

Supermercati e piccoli centri commerciali, serve un salto di qualità nella programmazione



Girando qua e là con la macchina per le strade dei comuni della bergamasca ci accorgiamo che al di fuori dei centri abitati e nelle periferie stanno sorgendo sempre di più strutture commerciali adibite a medie strutture di vendita.

I dati regionali del commercio attestano l'inarrestabile avanzata di questi format che per talune amministrazioni sembrano aver assunto il ruolo di panacea per la soluzione dei problemi della crisi economica e occupazionale dei nostri paesi.

Oltre a questo, assistiamo a dichiarazioni da parte delle amministrazioni come 'chiederemo all'operatore di ricavare una nuova sala civica e di costruire una strada?'. Come a dire: ti concedo l'autorizzazione a costruire, in cambio, in modo lecito ovviamente, mi paghi e realizzi queste opere pubbliche.

Di per sé non c'è nulla di negativo in questo atteggiamento; a fronte di un investimento immobiliare privato si chiede la realizzazione di opere di interesse per l'intera collettività.

Quello che manca è il senso di responsabilità e di lungimiranza delle amministrazioni nella gestione del territorio in tutte le sue sfaccettature.

Il concetto di programmazione urbanistica commerciale ha il significato di un nuovo sapere che con conoscenza e lungimiranza punta a valorizzare il territorio, e non solo a riempirlo con scatoloni di cemento per la vendita di prodotti.

Non si vuole banalizzare l'importanza della moderna distribuzione fatta di medie e grandi strutture. Il punto è che le amministrazioni comunali dovrebbero rendersi conto che programmare significa anche valorizzare quello che esiste e rendere i nostri paesi sempre più vivi, potenziando la rete commerciale dei centri storici.

Il commercio non ha solo una funzione economica ma riveste anche il ruolo di aggregazione di una comunità perché una migliore e diversificata offerta di beni e servizi rendono i paesi più vivaci e accoglienti.

La legislazione regionale e la famosa direttiva Bolkestein non aiutano le associazioni di categoria ad accompagnare le amministrazioni verso uno sviluppo armonico del comparto commerciale.

Viviamo in una sorta di deregulation dove le singole amministrazioni gestiscono e dispongono del proprio territorio senza un coinvolgimento diretto di tutti gli attori o, peggio, monetizzando l'insediamento delle medie strutture con opere pubbliche che nulla hanno a che fare con analisi del tessuto commerciale.

Palestre centri civici strade sono sì importanti ma occorre essere lungimiranti e valutare l'impatto che queste medie strutture possono avere nei confronti dei negozi di vicinato.

A questo punto che fare ?

Sarebbe utile che la legislazione regionale inserisse queste concessioni amministrative in una sorta di conferenza di servizi obbligatoria dove tutti le parti - e quindi anche le associazioni di categoria ad oggi escluse da questa potestà - possano esprimere le proprie valutazioni e intendimenti, senza lasciare alle singole amministrazioni il potere di decidere di un assetto urbanistico che coinvolge un territorio più vasto.

Un salto di qualità sarebbe anche riconoscere ai distretti del commercio un ruolo prioritario nella discussione, non solo per

organizzare eventi e manifestazioni, ma anche come momento di programmazione e di condivisione di scelte di politica urbanistica e commerciale.

Oggi questo binomio appare imprescindibile, non sempre di facile attuazione ma comunque interessante per le prospettive di un commercio in profonda trasformazione.

Le idee ci sono, ma devono camminare con le gambe degli uomini. Di più: dobbiamo metterci anche cuore e lungimiranza se vogliamo creare uno sviluppo armonico del nostro territorio.

