



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

L'impatto del cambiamento sui tessuti economici urbani

Le imprese e la rigenerazione urbana

DIGITALIZZAZIONE ED IMPATTO ECONOMICO/SOCIALE
Rischi ed opportunità, *Padova 12 novembre 2020*

Roberta Capuis – Responsabile del Settore Urbanistica e
Rigenerazione Urbana di Confcommercio-Imprese per l'Italia



è un'iniziativa

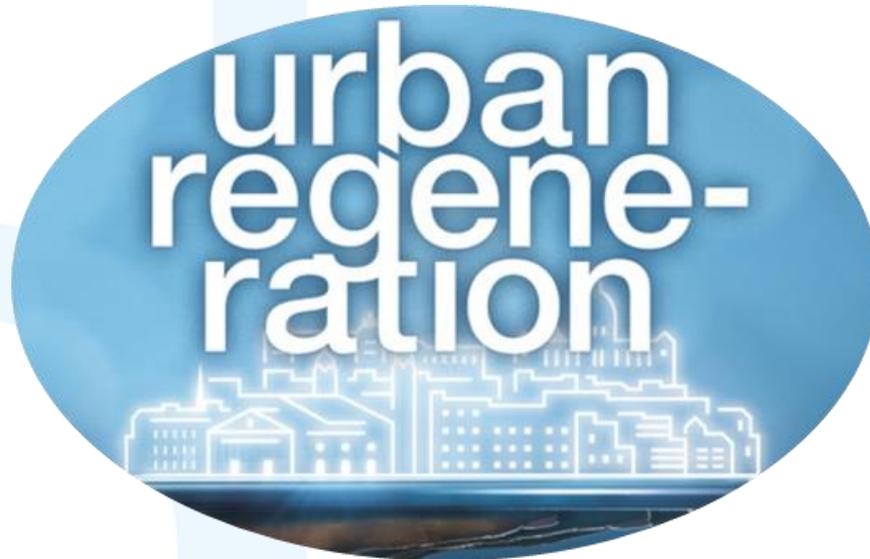


con



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
ASCOM PADOVA

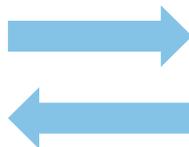
ASCOM
Servizi Padova s.p.a.



- I. Confcommercio e la rigenerazione urbana
- II. Pandemia e città: le nuove sfide
- III. L'urbanistica per il commercio
- IV. Il contributo dell'Unione europea

I) Confcommercio e la rigenerazione urbana

Un contesto urbano vitale e
accogliente supporta lo
sviluppo delle imprese



Il terziario di mercato
- commercio, turismo, servizi,
trasporti, professioni, cultura -
rende attrattive le città

Riqualficazione urbana
Rivitalizzazione economica

Rafforzamento e crescita
della coesione sociale

**RIGENERAZIONE
URBANA**

Valorizzazione del
patrimonio storico-
artistico e culturale

Partenariato
Dialogo
Partecipazione

Le buone pratiche di rigenerazione urbana

Esiti del Laboratorio per la rigenerazione urbana 2018



Bergamo

«Spazi dismessi per rilanciare commercio e città»

Rovereto

«Sport e cultura per la rigenerazione urbana»

Roma

«Città, commercio e innovazione»

Taranto

«Città, commercio e turismo»

5 AREE TEMATICHE →

- Tradizione e innovazione
- Attività commerciali al servizio della città
- Il turismo come driver di sviluppo
- Approccio strategico integrato
- Recupero degli spazi dismessi

www.confcommercio.it/rigenerazioneurbana



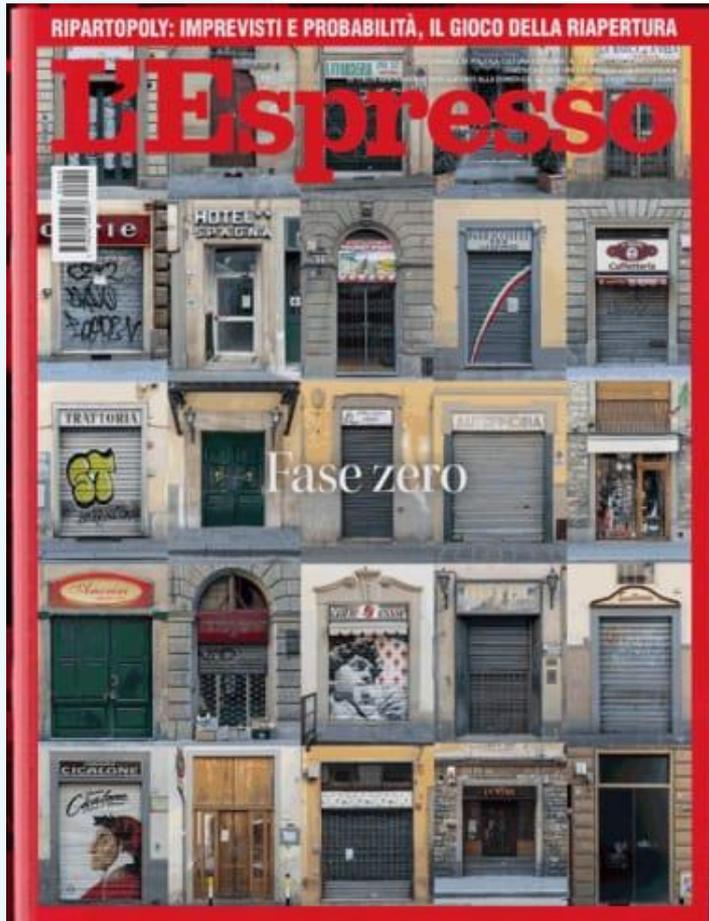
Accordo ANCI – Confcommercio per la rigenerazione urbana



- Favorire l'**aggiornamento del quadro normativo nazionale in materia urbanistica**;
- Promuovere l'**attenzione verso i sistemi commerciali urbani negli strumenti urbanistici e nelle norme locali**, anche prevedendo **misure di fiscalità di vantaggio**;
- Rafforzare l'attività di **formazione e informazione** sui temi della città, del terziario di mercato e delle opportunità europee;
- Sostenere politiche che garantiscano **un quadro certo di risorse locali e nazionali dedicate alle città e ai territori**, in coerenza con la **politica di coesione europea**.

www.confcommercio.it/materiali-utili

II) Pandemia e città: le nuove sfide



Dalla desertificazione commerciale
alle fasi della ripresa

- Come abiteremo le città della distanza?
- Il digitale ci aiuterà?
- Il lavoro da remoto diventerà la normalità?
- Il Covid metterà fine al turismo di massa?
- Il futuro del turismo sarà *slow* e a chilometro zero?
- Quali attrattori urbani?
- Spazi pubblici e urbanistica tattica

Come abiteremo la città della distanza?



La **città del quarto d'ora** ha l'obiettivo di creare, all'interno della metropoli, dei quartieri autosufficienti, in cui beni e servizi - dal lavoro allo shopping, dalla cultura alla scuola - si trovano entro il raggio di una breve passeggiata o pedalata da casa. Il progetto è stato ideato per Parigi da Carlos Moreno, docente della Sorbona.

«Il Covid ci riporterà al modello rinascimentale, all'Italia delle 100 città e al rapporto stretto tra città e territorio. Si ridisegneranno gli spazi urbani ma anche le reti, i trasporti, le piattaforme produttive, con **uno spostamento dal centro alla periferia** che ci cambierà la vita».

Aldo Bonomi, sociologo

Oltre la città connessa, più servizi (e per tutti)

Milano 2020- Strategia di adattamento Proposte cittadini

Proposte e azioni

Geolocalizzazione

LEGENDA

SPAZI E AREE PEDONALI

- Ampliamento Zone 30
- Strade da pedonalizzare
- Ampliamento dello spazio per pedoni
- "Aree 30" con spazi per pedoni
- Ampliamento aree pedonali nei giorni festivi

BICICLETTA E BIKE SHARING

- Proposte di ampliamento ciclabili
- Proposte di ampliamento ciclabili già individuate dal progetto "Strade Aperte"
- Garantire una mobilità sicura
- Nuova ciclo-stazione
- Nuovi assi ciclabili da realizzare
- Ampliamento area BikeMi

TRASPORTO PUBBLICO

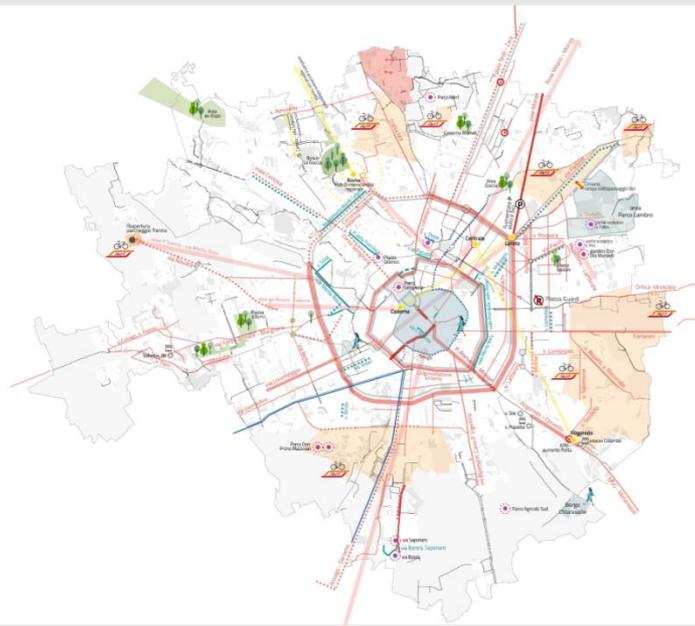
- Creare collegamenti diretti alternativi alla metro tra le principali stazioni

ACQUA

- Proposta apertura Navigli
- Proposta navigabilità Navigli

VERDE URBANO

- Apertura / realizzazione nuovo verde urbano
- Luogo per mercato all'aperto
- Luoghi per attività all'aperto
- Bate ciclabile esistente
- Aree verdi esistenti

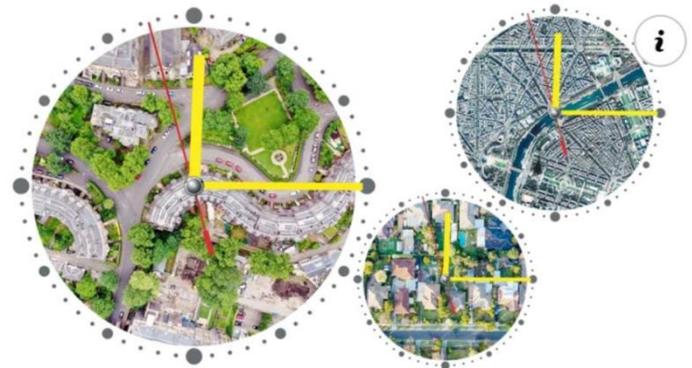


Cristina Tajani

★ Preferiti • 1 g • 🌐



Sul tema della "prossimità" abbiamo lavorato a lungo: dalla strategia sui mercati coperti, alla valorizzazione del commercio di prossimità, passando per i bandi destinati alle imprese di territorio e da ultimo il piano per i tavolini all'aperto. Oggi, in una città necessitata a **#cambiareritmo**, questa strategia assume ancora di più il senso del "prendersi cura": dei quartieri e dei suoi abitanti. Ne parla oggi il Financial Time rilanciando la strategia **#Milano2020** e confrontandola con gli analoghi propositi della città di Parigi.



FT.COM

Welcome to the 15-minute city

As the switch to home working makes us balk at the bac...

👍 38

Commenti: 1 • Condivisioni: 3

Sala: «Nel post covid Milano e Barcellona sempre più vicine, eque e verdi», una ripresa nel segno del rispetto ambientale e dell'equità sociale.

<https://www.milanotoday.it/attualita/post-covid-barcellona-milano.html>

II) *Pandemia e città: nuove sfide*



L'emergenza sanitaria ha **accelerato il processo di trasformazione digitale**:

- sia dal punto di vista infrastrutturale (es. banda ultralarga, copertura aree bianche);
- sia diffondendo l'uso di tecnologie innovative tra privati, imprese e istituzioni (es. *e-health*, *e-learning*, *e-commerce*, *smart working*).

Servono però un'**equa regolazione della concorrenza** (es. *web tax*) e **processi di rigenerazione urbana** che compensino gli impatti dell'*e-commerce* investendo su negozi e servizi di prossimità per rafforzare:

- L'offerta on-line dei negozi verso lo shopping multicanale ed esperienziale
- La distribuzione a domicilio
- Il potenziamento del commercio nell'era digitale

E' necessario **un approccio nuovo all'urbanistica**, non solo per aggiornare gli strumenti urbanistici tradizionali con le potenzialità del digitale, ma anche per pianificare lo sviluppo della città digitale.

Il lavoro da remoto diventerà la normalità?

«Anche se i *laptop* e le videochiamate hanno reso possibile un nuovo modo di lavoro da remoto, le grandi aziende hanno raddoppiato i loro uffici nelle metropoli*, perché **le città sono macchine per la creatività**, che connettono le persone e consentono loro di lavorare insieme e di imparare gli uni dagli altri. E nell'era dell'informazione, il potere della collaborazione umana per generare nuove idee è diventato ancora più importante e redditizio che in passato».

Edward Glaeser, docente di Economia all'Università di Harvard

*come Facebook a Manhattan



Bisogna tenere conto anche di inedite possibilità, come il fenomeno – tutto italiano – del ***south working*** e il ripopolarsi di piccoli e medi centri, zone fino ad oggi quasi dimenticate o al massimo considerate come luoghi per seconde case e vacanze in famiglia.

Il Covid metterà fine al turismo di massa?



«Già prima del Covid il turismo di massa veniva messo in discussione per la sua sostenibilità ed è evidente che **in futuro questa forma di accoglienza andrà diminuendo**. Ma perché ciò avvenga occorre ripensare e adeguare un'offerta che invece per anni si è fondata su questo modello. Non è facile né immediato».

*Matteo Caroli,
docente di Economia e Gestione delle imprese all'Università LUISS e responsabile del Master in Tourism Management*

Il futuro del turismo sarà *slow* e a km zero?



Di “*undertourism*” e di viaggiatori in cerca di sostenibilità ambientale e destinazioni alternative se ne parlava anche prima dello scoppio della pandemia; ora questa propensione di pochi va organizzata e strutturata a favore di molti.

Ma se deve cambiare il modo di intendere la vacanza degli italiani, deve necessariamente cambiare anche l'offerta turistica del Paese.

Ecco allora la riscoperta e la valorizzazione di borghi semisconosciuti o di località marine fuori dalle classiche rotte turistiche e il potenziamento e l'incremento di percorsi e attività naturalistiche secondo i principi del turismo lento e responsabile, che privilegiano l'esperienza con il territorio e le tradizioni locali.

da il Sole 24 Ore , aprile 2020

Quali i nuovi attrattori urbani?

Il Covid ha impresso una formidabile spinta alla **digitalizzazione di molti servizi** che permarrà anche dopo l'emergenza sanitaria, ad esempio quelli relativi alla cultura. Questo ne aumenta fortemente la possibilità di fruizione, ma **svuota la città dei flussi** che la animano.



Digitalizzazione del patrimonio della Biblioteca estense di Modena



I nuovi attrattori urbani coincidono sempre più con «**nuovi spazi**» in cui la compresenza è necessaria, è conveniente, è emozionante.





«Nata come modalità di adattamento informale degli spazi urbani in risposta a esigenze sociali ignorate dalla pianificazione istituzionale, *l'urbanistica tattica* si sta sempre di più affermando come un'opzione ricca di potenzialità per attivare, attraverso la concertazione fra enti pubblici e cittadinanza attiva, **processi di rigenerazione urbana a basso costo ed elevato contenuto sociale**».

*Francesco Alberti,
docente di Urbanistica all'Università di Firenze e Presidente INU Toscana*

III) L'urbanistica per il commercio

Urbanistica
Giornate di Formazione

**"STRUMENTI E POLITICHE
PER CITTÀ E COMMERCIO"**

in collaborazione con



Politiche attive dei servizi commerciali e strategie distrettuali

Corso di formazione a distanza 23 ottobre ore 09.30 - 13.30

Docente: Luca Tamini, professore di Urbanistica, Politecnico di Milano

I materiali del corso sono consultabili all'indirizzo



www.confcommercio.it/rigenerazione-urbana-corso-di-formazione-2020

Distretti del commercio e pianificazione



Ruolo dei distretti urbani del commercio nella città post-Covid

- riscoperta del valore delle attività di prossimità
- necessità del rafforzamento e innovazione del sistema commerciale
- funzione di regia e sostegno progettuale al sistema commerciale locale verso tali innovazioni

Distretto come strumento di regolazione urbanistica

Se incluso nel Piano comunale, il suo perimetro acquisisce un valore giuridico che permette di attuare politiche di riuso e di applicare regole a sostegno del tessuto commerciale.

Premialità urbanistiche per il contrasto alla desertificazione commerciale

Nell'ambito del Piano comunale si possono prevedere premialità urbanistiche:

- **l'indifferenza funzionale** ai piani terra (cambi d'uso senza oneri)
- **deroghe agli standard** delle medie strutture nel tessuto urbano per favorire il recupero dell'edificato.

ma anche oneri **aggiuntivi per gli insediamenti extraurbani** che possano finanziare le politiche attive per i distretti.

IV) Il contributo dell'Unione europea

Opportunità POR FESR Regione Veneto 2014 - 2020

Riprogrammazione delle risorse finanziarie dei bandi POR FESR 2020 per potenziare i servizi sanitari, tutelare la salute e mitigare l'impatto socio-economico del COVID-19

 <p>Azione 3.1.1 - covid19 ★</p> <p>Publicazione: 18/06/2020 Scadenza: 14/7/2020</p> <ul style="list-style-type: none">> Azione 3.1.1 - covid19> Bando per contributi a supporto delle micro e piccole imprese colpite dall'emergenza epidemiologica da covid-19 nei settori commercio somministrazione e servizi alla persona> Scheda <p>INFORMAZIONI</p>	 <p>Azione 3.3.4 c) ★</p> <p>Publicazione: 18/9/2020 Scadenza: 16/12/2020</p> <ul style="list-style-type: none">> Azione 3.3.4 c)> Bando per l'erogazione di contributi per interventi di adeguamento delle strutture turistico-ricettive al rispetto delle prescrizioni igienico-sanitarie COVID-19> Scheda (PDF) <p>INFORMAZIONI</p>	 <p>Azione 3.3.4 c) ★</p> <p>Publicazione: 18/9/2020 Scadenza: 23/12/2020</p> <ul style="list-style-type: none">> Azione 3.3.4 c)> Bando per l'erogazione di contributi per investimenti innovativi in ambito digitale nel settore ricettivo turistico per favorire la ripresa della domanda turistica dopo l'emergenza COVID-19> Scheda (PDF) <p>INFORMAZIONI</p>	 <p>Azione 3.3.4 d) ★</p> <p>Publicazione: 18/09/2020 Scadenza: 25/02/2021</p> <ul style="list-style-type: none">> Azione 3.3.4 d)> Bando per l'attivazione sviluppo consolidamento di aggregazioni di PMI per interventi sui mercati nazionali e internazionali che favoriscano la ripresa della domanda turistica> "Veneto The Land of Venice"> Scheda (PDF) <p>INFORMAZIONI</p>
--	--	--	--

www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/bandi3

Programmazione europea 2021 -2027

I cinque obiettivi e la rigenerazione urbana

- ✓ Nuove tecnologie per città *Smart* (banda larga, sistemi *cloud*, *smart grid*, sensori, ecc.)
- ✓ Interoperabilità dei dati sul terziario
- ✓ *New retail* fisico e digitale

Europa +INTELLIGENTE

Europa +SOCIALE

- ✓ Città *Age-friendly*
- ✓ Servizi di prossimità anche a tutela delle fasce deboli
- ✓ Sicurezza e legalità
- ✓ Imprese e giovani

- ✓ Mobilità di persone e merci in area urbana
- ✓ Collegamenti tra territori
- ✓ Accessibilità e sosta

Europa +CONNESSA



- ✓ Economia circolare
- ✓ Riduzione e gestione rifiuti
- ✓ Qualità dell'aria e microclima
- ✓ Verde urbano e patrimonio arboreo
- ✓ Soluzioni edilizie innovative
- ✓ Recupero patrimonio dismesso

Europa +VERDE

Europa +VICINA AI CITTADINI

- ✓ Progetti integrati di sviluppo urbano
- ✓ Ruolo del commercio nei processi di rigenerazione urbana
- ✓ Processi partecipativi
- ✓ Partenariato pubblico-privato

Le città nella nuova Politica di coesione



Nel nuovo Quadro finanziario pluriennale, si osserva una tendenza verso il **rafforzamento della dimensione urbana della politica di coesione**, individuata come una delle aree di azione nelle quali il contributo europeo ha rivelato un impatto di maggiore efficacia.

La proposta dalla Commissione europea si articola in due principali aree di intervento:

- l'innalzamento al 6% della quota di FESR destinato allo sviluppo urbano sostenibile;
- l'istituzione della "European Urban Initiative".

La Commissione introdotto, inoltre, tra gli obiettivi strategici della politica di coesione dell'**obiettivo strategico 5 (OP 5)** ove per la prima volta le strategie di sviluppo territoriale vengono riconosciute in maniera autonoma e con un approccio integrato e multisetoriale.

Il programma Next Generation EU e il PNRR



Il Recovery and Resilience Facility può rappresentare un'opportunità importante anche per progetti urbani dell'elevato impatto economico, sociale ed ambientale.

Appare dunque auspicabile che nell'ambito **dei Piani nazionali per la ripresa e la resilienza** la dimensione urbana degli interventi sia prioritaria, così come le città in quanto attori ed attuatori dei progetti.

Convegno Urbanpromo 2020

TERRITORIO, CIBO E CITTÀ

Giovedì 19 novembre 2020 • ore 14.30 - 18.00



- ore 14.30 Apertura e saluti di benvenuto
Carlo Sangalli, Presidente Confcommercio-Imprese per l'Italia
Antonio Decaro*, Presidente ANCI
Michele Talia*, Presidente INU
- ore 14.45 **Sessione 1 • Tavola rotonda: convivialità e spazio pubblico**
Introduce e modera **Sandro Neri**, Direttore de "Il Giorno"
Lino Enrico Stoppani, Presidente FIPE - Federazione Italiana Pubblici Esercizi
Cristina Tajani, Assessora alle Attività produttive e commercio del Comune di Milano
Umberto Montano, Presidente e fondatore di Mercato centrale
Claudio Sadler, Chef Ristorante Sadler Milano
- ore 16.10 Presentazione del volume
Le attività economiche nella città post-Covid. Riflessioni sulla rigenerazione urbana
Roberta Capuis, Responsabile Settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana, Confcommercio-Imprese per l'Italia
- ore 16.20 **Sessione 2 • Regolazione urbanistica del commercio e dei pubblici esercizi**
Presenta e approfondisce la tematica **Luca Tamini**, Professore di Urbanistica, Politecnico di Milano
Alessandro Mautino, Presidente Epat - Associazione Pubblici esercizi di Torino
Davide Urban, Direttore Confcommercio Ferrara
Alessio Giovarruscio, Coordinatore sindacale Confcommercio Pisa
- ore 17.30 Dibattito e conclusioni

* in attesa di conferma

LINK

DI ISCRIZIONE →

zoom.us/webinar/register/WN_zuRawYF9RtOz7bDMNDbFw

La nuova pubblicazione 2020



1

La città post-Covid: una nuova fase per la rigenerazione urbana

2

Basi per una possibile rinascita urbana: spunti dalla XVI edizione di Urbanpromo

A

Appendice normativa



Introduzioni di
Confcommercio, ANCI, FIPE



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

L'impatto del cambiamento sui tessuti economici urbani

Le imprese e la rigenerazione urbana

Grazie

Roberta Capuis

r.capuis@confcommercio.it

www.confcommercio.it/rigenerazione-urbana



è un'iniziativa



con



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
ASCOM PADOVA

ASCOM
Servizi Padova s.p.a.