la Rassegna.it
Fondata nel 1906

24 Settembre 2014

Appello di Gori ai commercianti: «Dovete credere nei Distretti»

Il sindaco di Bergamo agli “Stati Generali” in fiera. «E' il momento di condividere strategie. Il binomio col turismo? Può dare risultati». L’assessore regionale Parolini: «Ma gli imprenditori devono mettersi in gioco. Oggi innovare vuol dire anche unire le forze»

nella foto: Mauro Parolini e Giorgio Gori

E’ tempo di bilanci e di crescita per i 28 distretti bergamaschi, chiamati a cogliere la sfida di integrare turismo e commercio in chiave Expo. “In cinque anni i distretti hanno acquisito una identità chiara e definita e hanno dato vita ad una fitta rete di relazioni, coinvolgendo il 50% dei negozi di vicinato e il 60% delle amministrazioni comunali del territorio – ha tratto un primo bilancio Paolo Malvestiti presidente della Camera di Commercio e dell’Ascom in occasione degli Stati Generali dei distretti convocati lunedì in fiera -. Ora serve un ulteriore passo avanti: bisogna far interagire commercio e turismo, perché finora hanno corso su binari paralleli. Questo percorso di integrazione è fondamentale per la vivacità del

tessuto urbano e l’attrattività dei nostri centri storici. Gioverà agli imprenditori e a tutta la collettività perché solo attraverso il dialogo e il confronto si costruisce il cambiamento futuro”. Giorgio Ambrosioni, presidente di Confesercenti ha sottolineato il valore del percorso comune intrapreso finora, invocando un ruolo istituzionale per i distretti bergamaschi: “L’alleanza con Ascom è di grande importanza e l’esperienza di cui oggi tiriamo le somme ci rende orgogliosi. L’attrattività turistica rappresenta ora il banco di prova per la qualificazione del prodotto turistico locale, ma anche per superare i confini amministrativi. I distretti, coordinati a livello provinciale, potrebbero diventare uno strumento per favorire collaborazione tra istituzioni e operatori, andando a riempire il vuoto lasciato dallo sfarinamento delle istituzioni provinciali. I distretti rappresentano i luoghi ideali per l’aggregazione turistica e per la gestione degli orari e dei tempi urbani”. Luca Zanderighi, docente di marketing alla Statale di Milano che ha accompagnato la nascita dei distretti, ha indicato le linee da seguire superando debolezze e inseguendo nuove opportunità: “I distretti sono il risultato di un lavoro straordinario ma la mancanza di risorse e finanziamenti stabili ha frenato la programmazione e la dotazione di strutture professionali. I distretti devono promuovere un circolo virtuoso, non devono essere un “carrozzone” o una sovrastruttura ma supportare le imprese in modo concreto. Purtroppo la loro presenza viene vissuta da alcuni commercianti come una sorta di commissione o come un mero strumento per intercettare finanziamenti regionali. Al distretto si attribuiscono colpe che vanno ricercate altrove, dall’offerta commerciale in molti casi inadeguata ad inevitabili cambiamenti di stile e consumi”. La nascita del coordinamento provinciale va a dare maggior peso e organizzazione ai distretti: “I rapporti con le amministrazioni possono migliorare ed evolversi – continua Zanderighi -. I distretti possono esprimere un parere consultivo nella predisposizione del Pgt o avere funzioni di coordinamento della rete di enti e soggetti impegnati nello sviluppo turistico. Il concetto di rete d’impresa è fondamentale e i distretti possono fare da incubatori ad iniziative imprenditoriali”.

Il sindaco di Bergamo Giorgio Gori ha invitato i bergamaschi a guardare con nuova consapevolezza al turismo per una migliore fruizione dei luoghi e delle peculiarità del territorio: “A pochi mesi da Expo è il momento di condividere strategie per ottenere risultati. Il binomio commercio e turismo non è così banale. Il commercio è stato dedicato storicamente ai residenti e solo recentemente abbiamo scoperto che è un elemento che attrae turisti. Del resto le bellezze del nostro territorio sono rimaste a lungo in secondo piano e solo da poco si è guardato al turismo come attività economia. Se riusciamo a qualificare l’offerta turistica ci saranno molti benefici anche per i bergamaschi. Perché una città a misura, come ricordava Giorgio La Pira, governa in modo armonico la vita dei cittadini”.

Il distretto consente di pensare alla città come luogo di attività di impresa: “Deve servire a mettere insieme i pezzi: integrare commercio, mobilità, progettazione di aree verdi – continua il sindaco -. C’è ancora molta strada da fare in questa direzione. Chiedo ai commercianti di credere nel distretto. La mancanza di finanziamenti stabile lo rende debole, lo fa funzionare in modo episodico, ma l’amministrazione sostiene e sosterrà il distretto se i commercianti ci crederanno. Questa è la strada per far decollare l’attività non solo in centro ma anche nei borghi”.

Il coordinamento dei distretti, ha sottolineato Roberto Ghidotti funzionario dell’Ascom, rappresenta l’occasione per le realtà nate sul territorio di concentrare idee e risorse: “Questi anni di lavoro e incontri, attraverso la promozione di un percorso condiviso tra imprenditori, amministrazioni e istituzioni pubbliche, hanno valorizzato le attività commerciali e il territorio. L’ultimo bando regionale ha visto tra i primi dieci distretti lombardi sette aggregazioni bergamasche a testimonianza dell’esperienza di valore intrapresa. Il coordinamento dei distretti intende costruire percorsi comuni e mettere a regime esperienze, eleggendo come propria sede l’Urban Center a testimonianza dell’integrazione tra commercio e turismo”. Filippo Caselli, vicedirettore di Confesercenti e referente dei distretti, ha espresso la necessità di un maggior peso dei distretti e delle associazioni nelle scelte che contano: “Ci stiamo scordando l’attenzione ai luoghi del commercio. La crisi dei centri storici è figlia anche delle scelte urbanistiche: ci si è mossi solo su input della grande distribuzione. Bisogna tornare a sviluppare un’idea dei luoghi del commercio per renderli più adatti allo shopping”.

L’assessore regionale al Commercio, Turismo e Terziario Mauro Parolini ha invocato una maggiore collaborazione tra i commercianti: “Gli imprenditori devono avere voglia di mettersi in gioco. Non si può più tirare a campare: oggi

l’innovazione non è una scelta ma una necessità ed è fatta anche dall’ unione di forze perché la genialità del singolo non basta. I distretti rappresentano un’esperienza di valore e devono dare impulso al lavoro fianco a fianco di pubblico e privato”. Il successo di Expo sarà dettato dall’integrazione tra commercio, turismo e cultura: “Expo porterà 20 milioni di turisti, è una grande occasione ma temo l’effetto parabola, il rischio di depressione post evento. Expo deve essere l’ occasione per un salto di qualità stabile e duraturo. Turismo e commercio possono camminare insieme, così come la cultura e il commercio”.