

«Non bastano i negozi per rilanciare il centro»

La rigenerazione urbana. Il presidente Fontanari: «Per combattere la desertificazione si deve lavorare tutti assieme... La gente non deve fuggire altrove per trovare divertimento»

SARA DE PASCALE

ROVERETO. Creazione di aree pedonali, utilizzo di locali sfitti come vetrine di negozi siti in centro storico, impiego di misure di premialità, aumento della ristorazione... Questi, solo alcuni dei punti di un dibattito aperto ai cittadini, con svariati appuntamenti già fissati sul proprio calendario: «Il nostro progetto di rigenerazione urbana è un'operazione strategica», ha raccontato il sindaco Valduga, introducendo la prima delle tre serate in programma. Un progetto di «medio-lungo termine che sta mostrando i suoi primi concreti traguardi», vedendo già attive iniziative come «Vitaincentro» e «Spazi in Movimento».

Un lavoro di squadra

«Per combattere la desertificazione è necessario lavorare insieme, diventando modello», ha concluso. Una città, Rovereto, che è certamente desiderio di tutti diventi viva: «la gente non deve fuggire altrove per trovare divertimento ed i nostri figli, dopo un'esperienza all'estero, dovrebbero poter trovare futuro qui», ha aggiunto Marco Fontanari (presidente Confcommercio), ricordando quanto sia importante creare un progetto che possa davvero «piacere a tutti». A raccontare gli svariati modi per ri-



• In sala Caritro il primo degli incontri programmati nell'ambito del progetto di rigenerazione urbana (F. Festi)

• **L'esperto: nuove aree pedonali, utilizzo di locali sfitti come vetrine per il centro**

• **Il sindaco: questo progetto è strategico per Rovereto**

generare, ieri, presso la sala Fondazione Caritro di piazza Rosmini, Luca Tamini, professore associato di Urbanistica del Politecnico di Milano e responsabile del Laboratorio Urb&Com, il quale ha spiegato come il commercio, seppur «solo una fra le tante attività da rilanciare», sia importante da valorizzare: esso «può tornare competitivo pensandolo

in chiave integrata tra più funzioni e servizi». Come nel caso degli innovativi negozi Amazon GO nei quali vi è «integrazione fra prodotto fisico e tecnologia: i clienti scannerizzano infatti autonomamente i codici a barre con il proprio smartphone».

Tradizione e tecnologie

Da non sottovalutare, per l'ap-

punto, è il successo attuale dell'E-commerce: «non dobbiamo tuttavia temere internet: è necessario semplicemente attrezzarsi, cercando un modello locale adeguato. I commercianti potrebbero appoggiarsi a siti web legati al delivery e le istituzioni dovrebbero invece tentare di trovare soluzione a problemi come quello della progressiva scomparsa di attività come l'editoria». Altro consiglio è quello di prendere spunto da paesi come la Gran Bretagna, ove si utilizza un «approccio sequenziale»: «l'ente pubblico dà più valore ad aree dismesse più vicine possibili al centro storico. Non cedendo quelle zone, gli investitori finirebbero per spostarsi sempre più verso i confini del tessuto urbano». La maggior parte degli esempi di rigenerazione sono stati apportati guardando ai modelli stranieri, poiché in Italia, «le cose arrivano sempre dopo»: si è sperimentata ad Amburgo l'apertura di un negozio Ikea in pieno centro (in zona pedonale): «il ristorante rappresenta il 40% del fatturato, attirando nelle ore dei pasti centinaia di persone».

Gli esempi in Europa

A Madrid si è pensato invece di cedere spazi sfitti a rotazione, ogni sei mesi, in base al tema. O ancora l'esempio di Belgio ed Olanda, ove i mercati coperti sono divenuti spazi utilizzati per eventi pubblici o addirittura residenze. «La Spagna è certamente una nazione che in materia di rigenerazione insegna tantissimo: in alcune zone sono stati aperti piccoli supermercati accanto ai mercati. Da una parte si offrono prodotti confezionati e dall'altra quelli freschi: un'offerta davvero completa». Decine (e più) sono i modi di rigenerare, sta alle singole amministrazioni comunali il compito di comprendere quale siano le migliori per la propria realtà.