20-NOV-2025
da pag. 9 / foglio 1 / 2

Gazzetta di Modena - Reggio - Nuova Ferrara

Quotidiano - Dir. Resp.: Davide Berti
Tiratura: 15851 Diffusione: 13028 Lettori: 266000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
44° Anniversario

«Serve un grande piano di rigenerazione urbana»

Carlo Sangalli: «Urgono risorse e politiche mirate»

Data Stampa 6901 Data Stampa 6901

L'intervista al presidente

«La desertificazione commerciale non è solo un semplice dato economico, ma una questione di coesione sociale: ogni saracinesca che si abbassa significa meno sicurezza, meno servizi, meno attrattività. E dove mancano attività e servizi, diminuiscono le occasioni di incontro, si riduce il senso di comunità. Sono evidenti segnali di un indebolimento profondo della vita urbana. Bisogna intervenire con urgenza, altrimenti in pochi anni rischiamo di avere vere e proprie città "fantasma"». È quanto dichiara il Presidente di Confcommercio Carlo Sangalli in merito alle tematiche al centro dell'iniziativa "inCittà – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono" in corso oggi e domani a Bologna.

Presidente, quali interventi di rigenerazione urbana ritiene più urgenti per contrastare la desertificazione commerciale?

«Serve un grande piano di rigenerazione che riporti funzioni, servizi e qualità nei centri storici. Parlo di recupero degli immobili sfitti – oggi oltre 100mila – riqualificazione degli spazi pubblici, sicurezza, arredo urbano e illuminazione adeguata. Bisogna restituire ai cittadini luoghi accoglienti e vissuti, incentivando anche nuove attività culturali e sociali. La rigenerazione non è solo architettura: è costruire condizioni che rendano conveniente tornare a investire nei centri urbani».

Quali provvedimenti possono arrivare dal Governo e dall'Europa?

«Servono politiche mirate ed efficaci, ma servono anche risorse adeguate. E le risorse si possono trovare nei fondi destinati alla rigenerazione, nei programmi europei già attivi, nelle partnership tra pubblico, privato e mondo immobiliare. Ma vanno usate con un obiettivo ben preciso: riportare servizi nei quartieri e sostenere imprese che generano coesione. Per l'Emilia-Romagna, ad esempio, sono 63 i primi hub urbani e di prossimità riconosciuti dalla Regione – nelle grandi città, ma anche nei piccoli comuni delle aree interne e appenniniche- che potranno accedere all'assegnazione di risorse pari a 14 milioni di euro per realizzare interventi di qualificazione, sviluppo e promozione».

Quali incentivi, fiscali o urbanistici, potrebbero rendere sostenibile l'apertura di nuove attività?

«Occorrono strumenti semplici e immediati. Penso, ad esempio, alle leve della riduzione degli oneri urbanistici e della semplificazione dei processi amministrativi per incentivare la riapertura dei negozi sfitti. Ma, naturalmente, le imprese devono essere sostenute anche con politiche fiscali più eque, percorsi di credito più accessibili, strumenti che le aiutino a stare al passo con la trasformazione digitale e con i nuovi modi di vivere la città».

Perché è importante sostenere strategie per la mobilità e la logistica nelle città?

«Senza una mobilità efficiente e una logistica moderna, i centri non possono funzionare. Mi riferisco, ad esempio, al trasporto pubblico integrato, a un'accessibilità equilibrata, a parcheggi di prossimità. Una città dove merci e persone si muovono in modo facile e ordinato è più competitiva e più vivibile. La sostenibilità non deve essere un vincolo, ma una leva per migliorare la qualità della vita e sostenere il commercio».

Quali sono le proposte di Confcommercio per le città del futuro?

«Immaginiamo città più inclusive e digitali, dove commercio, servizi, trasporti, cultura e turismo convivono con spazi pubblici di qualità. Occorre agire su tre livelli: un coordinamento delle politiche urbane che utilizzi in sinergia i programmi e le risorse europee e nazionali; valorizzazione dei Distretti Urbani dello Sviluppo Economico e Programmi Pluriennali per l'Economia di Prossimità che favoriscano, ribadisco, il riuso degli immobili sfitti, ma anche sostegni alla transizione energetica e digitale delle imprese».

Qual è l'obiettivo dell'iniziativa "inCittà – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono"?

«Stimolare il dibattito e mettere a confronto istituzioni, imprese, mondo accademico, esperti e società civile su temi che spaziano dalla desertificazione commerciale alla mobilità sostenibile, dalle sfide demografiche alle politiche abitative, dal rapporto tra turismo e vivibilità dei centri storici al ruolo della cultura e dell'intelligenza artificiale nella trasformazione urbana. In sintesi, proveremo a disegnare il futuro delle città italiane attraverso la rigenerazione urbana e la valorizzazione delle economie di prossimità». ●

Alessia Dalla Riva

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30516 - SL_LAZ

Gazzetta di Modena - Reggio - Nuova Ferrara
Quotidiano - Dir. Resp.: Davide Berti
Tiratura: 15851 Diffusione: 13028 Lettori: 266000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
44° Anniversario

Data Stampa 6901

Negozio sfitto nel centro storico di una città emiliana, problema che accomuna praticamente tutto il Paese

Carlo Sangalli presidente Confcommercio

Riportare i servizi nei quartieri e sostenere imprese che generano coesione Per l'Emilia-Romagna, ad esempio, sono 63 i primi hub urbani e di prossimità riconosciuti dalla Regione

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30516 - SL_LAZ