

PROGETTO DI QUALIFICAZIONE DELLA RETE COMMERCIALE DEL CENTRO STORICO

1. OBIETTIVO DEL PROGETTO: **rilancio del settore commerciale nel centro storico.**

Per far questo non ci si può limitare ai singoli negozi, ma occorre occuparsi del centro storico nel suo complesso, quale rete di servizi e attività che compongono l'offerta per il consumatore, il residente e il turista.

In questa visione sono importanti i singoli negozi, la qualità della merce, la qualità e la professionalità degli operatori addetti alla vendita, gli orari di vendita, la vicinanza di altri negozi, i mercati, i bar, i ristoranti, i servizi in genere (pulizia delle strade, la raccolta rifiuti, ecc..), l'accessibilità al centro storico (il servizio di trasporto pubblico urbano, i collegamenti con le stazioni della mobilità collettiva, i parcheggi di attestamento, ecc..), le iniziative turistiche e promozionali, gli eventi culturali, la fruizione del patrimonio storico-architettonico, il patrimonio museale e le mostre evento e la rete delle associazioni del no profit che operano nel settore commerciale, nel settore culturale e nei servizi alla persona.

Col progetto affidato ai CAT si vuole radunare ad un tavolo comune i rappresentanti degli operatori del centro storico (commercio, commercio ambulante, pubblici esercizi, artigianato, turismo), i responsabili delle politiche pubbliche dei servizi e delle attività che riguardano il centro storico, i rappresentanti dei consumatori e dei fruitori del centro storico, fra i quali anche gli studenti universitari, per costruire un progetto di valorizzazione del centro storico che, partendo dal settore commerciale, riguardi l'intera area coordinando le misure intersettoriali che provengono dai vari enti e soggetti.

Non da ultimo, il progetto avrà anche il compito di studiare il fenomeno dell'abbandono del centro da parte dei negozi tradizionali e l'incremento esponenziale dell'offerta in franchising, nonché l'aspetto relativo ai costi della locazione commerciale nel centro storico con lo studio di proposte di interventi che possano calmierarne i costi, senza ovviamente incrementare la spesa pubblica.

A Trento non si parte da zero, molto è stato fatto in questi anni per il centro storico: l'arredo urbano, le misure di sostegno alle attività commerciali quando i lavori pubblici possono rendere difficile l'accesso ai singoli negozi, la segnaletica storica, le manifestazioni culturali, l'animazione turistica, la regolamentazione del traffico e della sosta, il coordinamento dell'animazione, la raccolta differenziata dei rifiuti, la navetta gratuita per i parcheggi, ecc.

La ricerca sull'immagine della città presentata nel luglio 2006 ha infatti evidenziato come maggior attrazione di Trento il suo centro storico, nel suo

insieme – per l'arredo urbano, per il restauro architettonico generalizzato, per la sua offerta complessiva di servizi.

Necessita ora un progetto di più ampio respiro, che riqualifichi il settore commerciale e prenda in esame anche una prospettiva di sviluppo economico generale del centro città, di medio e lungo periodo, analogamente allo sviluppo che viene delineandosi col piano strategico.

2. FATTORI DI SUCCESSO E FATTORI CRITICI DEL CENTRO STORICO DI TRENTO

Fattori di successo:

- presenza di piccole aziende dinamiche che hanno già intuito che la loro forza sta nell'agire in modo sinergico
- esistenza di reti e accordi fra operatori per la promozione del centro storico
- presenza di offerta culturale di spessore, organizzata da musei, associazioni ed enti pubblici
- beni architettonici ed arredo urbano di pregio
- alto potenziale di attrazione turistica
- radicata cultura mitteleuropea ed alpina

Fattori critici:

- elevati affitti commerciali che spingono le piccole imprese presenti a spostare la propria attività fuori dal centro storico, sostituite da grandi imprese in franchising che si presentano in modo "indifferenziato"
- carenza di parcheggi nelle zone di accesso alla città
- evoluzione dei comportamenti dei consumatori, sempre più attratti dalla grande distribuzione
- carenza di negozi di servizio per effetto anche della diminuzione di residenti e fenomeni di banalizzazione dell'offerta commerciale
- carenza di negozi della grande distribuzione
- carenza di abitanti rispetto al patrimonio edilizio esistente
- carenza di offerta dei servizi al turista nel fine settimana

3. GLI STRUMENTI A DISPOSIZIONE: IL PROTOCOLLO D'INTESA PUBBLICO – PRIVATI E LE AZIONI CONCERTATE

La legge provinciale n. 4 del 2000 contiene strumenti per sviluppare una politica attiva di rilancio dell'attività commerciale, artigianale ed economica in una fondamentale area del contesto urbano: il centro storico.

La normativa provinciale prevede l'elaborazione di un progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico, realizzato su iniziativa del Comune mediante concertazione con i soggetti pubblici, le associazioni del commercio e dell'artigianato maggiormente rappresentative in sede locale e eventuali altri privati interessati.

Importante è l'aspetto della sinergia fra la programmazione pubblica e l'iniziativa privata, finalizzata a creare condizioni equilibrate ed ottimali di sviluppo. Le attività economiche contribuiscono a mantenere in vita i centri storici e questi possono costituire un elemento competitivo aggiuntivo, affinché le piccole imprese possano affrontare con successo le sfide concorrenziali.

Realizzando **accordi di programma pubblico - privato** è possibile porre in essere iniziative di carattere permanente, che tendano a restituire ai centri storici il loro ruolo di cuori pulsanti della vita cittadina e che vedono coinvolti molteplici aspetti in un'ottica sistemica e di integrazione, quali:

- l'urbanistica
- l'edilizia
- il commercio su area privata e su area pubblica
- l'artigianato
- i trasporti
- i servizi
- la ricettività.

Il progetto di qualificazione della rete commerciale, partendo da una dettagliata analisi della realtà del centro storico di Trento, ne evidenzia le peculiarità, i punti di forza e di debolezza, per arrivare a suggerire una serie di proposte operative e progettuali che potranno trovare conferma in un piano di riqualificazione urbana. Potranno quindi essere previsti non solo interventi sul commercio, ma anche interventi strutturali e a carattere permanente come ad esempio:

- il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali aventi funzione di magnete o il potenziamento di quelle esistenti, per riequilibrare peso ed attrattività del centro storico rispetto ad aree/centri commerciali periferici;
- il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- la valorizzazione dei mercati;
- la creazione di occupazione qualificata;
- il mantenimento dell'alta qualità dell'arredo urbano esistente;
- la razionalizzazione della mobilità di persone e merci;
- il contenimento dei costi degli affitti commerciali;
- il recupero di facciate con valore storico e culturale;
- la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago.

Febbraio 2007