



# RIDARE VITA AI CENTRI STORICI

di **Massimiano Bucchi**

**N**egli ultimi tempi in varie città si è riaperta la discussione sull'opportunità di riaprire al traffico alcune aree pedonali dei centri storici. Sono soprattutto alcuni negozianti a premere in questa direzione. I risultati degli studi condotti su questo tema sono ormai piuttosto chiari. Nel medio-lungo periodo, la pedonalizzazione ha un effetto positivo sui fatturati degli esercizi commerciali nelle aree coinvolte (può esserci, nel breve periodo, una piccola flessione in una fase di adattamento).

Detto questo, conviene forse inquadrare il tema in un quadro più ampio. Negli

ultimi decenni, infatti, le abitudini di vita e di acquisto sono molto cambiate. Lo sviluppo dei centri commerciali e quello del commercio elettronico ha avuto un impatto negativo su numerose attività collocate nei centri urbani. La diffusione dei mezzi di comunicazione digitale e in particolare dei social ha ridefinito le stesse modalità di incontro e di socialità. Quando ci si lamenta per la chiusura di numerosi esercizi commerciali in centro, è a queste dinamiche che si dovrebbe guardare, anziché alla pedonalizzazione (che in alcuni centri italiani è iniziata fin dagli anni Ottanta). La scarsa capacità

progettuale da parte della politica, non sapendo accompagnare queste trasformazioni, ha contribuito ad esasperare preoccupazioni e frustrazioni che, in questo come in altri casi, rischiano di indirizzarsi verso il bersaglio sbagliato (la pedonalizzazione).

continua a pagina 15

## ● **L'editoriale**

### Centri storici da rivitalizzare, ma non con le auto

ggi più che mai occorre ripensare e rilanciare la vitalità delle zone centrali, e di conseguenza anche le attività economiche che ne costituiscono una parte fondamentale.

Le esperienze internazionali dicono ad esempio che c'è uno spazio per promuovere un nuovo artigianato moderno e innovativo (si pensi al successo della riparazione e manutenzione delle biciclette: il *Corriere Imprese* ha da poco dedicato uno speciale al business delle due ruote); che si possono e si debbono incoraggiare attività commerciali che non siano soltanto bar e ristoranti; che se non si interviene in modo opportuno e

tempestivo la diffusione selvaggia di affittacamere come Airbnb desertifica i centri spingendone fuori i residenti a favore di un turismo mordi e fuggi che non lascia sul territorio nemmeno un modesto versamento fiscale.

Se si vogliono davvero rivitalizzare i centri e in questo modo incoraggiare anche le attività commerciali, è il momento di iniettare nuove occasioni di incontro e di frequentazione: mostre, attività culturali, rassegne.

Il centro vive e attira visitatori se offre una varietà di attività e se è piacevole da frequentare. Per la sola praticità dell'acquisto, non potrà mai competere con centri commerciali e piattaforme online.



Peso:1-9%,15-10%



È in questa visione generale che va pensata la mobilità (mezzi pubblici, parcheggi, piste ciclabili) e la stessa pedalizzazione. Senza capacità progettuale e di interpretazione del cambiamento, si rischiano scelte affrettate o addirittura controproducenti.

**Massimiano Bucchi**



Peso:1-9%,15-10%