzando le opportunità generate da eventuali bandi regionali dedicati



3

PRODUZIONE CULTURALI E CREATIVE

Spazi legati al mercato delle produzioni culturali e creative, laboratori tecnologici e artigianali, co-working

4

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA COME ATTRATTORI DEL CENTRO STORICO E DEL TESSUTO URBANO

Indirizzi urbanistici per l'insediamento di nuove medie strutture commerciali in spazi e contenitori urbani sfitti in un'ottica di riqualificazione del contesto e di diversificazione e complementarietà di offerta

5

ACCORPAMENTO DI SUPERFICIE DI PIU' UNITA' SFITTE AI PIANI TERRA IN CONTIGUITA' SPAZIALE

Interventi edilizi di accorpamento, finalizzati all'incremento di superficie e di capacità attrattiva



6

MANUTENZIONE ORDINARIA E STRAORDINARIA DEGLI EDIFICI

Interventi sul patrimonio edilizio finalizzati al miglioramento del contesto architettonico del tessuto urbano

7

TRATTAMENTO DELLE VETRINE DEGLI SPAZI SFITTI

Interventi di illuminazione, copertura e oscuramento, tali da rispettare il decoro estetico dell'edificio in conformità con il Regolamento edilizio



8

ARREDO URBANO

Interventi di miglioramento della qualità, della percezione e della vivibilità degli spazi pubblici del tessuto urbano



9

PEDONALIZZAZIONE

Progressive misure di pedonalizzazione di assi commerciali e spazi pubblici per incentivare i flussi pedonali e ciclabili

10

DOTAZIONI DI PARCHEGGI DEI SERVIZI COMMERCIALI

Sperimentazioni riguardanti la riduzione della dotazione di parcheggi per i servizi commerciali localizzati all'interno del centro storico pedonalizzato e/o ZTL, a fronte di una valorizzazione del trasporto pubblico locale e dello sviluppo della distrettezza urbana

11

INTERVENTI DI RALLENTAMENTO DEI FLUSSI PEDONALI E CICLISTICI

Azioni di rallentamento dei flussi pedonali e ciclistici veloci, finalizzate a una maggiore visibilità e fruizione delle attività economiche urbane

12

INTERCETTAZIONE E PERMEABILITA' DEI FLUSSI

Intercettazione dei flussi di maggiore intensità verso le potenziali centralità esito del processo di rigenerazione urbana



13

MOBILITA' SOSTENIBILE

Interventi per la valorizzazione della mobilità urbana attraverso l'introduzione di zone a traffico limitato (permanenti/temporanei e ZTL merci) in sinergia con politiche relative alla ciclabilità urbana e turistica

14

DIVERSIFICAZIONE E COMPLEMENTARIETA' DELL'OFFERTA

Interventi finalizzati alla complementarietà e diversificazione del mix merceologico del tessuto urbano

Foto: Tomer Tomer Zaidan

Dismissioni
commerciali e
resilienza
Nuovo pubblico
di rigenerazione urbana



Immagine: Architetto: Stefano



