

Oggetto: INTERPELLANZA: rilanciare il centro storico**Mittente:** Antonio Rossini

Al Sindaco

A - Agli Assessori competenti

INTERPELLANZA: rilanciare il centro storico

IL FATTO

Passeggiare per il Centro Storico ha fornito, ancora una volta, un'impetosa fotografia sulla progressiva e costante diminuzione delle attività commerciali nell'area.

La Camera di Commercio di Venezia e Rovigo, pubblicando i dati comunali, per l'anno 2024 sulle sedi di impresa attive e registrate, con indicazione delle iscrizioni e delle cessazioni, ha reso noto che nel Comune di Rovigo le sedi d'impresa registrate erano 5.429, di cui 4.673 attive.

Le iscrizioni sono state 310, mentre le cessazioni hanno raggiunto quota 395.

Se si vuole allargare il periodo statistico in esame, risulta che nel giro di cinque anni Rovigo ha detto addio a 109 attività commerciali, quasi 22 all'anno, praticamente due al mese, con una flessione pari al -13,44%. In particolare, l'emorragia fra 2019 e 2024 ha colpito il Centro Storico, con 68 attività che hanno chiuso i battenti e con il totale passato da 461 ad appena 393, ben il -15%, mentre 41 sono le attività che si sono perse in un lustro nel resto del territorio del capoluogo, scese da 350 a 309, con un -11,71%.

VALUTAZIONI

Avevo già segnalato negli anni scorsi, con interpellanze agli atti, alle precedenti amministrazioni comunali la situazione dei negozi vuoti ed abbandonati in Centro Storico, senza peraltro che vi siano stati interventi significativi e tangibili atti a ridurre tale fenomeno.

Questi segnali incontrovertibili di peggioramento della qualità della vita vanno a danno di una sempre più elevata percentuale di popolazione che per età, problemi di movimento e deambulazione sono costretti a trovare alternative sempre più rare ed onerose

Già era palese, e peraltro condivisa da molti cittadini, la sensazione che politicamente sia necessario programmare un obiettivo comune mettendo in sinergia sistematica e la politica deve coinvolgere in rete

i responsabili dei settori Urbanistica ed edilizia privata, Decoro ed arredo urbano, Servizi informatici e innovazione, Agenda digitale e smart city, Sportelli polifunzionali, Progettazione sovracomunale, Semplificazione amministrativa, Protocollo e archivio, e quello di Commercio, Attività produttive e SUAP, Polizia locale, Sicurezza urbana, Promozione cultura della legalità, Cooperazione internazionale, Partecipazione attiva dei cittadini e Toponomastica, mediante l'instaurazione di un tavolo di lavoro permanente per il rilancio della città con obiettivi politici e step chiari e programmati.

Il mai avvenuto ritorno di operatori economici all'interno del Centro, Commerciale "Le Torri" ha portato conseguenze ancor più gravi, non solo in termini di vivibilità, ma anche e soprattutto in termini di percezione di insicurezza fisica e sociale.

Ad accentuare questo disagio occorre ricordare che i soldi pubblici spesi in questi ultimi Dieci anni per i Piani del Traffico a tutt'oggi non hanno visto la luce le soluzioni di viabilità tanto attese dai negozianti e dai cittadini.

L'incertezza sul futuro, certamente non facile per problematiche extra nazionali che incidono nella vita quotidiana ma la classe politica locale deve trovare soluzioni per risolvere i bisogni primari di molti residenti in Centro Storico e delle attività commerciali,

Forse è ora di rendersi conto che la "Città delle rose" sta pian piano sempre più emarginando e discriminando le persone quando queste, dopo una vita di duro lavoro, non servono più, anzi vengono considerate a tutti gli effetti una zavorra per un apparato socio-economico sempre sempre meno disponibile a sostenere le persone anziane che, dopo aver dato tanto hanno difficoltà di mobilità e non hanno a disposizione negozi di prossimità.

La tanto decantata "rigenerazione urbana" che cosa ha prodotto?: A tutt'oggi rassegnazione e frustrazione perenne, alimentata dalla considerazione che un cittadino si trova a dover fare qualcosa in contrasto coi suoi profondi valori e le sue legittime aspettative.

La diminuzione delle attività commerciali ed artigianali continua, dunque, a rappresentare un elemento di depauperamento economico e sociale della nostra città che rischia di trasformarsi in un vero e proprio irreversibile declino della vivibilità dei residenti.

E' un fenomeno che richiede un serio e credibile progetto di riqualificazione urbana per mantenere servizi, vivibilità, sicurezza e attrattività.

RICHIESTE

Tenuto conto che ormai i cittadini hanno bisogno di amministratori che sappiano anche guardare al di fuori delle finestre di Palazzo Nodari per individuare, proporre e portare a termine attività a favore della ricrescita della città,

RITENGO CHE ORMAI SIA TEMPO DI ABBANDONARE O NASCONDERSI DIETRO BANDIERE E/O IDEOLOGIE E CHE, COME CLASSE POLITICA, SIA OPPORTUNO DARSÌ COME OBIETTIVO IL DECORO DELL'ECONOMIA DELLA CITTA' SIA ATTRAVERSO AIUTI AI PROPRIETARI DEI NEGOZI PER MIGLIORARE L'ASPETTO DELLE VETRINE SIA ATTRAVERSO ALCUNE SOLUZIONI CHE DI SEGUITO CHIEDO ALL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI VALUTARE.

Pertanto alla luce di quanto illustrato:

1. Se si intenda AVVIARE, in analogia a quanto sta avvenendo nella vicina città di Ferrara il progetto: "AFFITTAMI": un bando per una nuova vita ai negozi in Centro Storico, mettendo a disposizione contributi per sostenere chi vuole aprire una nuova attività o una vetrina espositiva nelle vie del cuore di Rovigo. L'obiettivo è valorizzare gli spazi inutilizzati e sostenere il commercio di vicinato e potrebbe essere a favore di micro e piccole imprese che decidano di avviare un'attività (commerciale, artigianale o espositiva) in un locale sfitto tra le principali vie del Centro da individuare. Le attività dovranno rientrare in quelle espresse nell'apposito elenco dei codici ATECO individuati e che saranno pubblicati insieme al bando alla cui redazione potrebbe intervenire, con supporto tecnico, la Camera di

Commercio di Venezia Rovigo

In tal modo l'Amministrazione Comunale, senza erogare fondi a pioggia, potrebbe coprire parte del canone d'affitto per 12 mesi, con contributi percentualmente diversificati in base al fatto che si tratti di nuove attività o di vetrine espositive.

2. Se si intenda AGEVOLARE I DISTRETTI DEL COMMERCIO

Tra le politiche di attrattività e di sostegno al commercio vi è la creazione di Distretti del Commercio una modalità di valorizzazione territoriale innovativa, per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare dinamiche economiche, sociali e culturali.

Si tratta di realizzare ambiti in cui cittadini, imprese e rappresentanze sociali liberamente aggregati che sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione, di coesione sociale e di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone un territorio. Promuovono la competitività delle polarità commerciali urbane e la rigenerazione del contesto in cui si collocano, secondo una modalità di intervento il più possibile integrata, condivisa e concertata tra le istituzioni di governo del territorio, le autonomie funzionali e le rappresentanze economiche, politiche e sociali che vi operano.

Alcuni anni fa, Confesercenti, per agevolare il ripopolamento di botteghe, aveva proposto l'inserimento nella legge di stabilità di un meccanismo "combinato" per riportare i negozi della città: una norma che permettesse di introdurre canoni concordati e cedolare secca anche per gli affitti di locali commerciali. Un sistema già previsto per le locazioni abitative e che potrebbe essere declinato anche per il commercio attraverso un accordo tra proprietari immobiliari, rappresentanti delle imprese commerciali e amministrazioni territoriali competenti.

Questa operazione potrebbe favorire la ripresa del mercato immobiliare, dando allo stesso tempo nuovo impulso alla rinascita del commercio urbano e delle botteghe. Si sarebbe creato anche valore aggiunto per tutti i soggetti interessati: il proprietario dell'immobile godrebbe di un indubbio beneficio fiscale, le attività commerciali corrisponderebbero un canone ridotto. E per l'amministrazione comunale vi sarebbe un doppio investimento: sociale, con il ripopolamento delle aree oramai desertificate delle città, e fiscale.

3. Se si intenda REALIZZARE DEI "TEMPORARY STORE".

Una proposta per "camuffare" gli spazi abbandonati e renderli vivi e attrattivi è quella di realizzare dei temporary store, delle vetrine accese per un tempo limitato su uno o più prodotti.

Se le Associazioni di categoria, si facessero garanti con i proprietari dei negozi sfitti, si potrebbero aprire dei temporary store di qualsiasi prodotto. Si potrebbe così dare la possibilità a chi ha delle attività fuori Rovigo di esporre i propri prodotti in Centro, piuttosto che allestire degli shop in centri commerciali dove si chiedono prezzi di affitto esorbitanti. In tal modo i consumatori avrebbero delle ragioni in più per recarsi in Centro.

Ovviamente, a monte dell'iniziativa vi dovrà essere una preventiva raccolta delle manifestazioni di interesse dei franchisor orientati a insediarsi nelle aree a rischio desertificazione commerciale e l'indicazione dei locali sfitti da parte dei proprietari disponibili a raccogliere la sfida. Vi è inoltre la necessità di un supporto del Sistema camerale

e la collaborazione con le realtà maggiorante rappresentative del franchising (Assofranchising, Federfranchising, Confimprese).

Si tratta di uno strumento flessibile e articolato a sostegno del commercio e per la rivitalizzazione del Centro Storico coniugato alla necessità di sostenere lo sviluppo dell'occupazione come forma di contrasto alla desertificazione commerciale che sta subendo il Centro di Rovigo.

Con il supporto delle associazioni di categoria si potrebbe avviare così la prima strategia, a costo zero per i commercianti: la possibilità di allestire la vetrina di uno dei negozi sfitti per promuovere i propri prodotti.

Un modo per avere una maggiore visibilità e un ulteriore punto dove presentare la merce. Una soluzione in base alla quale i negozianti interessati non dovrebbero pagare nessun affitto, appunto, ma solo garantire di tenere acceso il negozio altrimenti spento e curare regolarmente la vetrina, tenendola in ordine con la merce esposta.

Nel frattempo i proprietari dei negozi sfitti, onde evitare la tinteggiatura delle vetrine potrebbero pannellarle con dei manifesti in Pvc con sopra un'immagine di Rovigo ed uneventuale slogan per ridare visibilità, luce e rilevanza alle vetrine dei tanti negozi sfitti in quanto una vetrina non illuminata, lasciata a sé, fa purtroppo trapelare un grande senso di degrado.

Naturalmente la base di partenza sarà sapere quanti proprietari di negozi/uffici sono disponibili ad imbarcarsi nell'impresa. Si dovranno comunque prevedere diversi gradi di impiego, a seconda della disponibilità dei proprietari: solo la vetrina (gli occupanti si impegnano a curarla, a tenere aperta la serranda in certi orari, ad affiggere elementi, opere, lavori, colori); il livello successivo, con l'impiego anche dell'ambiente interno, ma solo per esposizione; e il terzo, il più impegnativo, ovvero l'utilizzo dello spazio interno per attività compatibili con le finalità del progetto (organizzazione di concerti, presentazioni di mostre e di libri).

Antonio Rossini capogruppo lista civica Noi per Rovigo