



ERBA - Che la situazione dei negozi nel centro città sia delicata, si sa. Che il dibattito riguardo alla riorganizzazione della viabilità lungo le vie centrali sia sempre aperto, si sa. Che sia difficile trovare un'unica e condivisa soluzione, si sa. Si sa, è vero. Ma **recenti discussioni all'interno e all'esterno del Consiglio Comunale** hanno di nuovo riportato la questione del **commercio cittadino** sotto i riflettori.

Per questo abbiamo deciso di intervistare alcuni **commercianti** chiedendo loro quale sia la **percezione** della situazione e quali **soluzioni** potrebbero essere prospettate.

Perché, se frasi come "Il centro è morto", "Erba è ormai una città-dormitorio", "Il centro non esiste" continuano a sentirsi tra i negozianti, non mancano spunti e proposte per rendere di nuovo Erba il polo attrattivo di un tempo.

Ma partiamo dalla **situazione attuale**. Secondo molti, il problema principale riguarderebbe la **struttura** stessa del centro città "sfavorevole", nella sua conformazione, ad una frequentazione continuativa e prolungata degli esercizi commerciali: "Corso XXV aprile non è una strada, è un'autostrada - ha dichiarato **Flavio Fantinato, titolare dell'omonimo negozio di ottica** - E questa situazione per noi è penalizzante: mancano una zona verde, una zona chiusa al traffico in cui passeggiare e in cui i bar e ristoranti possano posizionare tavolini e sedie. Manca un centro cittadino vero e proprio che, come è avvenuto già in altre città limitrofe,

dovrebbe essere creato: si potrebbe valutare una soluzione per chiudere via Fiume e via Volta realizzando di fatto un anello pedonale. Certo, all'inizio potrebbe essere difficoltoso abituarsi a una diversa configurazione, ma credo che alla fine si vedrebbero i vantaggi: la gente si fermerebbe e nuovi esercizi, invogliati da questo cambiamento, potrebbero nuovamente tornare a investire”.



In una sorta di circolo virtuoso, secondo i commercianti, una **diversa configurazione dell'area che comprende Corso XXV Aprile, via Volta e Piazza Mercato** potrebbe portare con sé una **maggior frequentazione di persone** e, quindi, **di potenziali clienti e investitori**: “La gente non passeggia nel centro di Erba - ha spiegato **Simona Tagliabue del negozio di abbigliamento Vero e Falso** - Bisogna creare soluzioni accattivanti non solo attraverso gli eventi, ma anche con la sistemazione delle vie principali e il decoro urbano così che le persone siano invogliate a tornare e rimanere nel centro e a entrare nei negozi”.

E allora quali le **soluzioni**? Innanzitutto, secondo alcuni, bisognerebbe “riportare in centro alcuni negozi che sono stati portati invece all'esterno, come bar, ristoranti, gelaterie” e ancora “tornare a rendere Erba un polo di attrazione con locali aperti e luci delle vetrine accese alla sera”.



ceri

“Bisogna rendere il centro città di nuovo appetibile - ha continuato **Luisella Ciceri, edicolante di Corso XXV aprile e consigliere comunale (Fratelli d'Italia)** - Se si riqualifica l'area è probabile che nuove attività vogliano investire sul mercato erbese e che le persone tornino a frequentare la zona invogliate dalla bellezza del luogo.

Abbiamo bisogno di un progetto definitivo e globale che sappia valorizzare anche il ruolo sociale dei negozi che spesso si trasformano in luoghi di ascolto, di informazione e di sicurezza perché, qualsiasi cosa accade lungo la strada, noi commercianti siamo qui, pronti a dare un aiuto”. E quindi: “Invito gli erbesi a ricominciare a frequentare i negozi del centro non considerandoli più come ‘l'ultima spiaggia’ e aiutandoci anche a migliorare attraverso proposte e suggerimenti - ha aggiunto - Vorremmo anche, però, che l'Amministrazione fosse più presente sul commercio dandoci una mano”.

E, su quest'ultimo punto, alcuni si sono espressi chiaramente: “C'è bisogno di una regia. Non possono essere solo i privati a intervenire: il pubblico deve creare occasioni di sostegno ai singoli cittadini e di aiuto all'economia della città. Abbiamo bisogno di un piano, di un progetto a sostegno dell'iniziativa privata: se infatti la specializzazione è il punto di forza dei negozi di vicinato, è anche vero che sono necessarie strategie per favorire l'arrivo di nuovi clienti, per migliorare esteticamente la città e per creare reti di relazioni che potenzino il commercio”.