

Ghisalberti: «Al centro cittadino va restituito l'appeal che merita»

written by Redazione
29 Luglio 2014



nella foto: Nadia Ghisalberti

Al debutto dei giovedì estivi, Nadia Ghisalberti, assessore alla Cultura - con deleghe al Turismo, al Tempo Libero, a Expo e Marketing territoriale - non ha

nascosto il disappunto per “giostrine, ochette e navi gonfiabili” davanti al Donizetti, né ha fatto mistero dello sconcerto di fronte alle armi-giocattolo, rimbalzato come un proiettile, a suon di post e commenti, sui social network. La polemica lascia ora spazio ai propositi e al confronto per ridisegnare un centro più attrattivo e vitale per i cittadini, per i turisti e i visitatori. La movida, sottolinea l’assessore, deve esprimere lo spirito, la creatività e l’identità della città. La creazione di un city brand autentico e non di “un’identità appiccicata come un’etichetta” è il primo passo per rendere attrattiva la città anche in chiave Expo.

Assessore, cosa non le piace della movida? Cosa cambierebbe?

“E’ stato dato sin troppo rilievo ad alcune mie critiche. Lo stand di armi giocattolo a fianco di un’area dedicata ai bambini mi è parso fuori luogo, così come i gonfiabili di fronte al Donizetti, che possono trovare una migliore collocazione. Alla movida credo manchi una maggiore caratterizzazione dei temi delle serate che non sono di immediata evidenza per chi arriva in centro. In questa fase è difficile apporre dei correttivi dal momento che le manifestazioni sono organizzate da tempo e ci sono contratti da onorare. Senza dubbio ci sono aspetti da rivedere per rendere le serate più adatte alle famiglie e ad un pubblico trasversale”.

I dati sui flussi pedonali e gli studi che hanno monitorato sin dalla prima edizione le edizioni della “movida” rappresentano una miniera di informazioni che indirizzerà le scelte future?

“Le serate di Vivi Bergamo il giovedì mostrano come la gente abbia voglia di darsi appuntamento in centro anche senza la presenza di eventi straordinari a fare da attrattori. La “movida” indica che esiste un’alternativa al traffico in centro, ma la creazione di un’isola pedonale va condivisa e disegnata in ogni aspetto, dall’accessibilità all’arredo urbano. Manca un continuum tra la pedonalizzazione di via XX Settembre, l’area del Donizetti e del Quadriportico con via Tasso. Il progetto di creare un’area che incentivi la voglia di muoversi a piedi va di pari passo con lo studio degli orari e dei tempi della città”.

La movida è stata organizzata e fortemente voluta dal distretto del commercio, in

collaborazione con l'amministrazione, le associazioni di categoria e l'ente camerale. Come valorizzare gli esercenti che tengono i propri negozi aperti fino a tardi per rianimare la città?

"I commercianti sono l'anima del centro con le loro vetrine e luci accese. Possono fare la differenza, dando alle serate un'atmosfera in grado di incentivare lo shopping. Manca ancora l'abitudine di fare acquisti la sera e purtroppo quattro serate l'anno non bastano ad animare il centro. Avere una città vissuta di giorno e di sera negli spazi ed esercizi pubblici è un obiettivo desiderabile per una migliore qualità della vita. La città deve tornare a vivere anche la sera ed è fondamentale la collaborazione degli esercenti".

Rivitalizzare il centro piacentiniano può rappresentare una soluzione alla concentrazione del divertimento in singole vie e quartieri come accade - spesso con esiti esasperati e qualche problema di ordine pubblico - in Borgo Santa Caterina?

"I giovani sanno trovare i loro luoghi di divertimento e non si può certo imporre loro dove andare. I movimenti della gente sono spontanei e non possono essere programmati a nostro piacere. Un centro più vivo non può comunque che contribuire a rendere la città più attrattiva e sicura".

Quali sono i punti su cui intervenire per rendere il centro più vivibile e bello?

"Vorrei restituire al nostro centro cittadino l'appeal che merita, ridisegnando i luoghi e gli spazi pubblici, in stretta collaborazione con gli assessorati all'urbanistica e alla mobilità. Oggi il centro è un luogo di passeggio e di incontro ma anche di transito delle auto. Negli ultimi sei anni ha perso attrattività e il tessuto commerciale si è impoverito per la crescente concorrenza dei centri commerciali. Il centro non ha fatto molto per affermare la sua identità, quando potrebbe essere un mall a cielo aperto con una ricchezza architettonica e storica che valgono di per sé una visita".

Questo è l'obiettivo del Distretto del commercio. Sarà ancora un interlocutore privilegiato per l'amministrazione e uno strumento di marketing territoriale importante?

“Il Distretto è fondamentale, tanto che ho subito organizzato un confronto con i rappresentanti del Duc “Bergamo Centro”. E’ un modello organizzativo vincente che porta gli esercenti a lavorare fianco a fianco. Ora stiamo costruendo a suon di idee e confronti un progetto per cogliere l’opportunità offerta dalla Regione attraverso il nuovo bando. Dobbiamo costruire un city brand. L’identità della nostra città deve fondarsi su un’immagine autentica , così come è percepita dai cittadini. Non può essere un’immagine che si appiccica dall’esterno come un’etichetta”.

Una scelta necessaria in chiave turistica e alla vigilia di Expo?

“La città deve essere attrattiva e richiamare i turisti e i visitatori di Expo 2015, invitandoli a scoprire il territorio. Non dovremo diventare una città dormitorio. Nei sei mesi dell’Esposizione Universale estenderemo gli orari dei musei e degli autobus, intensificando i collegamenti con Città Alta. Stiamo lavorando sugli itinerari turistici oltre che sui poli culturali del Donizetti e della Carrara vitali per la città”.