



“Rigenerazione urbana, leva del rilancio socio-economico di città e territori”



Confcommercio è intervenuta a Torino alla rassegna “Urbanpromo” ribadendo l’impegno a favore delle città e in difesa del ruolo strategico al loro interno svolto dal terziario di mercato.

Il 14 e 15 novembre scorsi a Torino Confcommercio è intervenuta a “Urbanpromo” sul tema della rigenerazione urbana come leva del rilancio socio-economico di città e territori. La partecipazione alla rassegna annuale, organizzata da Urbit per l’Istituto di Nazionale Urbanistica, conferma l’impegno della Confederazione sul tema, in particolare a favore delle città, dato il ruolo strategico in tale ambito del terziario di mercato. Appuntamento principale il convegno “Rigenerazione urbana, leva del rilancio socio-economico di città e territori”, aperto dai saluti di Maria Luisa Coppa, presidente di Confcommercio Piemonte; di Vittoria Poggio, assessore regionale alla Cultura, Turismo e Commercio; di Eugenio Gambetta, vicepresidente di Anci Piemonte; di Michele Talia e Stefano Stanghellini, rispettivamente presidenti di Inu e Urbit. Dopo l’avvio dei lavori ad opera di Iginio Rossi, responsabile dei Progetti Speciali Urbit, che da tempo segue il lavoro di Confcommercio sui temi della città, Roberta Capuis, responsabile del Settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana di Confcommercio, ha ripercorso le tappe del lavoro svolto nel 2019, che ha proseguito quanto fatto nell’anno precedente a livello di promozione di scambi di progetti tra città e territori e di ricerca di nuove opportunità a livello nazionale ed europeo. Capuis ha poi introdotto il programma, che prevedeva l’approfondimento di tre distinti approcci legislativi regionali e l’analisi dell’impatto delle norme sulle città.

La prima sessione di lavoro, dedicata a “Urbanistica e commercio nelle leggi regionali: casi a confronto” e coordinata da Luca Tamini, professore di Urbanistica del Politecnico di Milano, ha consentito ai tanti rappresentanti di amministrazioni regionali e locali presenti di conoscere i lavori svolti in sintonia tra Associazioni regionali e strutture tecniche regionali. Lavori che, come affermato dallo stesso Tamini, hanno permesso di ottenere risultati concreti per l’integrazione delle politiche urbane con quelle commerciali. Relatori della sessione i direttori generali delle Regioni Lombardia, Emilia Romagna e Veneto, affiancati dai rappresentanti delle rispettive Confcommercio regionali. Paolo Mora, direttore Generale Sviluppo Economico di Regione Lombardia, ha sottolineato come “fare politiche regionali per il commercio oggi significhi fare politiche integrate rimettendo al centro le attività economiche del tessuto urbano”. A seguire Giovanna Mavellia,

segretario generale di Confcommercio Lombardia, ha messo in evidenza l'importanza del ruolo dei Distretti urbani del commercio nella legge regionale di recente approvazione. Paolo Ferrecchi, direttore generale Cura del Territorio e dell'Ambiente della Regione Emilia Romagna, ha quindi evidenziato l'intenzione dell'ente locale di intensificare, nella programmazione 2021-2027, l'entità delle risorse da mettere a disposizione dei territori per favorire ulteriormente i processi di rigenerazione urbana. Affermazione a proposito della quale Pietro Fantini, direttore Confcommercio Emilia Romagna, ha rimarcato l'importanza del lavoro che la Confederazione regionale sta portando avanti con la Regione nell'attuale fase di revisione della legge di settore sul commercio, che ha tra gli obiettivi primari quello di intercettare il fabbisogno di innovazione delle imprese all'interno dei contesti urbani. Giorgia Vidotti, direttore generale Industria, Artigianato, Commercio e Servizi della Regione Veneto, ha poi spiegato come anche la legge regionale veneta rappresenti una sfida culturale nella misura in cui si ripropone di rivedere la disciplina del commercio nell'ottica dell'integrazione tra politiche di sviluppo territoriale e politiche commerciali. Come ricordato anche da Eugenio Gattolin, segretario generale di Confcommercio Veneto, che ha sottolineato da parte sua come il tema dello sviluppo economico oggi coinvolga molteplici e differenti aspetti.

La seconda sessione, dal titolo "Misurare l'impatto delle politiche urbane sul sistema economico", è stata aperta da Andrea Granelli, presidente della società di innovazione Kanso, che ha parlato di una sfida per il futuro: tendere ad una maggiore integrazione tra dato digitale e pianificazione urbanistica. "I big data devono diventare informazioni e conoscenza - ha affermato Granelli - per permettere di capire i fenomeni urbani e aiutare a prevedere la città del futuro e i bisogni dei nuovi cittadini, anche attraverso nuove competenze e nuove figure professionali che sappiano assumere decisioni a partire dalla lettura dei dati". Il direttore di Confcommercio Parma, Claudio Franchini, ha quindi sottolineato l'importanza dei dati per fare sindacato in modo diverso e rapportarsi con l'Amministrazione comunale in modo informato. E' il motivo per cui Confcommercio Parma ha deciso di potenziare il proprio Ufficio studi, perché "solo attraverso la misurazione di dati reali è possibile definire progetti sostenibili e delineare nuove strategie urbane e imprenditoriali". Il segretario generale della Camera di Commercio di Genova, Maurizio Caviglia, ha poi sottolineato l'importanza di fare sistema con le imprese e con le scuole per sperimentare nuove tecnologie di monitoraggio dati e creare nuove figure professionali, con competenze trasversali, in grado di leggere i flussi di dati. Le conclusioni sono state affidate al vicepresidente Inu, Andrea Arcidiacono, che ha evidenziato tre parole chiave dell'incontro: integrazione, tra urbanistica e commercio ma anche tra i diversi saperi; sperimentazione e innovazione, per cambiare i paradigmi e i modelli della tradizione urbanistica e il modo di affrontare la realtà e di svolgere l'attività imprenditoriale; implementazione delle competenze, sapendo gestire e leggere un'ampia base di dati e informazioni per affrontare al meglio le sfide della rigenerazione urbana.

Gli scambi di esperienze sono proseguiti il giorno successivo, in forma ristretta, in un confronto tra Simon Glinvad Nielsen, partner e cofondatore del think-tank danese LivingCities, e i rappresentanti delle Confcommercio delle città di Bergamo, Genova e Parma per la diffusione di prime buone pratiche in Europa.

18 Novembre

La città del futuro si ridisegna con il commercio

16 Novembre 2019 | Scritto da Oscar Fusini

Non esiste rigenerazione urbana senza commercio. Il concetto emerge chiaramente dall'edizione 2019 di Urbanpromo progetti per il paese -, la tre giorni di lavori conclusasi venerdì 15 novembre a Torino, nello splendido recupero edilizio dell'ex fabbrica dismessa del centro Nuvola Lavazza.

Il commercio è servizio, integrazione tra funzioni, e congiunzione di relazione sociale tra le diverse componenti che compongono il mix equilibrato del processo di recupero di un area in difficoltà. Che il commercio sia vitale noi lo sosteniamo da decenni, solo che prima eravamo i soli. Oggi questo pensiero è condiviso con ANCI, l'associazione dei Comuni e INU, l'Istituto Nazionale di Urbanistica che hanno incentrato l'edizione torinese di Urban Promo su rigenerazione e social housing.

La programmazione commerciale e urbanistica sono sempre stati complementari eppure fino a qualche anno fa erano mantenute separate, forse perché l'urbanistica produceva gettito mentre il commercio impiegava risorse. Oggi commercio e urbanistica devono viaggiare a braccetto. D'altronde il tema della rivitalizzazione è centrale nelle politiche sociali, ambientali e di sostenibilità che oggi riempiono le agende delle pubbliche amministrazioni. Il commercio è determinante per queste scelte e per raggiungere questi obiettivi.

Le normative di Regione Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna, oggetto di comparazione nella sessione della Rigenerazione urbana della manifestazione, confermano alcune direttrici comuni a cui si allineerà a breve anche la Regione Piemonte. Il primo passo comune è la riduzione del consumo di suolo, con l'esempio più pregnante di azzerarlo, con il "tasso zero" nel 2050 di Regione Emilia Romagna. Se la tendenza generale è lo spostamento degli attrattori nei centri urbani con l'appesantimento degli oneri per le medie e grandi superfici esterne, ad essere più rigida tra le Regioni è il Veneto.

Aldilà delle pieghe delle norme, quello che appare a tutti evidente è che la rigenerazione sarà in futuro più difficile di prima. Perché l'assioma secondo cui la rigenerazione coincide con l'apertura di nuovo grande ipermercato non esiste fortunatamente più. Forse anche per le normative più rigide, come quella di Regione Lombardia per le grandi superfici di vendita, ma soprattutto per il venir meno degli investitori. Il commercio elettronico è ora lo spauracchio per nuovi grandi progetti basati solo sul commercio.

Mancano quindi nuovi modelli di coinvolgimento degli imprenditori privati. Regione e Comuni non potranno più limitarsi a dare le opportune autorizzazioni e delegare all'investitore privato la regia dell'intera operazione. Dovranno invece essere attivi nella costruzione e nella gestione di nuovi partenariati.

Quale sarà il ruolo dei piccoli e medi imprenditori del terziario? Anche per loro la sfida sarà cruciale. Serviranno visione, capacità di investimento, innovazione per partecipare da protagonisti. Serviranno maggiore collaborazione tra operatori e quindi un deciso cambio culturale.

<https://www.larassegna.it/2019/11/16/la-sfida-per-la-rigenerazione-delle-citta-ha-bisogno-del-commercio/>



“Rigenerazione urbana, leva del rilancio socio-economico di città e territori”



Domani a Torino convegno Confcommercio nell'ambito di Urbanpromo-Progetti per il Paese, l'annuale rassegna nazionale di riferimento per i temi della rigenerazione urbana e del marketing territoriale.

Confcommercio-Imprese per l'Italia anche quest'anno partecipa a Urbanpromo-Progetti per il Paese, l'annuale rassegna nazionale di riferimento per i temi della rigenerazione urbana e del marketing territoriale, organizzata dall'Istituto Nazionale Urbanistica (INU). Giovedì 14 novembre, dalle ore 14, negli spazi della Centrale Nuvola Lavazza di Torino, si terrà il convegno “Rigenerazione urbana, leva del rilancio socio-economico di città e territori”. L'incontro prevede una prima sessione in cui si approfondirà il rapporto tra commercio e rigenerazione urbana in tre leggi regionali “di nuova generazione”: i casi saranno illustrati da rappresentanti delle Regioni Emilia Romagna, Lombardia e Veneto che, insieme ai rappresentanti delle rispettive Confcommercio regionali, ne analizzeranno l'efficacia in relazione al pluralismo distributivo e al rafforzamento della vitalità urbana, per il buon funzionamento della rete imprenditoriale e il contrasto al fenomeno delle dismissioni commerciali. Successivamente, nella seconda sessione, si indagheranno i diversi approcci su come le città possono e devono attrezzarsi per leggere con immediatezza i cambiamenti in atto e monitorare gli impatti delle norme. I temi delle due sessioni sono legati in una logica circolare: la misurazione dell'impatto delle politiche consente di verificare l'adequazione dei provvedimenti normativi e di definirne eventuali correttivi nel tempo.

Prendersi cura delle città e dei territori attraverso una solida alleanza tra pubblico e privato, in linea con il rinnovato accordo Anci-Confcommercio per la rigenerazione urbana, per “far ripartire l'economia”, conoscendo il presente per andare incontro al futuro facendo buon uso dell'innovazione: questo in sintesi l'impegno di Confcommercio ad Urbanpromo 2019 per la rigenerazione urbana.

13 Novembre

<https://www.confcommercio.it/-/rigenerazione-urbana-leva-del-rilancio-socio-economico-di-citt%C3%A0-e-territori->

Urbanpromo 2019

Rigenerazione urbana, leva del rilancio socioeconomico di città e territori

Torino, 14 novembre 2019

31 ottobre 2019 by URB&COM

Giovedì 14 novembre 2019 | ore 14,00-18,30

Nuvola Lavazza | Sala Conferenza 2 | ingresso da via Bologna | Torino

Iniziativa di studio all'interno di Urbanpromo-Progetti per il Paese, la rassegna annuale nazionale di riferimento per i temi della rigenerazione urbana e del marketing territoriale, organizzata dall'Istituto Nazionale Urbanistica (INU). L'incontro è suddiviso in due distinte sessioni di lavoro: nella prima vengono indagate le esperienze normative regionali in atto che, in linea con i principi europei, tendono a garantire il pluralismo distributivo al fine di rafforzare la vitalità urbana, di assicurare il buon funzionamento della rete imprenditoriale e di arginare il fenomeno delle dismissioni commerciali. Nella seconda sessione di lavoro viene illustrato come i big data e i flussi di dati consentano di misurare il reale impatto delle politiche urbane sul sistema economico. I temi delle due sessioni sono legati in una logica circolare: la misurazione dell'impatto delle politiche consente di verificare l'adeguatezza dei provvedimenti normativi e di definirne eventuali correttivi nel tempo.

<http://www.urbecom.polimi.it/urbanpromo2019/>