

DISTRIBUZIONE MODERNA

L'assessore comunale Gabriele Ghetti spiega il futuro assetto commerciale

Ferrara, un nuovo piano con il consenso di tutti

FERRARA Il commercio ferrarese si appresta a voltar pagina. Sarà un nuovo capitolo che comincia con la parola «programmazione» - croce e delizia della pratica amministrativa - e delinea una nuova strategia per la rete distribuita al dettaglio. Tutto è pronto a partire: è solo questione di pochi mesi.

L'assessore comunale al commercio Gabriele Ghetti comunista ripercorre sinteticamente i iter. «Nel agosto dell'anno scorso è stato definito il piano di sviluppo del commercio al dettaglio. Tra i suoi scopi la realizzazione dei centri commerciali integrati per i quali venne subito scritto l'impegno ad elaborare un piano particolareggiato. Questo è stato adottato il 18 giugno scorso dal consiglio comunale dopo la sua pubblicazione pochi giorni fa. Ci sono trenta giorni per le osservazioni poi si passerà alla fase terminale di dibattito e approvazione in consiglio. Quando? Subito dopo le ferie».

L'adozione del piano particolareggiato è stata preceduta da uno studio specifico che l'assessorato ha presentato in

febbraio. Esso analizza l'attuale rete distributiva e ne propone le opportunità di sviluppo a breve termine. Lo studio è stato quindi oggetto di discussione con le categorie commerciali. Abbiamo presentato loro la base teorica per i centri integrati - spiega l'assessore - sono stati tre mesi e mezzo di incostrazioni. I centri bui che ne sono venuti sono stati importanti ma non hanno snaturato l'impostazione di fondo».

Alla fine tutte le organizzazioni di categoria si sono trovate d'accordo e il piano particolareggiato ha veleggiato senza intoppi fino al rettilineo d'arrivo. La stessa Dc (che pure era stata contraria al piano di sviluppo) sul particolareggiato «si è astenuta riconoscendo la validità del progetto». «In effetti - rileva Ghetti - la scelta dei centri integrati è l'unica che può conciliare due esigenze: fino a ieri opposte. Da un lato garantire ai cittadini prezzi competitivi e una rete valida dall'altro tenere conto dei piccoli operatori della rete esistente. Supermercati e ipermercati rispondono soltanto alla prima esi-

genza. Così invece riusciamo a salvaguardare il consumatore e a fornire chances all'imprenditoria esistente».

Anche dal punto di vista logistico si punta ad evitare snaturamenti. La linea principale è quella di riprodurre le contraddizioni del centro storico di antica tradizione. Vi coabitano sia una grande area specializzata che punti di specializzazione per i singoli commercianti. Come dire la boutique accanto al supermarket. Il doppio binario è chiaro: tutela dell'interesse del consumatore e stimolo per le imprese commerciali anche piccole. Un interrogativo però anche agli amministratori resta come reagire nella pratica i commercianti?

«Il piano avrà la durata di quattro anni - afferma l'assessore - Alla fine vedremo. Noi apriamo la porta chi vorrà entrare sarà il benvenuto. Naturalmente abbiamo previsto un meccanismo sicuro che favorisce prima di tutto l'imprenditoria locale». Il modello della futura rete è basato su tre aree commerciali. Quella

grossa modo al centro storico rappresenta una sede commerciale naturale. avrà una funzione di grande specializzazione e di attrazione anche sovracomunale.

Due saranno invece le aree intermedie ubicate sugli assi di grande viabilità (in via Bologna e via Pomposa e via Copparo) i due centri avranno dimensioni rispettivamente di 6000 e di 4000 metri quadrati circa e una valenza interprovinciale. Infine le tre aree di vicinato previste nelle zone commerciali di via Bologna e Porotto Mizzana si tratterà di centri che non supereranno i 1500 metri quadrati e saranno destinati a funzioni di quartiere o al più intracomunali. Per favorire l'insediamento dell'imprenditoria locale il piano prevede un «filtro» particolare.

Nel primo anno di validità le autorizzazioni per gli esercizi di specializzazione saranno concesse a chi trasferisce nel centro commerciale esercizi già autorizzati nel territorio comunale (tabella VIII) a chi chiude esercizi despecializzati (alimenti o misti) con super-

ficie di vendita almeno pari al 20% della superficie richiesta a chi chiude almeno cinque esercizi delle tabelle merceologiche contingente. Dopo un anno si darà il via libera anche alle nuove licenze. Queste saranno possibili nel centro di vicinato Barco Porotto negli altri due per tutta la durata dei quattro anni le autorizzazioni saranno concesse solo a precise condizioni: nel caso di realizzazione di un supermercato alimentare minimo di 400 mq massimo di 800 di tabelle dalla prima alla settima più la XIV (drogheria non alimentare) oppure nel caso di un supermercato misto alimentare extraalimentare di superficie minimo di 600 e massimo 1200 mq di tabelle merceologica dalla prima alla settima integrata con quelle non alimentari.

«Per garantire che nascano dei centri veri - puntualizza l'assessore Gabriele Ghetti - sono previste superfici specifiche per le varie destinazioni. Nei grandi un minimo del 30% degli esercizi despecializzati dovrà essere destinato a servizi specializzati: per cen-



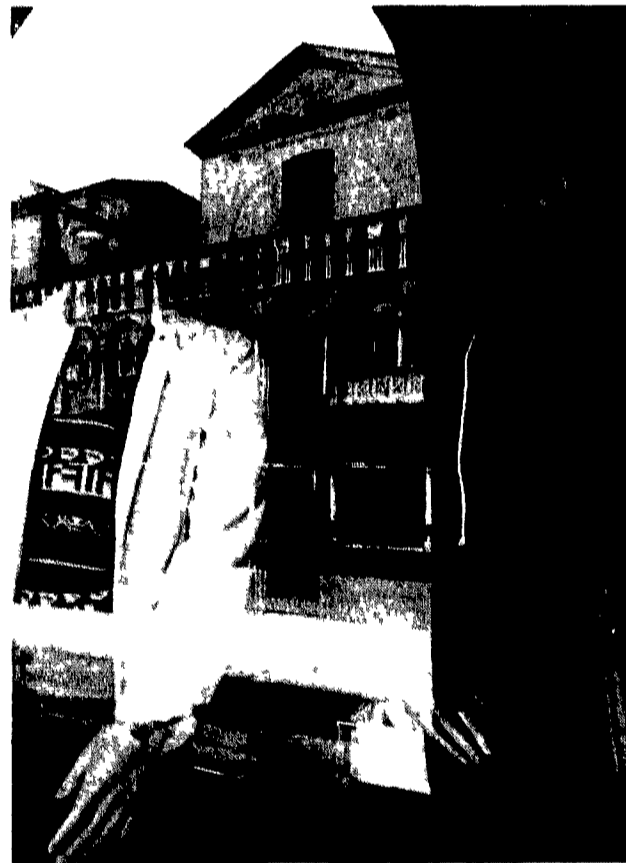
Una panoramica sul centro storico di Ferrara

tuale che sale al 40% almeno nei centri di vicinato. Questo proprio per garantire la logica del centro commerciale». Le aree apposte sono già previste nel Prg pertanto chi sarà interessato ad investire non dovrà fare altro che presentare domanda. E si vedrà solo

allora cosa bolle in pentola. In Comune sono ottimisti. Noi abbiamo fatto bene la nostra parte - sottolinea - ora sta ai privati realizzare. Nelle forze locali comunque c'è grande interesse il sintomo che qualcosa si sta svegliando». Nel giro di sei sette

mesi si pensa il quadro dovrebbe essere già delineato. «Programmare vuol dire calmare e frenare la proliferazione dei punti di vendita - conclude l'assessore Ghetti - lo abbiamo fatto dando dei punti di riferimento precisi. L'alternativa qual era? Imbar-

samare l'esistente oppure aprire alla proliferazione selvaggia dei supermercati con danno grave per i commercianti ma anche per i consumatori. La nostra linea invece è di rispetto del mercato e dell'imprenditoria esistente senza rinunciare a programmare lo sviluppo».



Una singolare veduta della cattedrale attraverso i vetri di un negozio sotto i portici. Vi si riflettono i manichini

IL PICCOLO E IL GRANDE

Investimenti, occupazione e risparmio sono i tre punti fermi nello sviluppo Coop, tutto «made in Ferrara»

Nel centro un bel supermercato...

Piccolo gioiello architettonico visitata da studiosi e appassionati d'arte. Ferrara gode oggi di un prestigio crescente. La coscienza di non essere più «l'ultima della classe» per sviluppo economico all'interno dell'Emilia Romagna serve oggi a stimolare il tessuto imprenditoriale della città. Nel settore della distribuzione Ferrara si scopre a pari livello con le altre città emiliane. Oggi con la recente adozione del nuovo piano commerciale della città si sta facendo un ulteriore passo avanti nel rinnovamento della rete distributiva. E se il Comune si può assicurare a merito di avere fatto una scelta di sviluppo più avanzata vanno citati i protagonisti del dibattito che ha portato alle recenti scelte. «Intorno al progetto di Piano Commerciale il Comune ha saputo cogliere il parere positivo di tutte le categorie economiche e delle forze politiche anche al di là delle forze di governo della città», osserva Tino Cesari presidente della Coop Ferrara.

La prima scelta quella discriminante è stata di privilegiare i centri commerciali rispetto ai

grandi ipermercati. Questa scelta a sua volta presuppone una politica di alleanze tra le varie realtà in gioco più costruttiva per gli operatori e più vantaggiosa per il consumatore. Il nuovo Piano del commercio prevede a Ferrara tre grossi centri all'interno dei quali una percentuale alta (tra il 30 e il 40%) è destinata al despecializzato. «Come Coop il nostro obiettivo è di essere leader in questo mercato», prosegue Cesari. «Abbiamo le carte in regola per ambire a questa posizione. In sette anni in modo accelerato rispetto ad altre cooperative emiliane e non abbiamo chiuso quasi tutti i negozi tradizionali e abbiamo investito sulle grandi superfici. Questo processo così rapido e intenso ha fatto crescere il livello imprenditoriale della cooperazione ferrarese, fondato su una numerosa base sociale. I soci sono 30.000 e sulla qualità del rapporto con i soci medesimi. Teniamo conto che il 50% dei nostri clienti sono associati alla Coop. Questo significa inversamente anche un approccio laico nel rapporto tra

cliente e impresa. Il consolidamento della azienda negli ultimi anni il fatturato 86 ha raggiunto quasi i 100 miliardi. Ci dà oggi la possibilità di fare investimenti nuovi con il apporto del movimento cooperativo. Investire nei centri commerciali quello cui ci candidiamo è il più grande dei tre 6000 metri quadrati richiede uno sforzo valutabile in circa 20 miliardi». Se è vero che il terziario e la risorsa principale di oggi e lo sarà ancora di più domani quel rappresentato dalla distribuzione cooperativa ha caratteristiche peculiari «made in Ferrara». «Di fronte a problemi antichi di queste zone la disoccupazione innanzitutto che qui è al 17% la risposta della Coop è ampia. Il made in Ferrara si può definire in tre elementi del tutto nostri: la crescita dell'occupazione, la concentrazione nella cooperativa di risparmio e gli investimenti fatti tutti nel territorio. I soci prestatori della Coop sono oltre 7.000 per un totale di cinquanta miliardi di

deposito. La solidità dell'azienda è stata ottenuta attraverso un rapporto di fiducia con la clientela e attraverso una saggia politica di rinnovamento della rete. Al centro del nostro interesse c'è il solidarismo e i servizi al consumatore stiamo contribuendo a formare una nuova generazione di persone attente al rapporto tra salute consumi e ambiente. Non è un caso che stiamo preparando per settembre un convegno su fitofarmaci e pesticidi in agricoltura e che nei nostri negozi abbiamo cominciato a vendere frutta e verdura non trattata o prodotta con lotta integrata», dice ancora Tino Cesari che oltre alla programmazione commerciale il prossimo passo sarà il centro. «L'importanza di questo fatto va oltre il puro discorso di investimenti. La sua specificità è quella di fondarsi su una politica di alleanze molto sane che coinvolge tutti gli operatori privati. Sarà un incentivo per tutti a rinnovarsi e a specializzarsi a tutto vantaggio del consumatore».

... e intorno tanti nuovi eleganti negozi

«È cambiato il nostro modo di lavorare e non solo il nostro», è il commento del presidente dell'Associazione dei commercianti ferraresi Mario Bertocchi al nuovo piano commerciale della città. Ma quali sono i problemi di una piccola città visitata dai rappresentanti dei piccoli negozi associati alla Concommer? «Da un lato il piano poneva a andare bene così com'era. A Ferrara esiste un certo equi-

librio tra la grande e la piccola distribuzione. Ci sono da tempo molti grandi magazzini e supermercati dice ancora Bertocchi. Però ci rendiamo conto che non si può fermare l'evoluzione. Il fatto che le aree marginali del commercio spariscono via via specie nel settore alimentare viene ora guardato come un fatto inevitabile. Possibilmente da gestire al meglio. Prevedere tre nuovi centri commerciali è

un'opportunità per chi vuole specializzarsi e noi sappiamo che la qualificazione e la specializzazione sono le chiavi per fare vivere il commercio al dettaglio. Molti hanno investito nel rinnovamento e ci sono dei giovani che vogliono entrare nel mondo del commercio e non si deve scoraggiare». A parere dell'Ascom vi sono però molte altre questioni aperte anche dopo l'approva-

zione del nuovo Piano. Anzi tutto l'eccesso di punti vendita che crea squilibri nel mercato. La concorrenza e pesante si fanno promozioni in tutti i periodi dell'anno con prezzi molto bassi si calcola che l'anno scorso in Italia siano stati spesi tra i 4000 e i 6000 miliardi per acquistare merci in promozione. Ma fatte così in modo selvaggio e non regolamentato creano solo danni. Poi c'è la concorrenza delle vendite abusive contro cui è difficile prendere provvedimenti. La moltiplicazione degli esercizi diventa controproducente in una piccola città che tende ad invecchiare in cui le risorse che circolano non sono molte data la forte disoccupazione. Un ultimo problema che tocca tutti il commercio è l'aumento delle locazioni. Si tratta di costi che non si può far gravare solo sui

Un consorzio di pescatori vende direttamente ai supermarket. Con duecento barche tra mitili, sogliole e... scatolette

Una storia ferrarese è quella che possono raccontare i seicentocinquanta pescatori di Goro riuniti in un consorzio per la gestione della pesca in laguna e per la trasformazione industriale dei prodotti ittici. Da decenni legati alle loro cooperative i pescatori si stanno affacciando sul mercato nazionale specie per il prodotto conservato attraverso il canale diretto Coop e Conad e una rete di rappresentanti in diverse zone di Italia. Il mare nel tratto di costa in provincia di Ferrara soffre di problemi di inquinamento dovuto agli scarichi del Po. Tuttavia sottolineano a Goro si manifesta oggi l'impegno delle istituzioni a risolvere con interventi di disinquinamento un problema che ha grossi effetti economici sulla vita dei pescatori. Le morie di pesce nei giorni più caldi dopo le

piogge che dilavano i terreni della pianura significano mancato guadagno. Il pesce azzurro ormai scarseggia e così pure le anguille gloria ferrarese. «Le nostre specialità oltre all'anguilla sono la sogliola e il calamari», racconta il vicepresidente del consorzio pescatori Vetrì e poi tutti i tipi di molluschi vongole, cozze e così via. Oggi però le prospettive più interessanti provengono dall'acquacoltura che consiste nell'allevare in vasche a mare embrioni di mitili. Successivamente investono per fare la stessa cosa con i pesci più pregiati orate e branzini. L'anno scorso abbiamo seminato vongole, orate e branzini per 500 milioni. Abbiamo distribuito tra i soci i 200 che ne hanno fatto anche una quota tra uno e due milioni di vongole. Dopodiché gli em-

brioni sono rimasti circa cinquanta giorni in acqua contenuti in cassette col fondo e il coperchio di rete a maglia fitta. Una volta cresciute le abbiamo seminate nella sabbia sotto un telo di nylon perché non si disperdessero. Quando giungono a maturazione vengono vendute e danno un reddito piuttosto elevato. Quelle seminate l'anno scorso sono diventate di grossa pezzatura. Avevamo selezionato qualità provenienti dalla Spagna e dalla Grecia. Le nostre pur troppo soffrono di malattie da inquinamento e crescono poco».

Il consorzio pescatori è formato da cinque cooperative di Goro e di cui a Conio poco lontano. Oltre quattrocento uomini sono impegnati per la pesca di molluschi. Altri duecento per la pesca di altri

Dispongono di circa 130 barche tra medie e piccole e di cinquanta motopescherecci. «Stia crescendo la consapevolezza dei problemi più generali tra tutti i soci delle cooperative», prosegue Vetrì. «Recentemente siamo stati tutti concordati a decidere di sospendere la pesca delle sogliole per un mese per favorire il ripopolamento. Il mare è una risorsa che non si deve scarteggiare». Il consorzio è organizzato per la distribuzione del prodotto attraverso due linee: una per il fresco e l'altra per il conservato. Il primo viene smistato nel locale mercato dei pesci attraverso la qualità in asta in cui i pescatori delegano il lavoro della vendita ad un istore specializzato. I clienti sono per il più parte i più consistenti grossi produttori di vini zone di

Italia. Diverso il discorso per il conservato che l'anno scorso ha prodotto un fatturato di 7 miliardi (ma si prevede di arrivare a 9 quest'anno) e su cui sono stati fatti grossi investimenti in nuovi impianti. Le linee di lavorazione sono diverse per le vongole che hanno una grossa richiesta di mercato e procede al lavaggio bollitura e cernita. Dopodiché vengono confezionate in vetro o in scatolette oppure surgelate. Per il pesce surgelato le alternative sono tra il sottolio e la marinata sottaceto mentre tra i sottoli sta riscuotendo successo l'insalata di mare Dulcis in fondo poi l'anguilla fresca o marinata conosce il suo periodo d'oro a Natale quando a Goro arrivano le ordinazioni delle grandi città. Le morie dell'antica tradizione che vuole il capitone su tutti i tavoli della Vigilia

