

**Verbale Riunione del Consiglio Direttivo
Comitato di Valorizzazione del Centro Storico - Zona A
del 24-07-2018**

Presenze:

<i>Ente socio</i>	<i>Componente</i>	<i>Presenza</i>
Comune di Cesena	Lucchi Paolo	A
	Zammarchi Lorenzo	P
Confcommercio	Patrignani Augusto	A
	Piastra Giorgio	P
Confesercenti	Zanfini Vanni	P
	Gozi Graziano	A
Confartigianato	Manuzzi Pietro	P
	Placuzzi Giampiero	A
CNA	Siboni Sandro	A
	Matassoni Piergiorgio	A
Consiglio Operativo	Andreoli Alverio	P
	Giulia Rossi	P

Sono inoltre presenti Mauro Zani in rappresentanza di CNA e Giacomo Boschi, Alberto Tura e Maria Luisa Pieri, in qualità di invitati in relazione agli argomenti all'ordine del giorno.

La seduta ha inizio alle ore 11,05.

Ad aprire la seduta è l'Assessore allo Sviluppo Economico e Giovani del Comune di Cesena, Lorenzo Zammarchi, che ricorda l'ordine del giorno.

Ordine del giorno

1. *Approvazione verbale seduta precedente;*
2. *Confronto sulle attività messe in campo fino ad oggi da l'Accento;*
3. *Considerazioni sulle future attività del tavolo strategico;*
4. *Varie ed eventuali.*

Si procede alla consegna del verbale della seduta del 27/06/2018 e, preso atto dei contenuti dello stesso, si procede all'approvazione all'unanimità del verbale medesimo.

Si anticipa quindi la trattazione di un argomento della sezione *Varie ed eventuali*, affrontando il tema del servizio di ripopolamento commerciale dell'area di Piazza della Libertà e Galleria O.I.R.

Giacomo Boschi, titolare dell'Agenzia Immobiliare Quatarca, ditta incaricata della prestazione del servizio di cui in argomento, distribuisce ai presenti un prospetto di sintesi e procede ad illustrare l'andamento delle attività realizzate nel corso del secondo trimestre 2018 e delle problematiche intervenute. Riferisce che terminata la fase di contatto con i proprietari è stato realizzato il sito internet dedicato alla promozione del progetto e che l'attività di pubblicizzazione è stata portata avanti anche attraverso investimenti in siti di promozione immobiliare di livello nazionale e con altre modalità di

marketing diretto e per posta elettronica contattando diverse aziende sulla base di un raffronto con le catene presenti in città di dimensioni analoghe a quelle di Cesena. Ad oggi un locale è già stato affittato e sono in corso contatti con diversi soggetti che hanno manifestato interesse soprattutto nell'ambito della somministrazione bevande (bar) e della piccola ristorazione. I locali oggetto di maggiore interesse sono l'ex bar Roma e l'ex Feltrinelli, per i quali però si registrano anche incertezze in relazione agli importi del canone di affitto e delle spese condominiali che risultano elevati a causa dell'ampiezza della superficie degli stessi. In questo momento si registra una fase fisiologica di attesa, soprattutto relativamente ai locali più piccoli, legata sia al periodo dell'anno che all'esito della collocazione dei due locali più grandi. Alcuni proprietari si stanno inoltre orientando verso la possibilità di vendita degli immobili.

Segue discussione nella quale **Pietro Manuzzi** evidenzia come il peso dell'IMU possa influire sulla possibilità di locazione dei locali e **Giorgio Piastra** rileva come alla chiusura di esercizi commerciali nel centro storico segua generalmente una riapertura di pubblici esercizi – bar e piccola ristorazione – e che l'area di Piazza della Libertà si presta favorevolmente a questa tipologia, rientrando nelle vicinanze dell'area della “movida”, ma anche come molti di questi esercizi siano soggetti a chiusura in periodi di tempo anche molto brevi. Non essendo stata assegnata una connotazione identitaria precisa alla piazza come luogo, in quanto si è preferito lasciare che questa si formasse sulla base di chi andrà ad occupare gli spazi, ritiene preferibile privilegiare un mix merceologico il più possibile diversificato, e che, per agevolare l'assegnazione e attirare pubblico e potenziali interessati, si potrebbe pensare a soluzioni di temporary outlet in attesa che si occupino gli spazi. Rileva inoltre come la Galleria O.I.R. necessiti di interventi di adeguamento strutturale per renderla più gradevole e appetibile e come le piccole dimensioni di molti degli spazi che vi sono collocati, unito all'entità dell'IMU, sia di ostacolo alla loro locazione.

Pietro Manuzzi pone poi alcune domande alle quali **Giacomo Boschi** fornisce risposta evidenziando che: a) finora non si è puntato molto sulla pubblicizzazione attraverso gli organi di stampa, e che in questo momento si sta valutando la possibilità di acquistare spazi pubblicitari sui quotidiani locali; b) il rapporto con i proprietari, dopo un primo momento di diffidenza iniziale, è adesso – con un'unica eccezione – generalmente positivo; c) è diventato buono anche il rapporto con le altre agenzie immobiliari che gestiscono la mediazione degli immobili, non appena è risultato chiaro che non c'è mediazione di Quatarca, anche se si rileva un minore interesse delle agenzie verso gli immobili più piccoli con affitti più bassi, per i quali le mediazioni sono più limitate; d) gli importi richiesti per gli affitti sono in linea con il mercato e generalmente rientrano nella fascia medio/bassa, mentre le spese condominiali sono abbastanza alte; e) la possibilità di investimenti da parte di società immobiliari non è da escludersi anche se al momento prevale una situazione di attesa in quanto in questi casi i potenziali interessati attendono che i locali siano affittati.

Si passa quindi alla trattazione del secondo punto:

2. Confronto sulle attività messe in campo fino ad oggi da l'Accento

Alberto Tura, titolare dell'Accento, ditta incaricata della prestazione del servizio di promozione e valorizzazione del Centro Storico dal 15/1/2018 al 15/1/2021, distribuisce ai presenti un prospetto di sintesi e procede a illustrare l'andamento delle attività realizzate nel corso del primo semestre 2018 e delle problematiche intervenute. Oltre all'illustrazione degli eventi realizzati, Tura rileva il limitato riscontro in termini di adesione ricevuto dai proprietari in occasione dell'iniziativa Vetrine di Musica, durante la quale solo pochi hanno acconsentito a decorare le vetrine dei propri locali sfitti con i pannelli messi gratuitamente a disposizione dalla ditta, e in generale evidenzia lo stato di incuria e di basso decoro con il quale sono custodite le vetrine sfitte. Il livello di soddisfazione dei commercianti relativamente alle iniziative realizzate appare tiepido e inferiore a quello riscontrato invece dai fruitori degli eventi e i negozianti mostrano un atteggiamento discordante nella collaborazione alla comunicazione delle iniziative, con particolare riferimento all'apposizione locandine degli eventi nei propri locali.

L'Assessore **Lorenzo Zammarchi** distribuisce ai presenti un prospetto di riepilogo degli accessi all'area del centro storico, registrati dai varchi che monitorano i flussi pedonali nei punti di accesso presenti, dai quali si rileva come il dato delle presenze in occasione delle giornate degli eventi sia ampiamente superiore al dato medio delle altre giornate.

Segue discussione nella quale **Maria Luisa Pieri** ricorda come già in passato fosse stato difficile coinvolgere i proprietari in iniziative volte ad abbellire le vetrine sfitte e come i commercianti tendano ad affiggere le locandine soltanto in occasione degli eventi di natale, vetrine di luglio e black Friday mentre in tutti gli altri casi preferiscano i volantini. Esprime poi un giudizio positivo sulle iniziative di vetrine di musica e dei venerdì di luglio. Per le iniziative di primavera invece, mentre le isole floreali erano molto belle, ritiene le ortensie collocate nelle vie non adatte e gli spettacoli di livello non sufficientemente qualitativo. Va inoltre evitata la collocazione di sedie nei piccoli spettacoli. Occorre poi insistere nella comunicazione con i commercianti, rafforzandola con più passaggi, e i volantini informativi di riepilogo delle iniziative potrebbero essere ampliati con una breve descrizione relativa al "in cosa consistono". Occorre poi fare arrivare l'informazione anche fuori Cesena, utilizzando, per esempio, allo scopo gli ambulanti, che potrebbero distribuire i volantini in occasione dei mercati nelle altre città.

Pietro Manuzzi evidenzia come i proprietari dei negozi sfitti non vedano come un'opportunità i pannelli decorativi, per esempio con fotografie della città, in quanto non li ritengono funzionali alla propria attività. Le gigantografie infatti migliorano il decoro ma a loro avviso non facilitano la vendita dello spazio. Ritiene poi che occorra aumentare la qualità degli spettacoli e migliorare l'ascolto delle attività commerciali e delle loro esigenze per raggiungere maggiore sintonia.

Vanni Zanfini riferisce di avere ricevuto segnali positivi dai commercianti associati per i venerdì di luglio e ritiene che l'atteggiamento dei proprietari sulle vetrine è spesso dovuto a un pregiudizio aprioristico nei confronti del Comune e sia sintomo della rottura che si è creata negli ultimi anni sul tema del centro storico, ma che non bisogna mollare e si debba procedere con piccoli miglioramenti progressivi.

L'Assessore **Lorenzo Zammarchi** riferisce di essere stato presente a quasi tutti gli eventi e di avere riscontrato una buona partecipazione di pubblico. Ha inoltre parlato personalmente con diversi esercenti per avere un loro riscontro, rilevando di massima una generale soddisfazione, tanto che per gli eventi dei venerdì di luglio ha raccolto la proposta di farli diventare "esclusivi", senza ulteriori eventi in contemporanea quali ad esempio il cinema. Anche le iniziative dedicate ai bambini, dopo una partenza lenta, una volta diffusasi la conoscenza, stanno ottenendo un buon riscontro sia a livello di partecipazione che di interesse. In generale comunque si riscontra un buon livello di gradimento per tutte le iniziative che si sono svolte in Piazza della Libertà, anche diverse da quelle realizzate dall'Accento.

Si passa quindi alla trattazione del terzo punto:

3. Considerazioni sulle future attività del tavolo strategico

L'Assessore **Lorenzo Zammarchi** introduce l'argomento ricordando come Zona A vada verso la chiusura e pertanto occorra definire il ruolo che il Tavolo strategico dovrà assumere quale cabina di regia sui temi fondamentali per il centro storico che non siano solo eventi e definire su quali temi prioritari ci si dovrà confrontare.

Segue discussione nella quale **Giorgio Piastra** propone rimodulare la funzione del tavolo allargandone il ruolo di indirizzo strategico sulle politiche oltre il centro storico, in una visione d'insieme della città che non dimentichi le periferie e i quartieri. Si dovrà verificare quali politiche

attive mettere in atto non solo su eventi e animazione ma anche in altri ambiti, quali ad esempio: rigenerazione urbana, mobilità, attività commerciali e di servizi, tenendo conto anche degli impatti e delle possibili opportunità che stanno per intervenire a livello legislativo con la nuova legge in ambito urbanistico e commerciale. Anche le Associazioni dovranno avere un ruolo più attivo nelle proposte e nel garantirne una parte della sostenibilità. Occorre poi definire un “piano della città” che possa garantire un’identità condivisa al territorio, recuperare i bacini dismessi per valorizzare alcuni comparti e affrontare politiche di indirizzo della mobilità, della sostenibilità e della promovalorizzazione turistica in maniera integrata e tale da garantire attrattività non solo sulla “movida” ma su tutte le attività del centro storico e valorizzare il patrimonio culturale, monumentale e ambientale.

Vanni Zanfini condivide l’impostazione di Piastra e ribadisce che non vanno trascurati gli operatori commerciali che operano fuori dall’area del centro storico. Occorre allargare gli orizzonti a ragionamenti strategici di più ampio respiro.

Pietro Manuzzi propone di concentrarsi sulla parte strategica ripartendo da un “piano della città” e dall’analisi prodotta da Iscom Group lo scorso anno, riprendendone i filoni ancora aperti e attuali, e superando la logica edei compartimenti stagni.

Mauro Zani ritiene che il tavolo strategico debba orientarsi in due direzioni: 1) non concentrasi solo sul centro storico ma su tutta la città; 2) affrontare nuovi temi oltre al commercio, quali la cultura, il recupero e la rigenerazione urbana.

L’Assessore **Lorenzo Zammarchi** conclude l’incontro ricapitolando gli indirizzi principali sui quali si potrà orientare l’azione del tavolo strategico: 1) promo valorizzazione turistica, in ottica integrata e di sistema; 2) formazione, al fine di favorire la diffusione della cultura imprenditoriale, manageriale e finanziaria fra gli operatori commerciali; 3) funding, reperimento di risorse per favorire lo sviluppo e la messa in atto delle azioni strategiche.

La seduta si conclude alle ore 13.10.