

29 settembre 2024

PROGETTO : Negozi di vicinato - IDEA

Obiettivo

Recuperare la funzione del "Negozio di vicinato" all'interno delle nostre Comunità, cercando di ritrovare un ruolo sociale che si è progressivamente perso già col finire del secolo scorso e che si vorrebbe in qualche modo ricostruire nel contesto di un mondo che nel contempo si è completamente trasformato.

Favorire il raggiungimento dei negozi di vicinato posti in aree difficilmente raggiungibili in automobile (ZTL, Zone Pedonali o Aree prive di parcheggi) anche da parte di persone che abbiano difficoltà nel raggiungerle a piedi (vuolsi per lontananza piuttosto che per impedimento motorio).

Contesto

Spesso, in particolare nei Comuni posti al di fuori delle aree urbane, il commercio locale ha subito nel tempo diverse trasformazioni, snaturandone purtroppo le origini, che lo vedevano con un ruolo da protagonista nel processo di relazione sociale all'interno delle nostre comunità.

Probabilmente i due momenti in cui la capacità di reazione da parte del commercio locale è venuta maggiormente meno, sono:

1. l'avvento dei Centri Commerciali (fine anni '70). L'euforia del momento è stata la prima causa di allontanamento delle persone dai negozi di vicinato alla scoperta di questa novità, capace di racchiudere in un solo luogo tutta l'offerta commerciale per le famiglie. Fin qui però il fenomeno limitava il suo danno al sabato (e successivamente anche alle domeniche), ma rimaneva il fatto che per arrivarcì era comunque necessario fare diversi chilometri in auto e questa cosa ne scoraggiava l'utilizzo soprattutto in settimana ...
2. l'aumento esponenziale del traffico automobilistico che ha richiesto ai Comuni l'imposizione di norme stringenti per la sua regolamentazione negli ambiti urbani, creando evidenti difficoltà di raggiungimento dei negozi che improvvisamente si sono trovati in aree ZTL, pedonali e, forse peggio, prive di possibilità di parcheggio.

A fronte della situazione che si è venuta via via a creare, le persone hanno iniziato a frequentare sempre meno i "negozi sotto casa", determinando uno stato di sofferenza che in un gran numero di casi ne ha causato la chiusura.

Al di là di altre considerazioni di carattere sociologico, è innegabile che una delle cause di questa situazione è il fatto che le persone hanno via via trovato sempre più difficoltà nell'accedere fisicamente al negozio. Il fatto di favorire la pedonabilità delle "vie dello shopping" ha determinato da una parte un valore, laddove la stessa diventava una proposta finalizzata a creare una zona di esclusività



particolare e che avrebbe coinvolto un territorio non totalitario, bensì appunto esclusivo, all'interno dell'area urbana. Esempi di questa situazione posso essere rappresentati dalla Via Italia a Monza, dalla Via XX Settembre a Bergamo o anche dalla Via Roma a Treviglio. Laddove invece la pedonabilità si è imposta come unica possibilità di accesso ai servizi primari, quali la farmacia, il panettiere, il macellaio, il fruttivendolo, l'edicolante, il tabaccaio, il ferramenta, ... la crisi si è manifestata più evidente! In qualche modo si era determinata una situazione che privilegiava i cittadini residenti in prossimità dei negozi, tipicamente i residenti del centro, sfavorendo i residenti delle periferie, in quei contesti, tipicamente nei Comuni di provincia, in cui il tessuto commerciale era tradizionalmente radicato nel centro del paese. Ma evidentemente la popolazione residente nel centro dei piccoli comuni non avrebbe potuto sostenere, da sola, il commercio locale!...

Consapevoli che l'analisi meriterebbe ulteriori approfondimenti, risulta però innegabile che il tema "mobilità" ha giocato un ruolo di rilievo sulla attuale situazione. Vale quindi la pena concentrarsi su questo aspetto e valutare se sia possibile individuare qualche soluzione in grado quantomeno di interrompere il circolo vizioso che si è instaurato e ridare un po' di fiato ad una forma di commercio che ha ancora molto da dire e da dare ...

Parlando di mobilità viene immediato pensare alle due ruote, biciclette che oggi sono disponibili anche con pedalata assistita, e a mezzi elettrici leggeri che potrebbero in qualche modo costituire un sistema di navette a disposizione della cittadinanza. Sarà quindi in questi termini che verranno analizzate alcune proposte in grado di contribuire, anche se non in modo esaustivo, alla sopravvivenza dei negozi di vicinato.

dchange 
Soluzione
L'uso della bicicletta per "recarsi a fare la spesa"
DIGITAL TRANSFORMATION IN USE
Se non fosse che lasciare una bicicletta in strada mentre si fa la spesa, tantopiù se elettrica (quindi oggetto di valore economico significativo), comporti un altissimo rischio di furto (se non della bicicletta, quantomeno della spesa!), questo sarebbe il mezzo ideale per muoversi per negozi nei nostri Comuni ...

Il vecchio sistema degli stalli a cui legare la bicicletta si è dimostrato in molti casi un deterrente poco efficace, soprattutto se a bordo della bicicletta si deve lasciare la spesa che via via viene effettuata (quella non la si può legare e portarsela durante tutto il tragitto dello shopping non è esattamente una comodità ...).



Esistono oggi soluzioni molto interessanti e tecnologicamente evolute che consentono ad esempio di mettere al riparo la bicicletta (in un box) per tutta la durata dello shopping. Questi "bike box" sono oggetti che diventando parte dell'arredo urbano, creano un servizio utile al cittadino (ma anche al turista e al visitatore). Nelle loro versioni più evolute consentono ad esempio di prenotarne l'utilizzo attraverso una app e trovare il box disponibile quando ci si reca "in paese a fare la spesa", è possibile inoltre



ricaricare la bicicletta (se elettrica) ed ospitare fino a 2 mezzi (anche 3 se la terza bicicletta è quella del figlio piccolo ...), oltre che lasciare "sottochiave" eventuale bagaglio, abbigliamento pesante e quant'altro potrebbe essere scomodo portarsi dietro. Altro aspetto interessante, questi oggetti sono connessi h24 con una centrale di servizio collegata ad un sistema di sensori interni che ne prevengono qualsiasi tipo di utilizzo anomalo (tra questi: lasciare animali e persone all'interno) ed una assicurazione nel caso quantomeno poco probabile di un furto.

Un servizio di questo tipo non può evidentemente essere a pagamento ... laddove lo si è già sperimentato si è cercato anche di gestire questo aspetto, grazie ad esempio all'integrazione del servizio con quello delle società di trasporto locale, l'emissione di voucher da parte dei commercianti (rilasciati a seguito di un acquisto in negozio), la sponsorizzazione o con un intervento del Comune che consenta ad esempio di abbuonare la prima mezz'ora di sosta (per un caffè al bar!).

Un servizio di navette elettriche

È chiaro che la bicicletta potrebbe non essere il mezzo ideale per tutti. Le persone anziane, o quantomeno quelle con qualche tipo di problematica motoria, non potrebbero utilizzare questo mezzo. Per loro sarebbe però possibile organizzare un servizio di "navetta", magari su chiamata, che consenta l'avvicinamento alla zona dei negozi per poi proseguire a piedi (o nel caso in carrozzina) gli ultimi metri. Questo servizio sarebbe inoltre estremamente utile per consentire agli anziani di poter vivere il contesto sociale favorendone la relazione durante l'uscita per la spesa ... Come potrebbe funzionare il servizio? Sicuramente adottando mezzi elettrici leggeri (che dovranno poter avere accesso a zone pedonali e ZTL), mezzi del tipo "golf cart", per intenderci.

Probabilmente potrebbe risultare poco opportuno l'acquisto dei mezzi da parte del Comune, questo implicherebbe ad esempio, al di là dell'ammortamento finanziario, la disponibilità continua di un autista che nella gestione HR dell'amministrazione potrebbe comportare un problema non banale. Probabilmente la soluzione più interessante potrebbe essere quella di acquisto di un "Servizio chiavi in mano" da parte di fornitori esterni che garantiscono la disponibilità, su chiamata o su servizio continuo (questo lo si vedrà in funzione dei risultati su un periodo di sperimentazione), di mezzi con relativi conducenti.

Unica criticità: garantire la continuità del servizio nel tempo. Per questo dovrà essere studiato un adeguato piano di finanziamento del servizio che potrebbe, ad esempio, essere finanziato in parte dai proventi derivati dal parcheggio nei bike-box, ma anche da sponsorizzazioni locali (applicate ad esempio sulle fiancate dei mezzi, ma anche sulle pareti dei bike-box).

Proposta per la Lombardia

Grazie all'intervento di "Confcommercio - Imprese per l'Italia", oggi la maggiore associazione nazionale di rappresentanza per tutto il settore del commercio, del turismo e del terziario in genere, si vogliono sensibilizzare le PA Territoriali (tipicamente le Regioni) e le PA Locali (tipicamente i Comuni) ad intraprendere iniziative a favore della rivalutazione dei negozi di vicinato.





Il meccanismo potrebbe essere quello ormai consolidato dei Bandi a favore della PA, dove Regione mette a disposizione delle PAL contributi a fondo perduto a favore di progetti di sviluppo, innovazione e sostenibilità. Uno degli ultimi bandi di questo tipo è stato il cosiddetto "Bando Colonnine" del 22-23 che ha favorito l'installazione di centinaia di stazioni di ricarica per e-bike su tutto il territorio lombardo. In questo caso il bando potrebbe addirittura risultare ancor più virtuoso, poiché andrebbe dichiaratamente a favore del recupero di un elemento di vitalità economica e sociale dei nostri territori: i negozi di vicinato, l'artigianato locale, i punti di interesse turistici e culturali, gli eventi!

Un ipotetico bando potrebbe ad esempio finanziare l'acquisto e l'installazione di un numero di bike-box proporzionato alle dimensione della PAL ed alla stipula di un primo contratto sperimentale per il servizio di navette elettriche attraverso l'ingaggio (a bando) di un fornitore in grado di gestire il servizio su tutti i territori. A garanzia della promozione dei servizi e della loro sostenibilità nel tempo, il bando dovrebbe porre requisiti misurabili che garantissero la pubblicità dei servizi (ad esempio richiedendo la presenza sui canali digitali E015 che favorissero la presenza sui website degli stakeholder locali e sui Social Media) ed un preciso piano di sostentamento del servizio che impegnasse i comuni a mantenerne lo stato efficienza e di servizio per almeno 5 anni.

Opportunità Collaterali / Considerazioni

Considerando la finalità sociale del progetto, dovrebbe risultare, se non semplicemente, almeno quantomeno possibile, ottenere l'ingaggio del tessuto sociale del territorio innescando un meccanismo di mutua solidarietà che garantisca il mantenimento in efficienza dello stato di servizio negli anni.

Alcune proposte in questo senso:

1. Sponsorizzazione sui box e sui mezzi da parte degli stakeholder locali (negozianti, artigiani, produttori, professionisti);
2. Emissione di voucher da parte dei negozianti che consentano di mitigare o annullare il costo (o una sua parte) dei servizi di bike-boxing;
3. Utilizzo dell'eventuale plus-valore derivante da ticketing e sponsorizzazioni per intraprendere progetti di rilancio del turismo locale. Una proposta potrebbe essere quella di digitalizzare tutta l'offerta turistica locale (POI, Eventi, Itinerari, oltre a ristorazione, bar, strutture di soggiorno alberghiere ed extralberghiere) rendendola disponibile su ecosistema digitale E015, favorendo in questo modo lo sviluppo di applicazioni capaci di favorire la promozione dei territori anche attraverso soluzioni di Intelligenza Artificiale, come ad esempio la piattaforma #aMiCo26® sviluppata in Assintel.

E' chiaro che questo tipo di iniziative dovrebbero presupporre la messa a punto di un Piano Organico di rivalutazione e riconsiderazione, anche urbanistica, dello sviluppo delle attività commerciali sul territorio. Ad esempio, mappando la presenza di attività: passate / attuali / potenzialmente future, nelle diverse aree del territorio, con una particolare attenzione alla rivalutazione dei centri storici; recuperando il più possibile negozi abbandonati ed attività cessate e mai più riattivate.