

SAN SALVO: COMUNE E CAMERA DI COMMERCIO INSIEME PER CENTRO STORICO

12 Aprile 2011

SAN SALVO – Il sindaco di San Salvo (Chieti), Gabriele Marchese, e il presidente della Camera di commercio di Chieti, Silvio Di Lorenzo, hanno sottoscritto stamane un protocollo d'intesa per l'avvio di uno studio di marketing territoriale, finalizzato alla redazione di un piano strategico per il rilancio del centro storico.

Erano presenti i vice presidenti della Camera di commercio, Armando Tomeo e Patrizio Lapenna, alcuni componenti della giunta camerale, le associazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti, Cna, Confartigianato, Consorzio "Mille Vetrine"), oltre alla Giunta comunale.

"Si tratta - si legge in una nota dell'ufficio stampa del Comune - di un progetto di ampio respiro, finanziato dalla Camera di commercio in collaborazione con i comuni di San Salvo, Ortona e Guardiagrele (Chieti). Lo studio, affidato a una società altamente specializzata nel settore e che sarà redatto in collaborazione con le associazioni di categoria, partirà da un'indagine e un'analisi dei fenomeni commerciali degli ultimi anni con l'obiettivo di arrivare a tracciare proposte efficaci a rilanciare il ruolo direzionale del centro urbano".

"Il sindaco di San Salvo - continua la nota - ha ringraziato la giunta camerale per aver sostenuto un importante progetto che innanzitutto farà luce sui processi di trasformazione socio-economici e sui cambiamenti delle abitudini al consumo delle famiglie e dei cittadini avvenuti negli ultimi anni, e soprattutto che indicherà una strategia d'intervento per combattere l'attualissimo e generale fenomeno dello spopolamento dei centri storici comune a tutte le città, seppur con le dovute differenze identitarie".

"Se infatti il fenomeno - prosegue - è in gran parte legato a fattori quali la crisi economica e il moltiplicarsi dei centri commerciali nelle periferie, è proprio a partire dalle peculiarità identitarie cittadine che sarà possibile avviare un'azione di valorizzazione e sviluppo del centro urbano sia come centro commerciale 'naturale', con la presenza di nicchie di qualità nell'offerta commerciale, sia come cuore pulsante della città in termini di vivacità culturale, presenza di attrattive storiche, artistiche e naturali".

"L'amministrazione comunale e la Camera di commercio - si legge ancora - si augurano che a conclusione dello studio di marketing saranno formulate proposte innovative e che si creino le condizioni per la competitività futura del 'sistema centro storico' per la quale sono certamente fattori determinanti da un lato la capacità sinergica tra pubblico, organizzazioni di categoria e imprenditori privati e dall'altro la vocazione all'aggregazione da parte delle forze coinvolte al fine di rendere possibile una gestione d'insieme delle funzioni di pianificazione, articolazione dell'offerta, fornitura dei servizi comuni".

"In tal senso - conclude - l'amministrazione comunale sosterrà e contribuirà alle iniziative e agli interventi che il piano strategico prevederà per rendere fruibile al meglio il centro storico e determinarne il rilancio. Uno studio analogo è stato già realizzato, relativamente ai Comuni di Chieti, Lanciano e Vasto e che, per il progetto, la Camera di Commercio ha ricevuto, nell'ambito della 56 ma conferenza dell'Ida, a Fort Worth (Dallas), il riconoscimento del 'Downtown award 2010' dall'International Downtown Association (Ida), nella categoria leadership per le migliori proposte di gestione dei centri urbani".