



Verso le primarie del centrosinistra

Negozi e mercato, come misurarsi con la "crisi"

I quesiti di tre "addetti ai lavori": Parietti, Arzani e Messori

(parab) - È il commercio a finire sotto i riflettori in questa terza tranche di domande poste ai candidati alle primarie grazie ai quesiti dei presidenti di Unione Commercianti Alfredo Parietti e di Confesercenti

Fausto Arzani e del portavoce del Comitato Nuove Prospettive Mercatali Marco Messori.

Nell'occhio del ciclone finisce così la dislocazione del mercato cittadino, oggetto in questi anni di cambiamenti

non sempre apprezzati da tutti: l'ultimo fa discutere Messori che chiede ai candidati di esprimersi sulla funzionalità del mercato così disposto e sulla sua sicurezza, lasciando anche lo spazio per qualche possibile

proposta di cambiamento. Pone un quesito sul destino del centro storico di Piacenza anche Parietti, che si focalizza inoltre su altri due aspetti: da una parte la sorte del cosiddetto "commercio di vicinato" chia-

mato sempre di più a confrontarsi con la grande distribuzione e a trovare nuove soluzioni per fronteggiare la crisi; dall'altra lo sviluppo del turismo che merita di trovare nuove strade e metodologie per concretiz-

zarsi in una politica che valorizzi la città. Allarga il campo Arzani che, oltre a interrogarsi sulle conoscenze commerciali dei candidati, domanda le strategie da attuare per rivitalizzare il commercio tutto e farlo uscire

Tre domande per un candidato sindaco

* in ordine alfabetico



ALFREDO PARIETTI
(PRESIDENTE UNIONE COMMERCIANTI)

» Quali idee di intervento si hanno per rivitalizzare commercio di vicinato, centro storico e sviluppo del turismo?



FAUSTO ARZANI
(PRESIDENTE CONFESERCENTI)

» Quanto conosce del mondo del commercio e delle sue debolezze, oltre che delle strategie da attuare in questa situazione?



MARCO MESSORI
(COMITATO NUOVE PROSPETTIVE MERCATALI)

» Il mercato così disposto è funzionale e a norma o andrebbe ripensato sotto qualche aspetto?



FRANCESCO CACCIATORE

» Il centro deve tornare ad essere di tutti e occorre coniugare le necessità dei cittadini che vi abitano, di quelli che chiedono di poterlo raggiungere agevolmente e di quelli che vi lavorano. Riportare il trasporto pubblico a basso impatto ambientale in Piazza Cavalli e un piano di sgravio degli oneri per il recupero immobili, in modo da favorire la residenza, potrebbero essere d'aiuto. Sul turismo credo ci sia da ragionare per costituzione e promozione di poli, ossia l'individuazione di zone tematiche d'interesse che offrano percorsi chiari e fruibili. Il commercio di vicinato, oltre ad un servizio diffuso, rappresenta un patrimonio da sostenere.

» Direi che ho sempre cercato di seguire l'evolversi del commercio. Purtroppo, prendo atto che in questi ultimi anni si è vissuto un clima di eccessiva contrapposizione tra esercenti e amministrazione. E la cosa non ha certo giovato né agli operatori né alla nostra città, soprattutto in tempi difficili come questi. Credo quindi prioritario riaprire un canale di confronto costruttivo, perché solo da approcci e ragionamenti condivisi si possono elaborare strategie e soluzioni utili sia ai commercianti, sia ai piacentini. Nel mio piccolo, è una strada che ho già intrapreso.

» Tutto è perfezionabile, ma personalmente mi sono speso per la permanenza del mercato in centro perché credo che la presenza dei banchi nel cuore della città sia qualificante per gli operatori e per la città. Se ritengo positiva la soluzione adottata, credo anche che si possa migliorare l'organizzazione del mercato, sia in termini di servizi per gli operatori, sia per gli utenti. L'obiettivo è comune: un mercato vivo e ben organizzato, un obiettivo che deve essere centrato attraverso il dialogo e scelte il più possibile condivise.



GIANNI D'AMO

» Il Comune deve superare la logica degli assessorati diversi, coordinando cultura, marketing territoriale, politiche giovanili ed economiche. L'uso permanente del patrimonio artistico-culturale del centro (a cominciare da Piazza Cavalli e Palazzo Gotico, assolutamente sottoutilizzati) può creare nuova imprenditorialità giovanile e femminile e favorire commercianti e artigiani: ristoranti, gastronomie, enoteche, laboratori artigiani devono affiancarsi ai negozi di abbigliamento e riprendere il sopravvento su assicurazioni e banche. È sempre più evidente che il commercio di vicinato assolve una funzione non solo economica, ma di coesione sociale.

» Dalla mia esperienza amministrativa emerge che i commercianti incontrano due problemi, in centro e non: affitti alti e difficoltà nel reperire finanziamenti. L'Ente pubblico deve intervenire in entrambe le direzioni, facilitando l'incontro tra i diversi attori economici. Quanto attivato in questa direzione anche a Piacenza (Progetto Fiducia, rivolto ai giovani; Cooperativa di Garanzia fra commercianti ecc.) ha dato buoni risultati, nonostante la grave crisi economica e finanziaria. Credo poi che, fatta salva l'autonomia d'impresa, il Comune debba assumersi con convinzione un ruolo di coordinamento che in questo settore può risultare decisivo.

» Il mercato in centro è a mio parere costitutivo delle città storiche, italiane ed europee. Ciò vale per Piacenza come per molte altre città. Senza questa scadenza bisettimanale il centro storico non sarebbe la stessa cosa e perderebbe ulteriore capacità d'attrazione. La città sarebbe più povera, anche umanamente e culturalmente: si fa un giro sul mercato non solo per comprare qualcosa... Per questo penso che il mercato debba rimanere tra Piazza Duomo, Piazza Cavalli e le zone immediatamente circostanti (inclusa la "nuova" Piazza Sant'Antonino). È a partire da questo punto fermo che vanno affrontati i problemi di funzionalità e sicurezza presenti.



PAOLO DOSI

» Riguardo al commercio, occorre evidenziare l'attività della cabina di regia che sta dando buoni risultati evidenziando andamenti e criticità delle attività del centro. Più specificatamente credo che il commercio di vicinato sia una risorsa da promuovere che però deve imparare a valorizzarsi di fronte alla diffusione della grande distribuzione che è un fenomeno dei Paesi di economia avanzata: il commercio di vicinato dovrà caratterizzarsi per la qualità e il genere dell'offerta o per altri elementi come la fascia oraria. Sul fronte dello sviluppo del turismo, l'obiettivo è di investire su commercio, cultura e promozione di attività sportive.

» Ho lavorato per 25 anni in un'attività commerciale e ora sono in aspettativa come lavoratore presso di essa: per questo motivo mi sento complice del mondo del commercio che rappresenta un elemento di riconoscimento e di autentico servizio della città, ma si dimostra debole quando non ha una caratterizzazione specifica. Sul piano delle strategie, io vorrei puntare anche sulla "Fabbrica dei venerdì", ossia sulla possibilità di portare lo spirito dei venerdì piacentini anche durante l'anno con iniziative che mettano insieme cultura e commercio per rendere più attrattivo il centro storico.

» Rispetto a dieci anni fa il mercato è migliorato sia per la disposizione e sia per il rispetto delle norme di sicurezza: certo non è perfetto, ma qualsiasi intervento non può prescindere dall'elemento fondamentale della sua dislocazione in centro. Non si possono ignorare secoli di abitudini dei piacentini per i quali il mercato nel centro storico è a tutti gli effetti un elemento di vitalità ancorato a una tradizione solida che rinforza l'identità del luogo. Il mercato è un elemento identitario. Possiamo dunque ragionare con le associazioni di categoria di cambiamenti parziali, ma fermo restando che tutto sia legato alla collocazione centrale.



MARCO MAZZOLI

» «Ho un grande progetto per i commercianti: "Shopping in Via Venti" e "Shopping sul Corso", una sorta di centro commerciale a mille voci all'aperto con sostegno da parte del Comune e intrattenimenti musicali e artistici in orari diurni di apertura dei negozi. I Venerdì Piacentini erano solo d'estate: serve una programmazione annuale e continuativa di eventi che punti alla qualità. Il mio "stop al cemento nelle periferie" non è uno slogan: coglie la causa dello svuotamento del centro e risponde ad un preciso modello di sviluppo che, insieme alle ristrutturazioni, farebbero del centro un vivace. Gli esercizi commerciali ne trarrebbero giovamento».

» «Sono un economista. Me ne sono sempre occupato. Oltre alla mia proposta di rilancio del centro, occorre migliorare i trasporti rivedendo le linee degli autobus di concerto con i commercianti (mi fa piacere che ora lo dica chi ha amministrato finora) e parcheggi adiacenti alla ZtL. Tra poco si ristruttura il capannone della Cavallerizza per farne un centro enogastronomico di eccellenza (l'iniziativa Eataly di Farietti). Si può promuovere un collegamento tra i prodotti di esposizione e l'offerta dei commercianti e del mercato. È un'occasione per prolungare la permanenza dei turisti, portandoli verso una gradevole passeggiata a piedi in centro».

» La disposizione del mercato incontra abitudini consolidate dei piacentini. Su questo la condivisione delle scelte avverrà facendo dialogare gli ambulanti, i commercianti vicini (banchi e negozi hanno un reciproco effetto traino), le autorità di sicurezza, la città in genere. Il mercato non è solo del centro storico: definisce l'immagine dell'intera comunità. Pubblichiamo visite guidate in centro, un luogo con una sua fisionomia, non paragonabile a un centro commerciale e godibile in molteplici sfaccettature: negozi, eventi culturali di richiamo, bellezza architettonica, pregi urbanistici (passeggiare senza dover schivare automobili).



LUIGI RABUFFI

» Il commercio di vicinato ha una funzione ecologica e sociale: limita gli spostamenti e va incontro alle esigenze delle fasce deboli. Per rivitalizzarlo penso a un'integrazione fra Comune e attività nell'offerta di servizi come la distribuzione di documenti e punti informativi nei negozi che potrebbero contare anche su qualche riduzione fiscale come chi apre nuovi insediamenti commerciali. Per il centro userei la fiscalità comunale per favorire il calmieramento degli affitti dei negozi, mentre per il turismo farei una politica di marketing territoriale basata anche su visite guidate al centro a cura di scuole e università e aperture in fascia serale.

» Non ho una formazione specifica, ma comprendo le difficoltà del commercio che si incrociano con una crisi economica che mette in competizione il commercio di vicinato con la grande distribuzione. Questa crisi rende insopportabile l'onere di affitti e mutui e difficile l'accesso al credito: in questo quadro, propongo di riprendere, previo assenso delle associazioni di categoria, l'idea della totale pedonalizzazione delle vie del gold shopping magari anche diversificata in base ai giorni, oltre che di ridurre al minimo la burocrazia comunale per le nuove attività commerciali con un Comune che potrebbe farsi garante per l'accesso al credito.

» Penso che così come è strutturato e distribuito, il mercato del centro abbia il gradimento dei piacentini e dunque sia funzionale: il Comune, nel rispetto del principio di trasparenza e collaborazione, ha comunque il dovere di ascoltare le voci dei protagonisti e degli utenti-consumatori per decidere al meglio. Al proposito io vorrei aprire uno specifico tavolo di concertazione per valutare proposte di tutti. Sul fronte sicurezza, il tema deve essere affrontato sempre se ancora non lo è stato con gli organismi competenti: personalmente credo nel diritto-dovere alla sicurezza e quello della sua verifica è un impegno che mi sento di assumere.



SAMUELE RAGGI

» Considerare il centro solo come centro commerciale naturale equivale a considerare i cittadini semplici consumatori, con il rischio di non riuscire a creare sinergie con ricadute positive. Il centro deve diventare attraente anche sul piano culturale e museale. Creare sinergie tra questi elementi con una cabina di regia fra amministrazione e commercianti è premessa per favorire l'offerta turistica. Occorre favorire il ritorno della residenza, soprattutto giovanile, nelle troppe abitazioni vuote favorendo recupero e ristrutturazione dell'esistente, con una politica di contenimento dell'IMU a favore di locazione e canoni agevolati per gli studenti.

» Sono a contatto con gli operatori del commercio e penso di conoscere almeno in parte i loro problemi, diversi da quelli dei commercianti della periferia, ma altrettanto meritevoli di attenzione e interventi. Tra le strategie: l'estensione delle zone pedonali che può consentire l'estensione dei dehors, la creazione di un marchio/logo che identifichi il c.s. a garanzia di "identità" e qualità anche a tutela dei consumatori, da promuovere anche all'estero attraverso il portale del Comune. Credo che sia comunque fondamentale trovare soluzioni condivise con i rappresentanti dei commercianti al fine di dare un impulso al commercio piacentino.

» Il mercato risponde parzialmente alle esigenze degli ambulanti costretti a fare i conti con i disagi legati ai frequenti spostamenti per garantire sicurezza o effettuazione di lavori pubblici. Problemi che sono legati anche all'alto numero di posizioni e all'occupazione di aree più vaste rispetto ai posteggi previsti anni fa. Il nuovo sindaco di Piacenza dovrà affrontare queste problematiche, coinvolgendo gli ambulanti. I parcheggi realizzati (Cavallerizza) e realizzandi (Cittadella) renderanno il centro storico più servito e raggiungibile. Proporrò la realizzazione di un maggior numero di bagni pubblici fissi o mobili gestiti da cooperative di servizi.