

COMMERCIO IN CRISI A PESCARA: DI LORITO, “DAI DISTRETTI URBANI L'OCCASIONE DI RILANCIO”

22 Dicembre 2022



PESCARA - Dalla creazione del Distretto urbano del commercio può venire la risposta positiva ai problemi del settore per la città di Pescara e per quell'area vasta che si raccoglie intorno alla città adriatica.

La proposta arriva dalla Cna di Pescara, che con il suo responsabile Commercio e Turismo, Luciano Di Lorito, propone «ai Comuni, alla Camera di Commercio, alle forze economiche e imprenditoriali, alle associazioni datoriali e degli stessi consumatori, di creare un fronte comune in grado di ispirarsi a modelli positivi che stanno funzionando bene in altre aree italiane».

«Esistono esempi positivi adottati da diversi anni in varie regioni italiane, come la Lombardia (dove esistono 171 distretti con l'adesione di 791 comuni, ovvero oltre il 50% del totale) la Puglia, il Veneto, la Campania, il Friuli, il Piemonte – spiega Di Lorito – dove la spinta alla creazione dei distretti, che hanno diverse denominazioni ma rispondono a un'identica esigenza, ha rappresentato la risposta forte allo strapotere esercitato non solo dei centri commerciali, ma anche delle piattaforme online. In questa chiave, attraverso il distretto, il commercio può diventare elemento di attrazione e traino del territorio, valore aggiunto all'offerta turistica, e occasione per un modello innovativo sotto il profilo sociale».

«I distretti urbani del commercio, i Duc, sono anche una grande occasione – aggiunge Di Lorito – per la riqualificazione del tessuto urbano, per il recupero degli immobili, per il rilancio degli stessi mercati cittadini che versano in condizione di

crescente precarietà e abbandono; l'occasione per sottrarre centinaia di locali alla chiusura, inevitabile premessa alla loro trasformazione in garage, come è facile constatare a Pescara soprattutto nelle vie del centro dove si assiste a una silenziosa variazione di destinazione d'uso".

"Ed anche per il positivo abbinamento che si può realizzare con le piattaforme di commercio locale, che dopo qualche fase di entusiasmo iniziale, finiscono inevitabilmente per segnare il passo alle corazzate dell'e-commerce: insomma, si tratta di ulteriori strumenti per fidelizzare la clientela. E non vanno sottovalutate le possibili condizioni di vantaggio anche sotto il profilo fiscale che si possono determinare».

Interlocutore del progetto diventa la Regione: «Perché attraverso l'istituzione regionale è possibile individuare le risorse da mettere a disposizione del progetto, anche attraverso la rimodulazione della programmazione comunitaria, da erogare con specifici bandi. Ma va avviata una azione di concertazione con i diversi attori sociali ed istituzionali del territorio, e poi di animazione. A inizio anno ci faremo parte attiva per un disegno di legge regionale in tal senso, sapendo che queste misure possono essere adeguate e funzionali, con la creazione di ulteriori distretti che si chiamano "diffusi" anche alle realtà dei piccoli comuni delle aree interne, nelle quali il commercio versa in difficoltà gravissime».