

Nuova kermesse commerciale a Cosenza

Nuova kermesse commerciale a Cosenza

di Oreste Parisè

Sono anni che il centro storico di Cosenza langue. Nel glorioso decennio manciniano, i giovani ogni sera lo invadevano riempiendo fino all'inverosimile ogni piccolo pub aspettando l'alba. La scalinata del Duomo brulicava di ragazze e ragazzi nascondendone il tessuto architettonico e l'aria risuonava del brusio indistinto delle mille voci, che riempivano il cuore della speranza di un rilancio di uno degli angoli più spettacolari d'Italia. Non è stato solo un fuoco fatuo, perché quel breve "Rinascimento" ha lasciato dietro di sé tracce durature, come la casa delle culture, il restauro dell'ex albergo Bologna, il rifacimento di corso Telesio, le scale mobili ma quel processo si è interrotto bruscamente per una virata nella politica urbanistica del comune. La colata di cemento sollecitata da una sciagurata nuova versione del Piano regolatore ha dirottato gli investimenti dei costruttori edili e delle famiglie verso i nuovi paradisi immobiliari che hanno riempito ogni spazio cittadino e accompagnato il rapido cammino delle nuove arterie, come il viale Parco. Tutto questo mentre la città perdeva abitanti e ruolo nel territorio. La burocrazia statale e regionale cercava spazi oltre il Campagnano, mentre lo sviluppo della grande distribuzione erodeva la funzione delle aree commerciali cittadine.

Anche gli strumenti di incentivazione adottati,

come il contributo interessi dei mutui contratti per la ristrutturazione dei vecchi fabbricati apparivano inadeguati alla bisogna, poiché non risolvevano il problema delle parti comuni (androne, scale, facciate, tetto) e delle aree e servizi pubblici. Quei pochi che si sono avventurati negli anni passati hanno visto il proprio investimento annullato dal degrado in cui versa l'edificio e l'ambiente circostante. Gli unici casi che si possono definire di successo sono i pochi edifici ristrutturati nel loro complesso sopra ricordati. Per lungo tempo la politica ha dimenticato il centro storico restituendolo al degrado materiale e sociale. L'ultima giunta Mancini, e quelle che si sono succedute di Catizone e Perugini, hanno ingaggiato una guerra quantitativa con i comuni limitrofi, cercando nella grandeur misurata in metri cubi la rivalutazione della città come centro di riferimento culturale, burocratico, amministrativo e commerciale. Senza molto successo a giudicare dall'andamento antitetico dell'aumento esponenziale dei metri cubi costruiti e della costante diminuzione demografica: un segno incontrovertibile della perdita di appeal di uno sviluppo quantitativo cui non corrisponde una offerta di servizi che assicuri uno elevato standard urbano.

Oggi vi è una politica di attenzione nei confronti

del centro storico cittadino con la riscoperta del bello, del curioso e del dilettevole per creare attrattore in grado di indurre i cittadini di tutta la provincia a riscoprire la città. Una scelta che ha incontrato consensi e critiche spesso feroci per il senso di vacuità e leggerezza che trasmette e la sensazione di un investimento futile: una riedizione in chiave bruzia del "panem et circenses". La giunta difende compatta le proprie scelte poiché solo restituendo un ruolo alla città, e ridando interesse alla sua parte storica, si può pensare a un rilancio, e soprattutto provocare un afflusso di risorse, da parte dell'Unione europea, ma anche nazionali e regionali. I fatti sembrano dare ragione a Mario Occhiuto che ha potuto vantare importanti successi come il finanziamento della sua idea progettuale riguardante le "smart city". Ora è la volta dei "Temporary shop", i negozi a tempo in grado rinnovarsi e cambiare tipologia di prodotti e strategia commerciale anche più volte all'anno per stimolare il consumatore con aggressive po-

Si ricomincia dal Temporary

Dopo il grande rilancio manciniano, il centro storico della città ha progressivamente perso dinamicità: i giovani lo hanno abbandonato, le attività imprenditoriali languono, i privati non investono più nel recupero degli immobili. Mario Occhiuto ha deciso di rilanciare e puntare sul recupero del ruolo commerciale

litiche di prezzo, l'offerta di prodotti innovativi. Per dare una idea bisognerebbe forse parlare di campagne di vendita o un susseguirsi di stagioni di saldi per consentire ai consumatori di ampliare la loro possibilità di scelta e avere l'opportunità di acquistare prodotti di qualità a prezzi contenuti. Il rischio che si paventa è che questo dinamismo si possa tradurre in una minaccia di sopravvivenza per le attività tradizionali soggette a pericoli salassi commerciali e costituiti dall'occasione per una espansione del commercio "etnico" abusivo e dei prodotti contraffatti. Si parte giovedì con 19 attività che aprono i battenti a corso Telesio e proseguiranno la vendita per due mesi fino alla fine di agosto, per ripartire a settembre con una nuova ondata di aziende e prodotti.

Temporary shop

è rilancio del centro storico Forum con Luciano Vigna, assessorato alle Politiche economiche, finanziarie e di bilancio, crescita economica urbana e Maria Rosaria Succurro, assessore Strategie attive per il lavoro e la comunicazione.

In che modo intendete rilanciare l'attività del centro storico?

Rosaria Succurro - Abbiamo voluto utilizzare una formula innovativa che è quella dei Temporary Store, utilizzando un plan "Tempo al tempo". Si tratta di strutture commerciali che hanno il carattere dell'innovazione, dell'esclusività, dell'unicità che costituisce quasi una sorta di binomio tra comunicazione e vendita. Vogliamo costituire un evento a tempo, un periodo entro il quale si offrono dei marchi, dei brand, dei prodotti a prezzi economici, innovativi, particolari perché non facilmente reperibili sul mercato locale. Una offerta che si diversifica e si rinnova, poiché dopo quel



periodo si cambiano prodotti e servizi in una nuova gamma diversificata e altrettanto innovativa. Luciano Vigna - La scelta di fare questo investimento nasce soprattutto da due esigenze che devono essere sgombrare da una visione miope di mero interesse di bottega. In primo luogo bisogna riaffermare la centralità di Cosenza come punto di riferimento per tutto il settore commerciale della provincia. La sua ricchezza, il suo pil nasceva da questa centralità. Bisogna uscire dalla visione miope di tutela di microinteressi. L'esempio classico è la macchina in doppia fila, che risolve un problema immediato e personale, ma impedisce una fruizione collettiva della città, ostacola l'organizzazione collettiva. Qui l'errore è di voler decidere la pianificazione commerciale con un occhio sempre rivolto all'incasso quotidiano, mentre nel corso degli anni si perdono importanti flussi commerciali. Questa iniziativa serve ad attirare visitatori, significa far crescere l'intera struttura commerciale. L'organizzazione della fiera straordinaria, ad esempio, ha riempito la città nei primi tre giorni di giugno, quando la città si spopolava.

La temporaneità si riferisce alla gamma dei prodotti, mentre la rete commerciale è duratura...

Succurro - Certamente. A settembre verranno completamente rinnovati marchi e prodotti, in modo da offrire sempre occasione di interesse al consumatore. La temporaneità si riferisce alla durata espositiva di quel determinato marchio, di quella particolare azienda, di quel prodotto esclusivo.

Un'altra obiezione è che con questi metodi si stimola la curiosità e la voglia di spesa da parte dei consumatori, ma non si dà una maggiore potere di acquisto alle famiglie. In un momento di congiuntura negativa questo potrebbe inaridire le risorse e provocare la crisi delle altre attività commerciali. Un effetto boomerang.

Vigna - L'errore è di voler considerare Cosenza come un mercato chiuso, destinato in prevalenza ai residenti. Se ciò fosse vero non si giustificerebbe la densità di attività commerciali nel suo territorio. La difesa del commercio cittadino va costruita cercando di attrarre clientela da tutta la provincia e anche oltre. Questo significa che bisogna inventare occasioni per attrarre flussi dalla provincia. A fine anno non abbiamo puntato sul

grande concerto, ma si è pensato di movimentare l'intero mese di dicembre. L'idea del temporary shop è quella di voler movimentare l'estate, poiché l'obiettivo dell'amministrazione è la crescita del territorio, la difesa del ruolo della città. Succurro - Noi puntiamo sull'effetto contrario, sulla capacità di attrazione di nuova clientela da tutta la provincia e poi, trattandosi di prodotti innovativi dovrebbe fare da traino e stimolare l'intera filiera commerciale. Certamente l'idea non è quella di togliere clienti a corso Mazzini, ma di aumentare l'afflusso di consumatori in città, con una ricaduta positiva sull'intero settore. L'idea è di aumentare e migliorare l'offerta commerciale della città. Per questo la nostra comunicazione non si rivolge ai cittadini, ma a tutta la regione e stiamo registrando anche un interesse nazionale su questa iniziativa. Vogliamo attrarre nuovi ospiti, nuovi visitatori in città, che andranno nel centro storico ma non è detto che debbano fermarsi lì, potranno essere stimolati a visitare altre zone della città. È una occasione per far conoscere il lato artistico e culturale della città.

La base del successo dovrebbe essere la capacità di spesa della famiglia, considerato che le famiglie hanno difficoltà ad arrivare alla terza settimana. In che modo si può stimolare la capacità di spesa?

Vigna - Abbiamo scarsa possibilità di manovra sulla leva fiscale e finanziaria. Sull'Imu abbiamo fatto due scelte importanti, per le famiglie abbiamo mantenuto l'aliquota base con una dolorosa scelta di carattere economico per il comune che dovrà sopportare una decurtazione degli introiti. Inoltre, siamo uno dei pochi comuni, se non l'unico, che ha deciso di far pagare l'aliquota minima ai commercianti, proprio per il carattere strategico che assume il commercio in una città di servizi.

Succurro - Siamo perfettamente consapevoli delle difficoltà, tanto che nell'organizzare l'evento, abbiamo scelto dei brand di sicuro effetto, ma a prezzi contenuti. Il nostro obiettivo è poi quello di attrarre in città la quota di famiglie che continuano a mantenere una capacità di spesa allargando l'orizzonte del mercato. La città deve diventare nuovamente un attrattore commerciale. Lo slogan dell'amministrazione è quello di restituire a Cosenza la sua funzione di capoluogo del-

la cultura, del commercio e della solidarietà. Noi vogliamo che Cosenza riacquisti la sua centralità commerciale; obiettivo che può essere raggiunto solo diversificando l'offerta, innovando i prodotti. L'iniziativa non vuole togliere spazi agli operatori commerciali della città, ma affiancarli con nuove offerte per aumentare l'appeal e la voglia di venire in città.

Nel frattempo però il centro storico è stato abbandonato e ha perso parte del suo fascino, come location avrebbe bisogno di un restyling.

Succurro - Questo è sicuramente vero, poiché il centro storico avrebbe bisogno di grandi interventi, che non possono essere certo realizzati in tempi brevi. Vi sono molti progetti importanti, ma dobbiamo stimolare l'interesse e rivitalizzarlo. Questo è strumento per poter interrompere questo lungo periodo di silenzio. Oggi siamo di fronte a strade deserte e poco frequentate, botteghe chiuse e un degrado diffuso. Un degrado anche culturale, sociale. Questa iniziativa costituisce una boccata di ossigeno, una iniezione di vitalità.

Senza un progetto complessivo si rischia che anche questo tentativo resti un episodio isolato.

Succurro - Per evitare questo pericolo noi stiamo in contatto con le associazioni che si occupano della valorizzazione del centro storico perché non vogliamo che questa iniziativa sia fine a se stessa. Il sindaco sta lavorando tenacemente per riprenderlo da più punti di vista, la pulizia, la sicurezza, il ruolo commerciale, da un punto di vista architettonico e strutturale. Vi è un progetto complessivo che deve essere realizzato in tempi diversi. Ora partiamo con questa iniziativa commerciale, ma abbiamo deciso di iniziare la raccolta differenziata proprio dal centro storico per dare un segnale di attenzione, per il restauro ci vorrà un po' di tempo in più, ma alla fine riusciremo a ottenere risultati importanti e significativi. Vigna - La logica di temporary non è quella di un commercio mordi e fuggi, che drena le nostre ricchezze, ma vogliamo attrarre anche gli investimenti esterni. Coloro che hanno deciso di aderire all'iniziativa hanno scommesso investendo il proprio denaro. Questo mi sembra un atto di grande fiducia sulla capacità di questa città di superare questa terribile crisi. Dobbiamo superare la logi-

ca del fondo perduto, della burocrazia regionale e creare le premesse per stimolare i capitali privati.

Una delle accuse è che queste attività temporanee stimolano l'abusivismo, e la vendita di prodotti contraffatti come si è registrato in fiera.

Succurro - Nel caso dei temporary non ci possono essere occasioni di abusivismo, poiché si tratta di attività svolte in locali chiusi che godono di tutte le necessarie autorizzazioni amministrative. Vigna - Questo è un problema di ordine pubblico che stiamo cercando di risolvere con la polizia urbana. Non è certo di facile soluzione, poiché entriamo nel campo penale dove devono intervenire le forze di polizia. La vendita abusiva o di beni contraffatti è un reato, e come tale va perseguito, ma è anche un dramma sociale.

Quali sono i prodotti, e le attività di questa prima ondata?

Succurro - Abbigliamento uomo, donna e bambino, bigiotteria e articoli per la casa.

Gli espositori sono sempre gli stessi o cambiano completamente?

Succurro - Cambiano di volta in volta. Nella prima fase ci siamo rivolti a brand nazionali e abbiamo dovuto convincerli a partecipare. Alla fine hanno trovato interessante il progetto e siamo riusciti a riunire venti case importanti. Sul sito del comune è sempre presente una manifestazione di interesse che manterremo sempre aperte per coloro che intendono partecipare successivamente. Tutta l'organizzazione è a carico del comune, ci siamo serviti di elementi esteri solo per aspetti particolari come la grafica o la comunicazione.

Associati alle esposizioni dei temporary shop sono previste altre manifestazioni?

Succurro - Per favorire l'afflusso dei visitatori si è pensato di organizzare altri eventi associati, aperti in piazza, proiezioni di immagini moda sulle pareti la sfilata di tutti i negozi, concerti serali, animazioni per i bambini in mattinata. Faremo in modo di avere periodicamente degli eventi a sostegno delle attività commerciali.

Ci sarà anche quest'anno la tradizionale rassegna delle Invasioni?

Succurro - Anche questo anno a partire dal 2 luglio avremo invasioni. Molte delle serate saranno organizzate nel centro storico e qualcosa sul lungofiume, anche questi saranno degli eventi attrattori per far conoscere il centro storico e offrire l'occasione di visitare le botteghe.

La novità è soltanto nella particolarità dell'offerta o è prevista anche una organizzazione commerciale particolare, negli orari, con momenti espositivi creativi, ad esempio?

Succurro - I temporary presentano degli elementi di novità, e nel periodo estivo saranno aperte ogni giorno fino alle ventidue, e il venerdì e il sabato fino a mezzanotte, per dare l'opportunità dello shopping notturno. A fianco sono previste anche manifestazioni artistiche, mostre e spettacoli e culturali per allietare e colorare il centro storico.

Vigna - Dobbiamo creare le premesse per un rilancio effettivo del centro storico. Dieci anni fa si è operata una scelta clientelare e il comune continua a erogare 800mila euro di interessi ai proprietari che avevano contratto mutui per ristrutturare le loro abitazioni. La maggior parte sono relativi a immobili al di fuori del centro storico, poiché la scarsa densità abitativa non aveva una ricaduta positiva in termini di consenso elettorale. Oggi dobbiamo creare le condizioni per rendere conveniente l'investimento, rivitalizzarlo con iniziative che abbiano la possibilità di reggersi sulle proprie gambe per evitare il riaccendersi dei fuochi fatui.