

Il presidente De Mare: «Migliorare il contesto sociale attraverso una rigenerazione urbana frutto della collaborazione fra pubblico e privato»

Confcommercio Potenza lancia la campagna contro l'emorragia di negozi nei centri cittadini

POTENZA. Nel 2019 i centri storici dei 100 comuni della provincia di Potenza hanno perso 539 attività commerciali di cui 367 negozi di vendita al dettaglio, solo in parte "rimpiazzati" da 309 nuove attività, quasi tutte decentrate dal centro.

Raccogliendo l'appello del presidente nazionale di **Confcommercio**, **Carlo Sangalli**, **Confcommercio** Potenza lancia la "campagna per fermare l'emorragia di negozi nei centri cittadini". Una iniziativa che combatte direttamente lo spopolamento dei "cuori di memoria" delle città. «Migliorare il nostro contesto sociale avviando opere di rigenerazione urbana, attraverso la collaborazione attiva tra amministrazione pubblica e forze imprenditoriali, ponendo le esigenze dei cittadini al centro di ogni scelta. È questa – spiega il presidente Fausto De Mare - la vision di **Confcommercio**, tenuto conto che i negozi che abbassano la saracinesca sono il segnale dello spopolamento dei centri nel capoluogo di regione come in quelli minori. Identità, innovazione, territorio. Sono le tre parole chiave per avviare una rigenerazione urbana che consenta alla Basilicata e al Paese di tornare a crescere e superare la stagnazione di questo periodo». **Confcommercio** - Imprese per l'Italia assiste le proprie Associazioni territoriali per favorire percorsi di rigenerazione urbana che valorizzino la presenza delle attività economiche ed il terziario di mercato quali componenti fondanti del rilancio socio-economico delle città. A tal fine è stato

sottoscritto un protocollo d'intesa con l'Associazione Nazionale Comuni Italiani (Anci) che ha prodotto l'adesione di numerose città, di diversa grandezza demografica e localizzazione geografica, che hanno inteso intraprendere questo percorso sperimentale.

Il Laboratorio Sperimentale Nazionale di Rigenerazione Urbana nasce quale luogo di confronto fra Comuni e **Confcommercio** locali in rappresentanza delle città aderenti alla sperimentazione. Ne fanno parte tecnici, amministratori pubblici, rappresentanti di Anci e di **Confcommercio**, esponenti della società civile, economica, professionale e culturale designati dai Comuni, dall'Ance e da **Confcommercio**.

Successivi accordi tra Comuni e **Confcommercio** territoriali hanno dato vita a Laboratori locali e a iniziative condivise tra Amministrazioni, operatori economici e cittadini per rigenerare le città, incidendo sugli strumenti urbanistici e sulle norme; introdurre misure di fiscalità di vantaggio; costituire partenariati per la redazione di progetti a valere sulle risorse nazionali o europee; formare professionalità in grado di gestire i processi partecipati di rigenerazione urbana.

«Dietro la storia di tante imprese longeve, con oltre 25 anni di attività - aggiunge De Mare - c'è il messaggio di chi sa resistere, ma vuole anche cambiare rimanendo fedele a se stessi e alla propria azienda, consapevoli che è dalle imprese, dal lavoro che si costruisce il benessere di una comunità».

