

# La ricetta per contrastare le dismissioni

Crescono in città solo bar e ristoranti che nel centro storico passano da 114 (2008) a 148 (2018) e nelle altre aree urbane da 128 a 181

**POTENZA.** – **Confcommercio** – sottolinea Fausto De Mare, presidente della struttura provinciale di Potenza - da anni opera a favore della qualità di vita nei centri urbani nella consapevolezza che un'economia florida si sviluppa solo se il contesto è adeguato e accogliente. A seguito dell'intesa sottoscritta con ANCI nell'aprile del 2015, ora in fase di aggiornamento, si sono susseguiti incontri del Laboratorio nazionale per la rigenerazione urbana, durante i quali le Associazioni territoriali e le rispettive amministrazioni comunali, coordinate dal settore Urbanistica di **Confcommercio**, si sono confrontate sulle progettualità in corso. Nel corso del 2018 sono stati approfonditi, con l'ausilio di esperti, i temi di innovazione, cultura, sport, turismo e riuso di spazi dismessi, quali leve di rigenerazione urbana e sono state raccolte 52 buone pratiche, 18 delle quali poi presentate a novembre alla Rassegna dell'Istituto Nazionale di Urbanistica.

Il programma di attività per il 2019 mira a consolidare quest'esperienza, in particolare con approfondimenti legislativi che consentano di condividere un nuovo sistema di principi, strumenti e regole per rendere il commercio l'elemento urbano centrale in ragione della sua rilevanza nella gestione dello spazio pubblico, della sua capacità di dare risposta ai fenomeni di dismissione e del suo ruolo maggiormente vivificante e di inclusione sociale rispetto ad altre funzioni. Le città sono i luoghi del futuro e ciò rappresenta una sfida per tutti coloro che vi operano. Un terziario innovativo in grado di rafforzare i settori del commercio e del turismo in un contesto urbano sempre più caratterizzato dall'economia dei servizi, consente di trasformare le città in luoghi di ideazione di nuovi prodotti e servizi e non solo di consumo. Ad esempio, cultura e turismo, se sapientemente abbinati a creatività, design e innovazione, fattori di cui la città è

ricca, possono generare nuove filiere produttive in grado di creare valori non solo economici ma anche occupazionali. Idee, cultura, arte e bellezza sono un grande volano per la rinascita di luoghi antichi e, a partire dalla "riscoperta della prossimità", possono generarsi nuovi modelli di acquisto legati alla valorizzazione dei prodotti locali e all'attenzione alla storia dei luoghi e alle tradizioni. E' importante che le città continuino a svolgere un ruolo di integrazione economica al fine di raggiungere un complessivo innalzamento della qualità della vita e del lavoro, facendo leva su istruzione, occupazione, riduzione della povertà urbana, accrescimento del senso di sicurezza, miglioramento dell'accessibilità e della mobilità a basso impatto ambientale, incremento dell'efficienza energetica del patrimonio immobiliare, maggiore integrazione tra le funzioni urbane, sviluppo di un modello di economia circolare, aumento della resilienza, riduzione del consumo di suolo, recupero e riuso delle aree e degli immobili dismessi. Per questo **Confcommercio**, con l'obiettivo di accrescere la qualità urbana e generare nuove fiorenti economie in contesti sicuri e inclusivi, auspica la definizione di una strategia nazionale a favore delle città e delle economie urbane in grado di indirizzare e promuovere modalità di intervento strutturali, e non più straordinarie, che possa basarsi su un quadro normativo organico chiaro e su risorse adeguate e continuative nel tempo. Lo strumento dovrebbe configurarsi come una nuova Agenda urbana nazionale che assuma la forma di un patto tra amministrazione centrale, autorità urbane e soggetti rilevanti per la definizione delle politiche e delle priorità.

A tal fine, la previsione di un Fondo ordinario statale per Programmi integrati di intervento consentirebbe di innescare processi di rigenerazione urbana, di medio e lungo termine.



