

FOLLONICA

Per una moderna politica del commercio è necessario sradicare vecchi schemi e concezioni dalla cultura di sinistra.

# COMMERCIO COME NUOVA CULTURA DELLA PRODUZIONE

Le linee di una programmazione commerciale a Follonica

Di Luigi Cacialli

Dalla nascita dell'uomo le attività di scambio e baratto sono sempre state presenti. Fattori fondamentali per la sopravvivenza. Con l'evolversi dei tempi, si sono evolute anche queste forme. Oggi le attività commerciali rappresentano fibre insostituibili e fondamentali del tessuto sociale di qualunque realtà. Abbiamo cercato di entrare all'interno di questo tessuto a Follonica, per cercare di conoscere e valutare meglio il fenomeno.

## Cerniera dell'economia

Il commercio è cerniera di tutte le relazioni economiche, in quanto fondamentale fattore di collegamento fra economia e società e orientamento delle attività produttive del territorio. Per questo è insufficiente pensare solo all'organizzazione della rete distributiva. Occorre considerare il sistema commerciale nel suo complesso, individuando la rete di relazioni interna ed evidenziando i punti di intreccio con gli altri settori produttivi.

Così è chiaro che intervenendo sul commercio si innescano trasformazioni in molti altri settori dell'economia e della società. Questa scelta di metodo implica una profonda revisione culturale che sradica vecchi schemi e concezioni le quali tanto peso hanno avuto ed hanno nella cultura della sinistra.

Il commercio quindi non diventa più solo attività residuale e marginale che assorbe reddito senza produrlo, parassita ininfluente ai fini dello sviluppo. Le città nascono, si sviluppano e declinano seguendo le pulsazioni della vita economica. In questo senso il commercio è sempre stato il settore primario delle città, non il loro terziario. L'elemento costitutivo della loro stessa natura.

Una riflessione deve quindi assumere la consapevolezza della programmazione come terreno di incontro a cui riportare turismo, artigianato, servizi, attività edilizie, industria, agricoltura.

Per questo lo stato non ci dà certo una mano con l'indeterminatezza della pianificazione prefigurata dalla Legge 426/72. Vediamo infatti che i piani commerciali, seppur ben congegnati e raccordati alla programmazione urbanistica, non incidono sullo sviluppo della rete distributiva e neppure sulle relazioni fra questa e gli altri settori. Ecco le difficoltà. Un grande sforzo da compiere per impostare un intervento coordinato su molti fronti verso una pianificazione commerciale capace di incidere sulle dinamiche del mercato.

## Lo sviluppo del commercio a follonica

Appare persino superfluo domandarsi fino a che punto le attività commerciali si sono sviluppate nella cittadina del golfo.

I dati del censimento 1981 mostrano che allora operavano 815 aziende nel settore, con 1819 addetti, mentre il complesso delle aziende era di 1519 (agricoltura-industria-terziario) con 4651 occupati.

Già nel 1981 quindi le aziende commerciali erano più del 50% del totale. L'incremento dell'ultimo decennio ha portato a 903 le aziende commerciali in attività, di cui 35 a carattere stagionale, mentre le aziende artigiane sono oggi 560. Sarebbe estremamente interessante poter valutare quanta e quale occupazione è indotta dal commercio sull'artigianato, sui servizi di trasporto, sulla piccola industria, sui servizi bancari, assicurativi, di assistenza e supporto. O quanto il commercio determini la mobilità dei cittadini influenzando nella vita di relazione.

I dati probabilmente ci direbbero che gran parte dell'occupazione è indotta dal commercio e che in alcuni casi (nei servizi di supporto ad esempio) siamo lontani dal soddisfare la domanda del settore.

Ancora potrebbe emergere che gran parte del caos nella mobilità dei cittadi-



ni in Follonica è determinato dalla dislocazione degli esercizi commerciali. Questo anche perché il centro cittadino è il luogo in cui il commercio costruisce maggiormente la vita di relazione.

In periferia, invece, anche dove sono stati creati centri commerciali o dove sono presenti grosse strutture di vendita queste non determinano vita di relazione nel quartiere. Se lo fanno è solo in modo parziale, soddisfacendo il bisogno di acquisto e lasciando a via Roma il compito di soddisfare gli altri bisogni. In un'ottica cittadina generale appare quindi opportuno che le zone periferiche vengano organizzate con piazze e luoghi pedonali dove collocare le attività commerciali e di servizio, per costruire poli autonomi di attrazione.

Questi centri su cui ridisegnare lo sviluppo commerciale dovrebbero collocarsi nelle due zone 167, per un riequilibrio non solo del centro urbano, ma anche della stessa periferia. Per una loro maggiore efficacia è necessario, almeno, ridisegnare i quartieri periferici, nei limiti consentiti dalla situazione di fatto dell'edificabilità.

Nello stesso tempo dovrà essere ridefinito l'uso dei luoghi del centro storico, con particolare attenzione a non modificare le destinazioni residenziali o turistiche.

Limiti e difficoltà per questa ridefinizione si risconteranno inevitabilmente a causa di una legislazione che non consente un vincolo immodificabile per l'uso degli immobili.

Questo però diventa un problema più generale che riguarda la pianificazione urbanistica. Significa passare dal sistema dei vincoli a quello delle regole di comportamento, evolvendosi verso un'urbanistica operativa e gestionale. Un passo in avanti potrebbe essere compiuto riuscendo ad incorporare nel piano per il commercio maggiori elementi progettuali e progetto più cultura di pianificazione. Questo è ad esempio il metodo usato dall'Amministrazione Comunale nella progettazione della va-

riante alla 167 est.

## Dal nuovo equilibrio commerciale un nuovo equilibrio urbano

Nelle due zone 167 saranno ridisegnate le aree da destinare al commercio, con la creazione di piazze e luoghi di relazione. Dove c'è la presenza di un centro commerciale già edificato (167 ovest) dovranno essere previsti servizi come farmacia e ufficio postale che contribuiscano a rivitalizzare la struttura, andando nel contempo ad abbattere quelle barriere architettoniche che rappresentano un serio limite alla piena fruibilità.

Il trasferimento verso la periferia dell'unico soggetto che opera in Follonica nel settore della grande distribuzione (con esso i servizi direzionali e i supporti) è un obiettivo importante per il decongestionamento del centro storico, anche se non l'unico da perseguire.

Occorre infatti che il trasferimento venga definito in ogni dettaglio progettuale, contrattando anche l'operatore privato. La variante alla zona 167 est può risolvere in modo definitivo anche l'annoso problema di trovare adeguata collocazione al mercato settimanale.

Per nuove aree commerciali periferiche, sempre più integrate con la residenza, sarà opportuno prevedere un sistema di incentivi per provocare trasferimenti nelle aree più congestionate.

Non ultimi gli interventi previsti sul traffico che con la limitazione del transito e della sosta nel centro ridurranno la rendita di posizione di alcune aree e potranno stimolare il trasferimento di alcune attività, soprattutto artigianali.

In un quadro programmatico di questo tipo diventa infatti essenziale l'intervento dell'ente locale per il raccordo fra i vari settori. Indirizzando le scelte dell'Amministrazione Comunale verso la creazione di più poli di attrazione sarà possibile costruire un nuovo equilibrio commerciale che sia anche equilibrio dal punto di vista urbanistico.

