

IL LABORATORIO NAZIONALE CONFCOMMERCIO

Rigenerazione urbana per il rilancio delle città

di AUGUSTO PATRIGNANI



Rigenerazione urbana, prosegue l'impegno di Confcommercio su questo versante fondamentale per il rilancio delle nostre città, sia a livello nazionale che locale, dove la nostra associazione ha richiesto nuove norme urbanistiche che consentano di poter rigenerare edifici e spazio in centro e nelle periferie dei nostri comuni per poter accogliere attività commerciali e produttive. Negli spazi della Triennale di Milano, nell'ambito di Urbanpromo, l'annuale rassegna dell'Istituto Nazionale di Urbanistica, si è svolto l'evento conclusivo del Laboratorio nazionale per la Rigenerazione Urbana 2018 di Confcommercio-Imprese per l'Italia, iniziativa che ha consentito alle Confcommercio territoriali, alle Amministrazioni comunali, ai rappresentanti pubblici e privati, ai professionisti e agli studiosi che vi hanno partecipato di approfondire, in quattro incontri tematici, le opportunità di condividere progetti integrati di sviluppo urbano. Sono state presentate le migliori pratiche di rigenerazione urbana del Sistema Confcom-

mercio emerse nel corso dell'anno, col fine di favorirne la diffusione e le contaminazioni tra territori. Quello della rigenerazione urbana è un tema strategico per Confcommercio. La progettualità sul territorio va realizzata sfruttando i fondi che l'Europa ci mette a disposizione e in questo senso la partnership Comuni-Confcommercio è strategica per trasmettere ai italiani la voglia di Europa, visto che c'è troppa ignoranza in questo campo. Dobbiamo introdurre innovazione, serve un nuovo modello di urbanistica e occorre modificare l'elenco delle opere di urbanizzazione. Il Laboratorio nazionale per la Rigenerazione Urbana ha raggiunto il suo obiettivo e rappresenta una guida per lavorare insieme nel 2019. Confcommercio si occupa del tema perché quello di commercio e città è da sempre un tema indissolubile. La rigenerazione non è solo riqualificazione urbana, ma va a toccare anche il rafforzamento della coesione sociale facendo leva sul patrimonio artistico e culturale. Chiediamo maggiore attenzione alle città, nella consapevolezza che un commercio di qualità porta vitalità ai nostri centri urbani.

Nelle foto i presidenti di Confcommercio nazionale e cesenate Carlo Sangalli e Augusto Patrignani e il portocanale di Cesenatico

