

## Riccione, durante il convegno l'appello: 'non affittate a chi vende merce di bassa qualità'

**Attualità** - 10 aprile 2019 - 16:52



Come cambiano i centri urbani e con loro il commercio, questo il tema dell'incontro organizzato da CNA e Consorzio Viale Ceccarini che ha visto la partecipazione di un centinaio di addetti ai lavori alla ricerca di spunti per il potenziamento del tessuto commerciale cittadino, in un contesto di interventi che vanno dalla riqualificazione e la pianificazione dello spazio urbano, l'accessibilità allo stesso, la promozione del Brand Riccione e la difesa dell'identità della città fino ad arrivare al rapporto tra i proprietari di immobili e i loro locatari.

**Molto chiaro l'appello rivolto dai relatori Bruno Vettore e Alberto Zanni ai proprietari di immobili:** "Guardate avanti, non cedete a facili ed immediate rendite, affittando a gestori di tipologie merceologiche di bassa qualità la prima conseguenza è la svalutazione del valore dell'immobile. Serve valutare con attenzione la domanda di brand qualificati che al contrario mantengono, se non innalzano, il loro valore.

**Stimolanti le proposte di Andrea Storoni** rispetto gli strumenti per intervenire in maniera sinergica, mettendo in rete Pubblico e Privato: amministrazione comunale, proprietari di immobili e gestori commerciali, sulla falsa riga di come vengono gestiti i centri commerciali. "Servirebbe un disciplinare, con modalità chiare per tutti coloro che intendono insediarsi; un ruolo importante spetta all'Amministrazione Comunale, le cui scelte politiche possono essere di volano alla riqualificazione privata, un esempio su tutti la realizzazione dei lungomari cittadini".

**Provocatorio l'intervento di Fabio De Ponti sul Retail (commercio di vicinato) sulle tendenze del settore e gli scenari possibili:** "La capacità di coniugare le innovazioni tecnologiche con il contatto e la fisicità delle relazioni commerciali è fondamentale come lo è l'importanza di valorizzare l'identità del territorio, per Riccione il punto di forza è la capacità di essere ospitali e far vivere emozioni" De Ponti ha poi chiuso con alcuni interrogativi provocatori " in questa situazione un'area commerciale di una destinazione turistica come Riccione come si posiziona? Si adegua alla mediocrità o vuole diventare attrattiva con alcuni punti di forza condivisi?"



Domande aperte che troveranno risposte nei questionari distribuite e nel dibattito annunciato sulla pagina facebook: Riccione Visioni Urbane  
<https://www.facebook.com/riccionevisioniurbane/> che farà da prologo al prossimo appuntamento.