



## COMUNE DI SASSARI

Prot.. n. 136161 del 4.10.2016

### MOZIONE DI DIVERSI CONSIGLIERI COMUNALI SU "COSTITUZIONE DI UN TOWN CENTER MANAGEMENT"

PREMESSO che:

- la modernizzazione del sistema distributivo italiano pone con forza il problema dei centri storici e del ruolo che può giocare il settore commerciale nel processo di valorizzazione di queste aree. Nel contesto urbano il centro storico assolve una funzione fondamentale di identificazione sociale e di riconoscimento di una data collettività con la sua storia che l'offerta commerciale contribuisce in modo sostanziale a tenere viva;
- il settore della distribuzione al dettaglio si contraddistingue, come noto, per una tendenza alla concentrazione fisica dell'offerta commerciale, questa si determina in modo spontaneo in aree che presentano condizioni di accessibilità privilegiate, di norma costituite dal centro storico e/o da alcune vie commerciali, o in modo pianificato in insediamenti extra-urbani (centri commerciali), che realizzano sotto un'unica regia ciò a cui le concentrazioni spontanee (naturali) pervengono attraverso il sommarsi di decisioni elementari di singoli imprenditori;
- il confronto tra sistemi di offerta urbana ed extra-urbana avviene, tuttavia, in condizioni di inferiorità, poiché i primi mancano quasi sempre della regia unitaria su cui possono contare i secondi. Un centro commerciale pianificato infatti di norma è gestito da un'unica direzione centrale che può autonomamente definire:
  - il mix di offerta merceologica, attraverso la selezione degli operatori da inserire nel centro stesso, specialmente con riguardo alla galleria commerciale;
  - le politiche pubblicitarie e promozionali per l'intero centro commerciale;
  - l'insieme dei servizi collaterali da offrire ai consumatori (parcheggi, distributori di carburante, attività/servizi ricreativi);
- tali opportunità sono invece precluse, o comunque difficilmente realizzabili, nel caso dei centri non pianificati, a causa dell'assenza di una direzione unitaria, appare sempre più necessario avviare un intervento finalizzato a fornire quella regia che restituisca pari capacità competitiva alle due alternative di acquisto;
- le associazioni di via, o centri commerciali naturali, che si sono sviluppate in molte realtà urbane di media-grande dimensione del nostro paese e che su base volontaristica hanno cercato di avviare un discorso di promozione del centro storico hanno certamente rappresentato una prima risposta. Tali iniziative anche a Sassari hanno, però, finito per pagare i limiti dello scarso spirito associativo degli imprenditori e del comportamento opportunistico dei singoli rispetto alle iniziative di gruppo. La mancanza di un meccanismo di coordinamento delle singole iniziative a livello di quartiere ha, inoltre, finito per limitare lo stesso potenziale di iniziative attivabili;



## COMUNE DI SASSARI

Prot.. n. 136161 del 4.10.2016

- a questo si aggiunga il fatto che l'assenza di un progetto comune di valorizzazione commerciale del centro storico – gestito secondo modalità e criteri non più basati soltanto alla buona volontà dei singoli imprenditori su specifiche iniziative – non ha consentito di mobilitare quella “coincidenza di interessi” tra piccolo commercio specializzato e media-grande distribuzione che, anche sulla base dell'esperienza avvenuta in contesti commerciali più evoluti, rappresenta una potenziale fonte di risorse economiche su cui far leva per sviluppare le attività di promozione e per rafforzare la complessiva offerta di servizi del centro storico;
- per superare i limiti organizzativi e di funzionamento dell'associazionismo su base territoriale – di via e/o di zona – e per dare una visione strategica alle diverse attività promozionali e di marketing sviluppate per il centro storico consentendo l'aggregazione di ulteriori risorse, a partire dalla fine degli anni '80 si sono sviluppate in Europa una molteplicità di iniziative di town centre management con il compito di coordinare tali attività;
- a tale riguardo la realtà nazionale che più di ogni altra ha sviluppato progetti in questa direzione è stata senza dubbio quella inglese, che oggi conta complessivamente oltre 300 iniziative attive e che vede la presenza della più importante – non solo numericamente – associazione di TCM a livello europeo. Esperienze significative esistono comunque in Svezia, in Francia ed in Germania. Anche in Italia si sono sviluppate alcune iniziative-pilota in tale direzione – basti pensare, solo per citarne alcune, a Trento, a Perugia, a Padova e a Modena dove si è lavorato alla realizzazione di una soluzione operativa per la gestione della valorizzazione del centro storico più in linea con quelle sperimentate nelle realtà europee;

CONSIDERATO che tra gli obiettivi del programma del Sindaco di Sassari si possono individuare alcune finalità strategiche a partire del rilancio del centro storico e che a tal fine occorre favorire:

1. la regolamentazione del commercio, la tutela del consumatore, la concorrenza, la trasparenza del mercato, il pluralismo e l'equilibrio delle diverse forme di vendita e delle tipologie distributive, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle micro, piccole e medie imprese e delle loro iniziative associate;
2. la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane e rurali per lo sviluppo della qualità sociale della città e del territorio;
3. favorire l'associazionismo tra le imprese;
4. favorire la crescita di attività commerciali che integrino e migliorino la qualità della città, per la riqualificazione e il riuso di aree urbane, migliorandone l'attrattività, vivibilità e sicurezza, avendo presente che le attività commerciali da sempre inserite nel centro storico assicurano un presidio, aggregano, rendono vivo, pulito ed animato il centro, costituendo un freno al degrado e all'incuria;
5. favorire la crescita e lo sviluppo di centri commerciali naturali verso i distretti territoriali per il rilancio economico-sociale della città. I centri commerciali naturali



## COMUNE DI SASSARI

Prot.. n. 136161 del 4.10.2016

sono reti di attività commerciali che si uniscono per offrire servizi integrati, programmare eventi, animare le aree urbane, per contrastare l'aggressione della grande distribuzione organizzata che sta impoverendo il nostro tessuto imprenditoriale. La provincia di Sassari è una delle aree in Europa a maggiore densità di GDO;

RILEVATO che:

1. è intenzione dell'Amministrazione, tramite gli ITI, intervenire sulla criticità rappresentata dall'attuale condizione in cui versa il mercato civico, poiché in altre città italiane è conclamato che tali asset rappresentano una struttura portante per tutto il commercio;
2. assistiamo progressivamente ad una crescente proliferazione di attività di somministrazione di alimenti e bevande nelle aree di maggior pregio della città, al punto che l'amministrazione di Sassari è impegnata costantemente a governare il fenomeno;
3. il settore della somministrazione funge talvolta da vero e proprio ammortizzatore sociale, a volte come autoimpiego a volte attraverso assunzioni stagionali in una città in cui le prospettive occupazionali si riducono sensibilmente;
4. a causa del prolungarsi della crisi è costantemente a rischio la permanenza di attività storiche e di eccellenza nel centro storico di Sassari;
5. è sempre più pressante la necessità di armonizzare il regolamento di concessione delle aree pubbliche per la somministrazione di alimenti e bevande (dehors), introducendo criteri che tendano al miglioramento della qualità del servizio, della funzionalità, dell'estetica e del decoro urbano;
6. è appurato il valore economico e sociale di tale tipologia di commercio, che rappresenta un settore dalle grandi potenzialità anche a finalità turistiche, e che si presta alla sperimentazione di nuovi modelli di sviluppo;

SOTTOLINEATO che:

1. i complessi problemi del commercio e dell'artigianato, settori portanti della nostra economia devono essere affrontati, come sta facendo questa amministrazione, attraverso un serio approccio tecnico che sappia mutuare le migliori esperienze in atto nel paese;
2. tali complessità non hanno mai soluzioni individuali, ma è importante riconoscersi in un sistema che muova verso la stessa direzione in cui istituzioni e soggetti privati sappiano mettere in atto modelli di condotta unitaria;
3. la capacità competitiva del territorio vede il commercio sempre più protagonista e che lo stesso, unito ai servizi, in particolare quelli turistici, è in continua evoluzione e, insieme, sono caratterizzati da un forte dinamismo e rapide trasformazioni, trovano la loro massima esaltazione nei distretti economici territoriali (DET), i quali hanno come obiettivo principale il "marketing territoriale" e quindi una visione multidisciplinare e multisettore del territorio;
4. Sassari non è considerata una meta turistica irrinunciabile, non solo per i turisti d'oltre mare, ma soprattutto per gli abitanti dell'isola che però, ogni qualvolta



## COMUNE DI SASSARI

Prot.. n. 136161 del 4.10.2016

opportunamente stimolati, in particolari ma significative occasioni come la "Cavalcata sarda" e i "Candelieri" hanno sempre risposto in migliaia;

5. è necessario costruire politiche attive di destinazione per incrementare, orientare ed accompagnare, anche attraverso un processo di innovazione di prodotto, nuovi flussi turistici verso la nostra città e territorio, soprattutto nelle stagioni di spalla come previsto dal progetto "Rete di reti";

RITENUTO che:

1. la rigenerazione è un metodo che intreccia processi di pianificazione con processi di comunicazione, allo scopo di attivare quelle trasformazioni della città necessarie per i suoi abitanti e per coloro che la vivono. L'idea di base è che sia la città a ripensare se stessa. E' un metodo che richiede un approccio partecipativo che integra diverse discipline: pianificazione urbana, sociologia, antropologia, scienze della comunicazione, marketing territoriale, economia, altro;
2. è proprio il ruolo delle persone quello più importante nel rigenerare la città. Il ruolo della politica è supportarli nel farsi protagonisti del cambiamento all'interno di processi partecipativi. Processi nei quali siano ampiamente disponibili e fruibili informazioni, dati, dove l'ascolto sia la regola e venga promossa la produzione di idee e soluzioni condivise. Rigenerare Sassari è rigenerare il suo capitale sociale prima ancora del suo capitale fisico;
3. il centro storico di Sassari ha le caratteristiche riscontrabili in molte periferie degradate e marginali, interessate da carenze di attrezzature e servizi, degrado degli edifici, degli spazi aperti e pubblici, da processi di esclusione sociale e disagio sociale;
4. la riqualificazione dell'ambiente costruito è certamente un obiettivo dell'intero Consiglio comunale che passa attraverso il risanamento del patrimonio edilizio e degli spazi pubblici, garantendo la tutela, valorizzazione e fruizione del patrimonio storico culturale, paesaggistico e ambientale, attraverso la riorganizzazione dell'assetto urbanistico, il recupero di urbanizzazioni (per es. Turrutania), spazi verdi e servizi e la previsione delle relative modalità di gestione, pur tenendo conto della scarsità di risorse;

IL Consiglio comunale

### **I M P E G N A**

- il Sindaco e la Giunta affinché si individuino, in tempi rapidi, un team qualificato a competenza multipla, di comprovata esperienza e affidabilità, per accompagnare l'amministrazione e gli operatori economici verso il rilancio del centro storico cittadino, attraverso le seguenti azioni:
  1. realizzazione di un piano di sviluppo territoriale e di marketing urbano e la nascita di un town center management;
  2. costituzione del distretto urbano dei commercio;



## **COMUNE DI SASSARI**

*Prot.. n. 136161 del 4.10.2016*

3. creazione di una task force per assicurare fund raising su progetti finanziati da leggi regionali, nazionali, comunitarie e dare supporto per la sperimentazione di metodiche d'intervento innovative, favorire la predisposizione di atti amministrativi specifici;
4. realizzazione di un piano di comunicazione del centro;
5. realizzazione di un piano di formazione concordato con gli operatori di settore;
6. applicazione di azioni di sistema per promuovere strumenti di incentivo e orientamento alle PMI (vedi progetto Rete di reti).

Firmatari i Consiglieri comunali e le Consigliere comunali del Partito Democratico: Simone Campus, Salvatore Sanna, Stefano Perrone, Pierpaolo Bazzoni, Antonio Panu, Giovanni Crobu, Lisa Benvenuto, Luca Taras, Giuseppe Mascia, Valeria Fadda, Carla Fundoni. Illustrata dal consigliere Simone Campus.

**ILLUSTRATA, DISCUSSA E APPROVATA A MAGGIORANZA  
DAL CONSIGLIO COMUNALE NELLA SEDUTA  
DEL 31 GENNAIO 2017**