

# “Dalle botteghe all’iper galattico”

– Alberto Rossini, laurea di filosofia in cascina, fino a pochi mesi fa è stato direttore della Confcommercio della provincia di Rimini (prima era stato segretario); ruolo lasciato per andare a fare l’assessore alla Viabilità nella provincia di Rimini. Conoscitore di dinamiche commerciali, ha pubblicato “La metamorfosi di Rimini”. Sottotitolo: “Dalle botteghe all’iper galattico. Identità, tradizione e non luoghi del nuovo consumo” (Edizioni Guaraldi, 148 pagine, euro 10).

Perché ha scritto il libro?

“Per molti anni mi sono occupato del commercio e non solo. Lo stimolo mi è stato dato dall’apertura dei due nuovi centri commerciali a Rimini, che cambieranno la geografia del commercio in provincia e dal sostegno di Guaraldi”.

Qual è la chiave di lettura del suo libro?

“Riflettere sul fenomeno del commercio come spunto per un approfondimento più generale, per Rimini e non solo, come cambiamento della società italiana, dei suoi consumi, economia e territorio. Ed il commercio è un elemento che più di ogni altro è legato alle specificità territoriale. Basta cambiare un senso unico e si fanno fortune e sfortune di un’attività. Il commercio è capace di influenzare, stili di vita, abitudini, comportamenti, passeggiate. Ed il Centro le Befane rappresenta al meglio tutto questo. Se l’economia dell’Italia contadina era il podere, oggi è il commercio. Il libro è un’analisi asciutta di quello che è avvenuto ed avviene”.

Come i due nuovi centri commerciali, come cambierà la geografia dei consumi provinciali?

“Con il centro commerciale Rimini è più vicina al resto d’Italia. Con i suoi 300.000 residenti, più i turisti, fa sì che ci sia spazio e strutture di questo tipo. Dopo 100-200 anni parte del cuore commerciale del centro città viene spostato fuori. Dinamiche già avvenute con altre strutture: la

Fiera, la darsena, il palazzo dei congressi. Insomma, le grandi opere cambiano i rapporti con i luoghi. L'importante è che i centri abbiano un tessuto connettivo capace di tenerli insieme, con un canone estetico e funzionale”.

Con le due nuove strutture, chi ci guadagna e chi ci perde?

“Sicuramente sono una macchina per far soldi. Il problema è ragionare di costi e benefici non sul prezzo della singola merce ma a quelli complessivi del territorio. Un anziano è favorito o sfavorito dall'iper? Credo che su alcuni prodotti l'impatto sia positivo. Il compito è governare il fenomeno attraverso processi integrati tra pubblico e privato; le conseguenze maggiori sono nel centro storico e nella zona a mare, dove le attività sono piccole e spesso impreparate. La prossima estate ci dirà come si modificheranno i flussi dei turisti rispetto ai negozi. Nel libro insisto sul valore della legge Bersani; la riforma del commercio che dà potere ai comuni nell'intreccio tra le imprese commerciali e l'urbanistica; poco sapientemente sfruttato a Rimini. Agli enti locali vengono dati molti strumenti e grazie alle norme applicative regionali si poteva spingere a favore del piccolo e medio commercio. Una linea già utilizzata da Germania ed Inghilterra per riqualificare i centri storici”.

## **L'INTERVENTO**

Legacoop: “E' ammodernamento commerciale”

– Per la Legacoop della provincia di Rimini “la costruzione a Rimini dei Centri Commerciali rientra nell'ammodernamento della struttura distributiva (che avviene tra altro con un forte ritardo e che ha avvantaggiato i centri commerciali nati ai confini del territorio)”.

Continua: “Una struttura commerciale moderna ed efficiente è condizione fondamentale affinché la concorrenza favorisca la qualificazione delle strutture e una competizione sui prezzi a vantaggio dei consumatori”

Chiude: “Il territorio anche attrae capitali ed investimenti esterni rappresenta un fatto positivo, nello specifico la

presenza o compresenza di strutture della cooperazione leader nel settore della distribuzione e del consumo rappresentano elementi che hanno una rilevanza specifica”.