



PER UNA CITTÀ SOSTENIBILE

Sinistra Ecologia Libertà e Base Democratica proseguono nel proporre soluzioni e progetti da condividere con i cittadini per il "buon governo" di Peschiera Borromeo.

Analisi e proposte per il commercio

Mauro Reginella

Peschiera Borromeo è un Comune costituito da numerose frazioni e ognuna di queste ha sempre avuto, più o meno sviluppata, una sua realtà commerciale: questo forse è il motivo per il quale in questo Comune non esiste e non si è mai pensato a un vero e proprio centro commerciale urbano.

Negli anni recenti il proliferare di grandi strutture distributive, la loro influenza sulle abitudini di spesa dei cittadini, oltre alla crisi economica mai così profonda come in questi ultimi tempi, stanno mettendo sempre più in crisi la rete di commercio tradizionale. Nei mesi scorsi già alcune di queste realtà hanno cessato, dopo molti anni, la loro attività, e altre stanno pensando di farlo.

In una città sostenibile la presenza delle piccole attività di commercio, ma mi piace di più definirle **negozi di vicinato, è fondamentale per la qualità della vita dei residenti**, poiché essi costituiscono un servizio garantito da decenni di esperienza, da professionalità, da eccellenti rapporti umani e, fatto raro e oggi prezioso, dalla possibilità di **acquistare soltanto quello che veramente serve**. Ma non solo: mantengono viva la città evitando il degrado sociale ed economico.

Per degrado sociale intendo la crescita della micro criminalità, l'assenza di aree di

aggregazione con il conseguente abbandono degli spazi e l'aumento dell'incuria.

Mentre per degrado economico intendo il progressivo svuotamento residenziale, la svalutazione degli immobili e lo scarso interesse da parte di imprenditori nell'investire per lo sviluppo e la crescita della città.

Negli ultimi anni, al di là di qualche evento sporadico, non ho visto un'attenzione da parte dell'amministrazione comunale volta a garantire, anche per il futuro, un così importante servizio per i cittadini. Non sono stati affrontati temi come l'integrazione tra pianificazione urbanistica e programmazione commerciale, non c'è stata alcuna promozione di progetti integrati per affrontare la complessità dei problemi di natura sociale, ambientale ed economica, presenti nelle aree urbane. Non si è favorito l'avvio di una nuova cultura in cui **la qualità delle aree urbane rappresenti un irrinunciabile patrimonio di tutti** e costituisca uno dei perni essenziali attorno a cui far ruotare lo sviluppo delle componenti economiche e sociali.

Concludo con una citazione dal *Costituto Senese* del 1309:

Chi governa deve avere a cuore **"massimamente la bellezza della città, per cagione di diletto e allegrezza ai forestieri, per onore, prosperità e accrescimento della città e dei cittadini"**. □



NEGOZIO CHIUSO
IN VIA LIBERAZIONE.

IL RUOLO DEL COMMERCIO

- La **funzione di integrazione sociale** svolta dal commercio potrebbe rivestire in futuro un'importanza ancora maggiore in seguito al progressivo invecchiamento della popolazione.
- Il mantenimento del commercio, in ambienti urbani o rurali, **inibisce i fenomeni di desertificazione urbana e sociale**.
- I sistemi commerciali delle aree urbane hanno un elevato significato sociale, in quanto veri e propri **luoghi di riferimento per intere comunità**.
- I sistemi commerciali urbani potrebbero operare con **regole e metodologie analoghe a quelle utilizzate dai centri commerciali pianificati**.

LE PROPOSTE

Gli operatori commerciali devono abbandonare le logiche operative individuali e predisporre a operare mediante il ricorso a **nuovi strumenti** e, soprattutto, con una **nuova cultura imprenditoriale**, una cultura di marketing specializzato, da cui dipende gran parte dell'efficacia operativa di un'attività commerciale.

NUOVE MODALITÀ OPERATIVE

Definire la programmazione commerciale con l'obiettivo di:

- pensare al futuro;
- decidere in modo integrato;
- coordinare le diverse attività commerciali;
- aumentare la razionalità dei comportamenti.

Definire, una volta stabiliti gli obiettivi, linee di azione e strategie per promuovere lo sviluppo economico. In particolare:

- creare un'aggregazione con tutte le attività di commercio di vicinato;
- promuovere prodotti e servizi;
- mostrare le proprie competenze;
- costruire relazioni durature;
- organizzare e promuovere iniziative comuni;
- fare digital PR (Pubbliche Relazioni via web);
- monitorare la propria visibilità.

