

Il rapporto città commercio

Fornire ai sindaci strumenti di governo che consentano di preservare e valorizzare, soprattutto nei centri storici, quella fitta rete di valori intangibili, legati alle tradizioni, agli usi e ai costumi, che certe attività commerciali certamente non garantiscono, per le esternalità negative che producono, corrisponde all'obiettivo di farsi che le città e i centri storici tornino a essere il luogo per eccellenza delle attività commerciali e turistiche offrendo al contempo la garanzia del mantenimento di una migliore qualità della vita anche per i residenti. Così operando non viene certamente ingessato lo sviluppo commerciale né manomessa la libertà di impresa, che sono valori imprescindibili anche per i pubblici esercizi, ma si cerca di recuperare e salvaguardare i simboli e i valori su cui si fonda l'identità e l'attrattività dei luoghi, che per noi che viviamo anche di turismo, hanno una fortissima valenza economica, perché sono i brand dei territori che generano sana economia. Nessuno oggi può, purtroppo, negare l'esistenza di fenomeni negativi come la delocalizzazione delle attività commerciali e l'abusivismo che determinano un impoverimento del tessuto urbano e sociale. Ecco perché non condividiamo l'opinione del presidente di Federdistribuzione Giovanni Cobolli Gigli con la sua lettera pubblicata recentemente su questo giornale, quando si dice contrario ai divieti che frenerebbero i centri storici attribuendo ai comuni nuove facoltà nello sviluppo commerciale delle città. Quello che invece noi affermiamo, ed è un dato di fatto, è che oltre all'incapacità del mercato di autoregolamentarsi, abbiamo davanti anche lo sconcertante scenario di molti centri storici diventati una informe poltiglia turistico-commerciale senza identità e orientata ad uno sconsolante sfruttamento affaristico. Tutto questo rischia di cancellare il nostro passato e compromettere la bellezza dei luoghi. Occorre allora ripensare il rapporto tra città e commercio e questo non significa, certo, reintrodurre forme di burocrazia che appartengono oramai al passato, ma riconoscere la necessità di nuovi strumenti di governo del territorio.

Lino Enrico Stoppani, Presidente Fipe-Confcommercio

Tratto da Il Sole "24 Ore