

Parma

La mappa dell'Oltretorrente

Imprenditori e Confcommercio insieme

Sos negozi sfitti: 45 serrande chiuse «Ma ora si riparte»

Un'associazione per la rinascita del quartiere
«Tante attività per rilanciare il commercio»

26

Negozi chiusi
in via Bixio

18

Negozi chiusi
in via
D'Azeglio

1

Negozio chiuso
in via
Imbriani

» Serrande chiuse da chissà quanto tempo. Ragnatele, graffiti. E la via che sembra «una città fantasma». Ora il volto del commercio in Oltretorrente sta però cambiando. Almeno: questa è la promessa. L'impegno arriva dalla nuovissima associazione «Via Oltretorrente», formata da imprenditori del quartiere, con il supporto di Confcommercio Parma. Ieri pomeriggio si è svolta una delle prime riunioni, nella sede della Famija Pranzana, durante la quale è stata presentata la mappa dei negozi sfitti. Una «fotografia» - in tutti i sensi - del quartiere. Il fotografo Francesco Bocchi ha scattato, serranda dopo serranda, le chiusure in Oltretorrente. Immagini che restituiscono, a colpo d'occhio, il silenzio. Il vuoto.

Numeri alla mano: sono 45 le vetrine spente nei principali assi del quartiere. Di queste: 18 si trovano in via D'Azeglio, 1 in via Imbriani e 26 in via Bixio. «L'Oltretorrente è una zona della città che vive sicuramente una situazione complessa, legata soprattutto alla presenza di numerose vetrine chiuse - afferma Andrea Bevilacqua, presidente dell'associazione -. Si tratta di problematiche profonde che risalgono al passato e non sono certo nate oggi».

Il ruolo dell'associazione? «Vogliamo sfruttare al mas-

simo gli strumenti a nostra disposizione - spiega Bevilacqua -. Da qui nasce la volontà di trasformare l'associazione di via in un vero e proprio "Laboratorio urbano", uno strumento d'intervento che la Regione e il Comune hanno recepito per tutelare e rilanciare il commercio di vicinato. Questo progetto rappresenta il nostro tassello istituzionale ed economico, ma il vero motore del cambiamento resta la volontà e l'inventiva degli imprenditori, che hanno sempre risposto in modo positivo e propositivo alle

«Insieme»

L'associazione «Via Oltretorrente», formata da imprenditori del quartiere, è supportata da Confcommercio. Qui accanto, da sinistra: Francesco Bocchi, Andrea Bevilacqua e Massimiliano Minei.



Le nuove attività Riaperture in via D'Azeglio 104 e via Gorizia 18 «La nostra scommessa? Ricominciare si può»



Negozianti
Luigi Vitiello
e Tina Kai.

» Lì dove c'erano saracinesche chiuse, oggi ci sono due nuove attività. Una in viale Gorizia 18, l'altra in via D'Azeglio 104. Segno concreto di un tessuto commerciale che, nonostante le difficoltà, prova a reinventarsi grazie al supporto di Confcommercio (e ovviamente alla determinazione dei singoli commercianti). È il caso di «Si posta Parma», agenzia postale inaugurata qualche mese fa: «La scelta è ricaduta su un locale già ristrutturato e pronto all'uso, grazie ai lavori di Confcommercio - racconta Luigi Vitiello, il proprietario del negozio - permettendo un investimento iniziale contenuto». In una posizione perfetta: «Il quartiere ha un bacino di utenza im-

portante - fa notare - e la posizione appena fuori dalla Ztl è strategica per la nostra attività». La stessa scelta ha portato Tina Kai a scegliere il negozio di via D'Azeglio 104. «Grazie ai lavori di ristrutturazione e all'aiuto di Carlo Castagnetti, dopo dieci anni di attività sul lato opposto della strada ho scelto di spostarmi in un locale più moderno e fresco - sottolinea la parrucchiera -, senza però abbandonare la mia storica clientela». E alla domanda «Cosa miglioreresti del quartiere?», lei risponde così: «L'unica cosa che mi dispiace di questo quartiere è la scarsa illuminazione di sera e la presenza di molti negozi chiusi».

chiamate del territorio». L'indagine dell'associazione è partita proprio lì, dalla voce dei commercianti e dalle loro esigenze: maggiore pulizia, più sicurezza, valorizzazione del quartiere.

Questa realtà si propone quindi come un presidio permanente, uno strumento per sostenere le attività presenti e favorire nuove aperture. «Il primo passo fondamentale per rilanciare il nostro quartiere è stato fare rete, dando vita a un'associazione che unisce le attività locali - afferma Massimiliano Minei, responsabile dell'area associativa di Confcommercio -. Questo ci permette di creare un'infrastruttura solida e di aprire un canale di comunicazione diretto con l'amministrazione. Il nostro obiettivo è duplice: da un lato intervenire rapidamente sui problemi più semplici, dall'altro avviare un dialogo costruttivo sulle criticità più complesse. Parliamo di una situazione generale non facile». Qualche negozio ha già iniziato a rinascere. Un parrucchiere, un'attività di spedizioni. La strategia? «La teoria dei piccoli passi».

Anna Pinazzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Memoria Nel secondo volume di Adolfo Rinaldi anche 4 realtà aperte da circa un secolo

Un libro per raccontare venti «vetrine»

Dall'Aglio: «Sono un patrimonio che testimonia la vitalità del territorio»

» Le imprese raccontano Parma e i suoi cambiamenti. Il secondo volume di «Parma, le imprese in primo piano», edito da Erreci Edizioni con il patrocinio di Confcommercio Parma, prosegue il viaggio nel commercio locale. Attraverso interviste e fotografie d'epoca, il libro di Adolfo Rinaldi raccoglie le storie di venti aziende, quattro delle quali attive da circa un secolo, rappresentative di diversi settori.

«Proseguire questo racconto significa testimoniare la vitalità e la forza del territorio - spiega il presidente di Ascom Parma, Vittorio Dall'Aglio -. Un patrimonio di negozi e imprese che rappresentano un punto di riferimento per la comunità. Le aziende protagoniste sono esempi concreti di dedizione,



Incontro
La presentazione del libro di Rinaldi.

capacità di evolversi e forte radicamento nel territorio».

Per Cristina Mazza, direttrice di Confcommercio Parma, il libro «non celebra soltanto la storia, ma offre alle nuove genera-

zioni un modello di impresa che mette al centro la relazione, la qualità del servizio e la capacità di resistere ai cambiamenti». La prima intervista è dedicata a Matteo Carboni: tre genera-

zioni di attività, dai primi del Novecento al negozio di via Mazzini, aperto negli anni Cinquanta. Il commercio fotografa infatti la società e le sue trasformazioni. Marisa Castaldini racconta che «prima si tirava fuori un capo alla volta, quasi fosse un gioiello; oggi è tutto esposto e il cliente non deve sentirsi obbligato a comprare».

Marco Zilioli di Art Ceramica spiega come il cliente sia oggi anche il privato, spesso influenzato dai media, al quale consiglia di seguire la propria personalità, «per non ritrovarsi in una casa bellissima senza sentirla propria». Fondamentale resta il personale, non più semplice venditore ma consulente, per distinguersi dall'acquisto online.

Innovativo anche il Coffee

Orafi di Davide, che unisce una tazza di caffè a un laboratorio orafico. Annachiara Coruzzi di Comar Profumerie ricorda di essere «nata profumiera», giocando con i profumi dismessi dei nonni, mentre la testimonianza di Roberta Di Cavalca di Linea Ufficio si vela di commo- zione: «È un tributo alla memoria di mio marito, per dirgli: «Ce l'abbiamo fatta»».

Paolo Corradi ha trasformato una semplice macelleria in una food experience, seguendo le nuove richieste dei consumatori, mentre Paola Carretta e la figlia Chiara rappresentano un passaggio generazionale che prosegue senza interruzioni.

In chiusura Claudio Franchini, direttore del gruppo Confcommercio, ha sottolineato l'impatto economico, spesso sottovalutato, del comparto: fare associazione resta l'unica strada per crescere e diventare più forti.

Antonella Colombi

© RIPRODUZIONE RISERVATA