

ECONOMIA

Città modello di sviluppo. Sangalli (Confcommercio): Urbanistica per rigenerare spazi e persone

MARGO SANTARELLI

Urbanistica come modello per il Paese. Un tema caro alla Confcommercio-Imprese per l'Italia che ha partecipato a "Urbanpromo Progetti per il Paese", la rassegna nazionale sui temi della rigenerazione urbana, organizzata dall'Istituto Nazionale di Urbanistica quest'anno tenuta a Torino negli spazi di Cascina Fossata.

Conoscenza, sviluppo e turismo

Lo sviluppo della dimensione urbana, "dalla particolare angolazione di un'associazione d'impresa", scrive la Confcommercio, "si avvale di letture multidisciplinari, metodologie complementari e il fondamentale coinvolgimento di competenze e soggetti diversi".

La vita in città

L'azione di Confcommercio, ha evidenziato la Confederazione, intende concentrarsi su ambiti di indagine concreti e particolarmente rilevanti per la vita in città, "tanto per gli operatori economici quanto per i cittadini", scrive la Confcommercio, "fino a costruire una lettura integrata di fenomeni urbani quali, ad esempio, il terziario urbano di mercato, il turismo,

la cultura, la transizione digitale, la movida, lo smart working, la mobilità e la logistica, lo spazio pubblico, la trasformazione dell'ambiente urbano e le dimensioni della prossimità, il ruolo delle Pubbliche amministrazioni".

Proposte di idee ed energie

Il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli è intervenuto con un saluto all'apertura dei lavori del convegno sottolineando l'importanza "che anche quest'anno la Confcommercio abbia messo in campo idee ed energie per l'iniziativa di Urbanpromo". "Come ormai ripeto da tempo", ha evidenziato Sangalli, "la Confcommercio sente, forse e soprattutto dopo questa pandemia, un legame fortissimo ed identitario con la dimensione urbana. E questo mi fa dire che se prima noi, come Confcommercio, eravamo la rappresentanza economica nelle città, oggi siamo la rappresentanza economica delle città. Siamo cioè gli interpreti delle piattaforme di luoghi e servizi che modificano i grandi temi del territorio: dalla mobilità al turismo, dalla vivibilità alla sicurezza, all'innovazione".

Rigenerazione urbana e umana

"Siamo gli interpreti materiali della rigenerazione urbana che passa, prima, attraverso il vissuto delle persone", ha osservato Sangalli, "cioè rigenerazione umana". "Perché noi tutti sappiamo bene che città non è solo mura, edifici, trasporti, servizi, funzioni e nemmeno popolazione. La città è, prima di tutto, un percepito fatto di relazioni tra le persone e tra le persone e i luoghi. E questa capacità di creare luoghi è tipica dei nostri imprenditori che con le loro vetrine, le loro vite da sempre danno forma e funzione alla città attraverso l'innovazione, la prossimità, la partecipazione, la solidarietà".

I luoghi del racconto

La presidente di Confcommercio Torino, Maria Luisa Coppa, ha evidenziato "l'importanza di trovarsi in un luogo che racconta la nostra città passata dall'agricoltura all'industria e che ora si apre a nuovi processi". "Qui alla Cascina Fossata", ha spiegato Coppa, "c'è un pezzo di storia della trasformazione urbanistica della città. Alla rigenerazione urbana hanno contribuito i comuni ma anche le fondazioni San Paolo e Crp. Siamo entrati nel post industriale e abbiamo tantissimi luoghi che hanno bisogno di essere

sfruttati in un altro modo”. “Il commercio”, ha ricordato Coppa, “è strategico per la rigenerazione urbana e finalmente ora sono stati creati i primi 74 Distretti Unici del Commercio. E’ solo un inizio ma siamo comunque soddisfatti”.

Orgogliosi di quanto fatto

Secondo Enrico Postacchini, componente di Giunta con l’incarico per Commercio e Città di Confcommercio, “abbiamo creato nel tempo un ottimo hardware che sono le città al quale dobbiamo aggiungere un software rinnovato fatto di innovazione e rigenerazione”. “Dobbiamo essere orgogliosi

di quanto fatto finora. Ma si può fare meglio. Bisogna essere virtuosi”, ha fatto presente Postacchini,

“ma non puntando ad un ambientalismo spinto e un po’ miope che finisce per limitare la vitalità dei nostri centri urbani e le attività economiche che ne costituiscono il tessuto”. “La sfida di **Urbanpromo**”, ha concluso Postacchini, “è quella di essere propositivi con le amministrazioni comunali e degli enti pubblici”.

Città laboratori di cambiamento

Il neo responsabile del settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana di Confcommercio,

Paolo Testa, ha sottolineato che “le città sono fabbriche di servizi e laboratori di cambiamento. Per costruire città come luoghi di benessere sono decisivi i servizi di prossimità, l’accoglienza e la fruibilità dello spazio pubblico, la connessione con gli ambienti naturali e la possibilità di partecipare a momenti di socialità”. Per fare questo secondo Testa servono tre leve principali: “la città come luogo di rilancio del Paese, terziario di mercato come leva di sviluppo delle città e Confcommercio come soggetto di rappresentanza che costruisce e promuove i valori innovativi del vivere urbano”.

