

I negozi aperti? Interessano tutti, pure chi ha una casa

Confcommercio e Confesercenti in Regione



Massoletti
Nei distretti
urbani
servono
progetti
comuni che
aiutano tutti

Merigo
Bisogna
ripopolare
altre vie,
l'esempio
è Corso
Palestro

Le associazioni

di **Matteo Trebeschi**

Inutile dare soldi ai singoli negozi, meglio finanziare i progetti che rafforzano l'intero centro storico. È la logica dei futuri bandi con cui la Regione intende sostenere i Distretti urbani del commercio (Duc).

Nell'epoca di Amazon le attività tradizionali «non sopravvivono da sole. Devono connettersi e lavorare insieme, altrimenti non faranno mai massa critica» sostiene Carlo Massoletti. Il presidente di Confcommercio Brescia ha appena lasciato la riunione con l'assessore regionale allo Sviluppo Alessandro Mattinzoli. Si è parlato di eventi, di standard urbanistici, di attività social da condividere, ma anche di un coordinamento delle insegne che può rafforzare il centro storico come brand». Attenzione, però: se-

condo Massoletti sbaglia chi pensa che questi progetti rappresentino un aiuto solo per i commercianti. «Se il centro storico è bello e i negozi lavorano, ne traggono vantaggio anche i proprietari degli immobili: i prezzi non calano. Invece dove i negozi chiudono — ricorda Massoletti — si crea progressivamente una desertificazione». Con le serrande abbassate e i quartieri dormitorio è più facile che «aumentare il degrado». Insomma, bisogna fare di tutto per evitare di avere «borghi e paesi che si svuotano di attività. È interesse di tutti, non solo dei negozianti». All'estero, infatti, nei Distretti business «siedono anche i proprietari immobiliari»

La Regione prova a ridisegnare i Distretti urbani per rafforzarli dall'assalto silenzioso dell'e-commerce. Sì, ma come? «Dentro le mura venete di Brescia c'è un agglomerato di reti commerciali» che va sostenuto: «Servono politiche di organizzazione, di marketing e valorizzazione, magari gestite da un manager di distretto» ricorda Alessio Merigo, direttore della Confesercenti. Per lui questi progetti non sono sogni, ma realtà del tutto possibili: basta guardare quanto fatto anni fa con Corso Palestro. «È stato ripopolato, ora individuiamo altre vie e seguiamo l'esempio» dice Merigo.

Sul Garda c'è chi è convinto che la sfida con gli outlet si vinca anche sul piano della viabilità e dei parcheggi: «I centri storici hanno bisogno di eventi ed innovazione digitale, è vero. Ma questo non basta. Qui a Desenzano — spiega il vicepresidente di Confcommercio Diego Beda — non ci sono quasi più semafori: perché allora non istituire una viabilità a ring con un

unico senso di marcia sul lungolago?» È l'idea che comodità e velocità portino più clienti in centro. Ma funzionerebbe?

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Vestiti I negozi di abiti sono tra i più numerosi del centro