



*consultants*

---

Studi economici per la valorizzazione del territorio

20122 Milano Via S. Calimero 11  
+39 02 58 30 97 88 +39 02 58 30 96 65

Arch. Silvana Bellino - Arch. Giampaolo Martino

17 rue du Nord / 75018 Paris  
+33 1 42 62 26 81

Prof. Emilio Tempia

---

# **PIANO DI RILANCIO**

  

## **DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI E DELL' ECONOMIA DI ALESSANDRIA E DEL COMPrensorio**

**sommario**

Milano Paris marzo 2000 - settembre 2001

## PREMESSA

### L'economia di Alessandria e della provincia: problemi e prospettive

Alessandria e la sua provincia hanno, negli scorsi decenni, visto emergere alcuni “distretti” industriali. Gli indici di specializzazione produttiva territoriale calcolati in base ai dati del censimento del 1991 indicano la presenza in provincia di tre “distretti” : lavorazione delle materie plastiche, macchine utensili ed oreficeria (Valenza)<sup>1</sup>.

Ciononostante già vent'anni fa un'opera voluta dalla Cassa di Risparmio poneva in evidenza il carattere “periferico” dello sviluppo industriale della provincia<sup>2</sup>.

La prima guida (1914) del Piemonte del Touring Club precisava che la Borsalino dava lavoro a duemila persone. Il punto culminante dell'impiego industriale è probabilmente lontano, ed il deflusso non è recente.

Le relazioni del CEDRES pubblicate nel 1985 ponevano già in evidenza il processo di declino industriale, l'emergenza del problema della disoccupazione, l'ultimo posto occupato nella provincia a livello regionale per quanto riguarda il reddito individuale, lo scarso sviluppo degli impieghi bancari rispetto all'importanza del risparmio<sup>3</sup>.

Per ora, non sembra che lo sviluppo delle attività terziarie abbia rinvigorito l'economia dell'Alessandrino o del capoluogo; e le attività commerciali dei centri storici non sono sempre ad un livello soddisfacente.

#### **Un rilancio dell'economia della provincia e dei suoi centri appare pertanto più che mai necessaria.**

L'avvenire delle città dipenderà dallo sviluppo delle attività di servizio, ed in particolare delle più dinamiche, che producono e “smistano” idee ed informazioni; l'avvenire delle città medie e piccole come Alessandria ed i centri minori della provincia dipenderà dalla loro capacità di attrarre gli organi della “produzione di idee” collegati all'università, dalle attività di tipo turistico<sup>4</sup> o collegate ai trasporti ed agli scambi di merce.

L'attività commerciale dei centri storici dovrà far fronte ai vari problemi che in parte si sono già manifestati, ma che potranno aggravarsi in futuro senza adeguate contromisure:

1. Il calo demografico, dovuto al livello bassissimo (il minimo mondiale è in Italia e Spagna) delle nascite, che diminuirà, pian piano ma inesorabilmente, la clientela potenziale;
2. Le incognite della riforma Bersani;
3. Lo sviluppo dei “giganti” della distribuzione<sup>5</sup>, in Europa ed in Italia, che troveranno pur sempre qualche modo per insediarsi dove riterranno di avere una clientela potenziale, in particolare nelle vicinanze delle città medie (si tenga presente che in Francia l'attività commerciale nei centri storici rappresenta ormai solo il 20% delle vendite, contro il 33% nel 1986)<sup>6</sup>
4. La necessità di adeguare il commercio nei centri storici alle esigenze della clientela, che potrà sempre più facilmente scegliere il luogo degli acquisti
5. La necessità di far fronte anche alla concorrenza dell'E-commerce (ma anche di sfruttare le possibilità che può offrire).

Come ricorda un documento ufficiale del ministero inglese dell'urbanistica e dell'ambiente, *le città che vorranno essere in grado di affrontare la concorrenza non possono accontentarsi di gestire passivamente i loro centri storici*<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> M. FORTIS. **Il made in Italy**. Bologna, Il mulino, 1998, p. 48-60

<sup>2</sup> F. ADAMO. **Una periferia industriale dell'Italia di Nord-Ovest, la provincia di Alessandria**. Ed. Dell'Orso per la Cassa di Risparmio di Alessandria, 1979, 274 p.

<sup>3</sup> C. BELTRAME. “La struttura dell'impegno provinciale nel contesto regionale”. **Provincia di Alessandria. Centro documentazione e ricerche economico-sociali. Documenti**, No. 2, settembre 1985, 30 p.

<sup>4</sup> V. ad esempio, R. MOHAN. Rethinking Asia : Bright Lights, Big Problems”. **Far Eastern Economic Review**, 18/2/1999, 51

<sup>5</sup> vedi lo studio del Boston Consulting Group, in R. ABATE, T. CHASSAING. “La concentration va-t-elle se poursuivre ?”. **Le figaro - économie**, 9/1/1998

<sup>6</sup> J. COSSARDEAUX. “Les municipalités multiplient les actions pour enrayer le déclin des centres-villes”. **Les échos**, 1/6/1999

<sup>7</sup> **Quality in Town and Country : A Discussion Document**. Londra, Department of the Environment, 1994, p.

# Un piano per il commercio, ma anche per l'economia della provincia

Il Piano, da redigere in più fasi, è articolato in una serie di obiettivi quali:

- migliorare l'accesso alle attrezzature commerciali dei centri storici,
- completare il mix merceologico, programmare gli interventi urbani ed immobiliari di rilancio del commercio nel centro di Alessandria e nei centri minori,
- incentivare l'insediamento di *superstores*,
- sviluppare l'*E-commerce*,
- favorire la integrazione funzionale di spazi e attrezzature per la cultura, il tempo libero e lo sport,
- promuovere nuove iniziative atte a sviluppare il turismo,
- incentivare l'insediamento di imprese di trasporto e lo sviluppo dei depositi logistici,
- promuovere lo sviluppo di nuove imprese a carattere tecnico/scientifico,
- valutare le possibilità di finanziamenti pubblici, privati o misti atti a concretizzare le iniziative.

**Si tratta pertanto di formulare un Piano operativo coordinato con gli Enti interessati, cioè un documento atto a fornire indicazioni, proposte, progetti da inserire negli strumenti attuativi, al fine di determinare interventi concreti e di rapida attuazione per lo sviluppo dell'economia di Alessandria e della provincia.** Lo Studio prevede una serie di analisi per la ricerca di soluzioni ai vari problemi che si pongono a breve scadenza ad Alessandria ed in provincia.

## 1 - Proposta e fasi del Piano - Analisi e proposte per i centri storici

### Interventi di rilancio del commercio nei centri storici

*N.B.: L'obiettivo si integra con il Piano del Commercio di cui alla legge Bersani e leggi regionali.*

1. Sulla base del Piano del Commercio fornito dalle Amministrazioni Comunali si individuano nei centri storici gli spazi urbani per le attività di tipo commerciale da valorizzare con appositi interventi
2. Esecuzione di studi di fattibilità degli interventi individuati atti a rilanciare il commercio negli spazi urbani (parcheggi, pedonalizzazioni, percorsi coperti, gallerie, arredi urbani ecc.)
3. Studio delle possibilità giuridiche e tecniche di intervento, con eventuale proposta di creazione di organi simili agli Enti esistenti in altri Paesi quali la "English Partnership" in Inghilterra, l'Ente nazionale per la sistemazione dei centri commerciali ed artigianali (EPARECA) oppure il fondo speciale di intervento per la salvaguardia dell'artigianato e del commercio (FISAC) francesi, un ente che potrebbe essere un "fondo regionale per interventi di miglioramento dei centri storici delle città piemontesi".

### Accesso alle attrezzature commerciali dei centri storici

1. Inventario dei documenti esistenti (piani del traffico, piani turistici, analisi dei flussi ecc.) per i centri storici di: Alessandria (80.000 ab.), Casale (37.000), Novi L. (29.000), Tortona (25.000), Valenza (20.000), Acqui T. (20.000), Ovada (12.000).
2. Valutazioni dirette sull'attuale accessibilità delle aree commerciali nei centri storici suddetti
3. Identificazione degli interventi da proporre agli Enti Locali al fine di facilitare l'accesso ai centri storici (proposte di studi di fattibilità per la promozione della fruibilità dei centri storici)

## 2 - Proposte di interventi

Il mix merceologico - L'urbanistica commerciale nel mondo - Le proposte per gli interventi nei centri storici

1. Analisi delle tendenze commerciali-merceologiche insediate nei centri storici a livello europeo e mondiale
2. Analisi delle condizioni socio-economiche locali al fine di una corretta individuazione delle specificità di ciascun centro storico
3. Individuazione delle tipologie commerciali (mix merceologico) più adatte ai vari centri storici valutando la possibilità di inserirle nella struttura urbana isolatamente o in gruppo (*centri di vita*)

### 3 - Proposte per il turismo nella provincia di Alessandria

1. Individuazione delle attività esistenti nella provincia da potenziare e coordinare con nuove iniziative
2. Individuazione di nuove iniziative atte a promuovere il turismo; si elenca, a puro titolo d' esempio da verificare con la ricerca, alcune iniziative:
  - *Mercato dell'antiquariato*
  - *Sviluppo del turismo di congressi*
  - *Parco audio-video-informatico*
  - *Mostra-mercato permanente delle produzioni vinicole*
  - *Mostra-mercato permanente dello " slow food "*
  - *Mostra storica dell'agricoltura e della vita rurale*
  - *Mostra-mercato dell'oreficeria*
  - *Sviluppo delle attrezzature ricettive, di cura e sportive*

In una seconda fase si valuteranno le possibilità di inserimento dei vari progetti nei rispettivi ambienti urbani.

### 4 - Il Designer outlets centre di Serravalle e lo sviluppo del territorio

Il designer outlets centre è diventato un importante polo di sviluppo del Novese, e anche un polo non trascurabile per tutta la provincia di Alessandria.

La relazione è un primo esame delle potenzialità dei poli commerciali di vendita a prezzi ridotti, e si riferisce alle esperienze dei paesi europei in cui tali centri si sono rapidamente sviluppati: la Gran Bretagna e la Francia.

---

*N.B. Lo studio completo, redatto su incarico della Camera di Commercio I.A.A. di Alessandria, di circa 300 pagine, è depositato presso gli uffici della C.C.I.A.A. in via Vochieri 58 - Alessandria*