

11 Marzo 2015

Clusone, «anche i negozianti devono darsi una mossa»

L'assessore Balduzzi: «Non basta aprire la porta per riempire il cassetto»



l'assessore al Turismo e attività produttive di
Clusone Lorenzo Balduzzi (a destra) con il

«Non esistono commercianti di serie B e chi lavora fuori dal centro meriterebbe la stessa attenzione degli altri. Di impegno ne abbiamo messo tanto, ma la crisi ha portato alcuni assestamenti e spostamenti verso l'esterno del centro storico dovuti anche al caro affitti». Lorenzo Balduzzi, assessore al Turismo e attività produttive di Clusone (che andrà al voto per il rinnovo dell'Amministrazione quest'anno) è un fiume in piena. Dalle sue parole trapela un misto di emozioni. La soddisfazione per il lavoro svolto in questi anni, di certo, non manca. Eppure resta un filo di rammarico per non essere riuscito a trasformare il borgo storico in un centro commerciale all'aperto. L'iniziale ambizione di creare botteghe floride e frequentate, infatti, ha ben presto ceduto il passo a una realtà disgregata e un po' individualista dove i servizi e le attività commerciali si stanno decentrando verso la periferia. «La congiuntura economica e le difficoltà di bilancio, che sono variabili di non poco conto, hanno condizionato gli investimenti a cui ho cercato di sopperire con il dialogo e la ricerca di condivisione. Ma il percorso non è stato facile e gli scontenti non mancano», spiega Balduzzi.

Assessore, è tempo di voltare pagina e rimboccarsi le maniche, quindi?

«Non si può soddisfare tutti e le idee sostenute dal sottoscritto e dalla mia amministrazione saranno andate in contrasto con tanti altri pensieri ma, come ricordo spesso, la società, le abitudini e i ritmi di vita sono cambiati e il cassetto non si riempirà più come nei tempi passati, solamente aprendo la porta. Bisogna darsi una scossa, sotterrare l'ascia di guerra, fare sacrifici maggiori e collaborare tutti uniti. Uno per tutti, tutti per Clusone. Fisco permettendo».

Clusone con altri dieci Comuni dell'altopiano fa parte del Distretto del commercio Alta Valle Seriana. Questo progetto non ha contribuito a dare un input al commercio e al turismo?

«Sì, attraverso questo strumento promosso da Regione Lombardia abbiamo messo in campo e sostenuto iniziative importanti. Abbiamo partecipato a più bandi e permesso investimenti con contributi fino al 50% destinati a determinate opere per circa 500.000 euro. Abbiamo condiviso promozioni e progetti sostenuti anche da Promoserio per cifre altrettanto significative. Inoltre è in pista un concorso a livello di Distretto legato all'utilizzo della web app che permetterà a chi accumulerà punti presso gli aderenti di partecipare a un concorso a premi in buoni spesa di più di 2.000 euro».

Ma i giovani partecipano alla vita clusonese o preferiscono andare a divertirsi altrove?

«I ragazzi ormai si rendono indipendenti precocemente. A loro interessano eventi di tipo musicale e ludico che portano valore aggiunto, soprattutto ai pubblici esercizi».

Che tipo di iniziative sono state organizzate per tener vivo il centro di Clusone?

«Sono partite molte iniziative coordinate dall'amministrazione, dalla Turismo Pro Clusone e inizialmente dall'associazione Wiva Clusone che si sono concretizzate nell'organizzazione di movide estive con aperture protratte fino a tardi».

Insomma, nonostante le esigue risorse economiche, Clusone fa di tutto per mantenersi giovane e vivace...

«Dal 2014 l'amministrazione ha stipulato una convenzione importante con la pro loco che, a sua volta, si avvale della collaborazione di Astra e della Consulta Comunale dei Giovani. Un progetto che ha reso la scorsa estate ricca di avvenimenti, nonostante il tempo sia stato inclemente, e che è proseguita con l'istallazione delle luminarie, senza richiesta di nessun contributo al singolo commerciante, e con la Winter Night nel periodo dell'Immacolata che ha riscosso un successo notevole. La collaborazione continuerà anche nel 2015: abbiamo già organizzato il Carnevale storico, la giornata dello sbarazzo il 21 febbraio e un evento coincidente con la festa della donna».

I negozianti aderiscono volentieri alle aperture domenicali?

«Il rilancio dell'apertura della seconda domenica del mese, purtroppo, a mio avviso non ha raccolto le adesioni e la costanza necessaria per avere un risultato che non si pretendeva immediato».

Il terzo martedì del mese è un momento importante per i commercianti clusonesi...

«Sì, perché abbiamo istituito una giornata di incontro e confronto con tutti i commercianti che vogliono partecipare».

E dal punto di vista turistico, Clusone è ancora una meta turistica appetibile?

«I clienti potenzialmente interessati alla nostra piazza commerciale oggi sono le famiglie con bambini e il turista della terza età. Clusone ha retto in maniera soddisfacente e la piazza è ancora appetita, alla faccia di chi non perde tempo per parlarsi addosso, dimenticando che i primi sostenitori della nostra città dobbiamo essere noi».