

## Supermercati in centro Ecco la ricetta per ripartire

LA CITTÀ CHE VORREI? Popolata di negozi di vicinato, belli e accoglienti, trattati bene dalla pubblica amministrazione e con tanta gente ad acquistare, nel segno della qualità, da commercianti col sorriso. Utopia? Fotografia futuribile? Forse no per Confesercenti che nell'incontro in Camera di Commercio – c'era anche il presidente nazionale Mauro Bussoni – di fronte a una sala gremita, ha snocciolato i suoi progetti per la ripresa della piccola distribuzione e con essa il rafforzamento e il rilancio del centro storico. Il punto di partenza, secondo il presidente provinciale Paolo Benasciutti (gli era accanto il direttore Alessandro Osti che ha condotto), non è però incoraggiante per i negozi: calano gli esercizi fissi e si contrae la superficie complessiva a vantaggio della grande distribuzione che a Ferrara è ancora più forte che altrove in Regione. Eppure la gente (lo dice un sondaggio) vorrebbe il ritorno dei piccoli perché offrono un servizio migliore. Quanto ai prezzi, la grande distribuzione non li ha calmierati, ha ammonito, visto che Ferrara nella recente classifica del Sole 24Ore è addirittura seconda in quanto a «carrello caro». Insomma bisogna sostenere i negozi di prossimità: meno tasse e tributi («siamo spremuti») e più idee nuove. E a proposito di proposte, il sociologo Enrico Finzi ha annunciato, dati alla mano, una sorta di ripensamento nei confronti della grande distribuzione («da euforia della gente a disagio») che presenterebbe molte criticità (lontananza, anonimità, pochi rapporti umani, risparmio non certo). Ci si sposta insomma sul supermercato di quartiere, mentre tengono i mercati e, a certe condizioni, possono svilupparsi i piccoli negozi che nel centro storico danno vita a un autentico centro commerciale all'aria aperta. Qui allora bisogna impegnarsi: qualificazione, modernizzazione, comunicazione (anche perché cresce forte l'e-commerce). La riscossa dell'economia di prossimità passa anche, secondo l'architetto Elena Franco, per il cosiddetto partenariato che mette insieme tutti i soggetti sociali pubblici e privati. Una sfida anzitutto per il Comune, dunque, subito accolta dal sindaco Tiziano Tagliani che con un intervento particolarmente ispirato ha voluto confutare la radicata convinzione che le amministrazioni locali possano decidere sugli insediamenti commerciali: spetta alle Regioni. Quanto alle tasse (complessivamente calate), quella sui rifiuti non entra nel bilancio comunale. Fondamentale, ha infine osservato, è la creazione di un brand per il Centro storico, tale da poterlo immediatamente individuare.

Alberto Lazzarini