

## POTENZA

**Commercio in crisi,  
in 10 anni spariti  
dal centro storico  
oltre trenta negozi**

■ a pagina 6

**COMMERCIO** In dieci anni hanno abbassato le saracinesche anche 42 esercizi nelle altre aree di Potenza diverse dal centro storico

# Centro, scomparsi 32 negozi

**POTENZA.** Confcommercio si interroga sulla scomparsa in dieci anni (2008-2018) dal centro storico di Potenza di 32 negozi e dalle altre aree cittadine (non centro storico) di 42 esercizi. I dati non sono così negativi come sembrerebbe – spiegano gli esperti – per effetto del turnover delle insegne vale a dire quando chiude un'attività commerciale a distanza di tempo ne subentra una nuova. Anche se l'inversione di tendenza è nel settore bar ristoranti che nel centro storico passano da 114 (2008) a 148 (2018) e nelle altre aree urbane da 128 (2008) a 181 (2018). Anche per questa ragione e per guardare in positivo la confederazione presieduta da Fausto De Mare lancia la campagna #viviAmolecittà. E proprio a Potenza commercianti e cittadini ricordano ancora “Moda e Saperi sotto le stelle” dell'estate 2015 per rilanciare il ruolo commerciale e di servizi del capoluogo, attrarre utenti-consumatori dell'intera regione ad acquistare in città, contribuire a determinare le condizioni di una ripresa dell'economia cittadina. Le nostre città – dicono gli esercenti associati a Confcommercio - appaiono spesso indebolite dalle grandi modificazioni di contesto in atto che coinvolgono, a livello globale, tutte le dimensioni della società, spingendole verso l'omologazione. Gli effetti del rapido cambiamento impresso dalla digitalizzazione sui nostri modi di vivere, produrre, acquistare e comunicare, si manifestano con maggior evi-

denza nella complessità dello spazio urbano. Le piccole e grandi migrazioni, la crisi demografica e il dinamismo insediativo che caratterizzano quest'epoca, incidono sui livelli di urbanizzazione e insediativi e, più in generale, sull'economia e la vitalità delle città. La perdita di popolazione che si sta registrando non interessa tutto il Paese allo stesso modo e le previsioni di contrazione demografica toccano, con grandi differenze, città e territori. A fronte di una generale tendenza della popolazione più giovane o in età lavorativa a spostarsi verso i poli di istruzione e di maggior offerta di lavoro delle grandi città, si assiste ad un diffuso fenomeno di spopolamento dei centri minori dove rimane, non senza difficoltà, la popolazione più anziana. Rispetto a tali vecchi e nuovi problemi, le normative esistenti dimostrano debolezza e incapacità di offrire soluzioni adeguate. Governare la complessità urbana richiede uno sforzo collettivo e investimenti mirati a favore di nuove politiche e modelli di sviluppo che, proprio a partire dalle città, possono beneficiare di una fertile contaminazione tra scienza e tecnologia, cultura, innovazione e creatività per contrastare i problemi di congestione, degrado, disoccupazione, discriminazione, emarginazione, inquinamento, sino a mitigare con più efficacia i cambiamenti climatici. In tal senso, alcune città si sono dimostrate maggiormente capaci nell'attuare processi di rigenerazione urbana facendo leva sulle proprie peculiarità e valorizzando le loro potenzialità, sino a divenire città “vincenti” in grado di reinventarsi. Nelle dinamiche della demografia d'impre-

sa c'è quindi chi avanza e chi recede, in una logica di sana competizione tra città e territori il cui successo si basa sulla capacità attrattiva determinata da due beni sempre più preziosi: lavoro e qualità della vita. Il crescente fenomeno dei negozi sfitti nelle città, ancor più evidente nei centri storici, come accade a Potenza lungo via Pretoria, è dovuto a cause diverse quali, ad esempio, la modifica del comportamento di acquisto, la mancata corrispondenza tra l'offerta commerciale e la mutata domanda del consumatore, problemi di vivibilità, accessibilità e declino urbano. Per contrastare tale tendenza, è necessario attuare politiche di rigenerazione urbana innovative in grado di promuovere valori comuni, in ambito sociale, culturale ed economico, e di favorire l'integrazione tra i vari livelli di governo e tra imprese, società, associazioni e anche singoli individui, creando una governance unitaria tra competenze diverse in un'ottica di multidisciplinarietà. Ne sono un esempio i Distretti urbani del commercio che si stanno dimostrando strumenti utili per la valorizzazione delle aree urbane e per gestire gli spazi commerciali vuoti, sulla base di analisi e visioni condivise per dare nuova identità e valorizzare l'attrattività della propria città, rafforzando il rapporto tra pubblico e privato, anche nella gestione comune di responsabilità e progetti.



