

CARLO SANGALLI

«Nel 2024 territori da coinvolgere»

Enrico Netti — a pag. 2

Sangalli: «Nel 2024 coinvolgere i territori e più formazione»

Va livellato il campo da gioco. Stesso mercato, stesse regole fiscali o amministrative e va dato impulso all'innovazione
L'intervista

Carlo Sangalli

Presidente di **Confcommercio**
Enrico Netti

Da una decina di anni **Confcommercio**, guidata da **Carlo Sangalli**, ha accresciuto l'impegno nel campo della rigenerazione urbana, anche varando il progetto Cities, come antidoto alla desertificazione commerciale.

Presidente Sangalli, quali sono gli interlocutori istituzionali del progetto Cities? Cosa chiede, auspica?

Il progetto Cities si è affermato come spazio di riflessione sulle politiche urbane, promuovendo un modello di sviluppo basato sulla prossimità e su una stretta collaborazione con il mondo accademico, istituzionale e le amministrazioni locali. Una delle questioni più rilevanti resta il contrasto alla desertificazione commerciale attraverso politiche urbane integrate e in questa direzione va anche la rinnovata collaborazione con l'Anci a conferma del nostro impegno per favorire uno sviluppo urbano sostenibile.

Quali sono le prossime tappe del progetto Cities?

Nel 2024 ci aspetta un anno di

lavoro intenso. È prevista un'azione di coinvolgimento dei territori che

si pone il duplice obiettivo di consolidare e diffondere i risultati raggiunti nel 2023 e di esplorare nuovi temi di interesse. Penso, per esempio, ai distretti delle economie locali, alla logistica dell'ultimo miglio, alla rigenerazione degli immobili in disuso, al rilancio delle strade in declino. In questa direzione prevediamo un percorso di rafforzamento delle competenze del Sistema confederale attraverso molteplici attività di formazione. Ma soprattutto, quello che veramente segna la differenza e rappresenta il risultato più ambizioso di Cities è la formazione all'interno della nostra organizzazione di una vera e propria "comunità di pratica" sulle economie di prossimità.

Cosa manca per fare ripartire la voglia di aprire una attività commerciale nelle aree urbane e soprattutto nei piccoli centri?

Solo nel commercio al dettaglio aprono ogni anno quasi ventimila imprese. Dunque la vocazione imprenditoriale non si è attenuata anche se i livelli di difficoltà sono sempre più alti. In primis i cambiamenti veloci del mercato e delle nuove tecnologie. E quelli del territorio con il declino demografico e la desertificazione urbana. Reagire è necessario e possibile: va livellato il campo da gioco – ovvero stesso mercato, stesse regole fiscali o amministrative che siano – e va dato impulso all'innovazione "sartoriale" dei servizi di prossimità. Questo richiede politiche pubbliche e politiche urbane che riconoscano compiutamente le externalità positive del commercio

di prossimità.

Nodo sicurezza. Va bene "aprire" le piazze ma clienti e commercianti si devono sentire sicuri.

Quello della sicurezza è un tema che ci sta particolarmente a cuore. Vie con negozi chiusi e insegne spente alimentano il degrado e il senso di insicurezza. I commercianti sicuri rendono la città sicura. La soluzione passa da una cooperazione tra commercio, forze di polizia, magistratura e istituzioni locali e centrali. Quando si dice che un centro storico si "desertifica" non possiamo e non dobbiamo pensare solo ai numeri, poiché gli esercizi commerciali non sono di fatto tutti uguali. In altre parole, non è uguale se chiude un locale storico e apre al suo posto una qualche attività anonima.

Il progetto Cities, quindi, va in questa direzione?

Abbiamo sempre sostenuto che ogni insegna che si spegne è un pezzo di città che muore. Vorremmo rovesciare questa frase: ogni luce, ogni insegna che si accende è un pezzo di città che vive. E l'antidoto che proponiamo, anche con Cities, è puntare sul modello italiano di pluralismo distributivo nella convinzione che rigenerazione sia proprio questo: dare "nuova vita" alle "nuove città". Migliorare la qualità della vita nelle città e nei territori: è questo il nostro obiettivo. Rispetto al quale, commercio e servizi, turismo e cultura, trasporti e professioni svolgono un ruolo strategico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

