

**Comune di
TIONE**



**Progetto: Qualificazione della rete commerciale
del centro storico**
(art. 28, legge provinciale 8 maggio 2000 n.4)



©M.Bragagna, A.Giovanelli

Parte I: Analisi, risultanze, progettualità

Realizzazione:

Studio Associato Giovanelli

© Diritti d'autore ex Legge 22 aprile 1941, n.633

Divieto di duplicazione, riproduzione, trasmissione senza autorizzazione Studio

**C.A.T. Imprese Unione S.r.l.
C.A.T. del Trentino S.r.l.**

PRESENTAZIONE

L'incarico svolto dal Centro di Assistenza Tecnica (C.A.T.) Imprese Unione S.r.l., dell'Unione Commercio, Turismo e Attività di Servizio della provincia di Trento, dal Centro di Assistenza Tecnica del Trentino S.r.l. (della Confesercenti provinciale) e dallo Studio Ass.to Giovanelli di Trento, è stato realizzato grazie alla fattiva collaborazione degli Uffici comunali nonché al prezioso supporto del sindaco Vincenzo Zubani, del vicesindaco Loreta Failoni, dell'Assessore alle Politiche a favore delle attività economiche e Patrimonio Enzo Carli.

Si ringraziano i componenti del Tavolo della concertazione, i rappresentanti delle categorie economiche, degli organismi ed enti locali così come coloro i quali, anche individualmente, hanno offerto dei contributi di idee al lavoro, sia nel corso degli incontri del Tavolo della concertazione che in altri momenti di incontro e di confronto.

Trattandosi di un progetto poliedrico, aperto a molteplici aspetti e settori, numerose sono state le professionalità coinvolte, in grado di implementare, mediante consolidati processi di team building, le competenze necessarie per lo sviluppo dell'iniziativa.

Il lavoro si è concluso con la sottoscrizione del "Patto" fra la Amministrazione comunale di Tione e tutti i soggetti presenti al Tavolo della concertazione, che specifica gli impegni condivisi dai sottoscrittori per la riqualificazione del centro storico in un'ottica intersettoriale. Il Patto riporta una serie di macroprogettualità e impegni condivisi per un rilancio del "centro commerciale naturale di Tione", partendo dalle componenti commerciali, ma allargando l'operatività -da subito- agli altri settori economici ed a misure strutturali "di sistema".

L'EQUIPE TECNICA

STUDIO ASSOCIATO GIOVANELLI

Andrea Giovanelli (responsabile di progetto)

Mauro Linardi

Elena Busato

Luciano Pilati (supervisione scientifica generale)

Sergio Niccolini (responsabile area urbanistica)

CAT IMPRESE UNIONE S.r.l.

Massimo Piffer

Michele Bragagna

CAT DEL TRENTO S.r.l.

Gloria Bertagna

Nadia Casna

INDICE

PARTE 1	“Inquadramento generale del progetto e metodologia” 1.1. Premessa; 1.2. Obiettivi e destinatari del progetto; 1.3. Il centro storico di Tione nelle dinamiche del progetto; 1.4. Modalità di realizzazione dell’incarico.	pag. 4
PARTE 2	“La fase di ascolto diffuso: opinion leaders, sondaggio e concertazione” 2.1. Opinione leaders; 2.2. Il sondaggio condotto sulla popolazione; 2.2.1. Introduzione e metodologia; 2.2.2. I risultati; 2.3. La concertazione.	pag. 14
PARTE 3	“Analisi socio-economica” 3.1. Premessa; 3.2. Inquadramento generale; 3.2.1. La struttura commerciale trentina in breve; 3.2.2. I modelli di consumo; 3.3. Inquadramento generale: Tione; 3.4. Popolazione; 3.4.1. Popolazione Ambito L; 3.4.2. Popolazione di Tione; 3.5. Attività commerciali al dettaglio; 3.5.1. Premessa; 3.5.2. Tione come polo di gravitazione commerciale sovracomunale; 3.5.3. I criteri comunali per le medie strutture di vendita; 3.5.4. Struttura commerciale: dati medi per l’Ambito L e per il comune di Tione in serie storica; 3.5.4.1. L’Ambito L; 3.5.4.2. Il comune di Tione; 3.5.5. Struttura commerciale attuale in Tione; 3.5.5.1. Numero esercizi; 3.5.5.2. Superficie esercizi; 3.5.5.3. Superficie media per esercizio; 3.5.5.4. Densità commerciale; 3.5.5.5. Analisi per classe dimensionale; 3.5.5.6. Analisi per merceologia; 3.5.5.7. Immagine attività e vetrine vuote; 3.5.5.8. “Botteghe storiche”; 3.5.5.9. Conclusioni e proposte operative; 3.6. Commercio su aree pubbliche; 3.6.1. Premessa; 3.6.2. Analisi; 3.6.3. Considerazioni di sintesi e proposte operative; 3.7. Pubblici esercizi; 3.7.1. Risultanze qualitative; 3.7.2. Analisi; 3.7.3. Conclusioni e proposte operative; 3.8. Ricettività; 3.8.1. Inquadramento; 3.8.2. Analisi; 3.8.2.1. Consistenza degli esercizi; 3.8.2.2. Arrivi e presenze; 3.8.2.3. Soggiorno medio; 3.8.3. Conclusioni e proposte operative; 3.9. Attrattive locali – eventi e manifestazioni; 3.9.1. Premessa; 3.9.2. Analisi; 3.9.3. Conclusioni e proposte operative; 3.10. Artigianato; 3.10.1. Inquadramento; 3.10.2. Analisi; 3.10.3. Conclusioni e proposte operative; 3.11. Servizi, associazionismo.	pag. 64
PARTE 4	“Analisi urbanistica ed architettonica” 4.1. Il contesto; 4.2. Recupero del patrimonio immobiliare, di contenitori e di spazi polifunzionali; 4.3. Residenzialità e ricettività; 4.4. Accessibilità veicolare e pedonale; 4.5. Parcheggi; 4.6. Punti baricentrici di valenza pubblica; 4.7. Aree a verde; 4.8. Vie del commercio e dell’artigianato; 4.9. Arredo urbano, illuminazione, allestimenti; 4.10 Recupero facciate; 4.11. Ripavimentazione di vie e piazze; 4.12. Trasporto pubblico; 4.13. Sicurezza.	pag. 118
PARTE 5	“Sintesi e progettualità concertate per uno sviluppo integrato del centro storico di Tione” 5.1. Cenni riassuntivi generali; 5.2. Risultanze di sintesi del lavoro condotto per settore; 5.3. Considerazioni generali per il rilancio del centro storico di Tione ed aree interagenti; 5.4. Progettualità specifiche per il rilancio del centro storico di Tione di Trento; 5.4.1. A) Misure organizzativo - gestionali e di marketing; 5.4.2. B) Misure per incrementare l’attrattività di Tione; 5.5. Conclusioni.	pag. 126

PARTE 1 INQUADRAMENTO GENERALE DEL PROGETTO E METODOLOGIA

1.1. PREMESSA

Il Comune di Tione ha affidato a C.A.T. Imprese Unione s.r.l. (società operativa di Unione Commercio, Turismo e Attività di Servizio della provincia di Trento), convenzionato per la specifica progettualità con Studio Associato Giovanelli di Trento, l'incarico di redigere il "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

L'incarico ha visto compartecipe C.A.T. del Trentino s.r.l., società operativa della Confesercenti provinciale. I due C.A.T. collaborano ormai da due anni, con soddisfazione, su tale specifica progettualità.

Il progetto possiede una sua forte carica innovativa. E' in grado di coinvolgere in ottica sistemica più settori (urbanistica, edilizia, commercio su area privata e su area pubblica, artigianato, ricettività, servizi, etc.). E' previsto dalla legge provinciale 8 maggio 2000 n.4¹.

Una serie di esperienze anche europee che hanno trattato la qualificazione commerciale dei centri storici e comunque di aree centrali e baricentriche risultano convergenti nel considerare come fattore decisivo per un equilibrato potenziamento dei nuclei storici l'inquadramento dello sviluppo della locale rete distributiva in un contesto più ampio, esteso alla programmazione urbanistica, alla realizzazione di interventi strutturali (specie riferiti ad accessibilità e parcheggi), alla implementazione di misure di comunicazione e gestione integrate.

Le progettualità trovano generalmente attuazione su porzioni di territorio omogenee, qualificabili come "centri commerciali naturali".

Numerose sono le esperienze, in genere recenti, che partono dalla constatazione che sempre più si rilevano segnali allarmanti che vedono i centri storici, in prevalenza di minori dimensioni, con prospettive di sviluppo socio-economico non favorevoli, non solo per un diffuso e progressivo spopolamento. I negozi e le attività a conduzione familiare spesso chiudono i battenti col pensionamento del proprietario e, sempre nelle aree centrali, sempre più si affacciano attività meno radicate e meno legate al territorio ed alla sua storia, usi e tradizioni.

Ma come affrontare le difficoltà emergenti dei centri storici trentini? Sulla base di quanto analizzato nel corso di vari studi simili al presente, si rileva l'importanza di operare da subito, e ciò vale anche per Tione, per cercare di armonizzare le scelte relative alla normativa commerciale ed a quella urbanistica e, in particolare, di urbanistica commerciale.

¹ all'articolo 28 norma che i Comuni con oltre tremila abitanti e quelli sede di comprensorio approvano il "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico". La norma riprende obiettivi e contenuti del decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114 di riforma del commercio ("Bersani"), a sua volta risultato di scelte operate sulla base della analisi di esperienze realizzate in diversi Paesi europei.

La riqualificazione del centro storico non è da sola strategia sostenibile, se non si ripensa all'intero impianto delle normative che hanno portato negli ultimi decenni a dare impulso all'insediamento di attività di peso al di fuori del centro urbano. In diverse regioni italiane² si riscontra una evidente incoerenza fra normative che prevedono da un lato interventi di qualificazione del centro storico per sostenere le attività ivi insediate, dall'altro interventi atti invece a spingere nella direzione opposta, con la nascita di grandi strutture di vendita (centri commerciali e, più recentemente, outlet) in aree esterne, non solo rispetto al centro storico ma allo stesso abitato. La "schizofrenia": mentre si assiste alla desertificazione del centro storico, specie dei piccoli centri rientranti nell'area di gravitazione di grandi strutture di vendita, si cerca di promuovere una strategia di riqualificazione dei centri medesimi, spesso perdente in quanto avviata con colpevole ritardo.

In Trentino la situazione è differente, per una più oculata programmazione e una maggiore attenzione alla salvaguardia della rete commerciale tradizionale.

La stessa idea "trentina" di prevedere un **Tavolo della concertazione** tra i soggetti interessati, strumento per la definizione prima e la validazione poi delle linee guida per lo sviluppo del centro storico e delle aree interagenti di Tione, è una misura che indica l'attenzione posta verso uno sviluppo sostenibile e compatibile con la situazione esistente.

La metodologia utilizzata ha previsto l'elaborazione di un percorso operativo comprensivo di più steps:

- individuazione dei soggetti da coinvolgere (Tavolo di concertazione);
- analisi estesa nel tempo;
- sondaggio esteso su opinion leaders;
- altre indagini in loco sui consumatori, di natura quali - quantitativa;
- elaborazione dei dati raccolti comunque acquisiti;
- formulazione delle prime proposte operative;
- discussione delle medesime in occasione delle sedute del Tavolo della concertazione;
- affinamenti, integrazioni, modifiche e definizione finale di alcune macro e microprogettualità, condivise dal Tavolo, con dettaglio della operatività, delle priorità, dei tempi realizzativi;
- stesura definitiva del Report e sottoscrizione del "Patto".

Appunto: al termine della prima fase del percorso intrapreso le parti componenti il Tavolo della concertazione hanno sottoscritto il "Patto per lo sviluppo integrato del centro storico di Tione", atto formale che impegna i diversi soggetti a collaborare per una realizzazione progressiva e comunque condivisa dei progetti concertati.

In ogni caso la concertazione deve risultare "continua", estesa nel tempo, rendendo il Tavolo "permanente", anche per un controllo sui risultati conseguiti e per verificare eventuali scostamenti rispetto a quanto prefissato, oltre che per svolgere continua funzione di stimolo e propositiva.

Nel caso di specie una particolare attenzione è stata dedicata ad interventi organizzativo - gestionali, specie connessi alla puntuale individuazione del soggetto

² è ad esempio il caso del vicino Veneto e della Lombardia

gestore del centro commerciale naturale di Tione, un passo decisivo dell'intera strategia di rilancio. Infatti, tutti gli sforzi per costruire una efficace politica di sistema sarebbero vani se non si individuasse un gestore strutturato, con risorse e competenze aziendalistiche, un organismo la cui fondamentale funzione sia quella di organizzare e coordinare le singole parti del sistema in una azione ordinata.

Nel contempo, un'attenzione anche maggiore è stata posta al settore delle dotazioni infrastrutturali di Tione, della accessibilità, dei parcheggi, della stessa zona a traffico limitato, fattori importanti che come noto costituiscono condizione necessaria, ma non sufficiente, per la realizzabilità dei progetti in argomento.

Ogni centro storico, per essere vivo, deve essere agevolmente raggiungibile e quindi fruibile. Da qui l'attenzione da porre nella realizzazione di parcheggi di attestamento, ma anche per la formulazione di ipotesi progettuali riferite alla presenza di aree a traffico limitato e, inoltre, di aree e di immobili da valorizzare e riqualificare, a fini commerciali, ma non solo.

1.2. OBIETTIVI E DESTINATARI DEL PROGETTO

Il rilancio commerciale, ma non solo, del centro storico di Tione (come si vedrà ambito certamente "limitativo") e delle aree con questo interagenti è un elemento organico per ogni processo di rivitalizzazione e di qualificazione socio-economica del comune.

Comporta una ampia condivisione e l'avvio di sinergie, legate ad interrelazioni fra la Pubblica Amministrazione, le associazioni, gli organismi, enti e tutti gli altri soggetti attivi per favorire uno sviluppo globale in termini di socialità, residenza, turismo, cultura, commercio, artigianato, servizi, etc..

Obiettivo centrale del presente progetto è l'individuazione di un "minimo comune denominatore" per un rilancio integrato e concertato del centro storico di Tione, che pare ravvisabile nella "passeggiata", nella pedonalizzazione, nella socialità ma anche nello stesso shopping in un ambiente gradevole, posto che i "commerci" caratterizzano l'immagine di Tione ancora oggi.

A livello di inquadramento temporale, la problematica in argomento acquista rilievo a partire dagli anni Settanta.

E' da allora che i centri (storici e non) delle città vengono in misura crescente occupati dal terziario direzionale, che acquisisce le posizioni di pregio, con un ruolo positivo in termini di ristrutturazione degli edifici ma negativo per ciò che concerne la vita dei centri stessi al di fuori degli orari di lavoro, oltre al fatto di aver contribuito al ridursi della funzione residenziale, con conseguente chiusura di negozi svolgenti servizio di prossimità.

In seguito, l'aumento diffuso della grande distribuzione organizzata e dei centri commerciali in posizione esterna ha evidenziato una chiara dicotomia strutturale, che ha portato a una diffusa inferiorità competitiva della rete commerciale "tradizionale" nei confronti dei centri commerciali artificiali esterni.

Se si considera che il commercio garantisce un contributo fondamentale proprio all'equilibrio delle aree centrali, nelle quali tradizionalmente svolge ruolo di aggregazione sociale e identificazione collettiva, ma in alcuni casi –e potrebbe essere

il caso di specie- anche d'attrazione turistica, è chiara la finalità che dovrebbe sottendere ogni azione riguardante la qualificazione della rete commerciale dei centri storici ed aree interagenti.

Puntare sul rilancio economico-commerciale degli ambiti centrali è fatto importante, per una serie di motivazioni:

- la ricchezza di tali ambiti è un punto di forza per la competitività delle piccole e medie imprese che vi operano;
- la presenza di un tessuto commerciale specializzato ed organizzato, in sinergia con la presenza di un panel di servizi integrativi (quali: ricettività, attività di somministrazione, attività artigianali di servizio alla persona, eventi e iniziative calendarizzate, ...) è un fattore strategico per la vitalità delle aree centrali, certamente non ad esclusivo favore dei residenti. Commercio specializzato e funzioni complementari possiedono infatti un'elevata capacità di attrazione;
- appare ormai un chiaro obiettivo delle Amministrazioni, a ogni livello, quello di ricercare dei correttivi al fine di consentire una ripresa economica alle imprese, commerciali e non, spesso di ridotte dimensioni, che versano da anni in uno stato di protratta sofferenza³, anche se la situazione in Tione è in parte differente, con una stabilità della rete e situazioni di sofferenza specie economica ancora limitate, come hanno evidenziato a livello aggregato i rappresentanti degli istituti di credito presenti al Tavolo della concertazione.

Ad ogni modo, il rilancio si basa sulla necessità di attuare strategie competitive innovative, con la creazione di un "sistema Tione", che leghi il commercio e le altre realtà imprenditoriali assillate da problematiche similari, che non possono essere di mera difesa⁴ o, peggio ancora, volte alla rassegnazione.

Le piccole aziende che operano nel centro di Tione non possono più considerarsi realtà chiuse "al di qua della porta in attesa che il cliente entri".

Devono rafforzare la capacità di diventare aziende dinamiche, comprendendo che il maggior punto di forza è dato dallo "stare insieme in un contesto attrattivo".

Vanno da subito superati gli inutili e dannosi personalismi, ancora troppo diffusi e va recuperato un misurato ottimismo.

Bisogna avere quale chiaro obiettivo quello di operare in chiave "attiva", con misure che incrementino già nel medio termine l'attrattività e la competitività del centro di Tione ed aree con questo interagenti.

Ciò con interventi strutturali (con previsione ad esempio di àncore ed attrattori, ma anche di miglioramenti nell'accessibilità, nelle dotazioni parcheggi, nella stessa pedonalizzazione), ma agendo nel contempo sull'offerta, nelle sue varie forme e strutturazioni (mix di proposte merceologiche, visibilità, comunicazione, etc.) e, infine, su una gestione realmente unitaria e condivisa del "centro commerciale naturale di Tione", con un comune denominatore: la "Qualità".

³ per la congiuntura economica sfavorevole che frena i consumi e che ha spinto al "caro affitti", ma anche per condizioni del contesto urbano e per complessità crescenti legate ad accessibilità e parcheggi
⁴ ad esempio individuando barriere all'entrata, siano esse di tipo amministrativo -contingenti di superficie- o di tipo urbanistico -destinazioni d'uso, vincoli, standard parcheggi-

Attorno al rilancio “trasversale” del centro di Tione si concentrano a questo punto più obiettivi:

- la possibilità di impiegare la formidabile “leva” del commercio al fine di qualificare tale area, favorendo interazioni fra diverse attività di impresa che vi operano;
- la possibilità di partire da tale rilancio per avviare una serie di iniziative integrate, riconducibili a un progetto di “marketing territoriale”, che veda quale fulcro la valorizzazione delle tipicità e della indiscussa attrattività del territorio;
- l’opportunità di promuovere l’avvio di una fase di concertazione continua, estesa nel tempo, che si associ alla materiale attuazione dei progetti.

Per tutto quanto espresso, il progetto implica una ampia condivisione fra la Pubblica Amministrazione, le associazioni, gli operatori economici, gli organismi, gli enti e tutti gli altri soggetti (pubblici e privati), compresi residenti e proprietari immobiliari, attivi o interessati a favorire uno sviluppo globale del centro di Tione, con ampie ricadute sull’intero tessuto urbano, esteso alla stessa località di Saone.

Sono quelli citati gli attori, gli artefici e, nel contempo, i destinatari del progetto, in quanto “gravitano” sul centro di Tione, con lo stesso interagiscono, auspicando strategie dirette a:

- migliorarne le condizioni logistiche e strutturali, l’immagine e l’attrattività più in generale;
- favorirne lo sviluppo con interventi di valorizzazione e risanamento per interi complessi, aree, immobili, anche realizzando dei nuovi potenti “attrattori”, su aree ed immobili pubblici o privati;
- promuovere il “centro commerciale naturale di Tione”, ricercando economie di scala fra gli operatori⁵, ma anche operando giornalmente per una gestione unitaria di iniziative concrete⁶;
- favorire un potenziamento quali - quantitativo dell’offerta locale, riferita sia al commercio “di Qualità” (es.: esercizi specializzati o a tema), ai pubblici esercizi (con miglioramento del mix della proposta e della situazione di immagine e plateatici), dell’artigianato (recuperando quello “della tradizione” e potenziando ulteriormente i servizi alla persona), della ricettività e della accoglienza (specie con formule ricettive “leggere”).

E’ evidente che solo la piena conoscenza del territorio può costituire la base per la formulazione di ogni visione strategica. La costruzione di duraturi e rilevanti vantaggi competitivi si basa sulle specificità e sui punti di eccellenza che connotano Tione, e in parte Saone, ma è evidente che per il successo del progetto i diversi attori coinvolti devono trovare nelle azioni impostate reali opportunità di sviluppo.

1.3. IL CENTRO STORICO DI TIONE NELLE DINAMICHE DEL PROGETTO

Per quanto riguarda la delimitazione territoriale, la norma fa riferimento primo al centro storico urbanisticamente inteso, ma è evidente che la problematica deve essere allargata, specie nel caso di Tione. Nella fattispecie, la netta prevalenza della offerta commerciale -ma non solo- trova posizionamento esterno al centro storico urbanisticamente inteso, area che risulta inoltre decentrata rispetto al baricentro

⁵ ad esempio nella comunicazione di eventi e manifestazioni

⁶ ad esempio: vetrine armonizzate, depliantistica, acquisti in comune, etc.

gravitazionale effettivo del comune, almeno con riferimento a Tione capoluogo.

Le attività commerciali ed economiche, in particolare, si sono sviluppate lungo l'arteria che percorre l'abitato di Tione in tutta la sua lunghezza, che prende i nomi di viale Dante e via III Novembre. Ne consegue che il progetto prevede una perimetrazione allargata, nell'ambito della quale ricadono anche le due vie citate, dove sono per l'appunto attive gran parte delle attività commerciali della cittadina.

Si osserva anche per Tione un qualche svuotamento del centro, almeno per talune attività economiche. Fino alla metà del secolo trascorso la quasi totalità degli esercizi commerciali al dettaglio era localizzata nel cuore delle città e dei paesi. Il centro storico fungeva da fulcro commerciale: si configurava come un agglomerato spontaneo di attività commerciali e di servizio e ciò era vero anche per Tione.

Nel corso degli ultimi anni si è invece manifestata, anche a Tione, la tendenza delle attività specie commerciali a trasferirsi verso la periferia, anche al di fuori dal perimetro urbano.

Questa modificazione nella localizzazione degli esercizi ha interessato poco i punti vendita tradizionali, funzionali a nuovi insediamenti residenziali periferici, maggiormente quelli con merceologie pesanti (quali: hobbistica, mobili, materiali edili, ...). Il fenomeno di migrazione verso l'esterno delle attività, da sporadico com'era in origine, è andato a rafforzarsi. Le ragioni di questa accelerazione nel processo di localizzazione del commercio sono riconducibili ai trends evolutivi della distribuzione, sintetizzabili nelle seguenti tendenze:

- dimensionale, con tendenza all'aumento della superficie per offrire un più vasto assortimento ed elevare la vivibilità delle strutture più ampie, che possono in tal modo offrire risposte tangibili ad un insieme esteso di preferenze;
- merceologica, associata alla spinta verso la specializzazione o la "integrazione diversificata", per sostenere una maggiore competitività dell'esercizio;
- organizzativa, con la comparsa di centri commerciali e reti di vendita della grande distribuzione organizzata;
- temporale, con tendenza a liberalizzare gli orari d'apertura dei punti vendita e, per la domanda, con una sempre maggiore concentrazione degli acquisiti il fine settimana;
- normativa, con la "liberalizzazione del commercio" recata dal Decreto Bersani.

Tutti i fattori sopra menzionati, tipicamente "non price competition", hanno inciso pesantemente nelle scelte localizzative degli esercizi⁷.

Un altro fattore che ha contribuito più recentemente all'aumentare delle situazioni di sofferenza in centro è riconducibile a quella che si è soliti definire come "emergenza del caro-affitti", che pare in parte ancora frenata nel caso specifico di Tione.

Riassumendo, i fattori critici per la sopravvivenza dell'aggregato commerciale storico di Tione, nell'accezione sopra ricordata, sono individuabili in difficoltà "interne" (quali le

⁷ Supponendo che il prodotto offerto da diversi punti vendita sia simile e contrassegnato da prezzi sostanzialmente analoghi, si possono individuare nelle tendenze citate i fattori che spiegano la preferenza di un acquirente per un sito piuttosto che per un altro. Evidente che il prezzo è solo una delle leve concorrenziali, per quanto importante, che le imprese possono manovrare. I servizi commerciali sono determinanti nel qualificare l'immagine del punto vendita e nel rendere l'offerta più aderente a disponibilità, esigenze, aspettative della clientela.

piccole dimensioni, infrastrutturazione, etc.), ma anche nella crescente concorrenza esercitata dalla distribuzione organizzata e nella proliferazione di grandi strutture di vendita esterne, anche poste a una significativa distanza, fatto che ha segnato una rottura della complementarità tra le attività commerciali svolte all'interno e all'esterno del tessuto urbano.

Il futuro commerciale anche del centro di Tione, in parte riconducibile alla formula del "centro commerciale naturale", dipende dall'intensità di questa dinamica centrifuga, sempre più attiva nel commercio, ma dipende anche dal pregiudiziale recupero di condizioni di competitività più diffuse per la piccola impresa.

E' ormai evidente che il problema della vitalità delle aree centrali è strettamente legato con lo sviluppo delle attività di commercio al dettaglio storicamente predominanti, le attività "tradizionali". Un centro con una valida e articolata rete distributiva ha maggiori possibilità di mantenersi vitale, nell'interesse di tutti ma, soprattutto, del cittadino.

Un "approccio pro attivo" al commercio, consiste nel rendere il più attraente ed efficiente possibile l'agglomerato commerciale del centro: in questo modo, si riduce il consumo di suolo, si minimizzano gli spostamenti per gli acquisti di prodotti di largo e di generale consumo, si sviluppano delle sinergie tra le diverse funzioni.

Sarebbe però imperdonabile stilizzare il "nuovo" centro di Tione come un semplice aggregato di attività riferite al commercio al minuto, senza considerare nel contempo le attività artigianali, i pubblici esercizi, le attività di servizio specie alla persona, le imprese degli altri settori ivi insediate, il ruolo del semplice cittadino.

In tale direzione è importante notare che l'attrazione è fortemente influenzata da meccanismi psicologici, spesso originati dalla struttura socio-culturale. Recarsi a "fare compere" non è una mera tecnica d'approvvigionamento, ma sempre più un modo per trascorrere il tempo libero e, per molti, un fatto di identificazione sociale col gruppo di consumatori cui si ritiene o si aspira di appartenere.

Un vantaggio comparato del centro storico e aree comunque assimilabili o ancora interagenti deriva dal contesto favorevole dal punto di vista della "piacevolezza", che si associa al contesto architettonico, alla ambientazione, all'arredo, tutti fattori che invitano ad accedere al centro, a sostarvi, a passeggiarvi.

La presenza di opportunità di intrattenimento aumenta il numero di soggetti e la permanenza di questi nell'area di interesse, con benefici per molte attività, non solo commerciali.

La possibilità di un effetto sinergico tra diverse attività collocate in un contesto circoscritto e omogeneo qual è una porzione di territorio classificata o classificabile come "centro commerciale naturale", è la strategia di fondo del presente progetto.

In passato si è sviluppata con una certa continuità una politica vincolistica e di tutela – anche eccessiva- riferita ai centri storici, con una visione di salvaguardia che si è esplicitata in una serie di vincoli alla modernizzazione, che hanno consentito interventi atti a mantenere il centro storico ben conservato rispetto a valori architettonici ed artistici ivi presenti, ma che hanno considerato troppo spesso tale ambito solo da questo lato, concependolo come una sorta di "museo a cielo aperto", da mantenere immutato nel tempo.

Invece, operare per promuovere la qualificazione di tale territorio significa muoversi, con l'attenzione del caso, verso la ricerca delle trasformazioni richieste dalla continua innovazione sociale e economica, dalle nuove tendenze, dal progresso, dalla necessità di mantenere, più spesso recuperare, una adeguata capacità competitiva.

Occorre ripensare al ruolo del centro storico e avviare un processo di "nuovo sviluppo compatibile". Tali innovative finalità di intervento non si collocano a priori in contrasto con la destinazione funzionale del centro: tutt'altro. Il valore architettonico e artistico dello stesso resta innegabile, un punto di eccellenza da sfruttare per accrescerne la attrattività, che deve anche associarsi a iniziative connesse ad una logica di sviluppo e ammodernamento urbano e commerciale.

Evidente poi che le imprese commerciali se singolarmente considerate, non sono in grado di risolvere molti dei problemi infrastrutturali legati alla posizione e alla realizzazione di iniziative promozionali e di animazione impattanti, proprio per le contenute dimensioni e per la carenza di mezzi finanziari. Manca una regia unitaria e una capacità organizzativa adeguata per procedere a una gestione efficiente di infrastrutture complesse.

Ogni piano per il rilancio del centro storico presuppone dunque una piena collaborazione tra le attività poste al suo interno, in forma analoga a quanto avviene nei centri commerciali artificiali o pianificati.

La cooperazione tra i punti vendita al dettaglio, tra questi e le attività artigiane, dei servizi e di altri settori, deve svilupparsi nella costruzione di un ente o soggetto gestore.

La concretizzazione di una organizzazione ad hoc per il centro attenua i punti di debolezza connessi alle dimensioni ridotte delle singole attività, senza intaccarne i punti di forza, tra cui la specificità assoluta data dall'inserimento in un tessuto urbano di pregio.

La dimensione commerciale del centro storico offre nel contempo la possibilità di contenere il costo pro-capite di azioni come quelle riconducibili alla promozione, a marketing ed alla gestione: il costo, ripartito su un numero elevato di operatori, diviene spesso relativamente esiguo in termini pro-capite. La dimensione in genere estesa del centro, e ciò vale anche per Tione, è un vantaggio competitivo rispetto ai centri commerciali artificiali. Evidente che ciò vale solo se si radica la partecipazione delle attività economiche al progetto.

Altro punto di vantaggio della struttura organizzata è la maggiore capacità di interazione con gli altri organismi, pubblici o privati, che possono in tal modo contare su una maggior garanzia di trovare nella struttura medesima un interlocutore duraturo nel tempo e organizzato, emanazione del tessuto imprenditoriale locale. Con tale interlocutore si può collaborare anche su altre problematiche⁸.

Per concludere, nel corso dei lavori del Tavolo sono emerse indicazioni chiare anche provenienti dai rappresentanti dei commercianti che vedrebbero possibile un attrattore centrale strutturato nella forma del centro commerciale artificiale, purchè attentamente

⁸ Può essere il caso di misure legate alla progettazione, realizzazione, gestione parcheggi, ma anche all'utilizzo di contenitori, partendo eventualmente da una ristrutturazione a mezzo di interventi di project financing o similari (es.: fondi immobiliari semichiusi ad apporto). Altri ambiti di collaborazione possono riguardare la sicurezza.

integrato e messo in sinergia con l'offerta, non solo commerciale, attualmente esistente. Un'area di nuovo insediamento vocata al commercio potrebbe risultare positiva, se si potesse realizzare nella cerchia abitativa, mentre realizzazioni esterne potrebbero mettere ulteriormente in difficoltà l'economia del paese.

Una indicazione diffusa riguarda l'ipotesi della pedonalizzazione di una parte del paese, aspetto che potrebbe drasticamente cambiare immagine e fruibilità di Tione e divenire vero motivo di attrazione continuativa, associato alla possibilità di passeggiare in tranquillità e sicurezza in un ambiente gradevole.

1.4. MODALITA' DI REALIZZAZIONE DELL'INCARICO

Interessa focalizzare il modo con cui si è affrontato il lavoro dal punto di vista metodologico e operativo. Si è partiti dalla considerazione che il centro di Tione è oggi all'attenzione di più soggetti consapevoli della sua importanza nel percorso di sviluppo economico, urbanistico, culturale e sociale della cittadina.

Gli elementi di fondo della discussione:

- il riconoscimento del fatto che il centro di Tione è in parte "in sofferenza", su più versanti, specie legati a accessibilità, parcheggi, pedonalizzazione;
- il centro manca di attrattori forti, controbilanciando le strutture commerciali esterne, anche se poste ancora ad una certa distanza (ma a breve saranno realizzate "grandi" strutture a Giustino, Villa Rendena, Ponte Arche);
- il riconoscimento della opportunità di procedere non solo a classificare il centro come "centro commerciale naturale" ma anche, in particolare, di arrivare a gestirlo unitariamente e aziendalisticamente⁹;
- la necessità che Tione realizzi un circolo virtuoso fra le diverse iniziative e attrattive culturali e turistiche, fra le dotazioni e le strutture esistenti e con quanto si creerà in un'ottica di complementarità. Si dovrà promuovere un "sistema Tione";
- l'opportunità di operare in una ottica allargata, per rendere il centro commerciale naturale di Tione "spendibile" su di un mercato ampio, inserendolo in una sorta di "Circuito dei centri commerciali a cielo aperto del Trentino"¹⁰.

Il lavoro è stato possibile grazie al coinvolgimento del Comune di Tione (soggetto proponente) nelle persone degli Amministratori e dei responsabili degli uffici, delle associazioni rappresentative di soggetti economici ma non solo, di un'ampia serie di altri enti, organismi, soggetti e col ricorso ad un panel di opinion leaders.

In dettaglio, lo sviluppo del progetto ha comportato le seguenti fasi operative, in alcuni casi sovrapposte temporalmente:

1. Fase preprogettuale. Ha visto lo studio e l'analisi di una serie di casi e progettualità specifiche nella promozione e valorizzazione dei centri storici, sia a livello nazionale che internazionale. Sono stati studiati progetti di marketing urbano e territoriale, di urbanistica commerciale, documenti e lavori di

⁹ un centro configurabile quale attrezzato centro commerciale naturale richiede una diversa organizzazione urbana e modo di programmare i servizi, una politica integrata di tempi e spazi. Un'idea complessa che ha bisogno di interventi anche legati a cultura e formazione degli operatori.

¹⁰ ipotesi percorribile posto che sono oltre venti i Comuni trentini con analoga iniziativa.

- associazioni, organismi e organizzazioni interessati a diverso titolo alla riqualificazione dei centri storici, resi liberamente fruibili sul web.
2. Fase di preanalisi a livello comunale. Si è operata un'attenta lettura e sintesi di lavori, studi e progetti condotti e incidenti a livello comunale, traendone indicazioni e spunti correlati agli obiettivi del presente progetto.
 3. Check up della situazione socio-economica di Tione. La metodologia ha comportato la fotografia della situazione esistente.
 4. Sintesi prime risultanze. La fotografia di cui sopra ha portato a rilevare punti di forza e debolezza, con formulazione di prime ipotesi operative.
 5. Analisi estesa e implementazione del progetto. Ha previsto l'attuazione di una analisi di maggior dettaglio, fino alla declinazione di alcune linee operative, valutate coi diversi attori coinvolti. L'analisi ha riguardato tutti i settori interessati, per acquisire una conoscenza dettagliata della situazione e del modello di sviluppo. Ha rilevato i dati socio-economici dell'ambito (popolazione e articolazione territorio; strutture turistico - ricettive, attività commerciali, rete di servizi e infrastrutture, ...), ma anche aspetti riguardanti l'urbanistica (accessibilità e parcheggi, in primis).
 6. Verifiche con l'Amministrazione. Per l'impostazione iniziale del lavoro, per acquisire i dati necessari, per verificare con costanza il lavoro svolto.
 7. Indagine su opinion leaders e consumatori. Sono stati sentiti vari soggetti rappresentativi delle diverse componenti socio - economiche locali ma è stato anche operato un sondaggio sui consumatori. La raccolta di tutte queste informazioni, non solo qualitative, è stata molto importante per avere "il polso" del sentire della comunità locale.
 8. Elaborazione progressiva dei dati acquisiti con valutazione da parte della equipe tecnica e formulazione di proposte di intervento.
 9. Validazione a mezzo del Tavolo di concertazione. E' stata da subito promossa la costituzione di un Tavolo, riunitosi numerose volte, che ha impegnato soggetti coinvolti dalle dinamiche evolutive. Si è operato "in progress" presentando al Tavolo le risultanze del lavoro, per raccogliere indicazioni, fare sintesi, arrivando al consenso su macroproposte¹¹.
 10. Definizione macroprogettualità e stesura del Report.
 11. Sottoscrizione del "Patto" e presentazione del progetto alla Provincia.

Le fonti utilizzate fanno riferimento, a titolo non esaustivo, a: dati forniti e in parte rielaborati dagli Uffici comunali; informazioni ricavate da sondaggi e indagini; informazioni ricavate da progetti e ricerche incidenti; esame degli strumenti di programmazione urbanistica e commerciale adottati e in corso di adozione da parte della Amministrazione; sopralluoghi, contatti e incontri mirati; dati dei Censimenti; informazioni rese disponibili dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, da altri Uffici provinciali e comunali, dalla Camera di Commercio di Trento; altre informazioni anche rese fruibili sul web.

¹¹ L'importanza di tale fase, per una condivisione di proposte di intervento serie e -in particolare- realizzabili, è evidente leggendo l'articolo 28 "Progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici" della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4, che al comma 2 recita: "il progetto è elaborato di iniziativa del comune mediante concertazione coi soggetti pubblici, le associazioni del commercio e dell'artigianato più rappresentative in sede locale e gli eventuali altri privati interessati. Ai fini della realizzazione del progetto il comune stipula una o più convenzioni per regolare i reciproci impegni delle parti coinvolte."

PARTE 2
LA FASE DI ASCOLTO DIFFUSO:
OPINION LEADERS, SONDAGGIO, CONCERTAZIONE

2.1. OPINION LEADERS

E' stata attuata una fase importante di acquisizione di informazioni e valutazioni grazie a contatti con numerosi opinion leaders locali.

I tratti e gli spunti che emergono dal lavoro svolto appaiono sostanzialmente chiari.

L'indagine si è conclusa nel mese di **febbraio 2007** e il questionario guida utilizzato comprendeva numerosi quesiti, molti dei quali "aperti", per offrire agli interpellati la possibilità di esprimere liberamente sia giudizi che proposte.

Fra le indicazioni maggiormente espresse, le seguenti.

Conoscenza del Progetto

In generale tutti sono a conoscenza del progetto di qualificazione.

Accessibilità pedonale all'area centrale

Le risposte evidenziano una soddisfazione mediana da parte degli intervistati, riguardo appunto alla situazione pedonale di Tione.

Tutti sostengono che non ci sono particolari pericoli per il pedone, questo grazie alla presenza di marciapiedi larghi in tutto il centro ed al numero limitato di auto in circolazione, che permette una certa sicurezza anche negli attraversamenti.

Da migliorare la pavimentazione.

Accessibilità veicolare all'area centrale

Nel centro di Tione l'afflusso di auto è limitato, a parte alcuni periodi. Il traffico è reso caotico dal pendolarismo. Infatti, per la maggior parte circolano persone che accedono ai vari uffici dislocati sul territorio.

Un problema è dato dai parcheggi lungo il viale principale: capita spesso che due auto contemporaneamente non riescano a transitare.

Zone a traffico limitato

In questo caso le opinioni sono abbastanza omogenee. Gran parte degli intervistati non ritiene strategico individuare tali ambiti, stante le attuali esigenze e per la vocazione stessa del paese. Ciò, a meno che non si riesca ad identificare un attrattore che richiami gente in via continuativa. Sarebbe invece necessario regolarizzare

l'afflusso delle auto, in modo che sia più agevole fermarsi.

Il traffico si rimarca essere concentrato soprattutto sulla circonvallazione.

Valutazioni su localizzazione e dimensionamento delle aree parcheggio

I parcheggi a Tione sono limitati, soprattutto a causa della presenza di uffici e di servizi che portano ad una occupazione dei posti auto per l'intera giornata.

Servirebbero dei parcheggi per soste veloci collocati nelle vicinanze della zona centrale.

Valutazioni sull'arredo urbano dal punto di vista strutturale (illuminazione, pavimentazione, ...) e delle attrezzature

L'arredo urbano negli ultimi anni è migliorato, ma necessita ancora di interventi sia per quanto riguarda la pavimentazione, dissestata negli ultimi anni da continui lavori, che per l'illuminazione, quest'ultima carente soprattutto nella parte storica.

Alcuni privati hanno ristrutturato le proprie abitazioni, ma sono ancora presenti edifici molto vecchi e fatiscenti, che necessiterebbero di interventi di restauro e sistemazione.

Turn over delle attività commerciali del centro

Molte attività del centro negli ultimi anni hanno chiuso. Si tratta soprattutto di attività nuove che hanno riscontrato da subito grosse difficoltà, anche a causa dell'elevato onere degli affitti, unitamente ad una spesso limitata esperienza imprenditoriale. Riescono invece a continuare ad operare, in alcuni casi semplicemente a "sopravvivere", le attività storiche, con negozi spesso in proprietà.

Valutazioni sugli orari di apertura

Quasi tutti gli intervistati ritengono adeguati gli orari d'apertura delle attività del comune in relazione alla tipologia di clientela. A Tione si recano infatti principalmente persone che frequentano gli uffici o le scuole, quindi non è necessario o opportuno pensare a prolungamenti serali negli orari di apertura, ma nemmeno la domenica. Se ci fosse più gente, probabilmente bisognerebbe rivedere gli orari.

Invece, nel caso specifico il problema principale pare non essere dato dagli orari quanto dalla offerta, in parte carente. Tione è infatti in parziale difficoltà non tanto per gli orari di apertura dei negozi o dei bar, quanto per l'offerta commerciale in parte limitata e per la totale assenza di ristoranti ed alberghi. E' necessario indirizzare la gente che richiede di mangiare o di dormire in altre località della valle, perdendo così un'occasione importante.

Esistono in centro contenitori suscettibili di riuso per l'insediamento di nuove attività commerciali o il potenziamento delle esistenti?

Sì, esistono in centro locali inutilizzati, ma manca la richiesta soprattutto a causa dei costi d'affitto, che permangono elevati nonostante la domanda sia limitata.

La priorità rispetto a favorire nuove attivazioni pare invece essere pensare a qualcosa, a qualche misura o intervento atto a potenziare e sviluppare le attività già esistenti.

Esistono attrattori a livello comunale, anche a livello strutturale?

Molti intervistati sostengono che a Tione non c'è nulla di storico ed artistico che rivesta una peculiare attrattiva. Soprattutto, manca una vera identità.

Il maggiore motivo di attrazione per il quale la gente si ferma a Tione è dato dalla presenza di molti servizi, scuole, uffici. Tione è da sempre un comune con l'indole di centro amministrativo, con la presenza di diversi servizi, dal tribunale al catasto. Attorno a questa caratteristica nel passato si è potenziata la vocazione commerciale.

Diversi intervistati sostengono che col tempo Tione ha perso la sua attrattiva turistica. Lentamente, sta perdendo anche il suo storico ruolo commerciale.

Si rileva la presenza di una pista ciclabile, non impegnativa, in mezzo alla natura, che conduce a paesi limitrofi.

Formazione degli operatori economici

Gran parte degli intervistati sostiene che la formazione degli operatori è molto importante. Risulta invece allo stato carente.

La maggior parte delle attività chiuse nel giro di pochi anni era di commercianti improvvisati. Mancano idee "giovani".

Ambulantato

La maggior parte degli intervistati evidenzia che l'attività mercatale non risulta di particolare interesse. I banchi sono pochi. La merce offerta spesso ripetitiva.

Interessante il mercato degli ultimi tre mercoledì di ottobre: porta molta gente.

Esistono iniziative comuni tra gli operatori economici? Ritiene sussistano le condizioni per pensare a iniziative congiunte?

Non esiste un consorzio che unisca i commercianti. Una volta, invece, era presente: organizzava varie iniziative, spesso di piccole dimensioni.

Pare condivisa la necessità di collegare le piccole iniziative organizzate dalle attività economiche ad un evento di dimensioni più importanti, come fanno ad esempio gli operatori di Rovereto col Mart.

Ci sono negozi o prodotti mancanti che sarebbe interessante introdurre?

Viene più volte evidenziata la necessità di agevolare l'introduzione di ristoranti, pizzerie, bar, locali particolari, alberghi in modo da avere una maggiore opportunità di trattenere la gente.

E' necessario, inoltre, approfondire e sviluppare l'idea di centro commerciale naturale.

Ci sono troppi negozi di abbigliamento, mancano negozi di scarpe, di borse e valigie, di arredamento per la casa e la presenza di alcuni prodotti di marca.

Per i bambini e per i giovani andrebbero sistemati il campo sportivo e i parchi giochi.

2.2. IL SONDAGGIO CONDOTTO SULLA POPOLAZIONE

2.2.1. Introduzione e metodologia

Nell'ambito della realizzazione del Progetto di qualificazione della rete commerciale di Tione, l'equipe di lavoro ha ritenuto importante realizzare un sondaggio per poter al meglio individuare ed acquisire una serie di opinioni ed informazioni utili al raggiungimento delle finalità del progetto.

A tale proposito si è voluto dare voce non solo agli opinion leaders (cfr. precedente paragrafo) ed agli operatori che nella pratica vivono la realtà del contesto socio-economico locale, ma anche alla stessa popolazione, le cui aspettative sono ritenute preziose, costituendo essa l'utenza e il "destinatario" del progetto.

Il sondaggio ha costituito l'occasione per verificare la condivisione della cittadinanza nei confronti del progetto medesimo, con una sorta di "Obiettivo ascolto".

La rilevazione ha avuto luogo nel **febbraio-marzo 2007**, attraverso la compilazione di un apposito questionario, con consegna presso alcuni punti predefiniti del comune. Pertanto l'intervistato ha avuto non solo piena autonomia nella partecipazione e collaborazione alla rilevazione, ma ha anche ricevuto l'aggravio di provvedere personalmente alla restituzione.

Altro elemento indicatore della partecipazione si è riscontrato in una discreta frequenza alle domande aperte del questionario: l'intervistato spesso non si è limitato ad una meccanica compilazione delle opzioni predefinite, ma ha voluto sottolineare ed esprimere il proprio personale punto di vista sui molteplici aspetti oggetto d'indagine.

Dal punto di vista metodologico è stata prescelta la modalità della autosomministrazione del questionario, attraverso una massiccia distribuzione di copie nei principali negozi, pubblici esercizi e punti istituzionali.

La raccolta è avvenuta attraverso la riconsegna in apposite urne dell'amministrazione comunale ubicate presso:

- ESTERNO DEL MUNICIPIO;
- SUPERMERCATI TRENTINI (TIONE E SAONE);
- EUROSPIN;
- SUPERMERCATI EUROSPAR;
- BAR GELATERIA CHARLY;
- PASTICCERIA CAFFÈ NOVECENTO;
- BAR AL CORSO.

La distribuzione è avvenuta nel mese di febbraio, ed è stato dato agli intervistandi circa un mese per la consegna del questionario.

Il numero complessivo dei questionari stampati e distribuiti è stato di 2000 unità; un dato **sorprendente** e testimoniante il pieno consenso dei cittadini all'iniziativa e di conseguenza allo stesso progetto di riqualificazione, è **il ritorno percentuale dei questionari**.

La realizzazione del sondaggio è stata infatti applicata con successo in molteplici comuni, nell'ambito dello studio del progetto in essere (Folgaria, Lavis, Ala,

Mezzolmbardo, etc.). In tutti i casi la partecipazione è stata sì elevata, ma mai come nel caso del comune di Tione.

Mentre nei precedenti casi la percentuale dei questionari compilati e consegnati si è attestata su medie variabili tra il 5 ed il 10% del numero complessivo di quelli distribuiti, per Tione si sono potuti contare **443 questionari**, pari pertanto al **22,15% del totale**.

La percentuale pertanto è molto elevata, tanto più che si deve considerare che nelle precedenti rilevazioni il tempo per la consegna era di più mesi, contro un mese soltanto nel caso di Tione.

Degna di nota inoltre la diligenza nella compilazione da parte degli intervistati: come mai riscontrato prima, infatti, i questionari sono risultati per la grande maggioranza correttamente compilati in ogni parte ed opzione.

L'indagine pertanto assume i requisiti della piena attendibilità ma soprattutto dimostra il consenso implicito della cittadinanza.

Si ricorda che l'equipe ha curato l'elaborazione del sondaggio senza alcun impegno economico addizionale a carico della Amministrazione comunale.

Importante evidenziare che il sondaggio si è concentrato su aspetti del Comune di Tione relativi al commercio ed ai fattori che lo possono influenzare, come il rilancio del centro e l'attività dell'Amministrazione comunale, nei diversi ambiti.

Il questionario riporta una serie di quesiti relativi a blocchi di problematiche, quali:

- cosa rappresenta per l'intervistato il Comune di Tione in generale, e il suo centro in particolare;
- la percezione dell'attività e iniziative avviate o che dovrebbero vedere impegnata o maggiormente impegnata l'Amministrazione comunale;
- la percezione del centro storico come punto di aggregazione e socializzazione;
- le motivazioni che spingono all'acquisto in centro piuttosto che all'esterno dello stesso o anche in altri comuni;
- valutazioni relative alle considerazioni "strutturali e di contesto", ad esempio riguardanti gestione (organizzazione orari di apertura), collocazione parcheggi, viabilità, ipotesi per una zona a traffico limitato in centro storico, e così via.

L'insieme delle risposte a queste e altre domande fornisce un quadro preciso riguardo le necessità dei cittadini di Tione ed alla percezione sulle iniziative che il Comune potrebbe portare a termine per incentivare uno sviluppo integrato.

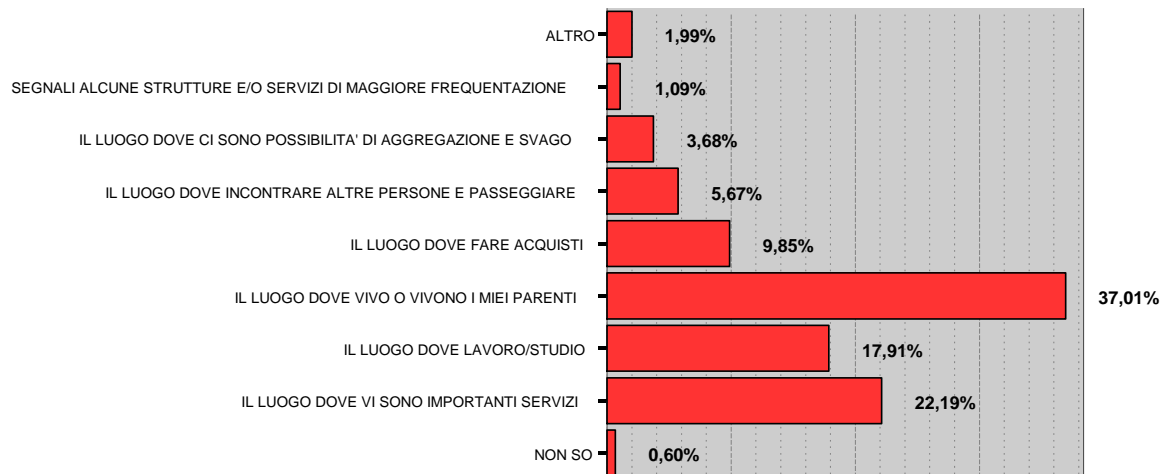
Il lavoro comporta presentazione e commento di tabelle in cui sono indicate, in valore assoluto e percentuale, le risposte date dagli intervistati alle domande poste.

Va considerato che molte delle domande consentivano più di una risposta; pertanto, la somma totale delle risposte ottenute spesso supera percentualmente 100.

2.2.2. I risultati

Tab. 1 Per Lei cosa rappresenta Tione?

	N	%
NON SO	6	,60%
IL LUOGO DOVE VI SONO IMPORTANTI SERVIZI	223	22,19%
IL LUOGO DOVE LAVORO/STUDIO	180	17,91%
IL LUOGO DOVE VIVO O VIVONO I MIEI PARENTI	372	37,01%
IL LUOGO DOVE FARE ACQUISTI	99	9,85%
IL LUOGO DOVE INCONTRARE PERSONE E PASSEGGIARE	57	5,67%
IL LUOGO CON POSSIBILITA' DI AGGREGAZIONE/SVAGO	37	3,68%
SEGNALI STRUTTURE/SERVIZI DI MAGG. FREQUENTAZIONE	11	1,09%
ALTRO	20	1,99%
TOTALE	1005	100,00%



Altro:

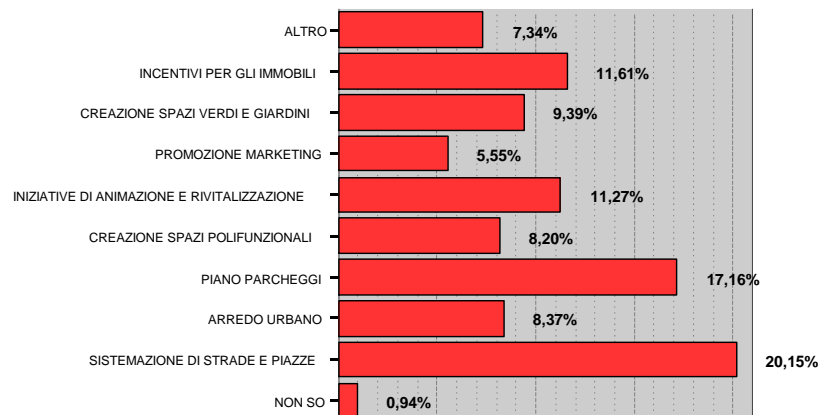
	N
BAR CINEMA TEATRO UFFICI	1
BAR SUPERMERCATI OSPEDALI	1
BIBLIOTECA NEGOZI SCUOLE PATTINAGGIO	1
BIBLIOTECA CHIESA UFFICI COMUNALI SCUOLE NEGOZI	1
CENTRO SPORTIVO SESENA	1
DOVE NON C'È UN RISTORANTE	1
HO LAVORATO	1
NIENTE	1
NON C'È NULLA PER I GIOVANI	1
PARROCCHIA	1
SUPERMERCATI BIBLIOTECA CHIESA	1
UFFICI VARI OSPEDALI CINEMA ORATORIO	1
UNIVERSITÀ DELLA TERZA ETÀ	1

Segnali alcune strutture e/o servizi di maggiore frequentazione

	N.
CINEMA	1
BIBLIOTECA	3
OSPEDALE	4

Tab. 2 Quale iniziativa è maggiormente apprezzabile per un rilancio di Tione?

	N	%
NON SO	11	,94%
SISTEMAZIONE DI STRADE E PIAZZE	236	20,15%
ARREDO URBANO	98	8,37%
PIANO PARCHEGGI	201	17,16%
CREAZIONE SPAZI POLIFUNZIONALI	96	8,20%
INIZIATIVE DI ANIMAZIONE E RIVITALIZZAZIONE	132	11,27%
PROMOZIONE MARKETING	65	5,55%
CREAZIONE SPAZI VERDI E GIARDINI	110	9,39%
INCENTIVI PER GLI IMMOBILI	136	11,61%
ALTRO	86	7,34%
TOTALE	1171	100,00%



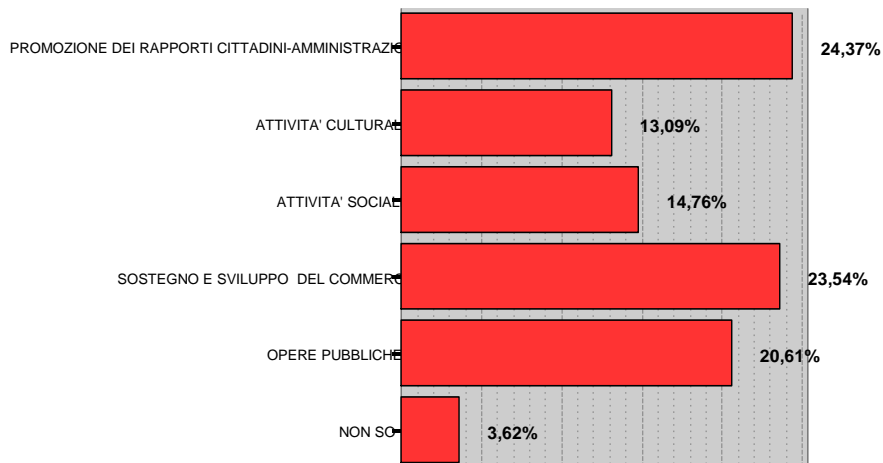
Altro:

	N
ALBERGHI	3
ALBERGHI RISTORANTI PIZZERIE BAR	18
PISTA PER PATTINI A ROTELLE	1
ARREDO URBANO, SISTEMAZIONE PIAZZA BATTISTI	1
ASSISTENZA AGLI ANZIANI	1
AUTOBUS PER L'OSPEDALE PÙ FREQUENTI	1
CAMBIAIMENTO NELLA MENTALITÀ TIONESE	1
CENTRI DI RITROVO PER GIOVANI	4
CINEMA TEATRO	1
MAGGIOR COINVOLGIMENTO DEI GIOVANI	1
CONFERENZE NELLE ORE POMERIDIANE	1
CONTROLLO TRAFFICO RIFACIM. CIRCONVALLAZIONE	1
NUOVI PARCHEGGI SU STRADE LATERALI	1
CREAZIONE DI UN CENTRO SPORTIVO A SESENA	1
DIROTTAMENTO TRAFFICO CIRCONVALAZIONE	1
DISTRIBUTORE GPL	5
ELIMINAZIONE TRAFFICO, CONTROLLI LIMITI VELOCITA'	3
AMPLIAMENTO CIMITERO	1
ILLUMINAZIONE	2
IMPIANTI SPORTIVI (TENNIS, PISCINA)	1
INCENTIVI AL TURISMO	2
ISOLA PEDONALE/ZONA PEDONALE CENTRO	1
MAGGIORI INIZIATIVE IN ZONA BREVINE	1
LOCALE DOVE GENTE ANZIANA POSSA BALLARE	1
MANUNTENZIONE SPAZI VERDI	1

MIGLIORAMENTO CENTRO SPORTIVO, CON PISCINA	3
COSTRUZIONE EDIFICI NON TROPPO VOLUMINOSI	1
PARCHEGGI E SGOMBERO NEVE PIÙ VELOCE	4
PARCHEGGI VIA CODINO	5
PARCHEGGIO PULLMAN AUTOCARRI	1
PARCO GIOCHI SICURO E PULITO PER BAMBINI	1
PISCINA	2
PISCINA SOSTEGNO E SVILUPPO DELLE ARTI	1
REALIZZAZIONE STRUTTURA POLIVALENTE SPORTIVA	1
RECUPERO CENTRO STORICO	1
RIVALUTAZIONE PROPRIETÀ COMUNALI	1
SENSI UNICI	1
SICUREZZA DEL TERRITORIO	1
SISTEMAZIONE O DEMOLIZIONE EX PRETURA	1
STUTTURE E ATTIVITÀ PER DISABILI	1
ELIMINAZIONE STRUTTURE EDILI ENTRATA DA TRENTO	1
COLLEGAMENTO PEDONALE A PISTA CICLABILE	1
VIABILITÀ	1

Tab. 3 Secondo Lei l'amministrazione comunale per quale/i di questi settori deve riservare maggiori risorse ed impegno?

	N	%
NON SO	26	3,62%
OPERE PUBBLICHE	148	20,61%
SOSTEGNO E SVILUPPO DEL COMMERCIO	169	23,54%
ATTIVITA' SOCIALI	106	14,76%
ATTIVITA' CULTURALI	94	13,09%
PROMOZIONE RAPPORTI CITTADINI-AMMINISTRAZIONE	175	24,37%
TOTALE	718	100,00%



Specificare il tipo di opera pubblica

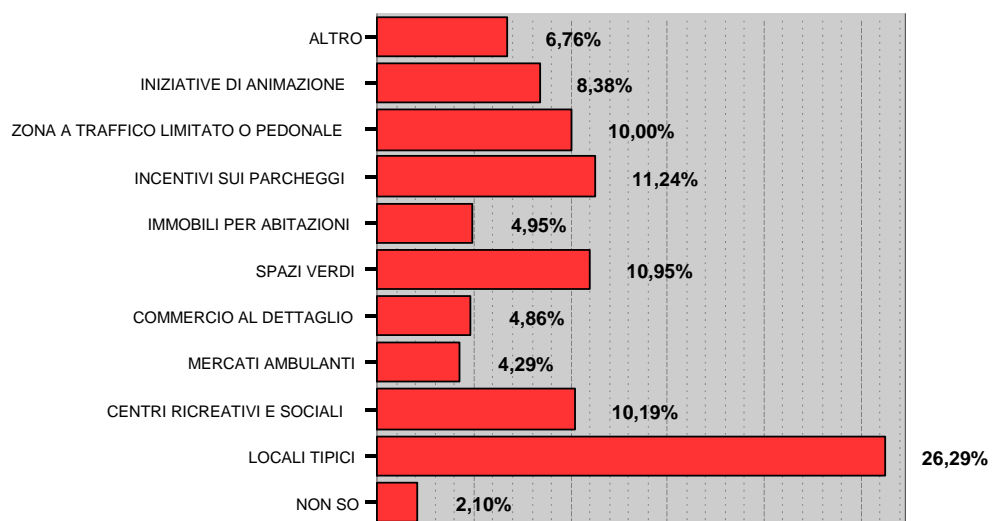
	N
PARCHEGGI VIA CODINO	25
PARCHEGGI	10
PISCINA	7

ILLUMINAZIONE	5
ALBERGHI	2
PARCHEGGI ARREDO URBANO	2
RETE FOGNARIA	5
SPAZI PER GIOVANI	4
VIABILITÀ	2
ALLARGARE LA STRADA DEL MONT	1
ARREDO URBANO	5
PISCINA E TURISMO	1
ZONA PEDONALE PIAZZA BATTISTI	1
ASILO NIDO	2
ASILO NIDO CON PIÙ POSTO	1
CASA DI RIPOSO PER ANZIANI	2
CENTRO SPORTIVO	1
CENTRO SPORTIVO CON PISCINA	1
CHIUSURA CENTRO A PASSAGGIO VEICOLI	1
CIRCOLAZIONE SICURA IN CENTRO	1
CIRCONVALAZIONE	1
CONTROLLO TRAFFICO	1
DIROTTAMENTO TRAFFICO CIRCONVALAZIONE	1
CREARE UN CENTRO	1
CREAZIONE DI UN CENTRO GIOVANILE	1
RECUPERO EDIFICI ABBANDONATI	1
SGOMBERO NEVE, MANUNTENZIONE MARCIAPEDI	1
INFRASTRUTTURE PER TERZIARIO AVANZATO	1
MAGGIOR VIABILITÀ NEL CENTRO STORICO	1
MIGLIOR VIABILITÀ STRADALE	1
NECESSITÀ HOTEL ED RISTORANTI	1
OPERE FINALIZZATE AL RISPARMIO ENERGETICO	1
OSPEDALE	1
PARCHEGGI - GIARDINI - ARREDO URBANO	1
PARCHEGGI LOCALITÀ VILLE	1
PARCHEGGI NELLA ZONA STORICA E PISCINA	1
PARCHEGGI VIABILITÀ	1
PARCHEGGI VIABILITÀ PISTE CICLABILI	1
PISCINA CENTRO POLIFUNZIONALE	1
PISCINA COPERTA E PISTA ATLETICA	1
PISCINA PALESTRA	1
PISCINA PATTINAGGIO A ROTELLE ECC.	1
PIÙ NIDI ED ORARI PIÙ FLESSIBILI PER GLI STESSI	1
PIÙ PARCH. IN VIA CODINO . SGOMBERO NEVE VELOCE	1
REGOLAMENTAZIONE POSTEGGI CENTRO	1
RIASFALTARE VIA TRENTO	1
VALORIZZAZIONE CENTRO STORICO	2
RIFACIMENTO STAZIONE DELLE CORRIERE	1
RIPRISTINARE I MARCIAPIEDI	1
RISTORAZIONE	1
RITROVO MODERNO PER I GIOVANI	1
RIVALUTAZIONE PROPRIETÀ COMUNALI	1
SCUOLE ELEMENTARI	1
SERVIZI PER GIOVANI	1
SISTEMA DI SVINCOLI PER IL BASSO ARNÒ	1

SISTEMAZIONE MARCIAPIEDI E ILLUMINAZIONE	1
SISTEMAZIONE STRADE	1
SISTEMAZIONE VIALE DANTE	1
SOGGIORNO ANZIANI . AMPL.NIDO . TRASPORTI PUBBLICI	1
SPAZIO POLIFUNZIONALE GIOVANI	1
STRADE ARREDO URBANO	1
STRADE E FOGNATURE	1
STRADE E MARCIAPIEDI SCONNESSI	1
STRADE E PARCO FLUVIALE	1
STRADE MARCIAPIEDI PIAZZE	1
STRUTTURE SPORTIVE	1
TOGLIERE LA STATALE DAL PAESE	1
ULTIMARE LE FOGNATURE	1
UN BEL CENTRO SPORTIVO CON PISCINA IN SESENA	1
UN CENTRO COMMERCIALE	1

Tab. 4 Di cosa dovrebbe dotarsi Tione (o migliorare l'esistente) per essere maggiormente un punto di aggregazione?

	N	%
NON SO	22	2,10%
LOCALI TIPICI	276	26,29%
CENTRI RICREATIVI E SOCIALI	107	10,19%
MERCATI AMBULANTI	45	4,29%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	51	4,86%
SPAZI VERDI	115	10,95%
IMMOBILI PER ABITAZIONI	52	4,95%
INCENTIVI SUI PARCHEGGI	118	11,24%
ZONA A TRAFFICO LIMITATO O PEDONALE	105	10,00%
INIZIATIVE DI ANIMAZIONE	88	8,38%
ALTRO	71	6,76%
TOTALE	1050	100,00%



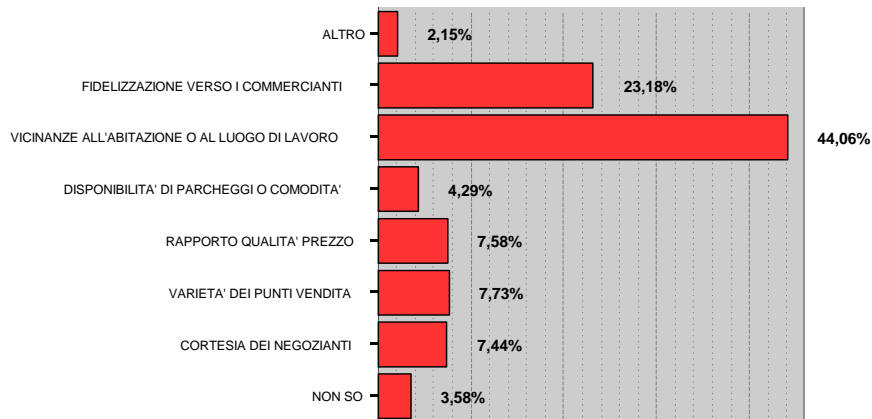
Altro:

	N
RISTORANTI	4
ALBERGHI	6
RISTORANTI ED ALBERGHI.	2
SGOMBERO NEVE PIÙ VELOCE	2
ABBASSARE AFFITTI NEGOZI . INCENTIVARE APERTURE	1
AIUTO ALLE IMPRESE CON CORSI PUBBLICI	1
ALBERGHI E RISTORANTI	2
MENSA PER LAVORATORI	2
PANIFICIO	2
ALBERGHI RISTORANTI E STRUTTURE SPORTIVE	1
ALBERGHI RISTORANTI PENSIONI	1
ALBERGHI ZONE SPORTIVE LOCALI NOTTURNI	1
CENTRO COMMERCIALE	1
CONTROLLO RUMORE	1
COSE CONCRETE	1
DARE UN'ALTERNATIVA AI GIOVANI	1
DEMOLIRE LA BARCHESSA E FARE PARCHEGI	1
FARE UN CENTRO COMMERCIALE CON PIÙ NEGOZI	1
STAZIONE DI SERVIZIO GPL	2
INCENTIVI PER ALBERGHI E TURISMO	1
SENSO UNICO DA VIABILITÀ SU VIALE DANTE. PARCHEGGI	1
ISTITUIRE UN SENSO UNICO SULLA STRADA CENTRALE	1
LOCALI RICREATIVI PER FAMIGLIE	1
LUOGHI DI RITROVO	1
METTERE IN ZONE MIGLIORI I CASSONETTI IMMONDIZIE	1
NO ZONA SOSTA VIALE DANTE . ALLARGAMENTO STRADA	1
NUOVA CIRCONVALAZIONE	2
PISCINA	4
PISCINA COMUNALE CASA DI RIPOSO	1
PISCINA COMUNALE PISTA CICLABILE CAMPO CALCIO	1
PISCINA PARCO GIOCHI PER BREVINE	1
PISCINA PATTINAGGIO	1
PIÙ PUNTI PER SPORT E PUNTI GIOCHI BIMBI	1
PIZZERIE, RISTORANTI	1
PIZZERIA . ATTENZIONE A PROBLEMI DISABILI	1
RISTORANTI ALBERGHI PENSIONI	1
RISTORANTI CAFFE PIZZERIE	10
RIVALUTAZIONE CENTRO STORICO	1
SEGNALAZIONI MIGLIORI	1
SPAZI RICREATIVI GIOVANI	1
STRADE E MARCIAPIEDI PERCORRIBILI	1
STRUTTURE RICETTIVE TURISTICHE	1
VALORIZZARE IL VIALE PRINCIPALE	1

Tab.5 Quando effettua acquisti a Tione lo fa per:

	N	%
NON SO	25	3,58%
CORTESIA DEI NEGOZIANI	52	7,44%
VARIETA' DEI PUNTI VENDITA	54	7,73%
RAPPORTO QUALITA' PREZZO	53	7,58%

DISPONIBILITA' DI PARCHEGGI O COMODITA'	30	4,29%
VICINANZE ALL'ABITAZIONE/LUOGO DI LAVORO	308	44,06%
FIDELIZZAZIONE VERSO I COMMERCianti	162	23,18%
ALTRO	15	2,15%
TOTALE	699	100,00%

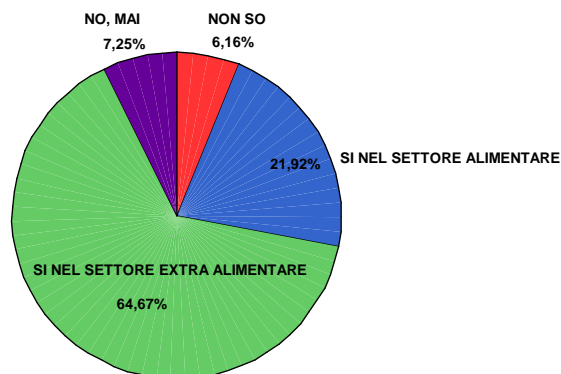


Altro:

	N
SOCIO FAMIGLIA COPERATIVA	1
ALIMENTARI PER VIVERE	1
COMODITA'	1
DISCOUNT	1
MANCANO NEGOZI ABBIGLIAMENTO A PREZZO	1
MANTERNERE ATTIVO IL COMMERCIO LOCALE	1
NECESSITA'	3
SOLO SE HO URGENZA E SONO OBBLIGATA	1
TIONE È TROPPO CARA	2
UN SORRISO NON COSTA NULLA	1

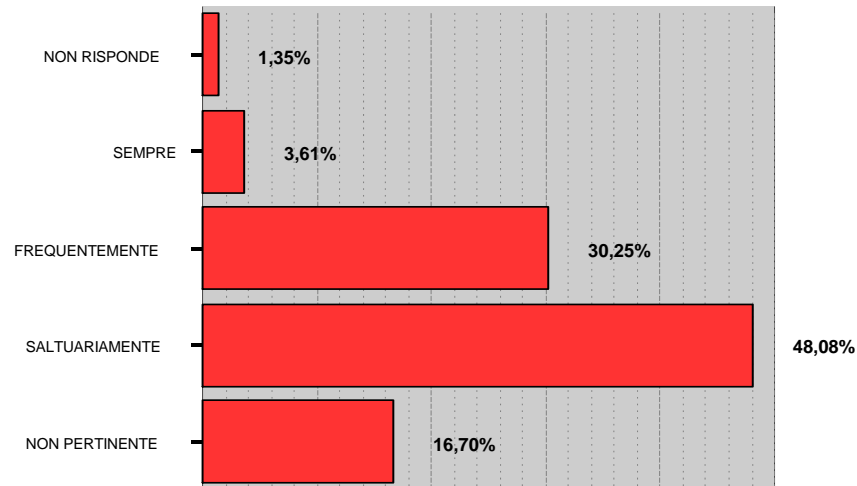
Tab. 6 Pur abitando a Tione, effettua acquisti fuori zona?

	N	%
NON SO	34	6,16%
SI NEL SETTORE ALIMENTARE	121	21,92%
SI NEL SETTORE EXTRA ALIMENTARE	357	64,67%
NO, MAI	40	7,25%
TOTALE	552	100,00%



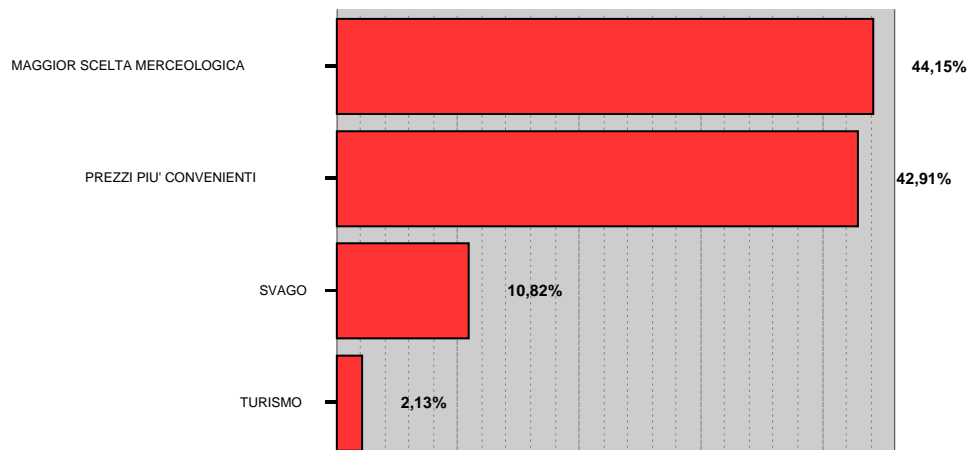
Tab. 6.1 Se ha risposto si a questa domanda, può indicarci anche con quale frequenza?

	N	%
NON PERTINENTE	74	16,70%
SALTUARIAMENTE	213	48,08%
FREQUENTEMENTE	134	30,25%
SEMPRE	16	3,61%
NON RISPONDE	6	1,35%
TOTALE	443	100,00%



Tab. 6.2 Può indicarci anche il perché di questa scelta?

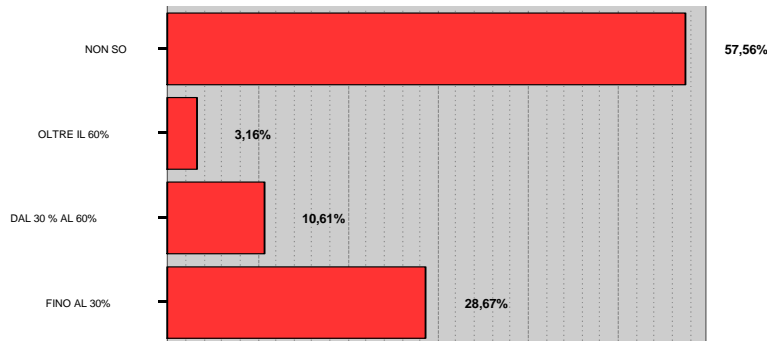
	N	%
TURISMO	12	2,13%
SVAGO	61	10,82%
PREZZI PIU' CONVENIENTI	242	42,91%
MAGGIOR SCELTA MERCEOLOGICA	249	44,15%
TOTALE	564	100,00%



Tab. 7 Può indicare percentualmente l'ammontare degli acquisti fuori zona?

SETTORE ALIMENTARE

	N	%
FINO AL 30%	127	28,67%
DAL 30 % AL 60%	47	10,61%
OLTRE IL 60%	14	3,16%
NON SO	255	57,56%
TOTALE	443	100,00%



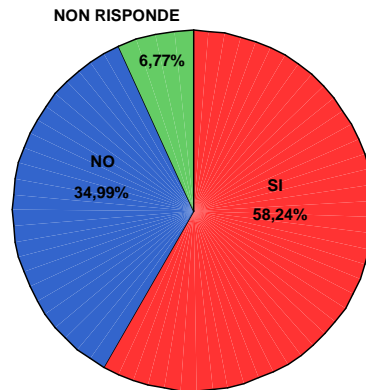
SETTORE EXTRA ALIMENTARE

	N	%
FINO AL 30%	120	27,09%
DAL 30 % AL 60%	131	29,57%
OLTRE IL 60%	98	22,12%
NON SO	94	21,22%
TOTALE	443	100,00%



Tab. 8 Le capita di fare acquisti in occasione di manifestazioni culturali o di animazioni organizzate dal Comune di Tione (sagre, fiere, ecc.)?

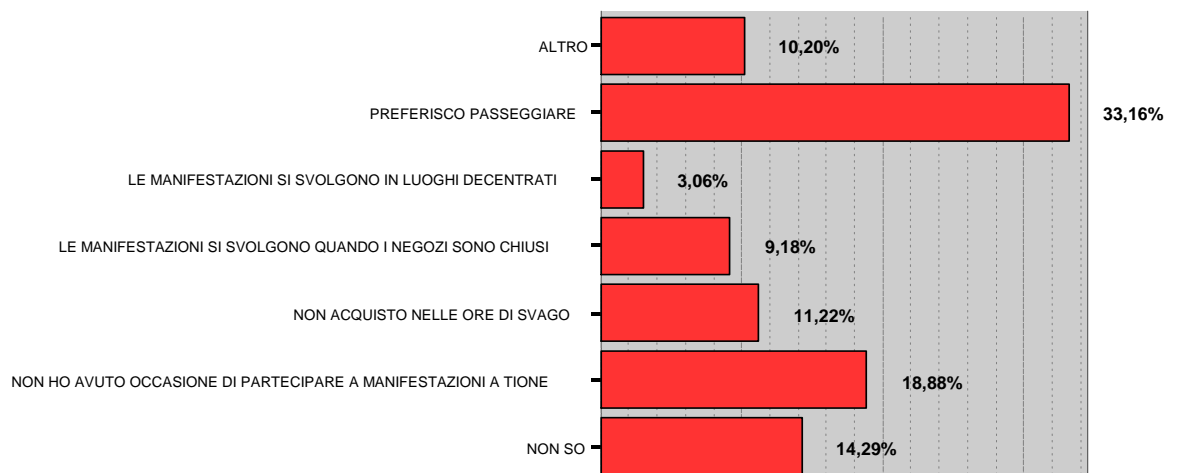
	N	%
SI	258	58,24%
NO	155	34,99%
NON RISPONDE	30	6,77%
TOTALE	443	100,00%



Tab.9 Se ha risposto NO:

Non fa acquisti perché?

	N	%
NON SO	28	14,29%
NON HO OCCASIONE DI PARTECIPARE A MANIFESTAZIONI A TIONE	37	18,88%
NON ACQUISTO NELLE ORE DI SVAGO	22	11,22%
LE MANIFESTAZIONI SI SVOLGONO QUANDO I NEGOZI SONO CHIUSI	18	9,18%
LE MANIFESTAZIONI SI SVOLGONO IN LUOGHI DECENTRATI	6	3,06%
PREFERISCO PASSEGGIARE	65	33,16%
ALTRO	20	10,20%
TOTALE	196	100,00%



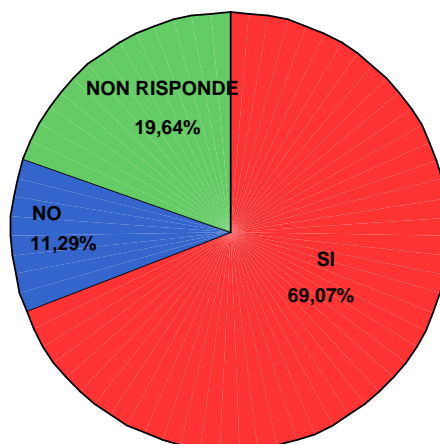
Altro:

	N
ALLE MANIFESTAZIONI I PREZZI SONO PIÙ ELEVATI	1
C'È SOLO OGGETTISTICA POCA SCELTA	1
È TUTTA MERCE CHE NON SERVE	1
EVITO LE AGGREGAZIONE DI MASSA.	1
L'OFFERTA NON È ALL'ALTEZZA DEI BISOGNI	1
NON C'È NULLA DI INTERESSANTE	1
NON CI È SCELTA NELLA MERCE	1
NON MI INTERESSA	1
NON SONO INTERESSATA	1
NON TROVO NIENTE DI SPECIALE E CONVENIENTE	1
NON TROVO NIENTE DI UTILE	1
NON TROVO PARCHEGGIO	1
OFFERTE SCADENTI	1
PERCHÉ DEVO PAGARE L'AFFITTO E SPESE VARIE	1
PREFERISCO COMMERCianti NDI FIDUCIA	1
PREFERISCO COMPERARE NEI NEGOZI DI FIDUCIA	1
PREFERISCO ACQUISTARE NEI NEGOZI DI FIDUCIA	1
PREZZI PIÙ CONVENIENTI FUORI DA TIONE	1
PREZZI TROPPO CARI	1

Tab. 10 È d'accordo con l'attuale articolazione dell'orario di apertura di:

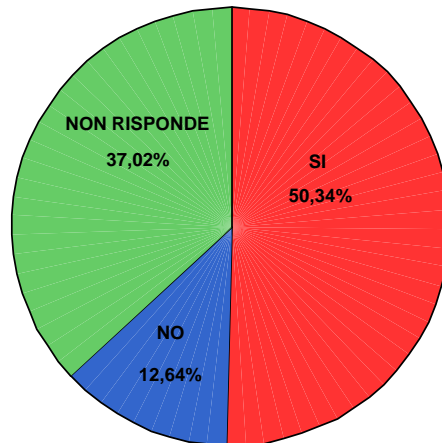
BAR

	N	%
SI	306	69,07%
NO	50	11,29%
NON RISPONDE	87	19,64%
TOTALE	443	100,00%



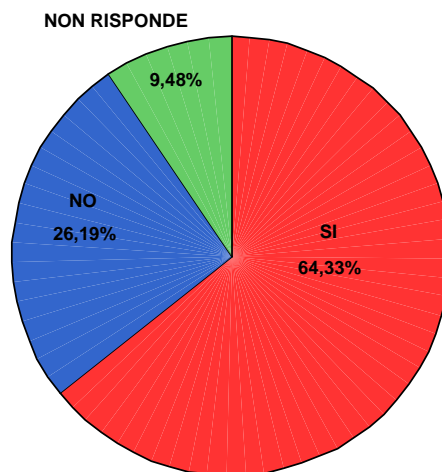
RISTORANTI

	N	%
SI	223	50,34%
NO	56	12,64%
NON RISPONDE	164	37,02%
TOTALE	443	100,00%



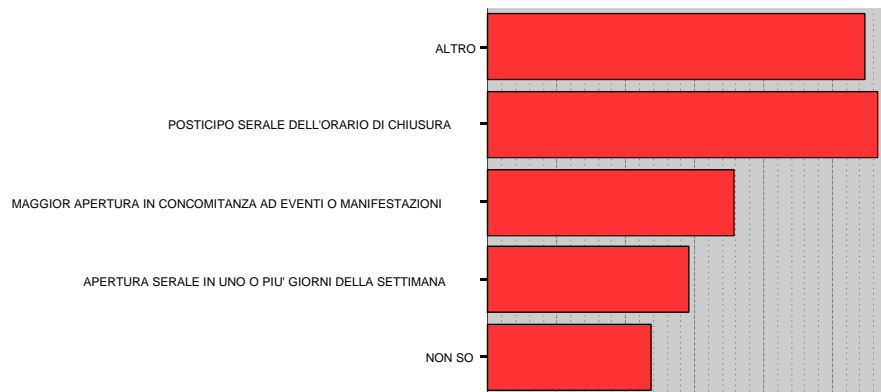
NEGOZI

	N	%
SI	285	64,33%
NO	116	26,19%
NON RISPONDE	42	9,48%
TOTALE	443	100,00%



Tab. 11 SE ha risposto NO: Cosa modificherebbe nell'orario di apertura?

	N	%
NON SO	26	11,87%
APERTURA SERALE UNO O PIU' GIORNI DELLA SETTIMANA	32	14,61%
APERTURA CONCOMITANTE CON EVENTI O MANIFESTAZIONI	39	17,81%
POSTICIPO SERALE ORARIO CHIUSURA	62	28,31%
ALTRO	60	27,40%
TOTALE	219	100,00%



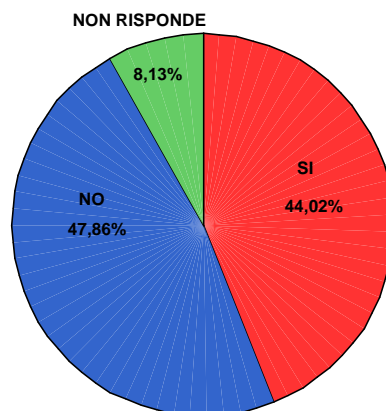
Altro:

	N
A TIONE NON CI SONO RISTORANTI	1
ALIMENTARI ORARIO CONTINUATO NEI GIORNI FERIALI	1
ANTICIPO POMERIDIANO DEI NEGOZI ALIMENTARI	1
ANTICIPARE L'APERTURA AL MATTINO	1
ANTICIPARE L'APERTURA DEI NEGOZI ALIMENTARI	5
ANTICIPO DELL'ORARIO D'APERTURA POMERIDIANO	1
ANTICIPO LA MATTINA	1
APERTURA ALIMENTARI ANTICIPATA	1
APERTURA ANTICIPATA AL MATTINA	1
APERTURA ANTICIPATA DEI NEGOZI DI ALIMENTARI	1
APERTURA ANTICIPATA PER. ESTIVO ALIMENTARI	1
APERTURA ANTICIPATA PER ACQUISTI PANE	1
AP.ANTIC.ALIMENTARI E DOMENICA PER RISTORANTI	1
APERTURA DI DOMENICA	1
APERTURA DOMENICALE	1
APERTURA DURANTE LE STAGIONI TURISTICHE	1
APERTURA IN STAGIONE TURISTICA	1
APERTURA LIBERA	1
APERTURA IL POMERIGGIO DA LUNEDÌ A VENERDÌ	1
APERTURA POMERIDIANA ANTICIPATA	1
APERTURA RISTORANTI	1
APERTURA SERALE L'ESTATE	1
APRIRE PRIMA LA MATTINA	1
AVERE RISTORANTI	1

DOVREBBERO APRIRE PRIMA GLI ALIMENTARI	1
ELASTICITÀ NEGLI ORARI	1
ELIMINAZIONE CHIUSURA GIOVEDÌ POMERIGGIO	1
IMPORTARE LE NOTTE BIANCHE	1
LIBERALIZZAZIONE	2
LIBERALIZZAZIONE DEGLI ORARI	1
MANCA REGOLAMENTAZIONE ORARI	1
MANTENERE SEMPRE A TURNO LE OFFERTE	1
MINORE APERTURA BAR LA SERA	1
NO ALL'APERTURA DOMENICALE	1
NON CI SONO RISTORANTI A TIONE	3
NON ESISTONO HOTEL NÉ RISTORANTI	1
ORARI CONTINUATI	1
ORARI PIÙ ELASTICI	1
ORARI UGUALI PER TUTTI	1
ORARIO CONMTINUATU NEI SUPERMERCATI	1
ORARIO CONTINUATO	3
ORARIO CONTINUATO ALIMENTARI E AP. PRIMA ORE 8	1
ORARIO CONTINUATO ALMENO IN ALCUNI GIORNI	1
ORARIO CONTINUATO DEI SIPERMERCATI	1
ORARIO CONTINUATO ALCUNI GIORNI SETTIMANA	1
ORARIO CONTINUATO NEI SUPERMERCATI	1
ORARIO APERTURA POMERIDIANA PIU' LUNGO	1
ORARIO D'APERTURA PIÙ LUNGO	1
RISTORANTI E NEGOZI APERTI DURANTE LE FESTE	1
SUPERMERCATI ORARIO CONTINUATO	1
TROPPI BAR SONO CHIUSI LA DOMENICA	1

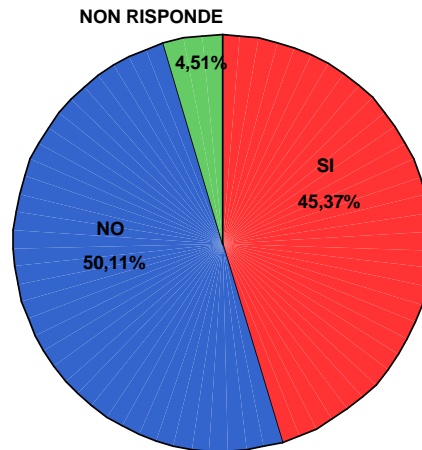
Tab. 12 Una zona a traffico limitato aumenterebbe la Sua voglia di frequentare l'area centrale di Tione?

	N	%
SI	195	44,02%
NO	212	47,86%
NON RISPONDE	36	8,13%
TOTALE	443	100,00%



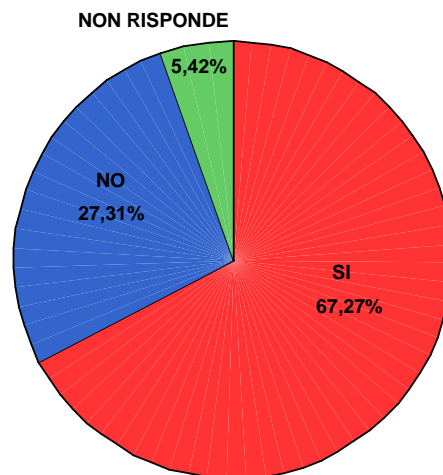
Tab. 13 L'attuale numero di parcheggi disponibili è sufficiente per consentirLe una serena frequentazione dell'area centrale del Comune di Tione?

	N	%
SI	201	45,37%
NO	222	50,11%
NON RISPONDE	20	4,51%
TOTALE	443	100,00%



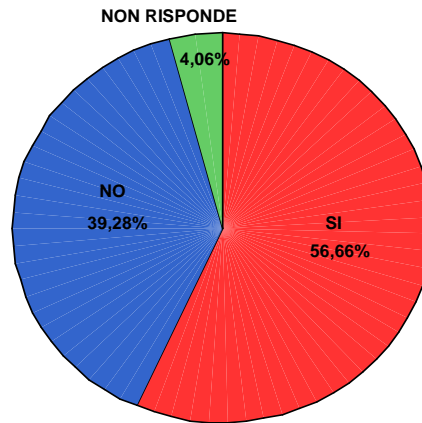
Tab. 14 L'attuale mobilità permette di raggiungere comodamente l'area centrale di Tione?

	N	%
SI	298	67,27%
NO	121	27,31%
NON RISPONDE	24	5,42%
TOTALE	443	100,00%



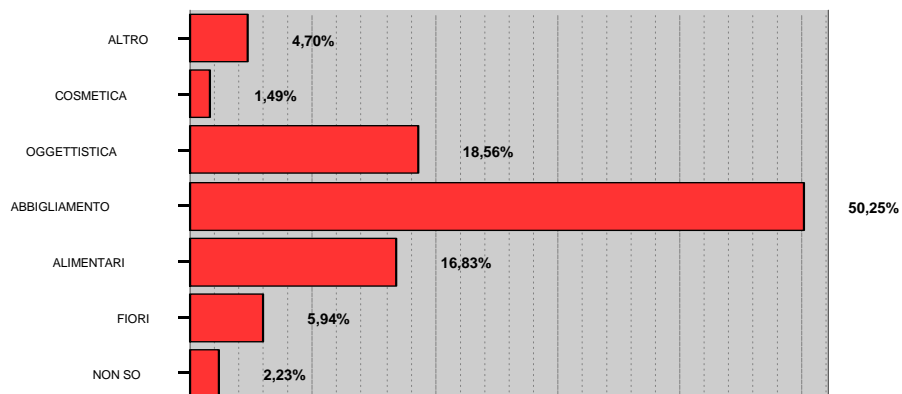
Tab. 15 Le capita di effettuare acquisti presso le bancarelle dei mercati ambulanti?

	N	%
SI	251	56,66%
NO	174	39,28%
NON RISPONDE	18	4,06%
TOTALE	443	100,00%



Tab. 16 Se ha risposto SI: in che settore?

	N	%
NON SO	9	2,23%
FIORI	24	5,94%
ALIMENTARI	68	16,83%
ABBIGLIAMENTO	203	50,25%
OGGETTISTICA	75	18,56%
COSMETICA	6	1,49%
ALTRO	19	4,70%
TOTALE	404	100,00%



Altro:

	N
BIANCHERIA INTIMA	3
CALZE	1
CASALINGHI	4
FERRAMENTA	1
LIBRI	1
NON SEMPRE	1
QUALSIASI COSA	1
QUELLO CHE MI OCCORRE AL MOMENTO	1
SE TROVO CIÒ CHE MI INTERESSA	1

Tab. 17 Trova funzionale l'attuale collocazione del mercato ambulante?

	N	%
SI	302	68,17%
NO	81	18,28%
NON RISPONDE	60	13,54%
TOTALE	443	100,00%

Tab. 18 SE ha risposto NO: Ha delle proposte da suggerirci:

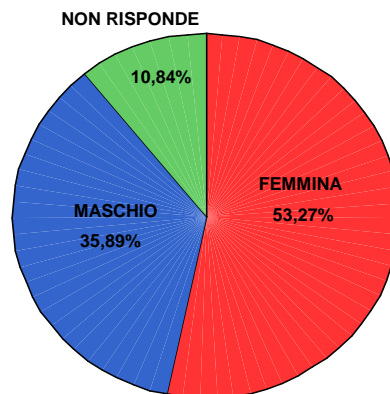
	N
ALTERNATIVA VIA ROMA	1
AUMENTO DELLE BANCARELLE	1
CAMPO SPORTIVO ORATORIO	1
ELIMINARE IL MERCATO DEL LUNEDÌ	1
ELIMINIAMOLO	1
GRADITA UNA ZONA PIÙ CENTRALE, PIÙ LARGA	1
IDONEO SPAZIO PIÙ APERTO	1
IL MERCATO DI TIONE NON È UN MERCATO	1
IL PARCHEGGIO DELL'ORATORIO	1
IN CENTRO STORICO O EX BREVINE O ALTRI RIONI	1
IN PIAZZA PER AUMENTARE BANCARELLE	1
LA MERCE DEL MERCATO È TROPPO SCADENTE	1
LO COLLOCHEREI IN UNA STRADA MENO CENTRALE	1
LO COLLOCHEREI IN VIA ROMA VERSO BREVINE	1
NEL PIAZZALE DELL'ORATORIO NUOVO	1
NO PERCHÉ MINACCIA I COMMERCianti DI TIONE	1
NON FARLO PIÙ	1
PARCHEGGIO ANTIST.CHIESA E CENTRO TENNIS	1
PIAZZALE ORATORIO	1
PIAZZALE ORATORIO E PIAZZALE ANTISTANTE CHIESA	1
PIAZZOLA DELLA CHIESA	1
PIÙ GIORNI AL MESE E PIÙ AMPIO, MAGARI IN PIAZZA	1
PIÙ GRANDE	1
PIÙ VARIETÀ DI BANCARELLE	1
POSTEGGIO SUPERMERCATI TARENTINI	1
PIAZZALE DEL NUOVO ORATORIO	1
MERCATO ANCHE IL POMERIGGIO	1
SESENA CENTRO SPORTIVO	1
SPOSTARE NEL PIAZZALE DELLA CHIESA	1
SPOSTARLO IN VIA ROMA	1

SPOSTARLO NEL CENTRO CITADINO	1
SPOSTARLO NEL PARCHEGGIO DELL'ORATORIO	1
SPOSTARLO POSSIBILMENTE IN VIA FILZI O VIA ROMA	1
TROPPO PICCOLO . SPOSTARE DIETRO ORATORIO	1
UNA SEDE DIVERSA . AUMENTARE BANCARELLE	1
UNA STRADA PIÙ LARGA PER PASSAGGIO PEDONALE	1
USARE LA PIAZZA	1
UTILIZZARE ZONA EX CANTIERE GILDO	1
VIA ROMA	1
ZONA RISERVATA AL COMMERCIO	1
SETTIMANALE	1
ALTERNATIVA PARCHEGGIO A SIN. CHIESA	1
RENDERLO PIÙ ACCOGLIENTE . MANCA SCELTA	1
LOC. SESENA	1
MERCATO SETTIMANALE	1
PIÙ VARIETÀ DI MERCE	1
SPOSTAM. PARCHEGGIO CHIESA E ORATORIO	1
INCENTIVARE INIZIATIVE PER BAMBINI	1
LIMITAZIONE BANCARELLE DI ABBIGLIAMENTO	1

COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

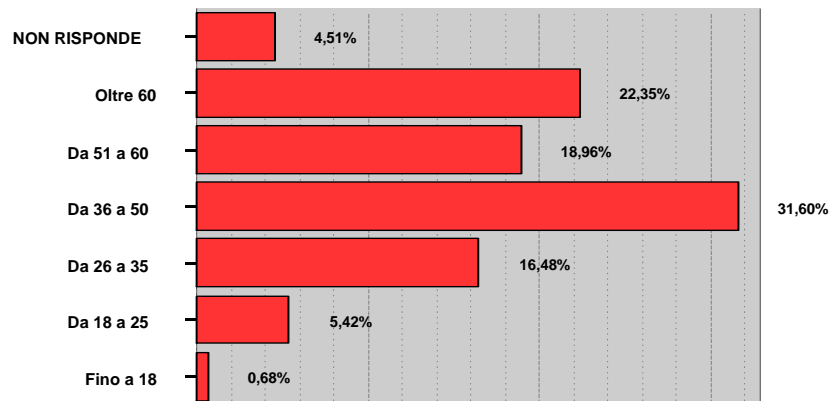
SESSO

	N	%
FEMMINA	236	53,27%
MASCHIO	159	35,89%
NON RISPONDE	48	10,84%
TOTALE	443	100,00%



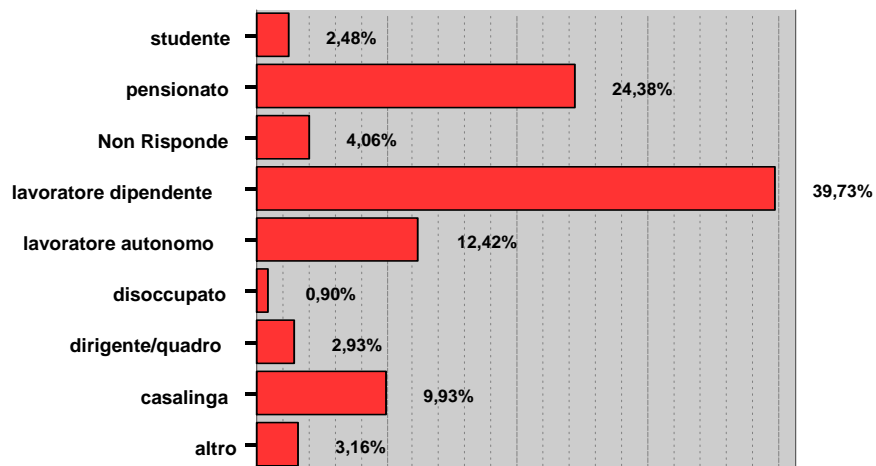
ETA'

	N	%
Fino a 18	3	,68%
Da 18 a 25	24	5,42%
Da 26 a 35	73	16,48%
Da 36 a 50	140	31,60%
Da 51 a 60	84	18,96%
Oltre 60	99	22,35%
NON RISPONDE	20	4,51%
TOTALE	443	100,00%



PROFESSIONE

	N	%
ALTRO	14	3,16%
CASALINGA	44	9,93%
DIRIGENTE/QUADRO	13	2,93%
DISOCCUPATO	4	,90%
LAVORATORE AUTONOMO	55	12,42%
LAVORATORE DIPENDENTE	176	39,73%
NON RISPONDE	18	4,06%
PENSIONATO	108	24,38%
STUDENTE	11	2,48%
TOTALE	443	100,00%



RESIDENZA

	N	%
ALTRE ZONE	1	,23%
COMPRESORIO C8	23	5,19%
COMUNE DI TIONE	391	88,26%
NON RISPONDE	28	6,32%
TOTALE	443	100,00%

2.3. LA CONCERTAZIONE

Si riportano i verbali integrali delle riunioni operate dal Tavolo di concertazione.

A) VERBALE RIUNIONE DEL TAVOLO DI CONCERTAZIONE DEL 27 OTTOBRE 2006

Il giorno 27 ottobre 2006 alle ore 20.30 a Tione (TN) presso il Municipio si è tenuto il primo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione Comunale di Tione per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti le seguenti categorie economiche, culturali e sociali:

COMMERCianti	Ettore Zini
COMMISSIONE PROMOZIONE ATTIVITA' ECONOMICHE	Piero Antolini
CONSORZIO TURISTICO	Daniele Bertolini
ARTIGIANI	Luigi Agnoli

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – responsabile generale del progetto	Andrea Giovanelli
CAT Trentino Srl	Nadia Casna
CAT Unione Srl	Massimo Piffer
Consulente	Elena Busato
Consulente	Mauro Linardi

E' presente il vice sindaco del Comune di Tione Loreta Failoni. Presiedono i lavori il Sindaco Vincenzo Zubani e l'Assessore al commercio Enzo Carli.

Interventi:

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Introduce la riunione per il "Progetto di qualificazione dei centri storici" spiegandone i contenuti e citando la legge 4/2000 ed in particolare l'articolo 28. Commenta che il commercio vive momenti poco felici e si augura che il progetto in questione serva a valorizzare maggiormente il comune.

Prosegue affermando che Amministrazione e commercianti devono fare la propria parte. Enuncia come l'impegno dell'Amministrazione si sia manifestato nella organizzazione di un'apposita serata e auspica che anche da parte delle attività economiche ci sia lo stesso impegno.

Dichiara che uno dei problemi di Tione è che ogni singolo commerciante si rivolge alla Amministrazione, mentre sarebbe opportuno creare un consorzio che funga da unico interlocutore.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Introduce la parte tecnica del progetto passando successivamente la parola ad Elena Busato per la spiegazione delle slides contenenti i dati analitici.

ELENA BUSATO – CONSULENTE

Inizia spiegando il progetto in riferimento alla legge provinciale 4/2000 e, in particolar modo, all'articolo 28 ed alle delibere 339 e 340 del 2001.

Informa i presenti che tale progetto non verte solo sul centro storico come definito dal PRG, nel caso specifico non esaustivo, ma può prendere in considerazione anche un'area più vasta.

Inoltre non considera solo un'analisi del commercio ma anche quella di altri settori, come l'artigianato, la cultura, la ricettività, l'urbanistica, l'accessibilità, i parcheggi, e così via.

Prosegue affermando come uno degli obiettivi del progetto sia quello di aumentare la attrattività di Tione, utilizzando lo strumento della concertazione.

Dopo aver presentato l'equipe di lavoro spiega che il punto da cui partire è la situazione attuale, dalla quale si possono estrapolare i relativi punti di forza e di debolezza.

Dopo avere elencato ai presenti i progetti già conclusi e quelli in corso d'opera, va a specificare alcune informazioni generali sulle caratteristiche dei comuni già analizzati.

Illustra nella fattispecie come i residenti nei centri storici presentino un trend in calo, e come questi ultimi si riducano per lo più ad ospitare servizi ed altre attività. Riporta un altro dato che evidenzia che l'attività mercatale non è più vista come concorrenziale dai commercianti a posto fisso.

Conclude esplicitando la tempistica del progetto fino alla firma del patto e passa la parola a Andrea Giovanelli per la spiegazione della parte relativa alla implementazione del progetto.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Parlando della legge provinciale e dei finanziamenti da parte della Provincia Autonoma di Trento, spiega che sono in fase di studio deroghe e previsti incentivi per facilitare coloro che insediano le proprie attività nei centri storici.

Prosegue affermando che dal progetto sono solite scaturire due macroprogettualità: una relativa ad aspetti di marketing, organizzativi e gestionali; l'altra relativa ad aspetti commerciali ed urbanistici.

L'aspetto organizzativo - gestionale richiede di andare a definire col Tavolo di concertazione il "centro commerciale naturale" di Tione, da gestire in maniera aziendalistica. Il secondo ambito va ad individuare le misure concrete per aumentare l'attrattività di Tione; per tale aspetto si rende pertanto necessario capire quale sia eventualmente il suo attrattore principale.

Con riferimento al caso specifico di Tione nota come esso presenti delle peculiarità, nel senso che il centro storico non è costituito da un'area ma da una serie di siti disaggregati tra loro, e come quindi non abbia senso andare ad analizzare solo il centro storico urbanisticamente inteso, ma sia più corretto individuare aree più omogenee e più interessanti.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Commenta che per fare questo sarebbe utile avere una mappatura esatta delle attività economiche presenti nel Comune.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Porta a conoscenza che anche Trento è coinvolto in un analogo progetto. Sottolinea l'importanza dello stesso.

Conferma che il primo passo potrebbe essere quello di riportare su mappa le attività economiche del Comune e, contemporaneamente, individuare altre attività che potrebbero fungere da attrazione, come bar e ristoranti.

Il Tavolo discute sul numero e sulle prerogative di alcune attività presenti nel comune.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Afferma che la variante al PRG relativa al commercio non è ancora stata fatta, e che pertanto attraverso questo Tavolo si potrebbe capire quali aree risultano essere più significative per operare l'insediamento delle attività commerciali maggiormente dimensionate.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Introduce il suo intervento denunciando un certo pessimismo dinanzi a tale progetto in quanto, pur operando da molti anni a Tione, non ha mai visto un'iniziativa concreta per portare avanti un piano di sviluppo omogeneo per il viale principale.

Dichiara che le attività appaiono sparse a macchia di leopardo.

Il paese non ha più alberghi o ristorazione. Conclude affermando che bisognerebbe capire perché il paese perde delle attività, in media 4-5 l'anno. Propone un'analisi sociologica sul pensiero dei residenti.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Interviene dicendo che numericamente non si nota questo calo di attività.

Afferma che la sensazione è che il paese sia demotivato.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Prosegue il suo intervento affermando che investire a Tione non è facile, perché le cose non funzionano. Turisticamente Tione non è più attrattivo, come dimostra il fatto che mancano alberghi e ristoranti.

MASSIMO PIFFER – CAT UNIONE

Commenta che la difficoltà coinvolge tutti gli operatori commerciali del territorio. Per questo è importante la presenza di un unico interlocutore.

Tione è una zona di forte transito turistico: su questo bisognerà concentrarsi.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Aggiunge che esistono una serie di componenti negative e che Tione si sta indebolendo dal punto di vista dei servizi e delle attività.

Sottolinea che manca ancora la doppia rete fognaria e che pertanto non si può procedere al rifacimento di arredo urbano, pavimentazione, illuminazione.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Riporta a voce i dati relativi al commercio tionesse nel 2004, quando erano presenti 117 negozi per un totale di 13.000 mq di superficie netta di vendita. Confronta i dati con quelli in serie storica riferiti al 1993. A seguito dell'analisi conclude che la situazione relativa al trend delle attività commerciale pare favorevole.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Afferma che nel comune i servizi, come ad esempio le banche, l'ospedale, il tribunale, gli uffici privati, risultano presenti in numero adeguato. Ogni giorno a Tione arrivano molte persone, soggetti che bisognerebbe riuscire, in qualche modo, a "catturare".

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Il 90% delle attività non ha dipendenti, in quanto a conduzione familiare.

LORETA FAILONI - VICE SINDACO

Aggiunge in proposito che l'età media dei commercianti è elevata.

DANIELE BERTOLINI – CONSORZIO TURISTICO

Interviene affermando che, guardando le cifre, il calo delle attività commerciali negli ultimi anni pare essere stato lentissimo. Sottolinea che tutti i turisti che vengono in valle si fermano a Tione almeno una volta e che, dato il forte transito, la forza di Tione dovrebbe essere legata al commercio, anche in considerazione del fatto che il viale principale pare adatto per passeggiare.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Chiede ai presenti per quale motivo secondo loro la gente si concentra a Pinzolo e perché commercialmente Tione è meno attraente.

I presenti rispondono che Pinzolo ha più attrattori, come la ristorazione, ma anche la possibilità di fare la passeggiata e trovare vari negozi.

PIERO ANTOLINI - COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE

Sottolinea la mancanza di ricambio generazionale e l'assenza di ristrutturazioni.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Accenna al progetto Mancuso, che vedeva nel viale principale la possibilità di sviluppare il commercio di Tione e che sosteneva che l'ufficio del catasto non dovesse

essere posizionato nel luogo attuale.

DANIELE BERTOLINI – CONSORZIO TURISTICO

Ricorda che in occasione della fiera arriva molta gente e che i commercianti si lamentano per questo.

Sembra che le attività economiche non siano interessate a fare sistema, in quanto ognuno gestisce le aperture e le chiusure settimanali a proprio piacimento.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Porta l'esempio di Rovereto dove sono presenti circa 250 negozi, che fino a poco tempo fa non era molto forte dal punto di vista commerciale e dove le attività economiche in occasione delle manifestazioni tendevano a chiudere.

Spiega come ora le varie attività presenti si siano unite in un unico consorzio e abbiano deciso di tenere aperto in occasione di alcune domeniche.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

La sensazione è che la gente del posto emigri in maniera massiccia, anche perché il cliente non soddisfa in loco le esigenze. Di conseguenza il negozio chiude.

LUIGI AGNOLI - ARTIGIANI

Commenta che dal punto di vista vetrinistico Tione è carente. Bisogna puntare sulla qualità e sperimentare le domeniche aperte, così come accordarsi fra commercianti per le aperture.

Aggiunge che mentre in alcuni settori non si trova il prodotto, nel campo dell'abbigliamento pare esserci un eccesso di offerta.

Afferma che c'è poco artigianato, per lo più produttivo, non artistico e della tradizione. Ci sono infatti un paio di restauratori e un corniciaio, che prevede però di chiudere.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Sostiene che il punto forte di Tione risiede in alcuni servizi e nella vicinanza a Trento, per cui bisognerebbe rivitalizzare alcune zone, come ad esempio la vecchia pretura. Il paese si concentra tra Benetton - 900 – Stazione.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Per migliorare la situazione è necessario porsi un obiettivo, coinvolgendo le categorie. Porta l'esempio delle luminarie, che a Tione risultano pagate dal Comune, mentre nelle altre realtà lo sono anche dai commercianti. Spiega che l'Amministrazione ha necessità di confrontarsi con le categorie, cosa che non succede. Per questo è necessario creare un consorzio unico.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Commenta che a Tione negli ultimi anni coi commercianti non si è mai concretizzato

nulla. Si farà comunque fatica a recuperare, anche per i proibitivi affitti, che non rispecchiano la redditività aziendale.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Riprendendo il discorso qualità, afferma che l'argomento può essere visto da diversi punti: le vetrine, il giornale di Tione, la certificazione di qualità. Non essendoci una scuola che insegni a fare il commerciante, propone di creare a Tione un liceo del commercio.

LORETA FAILONI - VICE SINDACO

Interviene affermando che per costruire un progetto è giusto partire dalle critiche, anche se tutti sanno che la crisi economica non ha coinvolto solo Tione, ma tutta la valle.

È giusto analizzare la situazione attuale considerando che è cambiato il trend internazionale del turismo e che è aumentato il turismo commerciale durante il fine settimana.

Spiega che è importante riuscire ad interpretare questi dati riflettendo su cosa il territorio offre, come le Terme, la Valle del Chiese, e così via. Prosegue dicendo che per Tione passano molte persone che è necessario catturare.

Bisogna trasmettere positività agli imprenditori intenzionati ad attivare nuovi locali.

Riprendendo l'esempio di Rovereto, nota che negli ultimi anni la mentalità è cambiata e che adesso le attività sono sempre aperte. A paragone, a Tione l'ultima settimana di agosto c'è la festa del folklore, ma i negozi sono chiusi e le vetrine spente.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Commenta a sua volta che l'Amministrazione deve fare la sua parte. Il suo compito non è quello di gestire l'Ecofiera; può andar bene inizialmente ma poi deve affidare il compito a qualcun altro.

Il Comune deve gestire i servizi e fare le opere primarie come le fognature, l'arredo urbano, abbellire e agevolare l'ingresso del paese.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Afferma ancora che bisogna essere positivi per poter trasmettere fiducia. Nonostante il periodo di crisi è necessario cercare una via d'uscita. In questo senso il compito del Tavolo è di trasmettere fiducia.

DANIELE BERTOLINI – CONSORZIO TURISTICO

A Tione ci sono molte associazioni e gruppi di volontariato da valorizzare, che costituirebbero un'opportunità per portare a Tione un turismo di vicinanza.

LUIGI AGNOLI - ARTIGIANI

A riguardo commenta che le manifestazioni ci sono, ma sembra che poca gente vi

partecipi.

DANIELE BERTOLINI – CONSORZIO TURISTICO

Il problema è che c'è contrasto tra chi organizza le diverse manifestazioni.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Ricapitola ciò che è stato detto dai componenti il Tavolo.

Afferma che la serie di idee estrapolate potrebbero essere armonizzate nella proposta fatta dal sindaco, ovvero quella di trovare per Tione qualcosa di diverso, specifico e attrattivo. Propone ad esempio di approfondire l'ipotesi di sfruttare il marchio "Family in Trentino" della Provincia, promuovendosi come "Comune amico delle famiglie", attivando una serie di servizi da subito realizzabili, quali bar e negozi organizzati con accorgimenti a favore dei bambini, per attrarre le famiglie, e così via.

PIERO ANTOLINI - COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE

Aggiunge che la Proloco qualche anno fa aveva pensato ad una cosa analoga, chiudendo la piazza e posizionandovi i gonfiabili per i bambini, ma i commercianti si erano opposti alla chiusura della piazza. Precisa che ora sono collocati nel piazzale delle scuole medie, esposti però ai passaggi veicolari.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Commenta l'affermazione dicendo che i commercianti non erano contro la chiusura della piazza e che il problema risiedeva nella mancanza di parcheggi, di attrazioni e di un opportuno arredo urbano.

Prosegue evidenziando la cattiva dislocazione delle attività lungo il viale principale, aggiungendo che la biblioteca poteva essere posizionata in altro sito, in modo da rendere commerciale l'intero viale.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Interviene affermando che è cosa diffusa che il commerciante si opponga inizialmente, quasi aprioristicamente, a ogni ipotesi di zona pedonale, perché vorrebbe che i clienti parcheggiassero davanti alla sua attività. Tuttavia, nelle località in cui vengono create delle aree a traffico regolamentato o limitato, i commercianti notano poi la positività della misura, che porta spesso ad una maggiore vivibilità del paese ed alla possibilità per la gente di passeggiare in tranquillità e sicurezza.

Al proposito, ricorda nuovamente la possibilità per Tione di diventare un paese di attrazione per le Famiglie.

Conclude chiedendo che al prossimo Tavolo sia presentata la mappatura delle attività commerciali comunali.

Terminati gli interventi, non avendo null'altro da discutere, il Tavolo di concertazione si conclude alle ore 23,24.

B) VERBALE RIUNIONE DEL TAVOLO DI CONCERTAZIONE DEL 24 NOVEMBRE 2006

Il giorno 24 novembre 2006 alle ore 20.30 a Tione (TN) presso il Municipio si è tenuto il secondo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione comunale di Tione per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti le seguenti categorie economiche, culturali e sociali:

CASSA RURALE SAONE	Luigi Malchiori
COMMISSIONE PROMOZIONE ATTIVITA' ECONOMICHE	Piero Antolini
PROLOCO	Else Bamps
COMMERCianti	Ettore Zini
BANCA TRENTO E BOLZANO	Enrico Gasperi
VOLSKBANK	Giorgio Scalfi
FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA	Silvio Viviani
ARTIGIANI	Luigi Agnoli
ARTIGIANI	Candido Ghezzi

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – responsabile generale del progetto	Andrea Giovanelli
CAT Trentino Srl	Nadia Casna
CAT Unione Srl	Michele Bragagna
Consulente	Elena Busato

Sono presenti inoltre l'Assessore all'urbanistica Luigi Batocchi e il vice sindaco del Comune di Tione Loreta Failoni.

Presiede i lavori l'Assessore al commercio Enzo Carli.

Interventi:

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Presenta la serata e chiede di leggere il verbale della seduta precedente per aggiornare coloro che erano assenti e per l'approvazione da parte dei presenti.

Dopo la lettura del verbale l'assessore interviene chiedendo l'apporto di tutti, osservando che a questa riunione sono presenti anche i rappresentanti delle banche, assenti la scorsa volta. Passa la parola ad Andrea Giovanelli.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Introduce la serata spiegando ai soggetti presenti per la prima volta al Tavolo gli obiettivi ed i riferimenti legislativi del progetto.

Spiega che CAT Trentino e CAT Unione, in collaborazione con Studio Giovanelli, lavorano per implementare tali lavori che si concludono con la firma di un patto tra le parti. Porta l'esempio di Rovereto.

Afferma che il progetto non si rivolge solo al centro storico urbanisticamente

delimitato. Soprattutto, non coinvolgerà solo i commercianti.

Ricorda che nel corso dell'ultimo Tavolo si era deciso di individuare il posizionamento delle varie attività commerciali, ricettive e dei pubblici esercizi, allo scopo di andare ad individuare la perimetrazione del centro commerciale naturale di Tione.

Passa la parola ad Elena Busato per la presentazione delle slides.

ELENA BUSATO – CONSULENTE

Introduce l'argomento spiegando l'importanza per la realtà di Tione di andare ad individuare il centro commerciale naturale.

Illustra i dati raccolti ed elaborati con riferimento al trend della popolazione e al trend del commercio. Mostra e commenta la planimetria del territorio comunale con indicazione delle attività commerciali di vicinato, medio, grande dettaglio, pubblici esercizi, alberghi. Visualizza le vie occupate dall'attività mercatale del primo e terzo lunedì del mese.



ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Spiega ai non presenti al precedente Tavolo che era stato deciso di fare il lavoro sopra illustrato per individuare il centro commerciale naturale di Tione come area sul quale concentrarsi successivamente.

Prosegue sottolineando l'importanza di individuare il centro commerciale naturale e comunica che l'Assessore provinciale Mellarini, nel corso di una serie di incontri, ha affermato la possibilità di arrivare ad una norma per facilitare le attività insediate all'interno di questo perimetro.

Specifica che l'argomento è stato trattato nel disegno di legge 107 presentato dal consigliere provinciale Bertolini, nel quale c'è un passaggio sul riconoscimento del centro commerciale naturale.

ENZO CARLI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Comunica la mancanza di dati relativi alle botteghe storiche; a memoria ne sono state individuate alcune ma il Comune ha inviato una richiesta di conferma ai proprietari.

Parlando del centro commerciale naturale l'Amministrazione comunale propone di farvi rientrare tutte le attività di Tione, quindi di connotare detto ambito in modo esteso.

LUIGI BATOCCHI - ASSESSORE ALL'URBANISTICA

Evidenzia la necessità di ripercorrere brevemente la storia di Tione, partendo da quando il viale principale collegava due frazioni staccate: Tione era in realtà Brevine e Cantes. Le ville erano abitate da contadini; le case non si prestano infatti a fare da vetrina proprio per questa caratteristica. Prima della guerra, esisteva qualche attività di vendita di vino, poi chiusa. Dopo la guerra il viale commerciale rinasce. Negli anni 1962/63 nasce la circonvallazione, che devia il traffico del paese e le abitazioni ad est. Scompare così la parte agricola. Il centro storico rimane quasi del tutto disabitato, come parte commerciale rimane il viale.

Prosegue affermando che mentre una volta c'erano venti botteghe di generi alimentari, oggi ci sono due o tre supermercati. Afferma che c'è la necessità di trovare qualche attrattiva per far sviluppare il commercio, partendo da un'analisi capillare per vedere se c'è la possibilità di fare qualcosa per i parcheggi.

E' necessario capire anche la volontà dei commercianti: alcuni hanno piacere di abbellire le proprie vetrine, altri no.

Per quanto riguarda le fognature sono in fase finale di progettazione. Poi si passerà all'arredo urbano. Purtroppo il ritardo è dovuto a scelte del passato.

ENZO CARLI - ASSESSORE AL COMMERCIO

In riferimento alle slides che mettono a confronto Tione con il resto della Provincia afferma che il paese in passato ha avuto il ruolo di unico centro commerciale di tutta la valle. Tione forniva la varietà merceologica all'intero ambito. Ora ci sono invece tanti negozi in crisi, perchè destinati a fornire un numero molto inferiore di clienti.

In merito a tale affermazione il Tavolo discute riguardo alle disponibilità merceologiche di Tione e delle località limitrofe

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Interviene affermando che il grande problema di Tione è la mancanza di utenza.

Aggiunge che secondo il suo parere le varie Amministrazioni comunali che si sono succedute non hanno avuto grandi priorità. Tione è infatti uno dei pochi comuni del Trentino che non ha la rete fognaria sdoppiata. Intervengono in risposta i rappresentanti comunali e fanno notare che non ci sono altri comuni con le stesse problematiche legate alla realizzazione di tali interventi.

ENZO CARLI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Spiega che le progettazioni relative alle fognature stanno terminando e fa notare che

per fare la rete fognaria sono necessari grandi investimenti, per i quali scarseggiano i finanziamenti.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Prosegue affermando che Tione manca di attrattività perchè è rimasto come trenta anni fa, al di là di qualche ristrutturazione fatta da privati. E' il Comune che deve fare strade e parcheggi.

Tione si è adagiato; altri centri simili come Malè, Cles e Pergine si sono adattati ai cambiamenti in atto. Tione ha invece perso il ruolo di centro di valle, trasformandosi in paese di servizi, perdendo possibilità commerciali.

Conclude riflettendo come manchino le strutture per istituire il marchio "Family in Trentino", come era stato proposto nel corso del Tavolo precedente.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Afferma come l'obiettivo sia quello di portare gente nel paese per poter rilanciare la località. Porta l'esempio di Brennero, forte di una fiorentissima attività commerciale nel passato, persa quasi completamente nel corso dell'ultimo decennio. Di qui la previsione per Brennero di un futuro in salita. Spiega come l'idea forte avviata per invertire la tendenza delineatasi negli ultimi anni è quella per il comune di Brennero di realizzare un grosso outlet. Aggiunge come i commercianti sono favorevoli perchè consapevoli che quella è l'unica opportunità. I loro negozi si posizionano tra i parcheggi e l'outlet, così i clienti sono costretti a passare tra di essi.

Nota come a Tione si potrebbero pensare formule alternative alla viabilità del viale, prevedere di rendere più viva la parte commerciale e pensando ad attrattori per la parte centrale.

Conclude affermando che il marchio Family è stato proposto dalla Provincia e che è già stato adottato dalle Casse Rurali. Potrebbe essere esteso ai comuni con determinate caratteristiche.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Aggiunge che una volta era contrario mentre ora vedrebbe come unica soluzione un forte centro commerciale.

ENZO CARLI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Sostiene che il centro commerciale potrebbe essere positivo se si potesse realizzare nella cerchia abitativa. Facendolo fuori dall'abitato di Tione potrebbe mettere ulteriormente in difficoltà il paese.

LORETA FAILONI - VICESINDACO

Illustra come l'idea di un centro commerciale si era prospettata quando si parlava di quello di Zuclo e come al tempo ci fosse stata una protesta da parte dei commercianti, che sostenevano non si potesse fare né a Tione né a Zuclo. Aggiunge come per Zuclo l'Amministrazione di Tione non ha potuto intervenire, nonostante avesse avanzato forti pressioni.

Sottolinea poi come nell'incontro precedente si era detto di cercare di superare l'analisi degli errori delle passate Amministrazioni, affermando che è giunto il momento di pensare positivo, come insegna il caso di Rovereto.

Afferma che a Tione qualcosa si sta muovendo, ad esempio si sta vendendo l'albergo Park ad un albergatore di un'altra valle, si stanno facendo pressioni sull'adeguamento e sulla ristrutturazione dell'Hotel Milano. Sono poi pervenute delle richieste relative ad attività di ristorazione proprio nel centro del paese.

Conclude informando come la Giunta stia analizzando la legge sui parcheggi per le attività in centro storico. Per le nuove aperture, per gli ampliamenti e per il cambio di destinazione bisognerà versare 9.100 euro a parcheggio.

SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

Afferma che non è vero che l'Amministrazione comunale non ha fatto nulla per i commercianti. A suo avviso le aperture domenicali non sono un toccasana, perché dovrebbero essere supportate da altre iniziative.

Aggiunge che la maggior parte dei clienti provengono da fuori Tione. Trattasi, secondo stime personali, di un 70% circa per le grandi strutture e di un 40% per quelle medie.

CANDIDO GHEZZI - ARTIGIANI

Parla dell'incontro pubblico in cui era presente l'Assessore Mellarini e afferma di aver apprezzato l'idea di mettere in rete i commercianti, come è stato per Rovereto, anche se questo è lontano.

Afferma che la criticità fa bene solo se unita alla voglia di lavorare. Se le fognature non sono state fatte sicuramente ci sarà stato qualcosa che non andava, infatti a Daone è da molto che ci sono.

Informa che dal punto di vista artigianale Tione è povera. Sarebbe necessario recuperare l'artigianato artistico, in quanto ottima attrattiva.

ENRICO GASPERI - BANCA TRENTO E BOLZANO

Commenta che la pedonalizzazione di una parte del paese potrebbe cambiare l'immagine di Tione ed essere motivo di attrazione. Il poter camminare in tranquillità, come succede nei centri commerciali, potrebbe essere qualcosa di diverso. Sarebbe opportuno deviare il traffico.

LUIGI BATOCCHI - ASSESSORE ALL'URBANISTICA

A riguardo evidenzia la difficoltà a chiudere la piazza anche solo per una serata, riportando a sostegno l'esempio di quando a Trento era stata chiusa via Oss Mazzurana. Bisogna innanzitutto creare parcheggi e far sì che l'area dove si passeggia sia vivibile.

ENRICO GASPERI - BANCA TRENTO E BOLZANO

Afferma che psicologicamente succede che, se si può accedere ad una strada in cui vi

sono insediati i negozi, allora si deve parcheggiare proprio davanti all'attività dove si vuole fare acquisti. Se invece il negozio si trovasse in una zona pedonale, si sarebbe disposti anche a parcheggiare lontano.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Sostiene come tra dieci anni la maggior parte delle attività di Tione non ci sarà più e che in una simile realtà è difficile trovare soluzioni.

LORETA FAILONI - VICESINDACO

Sostiene che già una area ben arredata è sicuramente più invitante. Riprende, per chi era assente al Tavolo precedente, l'esempio di Tesero: a causa di lavori era stata chiusa una via del centro. A fronte di ciò i commercianti si erano subito opposti all'iniziativa, chiedendo però subito dopo che l'iniziativa fosse resa definitiva, in quanto la vivibilità era decisamente migliorata. Dice che ci sono vari studi su rapporti umani e viabilità.

Informa che per alcune iniziative è stato chiesto l'aiuto dei commercianti, con ottimi risultati, tanto che loro stessi hanno chiesto di contribuire per le luminarie, con lo scopo di fare qualcosa di nuovo.

Aggiunge come sarà poi realizzata una pista del ghiaccio per i bambini e che in passato già si era valutata l'idea di chiudere la zona al traffico, poi abbandonata per evitare inutili polemiche.

SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

Commenta che non bisogna arrendersi. Porta l'esempio di Trento e Pinzolo, dove sono state chiuse le piazze. Chi chiude il centro ha più sviluppo turistico.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Spiega che piazza C.Battisti è fine a se stessa e che chiudendola non ci sarebbe alcun vantaggio per le attività. Questo potrebbe andare bene se ci fosse una piazza con negozi di contorno.

SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

Propone di chiudere dal 26 al 31 dicembre un tratto di strada con uno slogan che inviti a passeggiare. Nell'eventualità, i negozi dovrebbero però tenere aperto fino alle 22.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Aggiunge che quando si pedonalizza una zona inizialmente sembra un flop. I risultati si vedono solo alcune stagioni dopo. La pedonalizzazione va pertanto pensata a medio - lungo termine. Tione ha inoltre il problema di essere connotato per una orma allungata. Va perciò tenuto in considerazione come sia difficile che la gente faccia una passeggiata così lunga senza girare prima di arrivare alla fine.

ETTORE ZINI – COMMERCianti

Aggiunge come sia necessario vedere di pari passo pedonalizzazione e arredo

urbano. La pedonalizzazione non è anzi una priorità. Prima vanno sistemati l'arredo urbano e le fognature.

LORETA FAILONI - VICESINDACO

Spiega che andranno innanzitutto fatte delle analisi. Bisognerà ragionare su quello che verrà fatto nei prossimi anni.

Concludendo la polemica sul tema della rete fognaria, specifica che a Daone essa è stata conclusa quindici anni fa, a fronte di un contributo provinciale del cento per cento, mentre per Tione la cosa è più difficile, perché i contributi provinciali non riescono a finanziare l'ultimo lotto.

ENZO CARLI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Sottolinea che per fare le cose ci vogliono soldi e tempo. Ci vorranno anni per finire fognature e arredo urbano. Non si può aspettare che chiudano le attività prima di terminare i lavori. Intanto è necessario pensare a qualcosa di nuovo.

La chiusura delle vie di qualche anno fa è stata probabilmente studiata male, perché impediva di muoversi con l'auto.

Il viale non sarà al momento arredato ma resta comunque un bel viale; bisogna sfruttare quello che c'è, non continuare a piangere per quello che non si ha.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Osserva che bisogna considerare che sono cambiate le modalità d'acquisto; il successo delle aperture domenicali, a parte le critiche, è un dato oggettivo.

A Rovereto fino a poco fa nessuno pensava di tenere aperto la domenica: in occasione di alcune manifestazioni è stato fatto un tentativo ed ora i commercianti hanno chiesto alla Provincia una diversa classificazione del Comune, per poter tenere aperto la domenica in occasione di taluni eventi.

LORETA FAILONI - VICESINDACO

Spiega che a Tione sono stati fatti alcuni tentativi per vivacizzare il paese, attraverso il cinema, chiedendo aiuto ad alcuni sponsor e ad alcune attività. E' stato proposto il "cinepizza", ovvero cinema e pizza a prezzo unico.

Nei maggiori centri del Trentino l'apertura della stagione teatrale è vista come una grande occasione. Se la gente arriva per questo a Tione sarebbe interessante far trovare anche vetrine a tema, con un possibile ritorno commerciale. Afferma come non si sia sufficientemente maturi per capire che la cultura potrebbe essere un punto trainante.

A Tione ci sono quotidianamente 1500 studenti e 200 insegnanti, oltre ai fruitori di ASL, ospedale, etc.. Il comune dunque riesce giornalmente a raddoppiare la popolazione. I ragazzi arrivano a Tione e poi spesso si fermano per il dopo scuola, tanto che sono state avanzate molte richieste che hanno portato a tenere aperta la biblioteca.

GIORGIO SCALFI - VOLSKBANK

Commenta che chi partecipa a questi Tavoli dovrebbe guardare avanti anziché al passato, anche se sicuramente sono stati fatti degli errori.

Afferma come per la prossima volta occorrerebbe impegnarsi per portare delle idee che poi dovranno essere valutate.

Terminati gli interventi e non avendo null'altro da discutere il Tavolo di concertazione si conclude alle ore 23,42.

C) VERBALE RIUNIONE DEL TAVOLO DI CONCERTAZIONE DEL 12 GENNAIO 2007

Il giorno 12 gennaio 2007 alle ore 20.00 a Tione (TN) presso il Municipio si è tenuto il terzo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione Comunale di Tione per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti le seguenti categorie economiche, culturali e sociali:

ARTIGIANI	Alessio Maganzini
CASSA RURALE ADAMELLO BRENTA	Arduino Leonardi
VOLSKBANK	Giorgio Scalfi
BANCA TRENTO E BOLZANO	Enrico Gasperi
COMMISSIONE PROMOZIONE ATTIVITA' ECON.	Piero Antolini
COMMISSIONE PROMOZIONE ATTIVITA' ECON.	Cristian Rodini
PROLOCO	Else Bamps
COMMERCianti	Ettore Zini
FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA	Silvio Viviani
FEDERAZIONE COOPERAZIONE GIUDICARIE	Luigi Beccari

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – responsabile generale del progetto	Andrea Giovanelli
Consulente tecnico	arch. Sergio Niccolini
Consulente	Elena Busato
CAT Trentino Srl	Nadia Casna

Sono presenti l'Assessore all'urbanistica Luigi Batocchi e il vice sindaco del Comune di Tione Loreta Failoni.

Presiedono i lavori il Sindaco Vincenzo Zubani e l'Assessore al commercio Enzo Carli.

Interventi:

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Presenta la serata e chiede di leggere il verbale della seduta precedente per aggiornare coloro che erano assenti e per l'approvazione da parte dei presenti.

Chiede di poter partire dall'argomento della pedonalizzazione.

Passa la parola all'architetto Niccolini per l'esposizione di dati relativi all'urbanistica.

ARCH. SERGIO NICCOLINI - CONSULENTE

Proietta le slides riportanti la planimetria di Tione sulle quali vengono indicati i punti caratterizzanti e baricentrici del paese, a partire dai servizi fino alle attività economiche e sociali.

Indica che negli ultimi cento anni i centri storici in genere hanno vissuto problematiche simili, spesso connesse alla viabilità esterna.

Il territorio di Tione appare fermo nel tempo, come impatto visivo, e ciò non è un male. Tuttavia, si rileva anche come siano venute meno molte attività e funzioni economiche. L'edificato ha tuttavia mantenuto i volumi, gli stilemi architettonici. Molte e belle le fontane.

Si sofferma su una ipotesi di pedonalizzazione, anche in relazione ad una prima ipotesi per istituire una via del commercio ed una via dei mestieri. Indica una serie di percorsi in parte arretrati rispetto all'abitato che invitano la gente a riscoprire antichi luoghi. Si potrebbe anche pensare al recupero dell'artigianato locale, ovviamente in correlazione con una adeguata pedonalizzazione. Indica sulla mappa proiettata le vie potenzialmente adatte per tali funzioni, soffermandosi sugli accessi e sulle percorrenze, ma in particolare sulle possibilità di parcheggio, attuali e prospettive, anche relative a quanto deliberato dalla Amministrazione.

Si sofferma ancora sull'arredo urbano, evidenziando i punti di forza e le criticità di Tione come sono apparse a lui in occasione di appositi sopralluoghi tecnici. Dedicava una attenzione specifica alle fontane. Tione è uno dei paesi con le fontane più belle del Trentino, ma queste sono poco valorizzate e in alcuni casi la loro immagine contrasta con altri elementi di arredo poco curati (è il caso di contenitori per le immondizie, troppo invadenti e poco curati).

Prosegue evidenziando la necessità di recuperare l'artigianato locale anche in funzione di un effetto di attrazione e riscoperta e, in ultimo, di vera e propria commercializzazione.

Analizza in dettaglio e indica i polmoni e le aree verdi di Tione, anche associate a una funzione sociale. In correlazione, ipotizza la creazione di un'area che possa essere valorizzata con un qualcosa di caratteristico per poi, in un secondo tempo, renderla a traffico limitato ed infine pedonale.

Aggiunge che è dimostrato che dove si è cercato di realizzare un'area pedonale si è spesso creato nel medio termine un tessuto commerciale e si sono recuperate attività artigianali e di servizio che prima non avevano una immagine ed una attrattiva precisa. Ricorda l'importanza di associare la pedonalizzazione alla presenza di forti attrattori siti in area baricentriche, che tipicamente sono contenitori commerciali, ma non necessariamente, potendo riguardare attività ludiche, ristorative e altre in grado di associarsi ad una attrazione e capacità di gravitazione continua nel corso dell'anno e della settimana.

Rileva poi che un problema di Tione è dato dal crocevia all'inizio della cittadina, che invita a scappare dalla città, nelle due direzioni opposte. Ciò nonostante Tione rappresenta un chiaro polo di gravitazione, anche commerciale. E ciò deve essere

enfaticizzato e valorizzato, con adeguati strumenti.

Dando per assodato ruolo e impatto della tangenziale, appare altresì evidente che viale Dante e via III Novembre sono simili a un viale di passeggio parigino, con presenza di aree verdi e spazi aperti che invitano alla socializzazione.

Oltre al commercio ed alle fontane, attrattori spendibili per uno sviluppo di Tione sono associabili alla presenza di un'ampia serie di servizi, pubblici e privati, ma anche alla "passeggiata". Rimarca che i luoghi di socialità innescano circoli virtuosi: chi vi arriva penetra e vive il territorio.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Riferendosi all'argomento fontane, afferma che anche l'amministrazione è d'accordo sulla loro valorizzazione, infatti è già in corso un progetto a riguardo. La tipicità dell'acqua potrebbe essere un attrattore. Le fontane sono dislocate lungo il percorso che si presterebbe a ciò, anche per la presenza di vari servizi.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Riprende l'argomento fognature, affermando che per risollevare il paese non è necessario valorizzare le fontane, o almeno questa non è la priorità.

Aggiunge che il piano urbanistico del 1993 aveva tra gli obiettivi l'individuazione di microparcheggi sull'asse via Dante - via Pinzolo. Nel piano di allora l'architetto Mancuso aveva inserito una serie di parcheggi di vicinato che poi, non si sa per quale motivo, non sono stati realizzati.

Afferma che sulla pedonalizzazione è contrario, in quanto questa nuocerebbe ulteriormente al commercio.

Aggiunge che la sua opinione è che per rivitalizzare un paese come Tione bisogna in primo luogo, riuscire a farvi affluire gente.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Osserva che la gente entra in paese se c'è qualcosa di attraente e soprattutto se tutti gli attori si impegnano in questa direzione.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Precisa, con riferimento al ragionamento di prima, che non ha senso abbellire le fontane se poi non diamo la possibilità e l'opportunità alla gente di fermarsi.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Risponde che è necessario investire nella pubblicizzazione degli attrattori che esistono già oggi in Tione e che si andranno ad individuare.

ANDREA GIOVANELLI - RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Esponde la necessità di trovare una metodologia per fare sintesi. Bisogna fare lo sforzo di dimenticare il passato, il vissuto e le contrarietà del passato in questa fase non

devono incidere, in quanto porterebbero a incancrenire la situazione e all'immobilismo.

Bisogna operare in un'ottica propositiva, tutti insieme. Cita ancora l'esempio di Rovereto, i cui rappresentanti sono intervenuti alla presentazione pubblica a Tione, in cui la situazione iniziale era molto difficile, ma c'era poi stato uno sforzo molto fruttuoso dal punto di vista propositivo.

Ad esempio, riguardo all'argomento della pedonalizzazione o della limitazione del traffico sarebbe importante fare un giro di tavolo e sentire l'opinione di tutti, così come sugli attrattori.

SERGIO NICCOLINI - CONSULENTE

Spiega che le slides presentate hanno evidenziato dei punti fondamentali sui quali ragionare. Ad esempio, se siamo nell'ottica di pedonalizzare bisogna prima individuare un qualcosa che porti a operare in questa direzione tenendo conto anche del settore merceologico e della tipologia delle attività insediate nell'area prescelta.

Riguardo i fattori di attrazione, bisogna capire quali sono le opportunità ma anche i nodi ed i problemi, in primis i parcheggi, ed in che modo è possibile risolverli.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Fa delle considerazioni in riferimento alle slides viste in precedenza, evidenziando alcune vie e chiedendo spiegazioni all'architetto Niccolini riguardo alle distanze tra particolari punti evidenziati.

Afferma che se si vogliono identificare zone nelle quali collocare dei parcheggi di attestamento, non è ragionevole pensare che questi possano distare più di venti minuti dal centro.

E' necessario valutare con attenzione il modo in cui si potrebbe accedere al paese. Al riguardo, l'Amministrazione sta discutendo su scelte urbanistiche importanti, che si associano a grosse possibilità ma anche ad importanti investimenti. La zona dove si trova il Comune è il cuore del paese, un'area ampia nella quale trovano posizionamento moltissimi servizi e motivi di attrazione. Una nota negativa è rappresentata dalla stazione delle corriere, area nella quale sarebbe forse importante trovasse collocazione un parcheggio di attestamento, anche interrato. In quell'area, tuttavia, ci sono ipotesi di altri parcheggi, di un sensibile dimensionamento, ma certamente si tratta di un'area strategica.

CRISTIAN RODINI - COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE

Chiede ai rappresentanti dell'amministrazione comunale presenti se è possibile riconsiderare il parcheggio sotto Batocchi.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Indica come sia necessario acquistare tale parcheggio e sostenere degli oneri per la ristrutturazione e la messa in sicurezza. Aggiunge che è necessario l'intervento della Provincia, altrimenti il Comune non ha materialmente le possibilità economiche per far fronte a questi investimenti.

Rileva come potrebbe essere importante approfondire l'ipotesi alternativa di una partecipazione dei privati nell'acquisto e realizzazione di detto parcheggio, aggiungendo che l'onere che grava maggiormente sulla realizzazione pare essere legato a fattori di impermeabilizzazione.

Indica anche sulla mappa come siano previsti altri due parcheggi, di complessivi 50 posti auto.

ARDUINO LEONARDI - CASSA RURALE ADAMELLO BRENTA

Evidenzia la necessità di investire per la sistemazione di aree nelle quali affluisce la gente che proviene da molte diverse direzioni.

LORETA FAILONI – VICE SINDACO

E' necessario considerare anche le richieste dei residenti di via Brescia e di via Condino, che chiedono la limitazione del traffico, essenzialmente a favore dei soli residenti.

Via Brescia e via Pinzolo potrebbero risultare punti d'accesso al centro storico.

Osserva inoltre che per fare delle ipotesi il più possibile realistiche è necessario indicare sulla mappa proiettata i lavori che sono già in fase d'esecuzione e quelli previsti, in modo da poter visualizzare come sarà il paese tra sei mesi/un anno e poter fare in questo modo le opportune e corrette valutazioni.

SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

L'obiettivo di questo progetto è quello di far fermare la gente a Tione, non certamente quello di farla meglio transitare attraverso il paese. Sembra che in passato si sia perseguito l'obiettivo di non far fermare la gente. Pertanto, è necessario innanzitutto sistemare ciò che già c'è, come ad esempio la rotonda, che sembra un cantiere perennemente aperto.

Successivamente, se si deciderà la pedonalizzazione per una zona del paese, bisognerà informare opportunamente la gente, attraverso dei punti informativi. Ricorda che una volta ne esistevano tre. Si potrebbe pensare di innovarli sostituendoli con cartelloni elettronici, utili anche ad altri fini.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Afferma che non è così facile risolvere la situazione, dato che con riferimento ad esempio a via Brescia, non è stato possibile nemmeno allargare cento metri di strada all'entrata del paese.

Rivolgendosi ai rappresentanti degli istituti di credito dichiara che in realtà si sarebbe aspettato maggior propositività, ad esempio l'esposizione di alcuni dati sulla situazione del comune dal punto di vista finanziario ed economico.

Prosegue dichiarando che la pedonalizzazione ad oggi non è a suo avviso una misura prioritaria e che l'Amministrazione dovrebbe invece porre una maggiore e tempestiva attenzione sullo stato di strade, fognature e arredo urbano.

Con riferimento poi alla planimetria mostrata ed all'area pedonale ipotizzata dall'architetto Niccolini, evidenzia l'inutilità di tale possibilità in assenza di una vera attrattiva in centro, col rischio comunque di far perdere valore al resto del paese.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Conferma il pericolo della perdita di valore che potrebbe essere corso da una parte del paese e delle attività anche economiche qui ricadenti nel caso in cui si pedonalizzasse un'area senza studiare bene le varie possibilità e interrelazioni.

Aggiunge, per chiudere definitivamente l'argomento, che finalmente è stato finanziato anche l'ultimo lotto delle fognature.

ANDREA GIOVANELLI - RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Chiede al tavolo se c'è la possibilità di prevedere qualcosa nella parte alta del paese per far sì che la gente passi dal basso verso l'alto. Indica come un parcheggio di attestamento potrebbe risultare una misura idonea, a condizione che sussistano aree atte allo scopo.

SERGIO NICCOLINI – CONSULENTE

Urbanisticamente la struttura di Tione permette di intervenire anche in questo senso, si tratta di verificare come poter insediare eventuali parcheggi.

LORETA FAILONI – VICE SINDACO

Aggiunge che oltre all'urbanistica, sarebbe necessario intervenire sul commercio, soprattutto dal punto di vista della varietà di prodotti e dell'assortimento merceologico. Fa l'esempio del settore alimentare, che attira certamente molta gente anche da fuori Tione. Si potrebbe cercare di capire se i clienti dei punti vendita alimentari sono anche clienti per quelli non alimentari e, nel caso in cui non lo fossero, cercare di capirne le motivazioni.

Chiede se c'è la possibilità di realizzare un breve sondaggio sui clienti delle attività alimentari per verificarne la provenienza e soprattutto chiedere cosa acquistano a Tione oltre ai prodotti food.

SERGIO NICCOLINI – CONSULENTE

Rimarca che in generale l'attrattore principale è rappresentato dal settore alimentare, connesso ad altre merceologie attrattive. In realtà, dove c'è il polo alimentare di solito si insediano anche altre merceologie. Bisogna comunque studiare una strategia precisa che porti a fare sinergia. Il Centro Commerciale Naturale di Tione, oggi allo studio, è un'idea precisa legata alla creazione di precisi e importanti fattori e poli d'attrazione.

Se esistono dei punti focali di attrazione commerciale, associati all'alimentare, questi potrebbero diventare il motore trainante. E' necessario evitare che si disperdano sul territorio. Un accentramento delle funzioni e degli attrattori è certamente una misura strategica importante, cui tendere per la valorizzazione del centro ma certamente anche di Tione nel suo complesso.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Chiede se è possibile condurre un simile sondaggio.

ANDREA GIOVANELLI - RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Risponde che si può fare un sondaggio sui residenti e verificare la possibilità di estenderlo. Dovrà confrontarsi con i due CAT.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Evidenzia che il problema di Tione è l'evidente esodo verso l'esterno. Ci vorrebbe una proposta forte per far fermare la gente a Tione.

I clienti provenienti da fuori paese sono molto più soddisfatti dei residenti, notano disponibilità e cortesia del commerciante, cosa che invece il residente non vede.

Tione potrebbe essere ancora attrattivo. Infatti, ad esempio, la zona termale a valle di Tione non ha molte attività commerciali. Molti clienti arrivano a Tione, ma trovano un paese poco ricettivo.

Se venisse fatto un sondaggio tra i commercianti risulterebbe che anche le attività maggiormente consolidate lavorano con i residenti per una quota non superiore al 5%.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Chiede ai rappresentanti del credito se hanno degli indici con i quali valutare la crisi del commercio a livello locale.

Osserva come a livello di trend economico allargato gli istituti di credito risultano in continuo aumento.

ARDUINO LEONARDI – CASSA RURALE ADAMELLO BRENTA

Tione è una realtà particolare in cui il turismo non è particolarmente presente, questo lo si può notare anche dall'assenza di alberghi e ristoranti. Ritiene comunque necessario creare un qualcosa che funga da attrattore, in quanto la sola pedonalizzazione non pare misura sufficiente: nessuno viene o verrà a Tione solo per passeggiare.

Si potrebbe sfruttare la presenza degli studenti e pensare a qualcosa che si concentri su di loro.

Con riferimento all'intervento dell'architetto Niccolini rimarca l'importanza dell'arredo urbano, con cura di fontane, illuminazione e così via.

ENRICO GASPERI – BANCA DI TRENTO E BOLZANO

Propone di coinvolgere in questo progetto anche il BIM, in modo da poter valutare l'ipotesi di chiedere finanziamenti, ad esempio, per abbellire le facciate oppure per interventi connessi alla mobilità, come una corriera gratuita che graviti sul baricentro di Tione.

Riguardo al settore commerciale afferma che il problema non è limitato ai soli commercianti, in difficoltà, ma anche ai residenti ed alle famiglie, che si trovano spesso nell'impossibilità di acquistare una serie di articoli.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Chiede ai rappresentanti degli istituti bancari se i commercianti di Tione hanno dei margini di possibilità economiche o se le situazioni di difficoltà sono diffuse, tali da non consentire interventi di un certo portata. Questo al fine di valutare se nell'ambito del progetto è possibile chiedere loro degli sforzi e degli investimenti.

***ARDUINO LEONARDI – CASSA RURALE ADAMELLO BRENTA
ENRICO GASPERI – BANCA DI TRENTO E BOLZANO***

Concordano e affermano che la situazione locale in termini di affidamenti è molto più sana che in altre zone.

LORETA FAILONI – VICE SINDACO

Riprendendo l'argomento della corriera gratuita che arriva a Tione spiega come l'anno scorso fosse stato fatto un tentativo, purtroppo non andato a buon fine. Aggiunge che quest'anno l'operazione sembra invece sia fattibile.

SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

Rimarca la tristezza che provoca la constatazione che le famiglie preferiscono trascorrere la domenica nei centri commerciali, anziché all'aperto.

Prosegue constatando che Tione ha un fatturato nel settore alimentare doppio rispetto a quello che potrebbe potenzialmente avere. Non serve molto per rilanciare il paese. Va integrato il settore con la trattazione di prodotti tipici.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Ricorda che negli anni Novanta Tione era risultato il quarto paese italiano con maggiori depositi bancari.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

In riferimento all'affermazione del sindaco in cui evidenzia la necessità da parte di Tione di sapersi vendere meglio e in riferimento al già introdotto argomento relativo al marchio Family, segnala che questa potrebbe essere la strada per acquisire una identità chiara e distintiva, anche associandola alle idee che in questi tavoli sono venute avanti, fra le quali: i percorsi artigianali, quelli commerciali, le fontane, l'attrattore, e così via.

VINCENZO ZUBANI – SINDACO

Aggiunge che Tione è l'unico centro della valle ad avere sia il teatro che il cinema.

ALESSIO MAGANZINI – ARTIGIANI

Evidenzia la necessità di creare delle aree gioco attrezzate per i bambini, importanti

per veicolare anche gli adulti.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Riprendendo l'intervento del signor Gasperi, condivide l'idea della necessità di realizzare nel breve termine un progetto concreto per il commercio di Tione. Sono tante le idee emerse nel corso della sera, ma vista l'ora ritiene opportuno aggiornare la discussione al prossimo tavolo.

Si fissa la convocazione successiva a venerdì 2 marzo, ore 20.00. Non avendo null'altro da discutere il terzo Tavolo di concertazione si conclude ad ore 22,50.

D) VERBALE RIUNIONE DEL TAVOLO DI CONCERTAZIONE DEL 24 AGOSTO 2004

Il giorno 24 agosto 2007 alle ore 20.30 a Tione (TN) presso il Municipio si è tenuto il quarto Tavolo di Concertazione per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti le seguenti categorie economiche, culturali e sociali:

COMMERCianti	Ettore Zini
COMMISS. PROMOZIONE ATTIVITA' EC. E UCTS.	Piero Antolini
COMMISS. PROMOZIONE ATTIVITA' ECONOMICHE	Cristian Rodini
CONSORZIO TURISTICO	Redi Pollini
ARTIGIANI	Alessio Maganzini
ARTIGIANI	Luigi Agnoli
VOLSKBANK	Giorgio Scalfi
CASSA RURALE ADAMELLO BRENTA	Arduino Leonardi
FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA	Silvio Viviani

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – responsabile generale del progetto	Andrea Giovanelli
CAT Trentino Srl	Gloria Bertagna
Consulente	Sergio Niccolini
Consulente	Elena Busato

E' presente il vice sindaco del Comune di Tione Loreta Failoni. Presiede i lavori l'Assessore al commercio Enzo Carli.

Interventi:

ELENA BUSATO – CONSULENTE

Legge il verbale e presenta su slides in power point una sintesi delle risultanze del sondaggio alla popolazione.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Commenta il sondaggio con particolare riferimento alle tematiche "Amministrazione" e "commercio".

Riguardo al primo punto riassume gli aspetti emersi dall'analisi: la scarsità di parcheggi e la rilevanza dell'arredo urbano per lo sviluppo delle attività commerciali. Aggiunge in proposito che si è in attesa di un preventivo per un progetto di arredo urbano, da parte di un professore universitario, da attuarsi al termine dei lavori per le fognature, previsto per l'anno prossimo. Informa che le opere di arredo urbano non sono finanziate dalla provincia e che quindi la spesa peserà interamente sul comune.

Con riferimento al commercio nota, quali punti salienti emersi dal sondaggio, la limitata varietà merceologica e la scarsa concorrenzialità dei prodotti dell'offerta tionesa in termini di prezzo.

GIORGIO SCALFI – VOLKSBANK

Sostiene che il rifacimento dell'arredo urbano non rappresenta la chiave di volta per rispondere ai problemi di scarsa varietà merceologica ed elevati prezzi.

**CRISTIAN RODINI – COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE
SILVIO VIVIANI - FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA**

Ritengono entrambi che quella dei prezzi non competitivi sia una percezione della popolazione che non corrisponde però a realtà.

ALESSIO MAGANZINI – ARTIGIANI

Sostiene che, in quanto al centro delle Giudicarie, Tione dovrebbe puntare sulla specializzazione, per intercettare tutti coloro che passano per Tione e che non scendono fino a Trento per i propri acquisti.

ENZO CARLI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Afferma che Tione non ha le dimensioni per garantire la sostenibilità economica ad attività di nicchia.

CRISTIAN RODINI – COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE

Afferma che un elemento a sostegno dell'acquisto in loco, da parte dei residenti in Tione, sarebbe dato dalla possibilità di beneficiare di un servizio di assistenza post-acquisto, non immaginabile acquistando invece lontano da casa e quindi a tutti gli effetti di un minor costo.

GIORGIO SCALFI - VOLKSBANK

Sottolinea che nel sondaggio emerge la richiesta di una maggior varietà merceologica, e che tale carenza spinge ad un'evasione negli acquisti. Cita l'esempio di Arco con riferimento alle scelte di specializzazione merceologica verticale, l'hanno portata a distinguersi sul mercato negli articoli di alpinismo.

ETTORE ZINI - COMMERCIANTE

Esponde quelle che sono a suo avviso le motivazioni alla base della crisi del commercio a Tione: la generale tendenza della popolazione a spostarsi dal proprio paese, anche senza un preciso motivo o necessità; la relativa vicinanza a Trento (35-40 minuti); il nutrito numero di dipendenti nel terziario pubblico a Tione, che ha maggior tempo

libero e quindi si sposta per fare gli acquisti; il bacino di utenza limitato, che non giustifica taluni investimenti in specifiche merceologie; l'atteggiamento di parte dei tionesi di acquistare altrove anziché nel proprio paese.

CRISTIAN RODINI – COMMISSIONE PROMOZ. ATTIVITA' ECONOMICHE

Ritiene che a suo avviso il 95% dei tionesi acquista articoli d'abbigliamento firmati e che pertanto un negozio che commercializza tale tipo di prodotti troverebbe spazio anche a Tione.

LORETA FAILONI – VICESINDACO

Riprendendo i dati esposti inizialmente, sostiene come il campione esaminato sia a tutti gli effetti rappresentativo della popolazione tionesa. Aggiunge che il 70% degli intervistati ha affermato di trovare il centro di Tione facilmente raggiungibile e che quindi non sussistono effettive limitazioni allo shopping, a livello d'accessibilità.

Rimarca la necessità di sostenere i commercianti, in considerazione di quanto sopra espresso, attraverso azioni di marketing e quanto di utile per contrastare chi pare restio agli acquisti a Tione.

SERGIO NICCOLINI – CONSULENTE

Riprende il sondaggio e nello specifico la composizione del campione: evidenza con riferimento alla professione esercitata che lo stesso è composto per il 40% da lavoratori dipendenti e per il 25% da pensionati. Evidenza che tali tipi di utenti hanno generalmente più tempo e possibilità di spostarsi da Tione, se non trovano nulla che li spinga a restare, sostenendo come sia necessario ragionare sulla creazione di attrattori e sulla valorizzazione dei capitali per far "rientrare" tali persone, nonché per attrarre altri utenti dall'esterno.

SILVIO VIVIANI – FEDERAZIONE COOPERAZIONE TRENTINA

Sostiene in proposito che favorire l'insediamento di ristoranti tipici sia più importante di realizzare un arredo urbano particolarmente curato e costoso.

LORETA FAILONI - VICESINDACO

Afferma che quest'anno è stata realizzata una positiva collaborazione con riferimento alla mobilità con la Val Rendena e le Terme di Comano (tramite bus, biciclette, etc.).

Aggiunge poi come di recente abbia aperto un ristorante e come un altro aprirà in centro storico a dicembre; informa su un progetto di ristrutturazione di un albergo e su come si stia arrivando a delle conclusioni con riferimento all'area Balestra. Afferma che con riferimento a ciò l'Amministrazione può cercare di creare le condizioni per l'insediamento, anche con agevolazioni, ma che l'iniziativa spetta poi al privato.

Invita i partecipanti ad avanzare ipotesi propositive, che non siano solo rivolte agli impegni che dovrebbero assumersi l'Amministrazione.

REDI POLLINI – CONSORZIO TURISTICO GIUDICARIE

Dal punto di vista turistico la stagione ha mantenuto nell'ultimo biennio le stesse presenze (dati sui sette Comuni della Busa per un totale di 20 strutture ricettive - 5 delle quali a Tione). Concorda sulla necessità di valorizzare le peculiarità di Tione, invece di fare concorrenza a Trento a livello di prezzo.

A suo avviso la particolarità del centro è la possibilità di avere un ampio viale alberato, con doppio marciapiede, che consente il passeggio in sicurezza, elementi ritenuti importanti anche dalla popolazione dato che, come da sondaggio, il 60% acquista durante manifestazioni e iniziative di animazione.

SERGIO NICCOLINI – CONSULENTE

Spiega poi come sia importante l'esistenza di una fiera/mercato: la gente viene per l'evento, ma apprezza poi quanto c'è di contorno. Afferma che l'iniziativa deve fungere da richiamo ed essere sfruttata per far vedere i negozi, l'artigianato e quant'altro.

GLORIA BERTAGNA – CONFESERCENTI/CAT TRENINO SRL

Afferma l'importanza di cogliere l'atmosfera e ciò che si crea attorno alla fiera ed alle occasioni di ritrovo della gente. Spiega come a Rovereto durante il mercato servizi quali gli uffici comunali, le biblioteche, etc., rimangano aperte e ciò perché si è notato che la gente sfrutta l'occasione del mercato per entrare poi anche nei negozi ed in altri posti. Il mercato, adeguatamente gestito anche con riferimento alle merceologie, crea indotto sull'intera economia del paese.

ETTORE ZINI – COMMERCIANTE

Sostiene come questo fosse un comportamento riscontrabile in passato, anche a Tione durante le fiere dei "Termen", ma oggi è cambiato il modo di pensare della gente e chi va alla fiera non si rivolge e non agevola quindi il commercio.

ANDREA GIOVANELLI – RESP. GENERALE DEL PROGETTO

Spiega il punto del percorso di Tione nei confronti del progetto di qualificazione, l'attività del Consorzio Comuni, il fatto che siano possibili da parte della Provincia riconoscimenti per i centri commerciali naturali del Trentino. Aggiunge come ci si stia avviando verso la conclusione della prima parte del progetto e come quindi anche Tione potrà a breve entrare a far parte del gruppo di Comuni che presso il Consorzio segue tale progettualità.

Riassume i passaggi che saranno previsti nel patto e ritenuti necessari ai fini della riqualificazione del centro storico di Tione: individuazione di un ente gestore e di opportune iniziative di comunicazione, da una parte, proposte urbanistiche dall'altra. Per quest'ultimo punto è difficile individuare a Tione misure concrete con riferimento all'area urbanistica: pedonalizzazione, attrattore, etc. ma il documento finale presenterà comunque le ipotesi vagliate nel corso dei tavoli e delle riunioni, che andranno approfondite in incontri futuri.

Si concorda sul presentare mercoledì 29 agosto verbali e sintesi del progetto con le proposte operative, in via preventiva. Si fissa la convocazione successiva a venerdì 31 agosto ore 20.30. Non avendo altro da discutere il Tavolo si conclude ad ore 23.00.

PARTE 3 ANALISI SOCIO - ECONOMICA

3.1. PREMESSA

E' condizione fondamentale quando si elabora un progetto intersettoriale e integrato, analizzare preliminarmente ogni atto e documento sullo stesso incidente, al fine di mantenere sullo sfondo quanto già acquisito, evitando di rimettere tutto in discussione o, peggio ancora, di cancellare quanto di buono è stato già fatto.

Si è dunque operato anche nel caso di Tione l'esame dei documenti ritenuti utili ai fini del presente progetto, estrapolandone indicazioni e linee strategiche di sviluppo connesse alla risorsa/opportunità centro storico, invero poco significativo nel caso di specie.

La metodologia ha poi comportato, come già esposto, un check up della situazione esistente, per rilevarne punti di forza e di debolezza. L'analisi dell'esistente ha riguardato, in particolare, i seguenti ambiti:

- POPOLAZIONE
- ATTIVITA' COMMERCIALI AL DETTAGLIO (con BOTTEGHE STORICHE)
- COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE (AMBULANTATO)
- PUBBLICI ESERCIZI
- RICETTIVITA'
- ARTIGIANATO (PRODUTTIVO, ARTISTICO, DI SERVIZIO)
- SERVIZI, ASSOCIAZIONISMO, EVENTI
- ARREDO URBANO - VISUAL MERCHANDISING - DEGRADO - SICUREZZA
- URBANISTICA

Di seguito è descritta la situazione dei diversi ambiti, spesso mantenendo sullo sfondo, a titolo di raffronto, la dinamica in atto a livello provinciale.

Preliminarmente sono tuttavia riportati alcuni spunti, specie di natura qualitativa, ma non solo, relativi a due importanti momenti di analisi e studio posti in essere dalla Provincia Autonoma di Trento. Trattasi, nello specifico, del I° Rapporto annuale dell'Osservatorio provinciale del Commercio della Provincia Autonoma di Trento e del Quaderno dell'Osservatorio provinciale intitolato "Comportamenti di acquisto e mobilità commerciale in provincia di Trento", datato settembre 2005, edito dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, organismo che ha previsto normativamente l'Osservatorio.

3.2. INQUADRAMENTO GENERALE

3.2.1. La struttura commerciale trentina in breve

I dati estrapolati dal I° Rapporto annuale dell'Osservatorio provinciale del Commercio, istituito sulla base dei dettami della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4, pur essendo

l'elaborato datato 2003, fanno sostanzialmente riferimento a dati censuari, ma non solo, su base statistica 2001. Offrono tuttavia molti spunti interessanti, che si riportano nel proseguio.

Il settore aggregato del “**commercio, alberghi e pubblici esercizi**” contribuisce alla ricchezza (P.I.L.) della provincia per il 19,2%. Disaggregando maggiormente il dato, si rileva che il contributo del commercio è pari al 12,4%. Quello degli alberghi e dei pubblici esercizi è del 6,8%.

A titolo di raffronto, si evidenzia che a livello nazionale il settore aggregato contribuisce alla formazione del P.I.L. per il 16,7% (invece del 19,2% locale), ma in termini disaggregati il commercio apporta il 13,1%, dunque alcuni decimi di punto percentuale in più rispetto al Trentino (“solo” il 12,4%). Evidente invece la maggior incidenza in ambito locale alla creazione del P.I.L. (per quasi tre punti percentuali) associabile ad alberghi e pubblici esercizi (il 6,8% contro il 3,6% nazionale).

Commercio e pubblici esercizi rappresentano in Trentino un quarto del totale delle attività economiche. Impiegano tuttavia “solo” un quinto degli addetti del sistema economico, per la presenza di unità tendenzialmente di piccole dimensioni.

Rispetto al decennio precedente (1991) lo sviluppo del sistema Trentino, per quanto attiene la distribuzione al dettaglio ed i pubblici esercizi, ha fatto maggiormente leva sulle dimensioni degli esercizi piuttosto che sulla loro numerica o consistenza. Infatti, il numero delle unità locali è aumentato solo del 2,5%, dunque con una sostanziale stabilità, ma i tassi di variazione delle superfici di vendita e quelli del numero di addetti sono risultati invece ben più significativi, rispettivamente con un +47,4% (superfici) e +7,6% (addetti).

In sintesi, commercio e pubblici esercizi hanno sperimentato nell'arco temporale 1991/2001 ampliamenti dimensionali e una certa concentrazione, con incremento della occupazione, segnali di una tendenza verso una –seppure ritardata- fase di modernizzazione, oltre che di una qualche specializzazione nel settore.

Nonostante tali segnali e trends, il contesto territoriale resta caratterizzato da forti vincoli e limitazioni allo sviluppo “moderno”, essenzialmente per fattori geo-morfologici e orografici, che portano a individuare aree gravitazionali limitate, con conseguente impatto sull'offerta e frenato sviluppo delle formule “moderne”.

In termini di consistenza, le 5.524 unità locali del commercio al dettaglio in senso stretto impiegano mediamente 2,7 addetti.

Il sistema commerciale trentino resta connotato da alcuni tratti distintivi: una spinta polverizzazione data dalle piccole dimensioni dell'offerta; una spinta tendenza alla unilocalizzazione delle aziende; lo svolgimento della attività quasi esclusivamente presso la sede dell'impresa. Il ricorso all'apertura di nuovi punti vendita è modesto: il rapporto unità locali su imprese è pari a 1,3.

Nel corso del decennio 1991/2001 si osserva una riduzione di quasi il 13% delle imprese del commercio al dettaglio in senso stretto, con un impatto negativo sulla occupazione pari a meno 3,6 punti percentuali, contro tuttavia un ampliamento delle superfici di vendita di quasi il 24%.

In dettaglio, nel commercio al dettaglio operano circa 5.500 esercizi¹², con 14.900 addetti. Il totale delle attività non comprende gli 11 centri commerciali che, in quanto “strutture contenitore” in cui è inserito un insieme articolato di esercizi al dettaglio e di servizi, non rientrano nella definizione statistica.

Riaggregando i pesi delle forme distributive rispetto alle merceologie, il comparto dei beni non alimentari risulta essere di gran lunga il più rappresentativo, costituendo quasi il 72% della consistenza totale degli esercizi al dettaglio ma anche il 60% in termini sia di superfici che di occupazione.

L'Osservatorio provinciale rileva poi nella sua analisi che in Trentino il nucleo portante del commercio è ancora rappresentato dal settore più “tradizionale”, spesso associato ad esercizi di vicinato. Prevalgono in maniera massiccia (80%) gli esercizi specializzati, seguiti dagli esercizi tradizionali (11%). Poco diffuse le formule più “moderne”.

Al riguardo, un dato interessante è riferito alle caratteristiche dei pochi centri commerciali presenti, mediamente di contenute dimensioni. Risultano per questo coerenti con la fisionomia del modello distributivo trentino. I centri commerciali provinciali sono sviluppati in media sui 5.000 mq. e sono in genere localizzati nei centri urbani.

Tale dato, chiara conseguenza delle scelte di politica economica operate dal Legislatore, evidenzia che tali strutture rafforzano spesso proprio la tendenza a **preservare il ruolo dei poli commerciali “storici”, vale a dire dei centri urbani**, generando limitati effetti di sostituzione degli acquisti rispetto al centro storico o aree comunque ricadenti nel contesto urbano consolidato.

Più che in altre regioni, i centri commerciali trentini rappresentano un'opportunità di acquisto connessa alla vicinanza al luogo di abitazione o a quello di lavoro. Per molti centri commerciali l'Osservatorio provinciale rileva che si può parlare di una vera e propria funzione di “vicinato”, confermata da un elevato livello di fedeltà espresso dai consumatori (al riguardo è stata condotta un'accurata indagine di mercato).

Ancora con riferimento al posizionamento delle attività, l'Osservatorio provinciale rileva che il centro abitato e il centro storico valutati congiuntamente sono le aree in cui si registra una incidenza di oltre il 90% di tutte le variabili.

Il dettaglio trentino si conferma avere la fisionomia di un servizio di prossimità agli addensamenti urbani, reso spesso con formule di vendita “tradizionali” e specializzate merceologicamente, con piccoli esercizi tradizionali, solo in parte affiancato dalle prime espressioni della distribuzione moderna, che si identificano nella formula del supermercato per il comparto alimentare e del grande magazzino per il comparto non alimentare.

L'unico ipermercato e i 51 esercizi in franchising presenti si insediano infatti proprio nei centri urbani e in queste stesse aree si rilevano 8 degli 11 centri commerciali della provincia. All'esterno delle aree urbane è dunque oltremodo limitata l'offerta commerciale.

¹² In realtà i dati utilizzati dalla Provincia per la programmazione scaturente dalla LP 4/2000 e aggiornati al 1998 riportano 7.743 esercizi per una superficie totale di vendita di 859.989 m²

Anche oggi, coi recenti provvedimenti amministrativi e di urbanistica commerciale, si nota che la pianificazione provinciale dell'attività commerciale si conferma fortemente orientata ad avvalorare un processo di consolidamento commerciale proprio dei nuclei urbani, a discapito di aree extraurbane.

I centri urbani possono trovare in tali scelte motivi di valorizzazione e rilancio, che possono far recuperare alcuni segnali e trends negativi di un recente passato. Infatti, nel decennio 1991/2001 si è riscontrato un ridimensionamento del numero di unità commerciali che interessa i centri storici, contrazione che tuttavia è avvenuta in contemporanea con un parallelo ampliamento delle superfici medie di vendita.

Si tratta -di fatto- di un processo di modernizzazione del comparto del tutto analogo a quello registrato a livello nazionale, che si realizza mediante una sostituzione tra forme distributive tradizionali con altre maggiormente moderne, ma che lascia comunque inalterato il primato delle prime.

I centri storici sono le zone che maggiormente accusano un depauperamento di unità commerciali e occupazione, peraltro in gran parte compensato sul lato della occupazione dal restante centro abitato, mentre non cresce sensibilmente per tutto quanto sopra espresso il peso rivestito dal commercio nelle aree extraurbane.

In conclusione, si rileva come in Trentino, contrariamente a quanto accade in molte altre regioni, si sta assistendo con chiarezza ad un progressivo rafforzamento della importanza commerciale dei centri abitati, e nello specifico e specie in prospettiva degli stessi centri storici, aree determinanti per un insediamento o reinsediamento delle diverse formule distributive, da valutare con grande attenzione con un'ottica strategica, specie in azione alla rete commerciale esistente e consolidata. Solo in misura contenuta si assiste in Trentino allo sviluppo della distribuzione in zone extraurbane.

3.2.2. I modelli di consumo

Più recente è l'indagine condotta sui comportamenti di acquisto delle famiglie trentine, curata dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, nel corso del mese di novembre 2004, nell'ambito delle attività di ricerca dell'Osservatorio provinciale del commercio e degli esercizi di somministrazione¹³.

Quattro i settori merceologici analizzati: prodotti di largo e generale consumo (generi alimentari, prodotti per la pulizia della casa e per l'igiene personale); abbigliamento, calzature e pelletteria; elettrodomestici e grandi prodotti di elettronica; mobili per la casa.

A livello generale, si è riscontrato che per tre delle quattro categorie merceologiche analizzate, con la sola eccezione dei mobili, le famiglie trentine effettuano i loro acquisti con maggior frequenza nel comune di residenza. Infatti, le percentuali di famiglie che normalmente non si spostano fuori comune per i propri acquisti vanno da un minimo del 49,3% per abbigliamento, calzature e pelletteria fino all'82% per i prodotti alimentari, merceologie connotate pertanto da una forte frequenza di acquisto in loco.

¹³ l'indagine si è basata su interviste telefoniche somministrate a un campione di 1.391 famiglie

All'interno di questa tendenza e di questo dato generale sussistono con chiarezza comportamenti ben differenziati, sia a livello territoriale che merceologico, il che evidenzia non solo la presenza di una significativa mobilità commerciale intraprovinciale, ma anche di una significativa e, in particolare, crescente mobilità extraprovinciale. Sono censite e analizzate, con dati anche quantitativi, l'esistenza e l'importanza di poli commerciali extraprovinciali, che presentano una forte capacità di attrazione su consumatori trentini, per più motivi (assortimento, prezzi, accessibilità e comodità di acquisto).

In particolare, per quanto riguarda la mobilità intraprovinciale, questa appare variare fortemente in ragione del prodotto acquistato.

Per l'acquisto dei generi alimentari, oltre ovviamente ai due maggiori comuni di Trento e Rovereto, rappresentano chiari poli di attrazione commerciale i comuni di Cles, Mezzolombardo, Borgo Valsugana, Riva d/Garda e Pergine Valsugana.

Diversa invece la tendenza per il settore dell'abbigliamento, con i comuni di Trento e Rovereto che accentrano oltre il 50% della mobilità provinciale. Ancora più elevata per i due comuni maggiori è la attrazione esercitata per gli acquisti di elettrodomestici ed elettronica. Infine, il settore che presenta una maggiore distribuzione e dispersione degli acquisti sul territorio è quello dei mobili: Trento attira circa il 20% dei movimenti intraprovinciali, ma una significativa capacità di attrazione è esercitata anche da Lavis, Pergine Valsugana, Arco, Terlago, Levico, Rovereto, Aldeno e Albiano.

Più in dettaglio, si rileva che oltre l'80% delle famiglie trentine acquista abitualmente i prodotti di largo e generale consumo (generi alimentari, prodotti per la pulizia della casa e per l'igiene personale) nel comune di residenza. Il 16,4% realizza gli acquisti in altri comuni della provincia, aspetto maggiormente vero per chi non risiede a Trento e Rovereto. Trascurabile la quota di famiglie che dichiara di recarsi abitualmente fuori provincia (circa l'1%). Per coloro che acquistano prevalentemente nel proprio comune di residenza, la struttura commerciale maggiormente frequentata è il supermercato o minimarket (86%), generalmente non inseriti in un centro commerciale. Tra le famiglie che non risiedono nei centri urbani della provincia il piccolo negozio rappresenta ancora un canale di acquisto significativamente utilizzato (15% delle famiglie).

Anche se come visto le famiglie trentine privilegiano l'acquisto di prodotti di largo e generale consumo nei punti vendita del proprio comune, è vero che un numero consistente di famiglie dichiara di recarsi in modo intenzionale anche in altri luoghi per realizzare i propri acquisti. In particolare, la percentuale di famiglie trentine che dichiara di recarsi a fare acquisti anche in altri comuni della provincia diversi da quello di residenza è del 27,2%. La percentuale aumenta tra le famiglie che non abitano nei maggiori centri urbani e tra quelle più numerose. In generale, la motivazione prevalente che spinge agli acquisti fuori comune è rappresentata per il 49% dal maggior prezzo dei prodotti nel comune di residenza. Molto indicate sono anche motivazioni quali: vicinanza al luogo di lavoro o studio (specie per chi abita nei grandi centri urbani); la carenza dell'offerta commerciale (specie per chi risiede nei comuni più piccoli). In relazione alla frequenza di acquisto extracomunale, per il 58% delle famiglie è almeno di una volta alla settimana; solo per il 36,8% è limitata a una o due volte al mese.

La percentuale di famiglie trentine che intenzionalmente effettua acquisti di prodotti di largo e generale consumo fuori provincia è del 6%. In questo caso è prescelta la formula dell'ipermercato e delle grandi superfici di vendita (per il 78%), specie inserite

in un centro commerciale. Ciò è riconducibile alla cd. "shop expedition". Circa la metà delle famiglie che acquista fuori provincia lo fa con una frequenza di almeno una o due volte al mese. La meta preferita è la provincia di Verona, specialmente nell'area di Affi. La principale motivazione che spinge alla evasione extraprovinciale è rappresentata dalla convenienza di prezzo (per il 65,3%). Significativo un dato: il 12% delle famiglie che risiedono a Trento e Rovereto e che si recano fuori provincia per acquistare prodotti di largo e generale consumo indicano quale motivazione un più fruibile orario di apertura dei negozi.

Passando ad un secondo grande settore, si rileva una maggiore mobilità territoriale relativa agli acquisti di abbigliamento, calzature e pelletteria. Circa il 49% delle famiglie trentine acquista abitualmente questa tipologia di prodotti nel comune di residenza, ma un 40% si reca in un altro comune della provincia ed il 9% acquista con regolarità fuori provincia. Il dato medio è però poco indicativo: nasconde situazioni profondamente differenti tra i grandi centri urbani e i comuni minori, con rilevanti percentuali di evasione.

Se l'acquisto avviene nel comune di residenza, l'esercizio maggiormente fruito è il piccolo negozio (52,3%), seguito dalla grande superficie specializzata (24,8%), dall'ipermercato e dal grande magazzino (12%). Per la grande maggioranza si tratta di acquisti realizzati nei centri urbani, con una limitata frequentazione dei punti vendita siti nei centri commerciali. Le famiglie che acquistano in negozi della provincia posti in comuni diversi da quello di residenza, mostrano una preferenza per il grande negozio specializzato rispetto alla piccola dimensione. Invece, chi acquista fuori provincia ricerca in genere l'ipermercato o il centro commerciale.

La percentuale di famiglie che evade intenzionalmente verso negozi di altri comuni della provincia per acquisti di abbigliamento è del 55%. La principale motivazione: il fatto che nel proprio comune non esistono negozi che trattano i prodotti ricercati o, se presenti, offrono un assortimento limitato. Sono soprattutto le famiglie che abitano nei centri minori ad acquistare fuori dal comune di residenza (73,1%). Il 24,3% delle famiglie dichiara di recarsi intenzionalmente ad acquistare fuori provincia: la percentuale cresce proprio tra le famiglie che acquistano abitualmente fuori provincia anche beni di largo e generale consumo, a conferma della tendenza a concentrare la spesa in un'unica shop expedition. Il 51,6% delle famiglie che si reca fuori dalla provincia ad acquistare prodotti grocery acquista anche abbigliamento e calzature. Come per gli alimentari, la meta di acquisto più indicata è Affi. La principale motivazione resta legata al prezzo (61,6%), ma significativa è la percentuale di chi indica quale motivazione l'assortimento. Quasi un terzo delle famiglie che acquistano intenzionalmente abbigliamento fuori provincia spendono in tali occasioni il 40% del proprio budget annuale. Evidente che tale forma di evasione commerciale rappresenta già oggi un valore economico importante.

Per quanto riguarda elettrodomestici o grandi prodotti di elettronica, il 63% delle famiglie trentine ha acquistato negli ultimi cinque anni tali prodotti. In poco meno della metà dei casi l'acquisto è stato realizzato nel comune di residenza. Più del 6% si è recato in un esercizio commerciale di fuori provincia, con percentuale che risulta sensibilmente più elevata tra le famiglie che risiedono nei comuni di minori dimensioni. L'acquisto avviene in genere presso un grande negozio specializzato (68%), spesso non inserito in un centro commerciale. Tra le famiglie che acquistano fuori provincia risulta elevata la quota di acquisti all'ipermercato (30,4%).

L'acquisto all'esterno della rete commerciale del proprio comune di residenza è

spesso giustificato dall'assenza di esercizi (52%), ma la motivazione principale che spinge a effettuare acquisti di elettronica ed elettrodomestici sui negozi di fuori provincia è data dal prezzo (per il 72,7% delle famiglie). Tra le famiglie che abitano a Trento e Rovereto la motivazione di acquisto al di fuori dal comune di residenza è collegata soprattutto alla ricerca di una maggiore convenienza di prezzo. La meta preferita resta la provincia di Verona (31%), seguita da Vicenza (Bassano) e Bolzano. A differenza di quanto rilevato per gli acquisti di abbigliamento e calzature, in questo caso l'acquisto fuori provincia non è fortemente correlato ad acquisti grocery e dunque alla frequentazione dell'ipermercato o del centro commerciale. Per i prodotti in argomento pare ravvisarsi la fattispecie di "spedizioni" mirate, che portano ad una evasione di consumi rilevante. Circa il 40% delle famiglie che si è recata fuori provincia vi ha speso oltre i due terzi del proprio budget annuale per tali merceologie.

Per concludere, la mobilità commerciale più elevata sul territorio si riscontra per l'acquisto di mobili. Tra le famiglie trentine che negli ultimi cinque anni hanno acquistato mobili, il 43% li ha acquistati in un punto vendita situato in un comune della provincia diverso da quello di residenza. Addirittura il 21% ha acquistato in una struttura commerciale di fuori provincia. In questo caso, la percentuale di chi acquista nel comune di residenza è solo del 36%, ancora minore nel caso di coloro che abitano nei comuni minori. La maggior parte degli acquisti di mobili avviene in grandi negozi specializzati, ma si ha anche un 15% di acquisti diretti presso la produzione. La scelta di acquistare fuori comune è giustificata da carenze nella offerta, non distribuita in modo capillare sul territorio. La prima motivazione che spinge ad evadere è tuttavia riconducibile alla convenienza di prezzo, che spinge le famiglie all'acquisto verso le vicine province di Vicenza e Verona, per quote molto elevate del budget di spesa annuale.

Concludendo, e fornendo un breve esame in chiave storica, prendendo a riferimento una analoga indagine realizzata nel 1999, si evidenzia che nel corso degli ultimi cinque anni, e ciò vale per tutti e quattro i settori considerati:

- 1) è aumentata la mobilità "sistematica" interna alla provincia ma anche, e soprattutto, è incrementata la mobilità extraprovinciale;
- 2) la tendenza ha riguardato in modo particolare i settori dei mobili e degli elettrodomestici ed elettronica, in misura minore l'abbigliamento;
- 3) il principale attrattore sta divenendo la formula dell'ipermercato;
- 4) un'altra tendenza vede aumentare la dispersione negli acquisti fuori provincia su più province;
- 5) per quanto concerne le motivazioni che spingono le famiglie a oltrepassare i confini provinciali per effettuare gli acquisti, quella che ha assunto crescente rilevanza è la convenienza di prezzo, indicata come la principale motivazione per tutti i settori merceologici. Nel corso del periodo perdono invece di importanza sia l'aspetto qualitativo dei prodotti che l'ampiezza dell'assortimento (ciò indica peraltro che il servizio commerciale offerto in provincia è migliorato, anche se conta ancora piccole dimensioni e quindi maggiori prezzi);
- 6) un ultimo dato rileva che quasi il 10% delle famiglie trentine ha dichiarato di avere realizzato almeno un acquisto attraverso internet, specie per merceologie quali elettrodomestici, libri, dischi, abbigliamento.

3.3. INQUADRAMENTO GENERALE: TIONE

Le Valli Giudicarie, situate all'estremità sud-occidentale della Provincia di Trento, includono l'alto bacino del fiume Chiese fino al suo sbocco nel Lago d'Idro e il bacino del fiume Sarca, immissario del Lago di Garda, dalla sorgente nell'alta Val Rendena fino alla forra del Limarò. Possiedono una superficie di km² 1.176,51 pari al 18,9% della superficie provinciale (6.218,6 km²). Hanno una popolazione di 35.442 abitanti al censimento 2001, il 7,44% del totale provinciale, con una popolazione media per ciascuno dei 40 comuni pari a 886 unità.



Sono costituite da un territorio in prevalenza montuoso, con la colonizzazione che ha riguardato quasi esclusivamente il fondovalle e le pendici pedemontane.

Geograficamente il territorio si può suddividere in: Giudicarie Esteriori, con le zone di Lomaso, Bleggio e Banale; **Giudicarie Interiori**, che comprendono l'alto corso del Sarca (con la Val Rendena e la "Busa" di Tione) ed il bacino del Chiese.

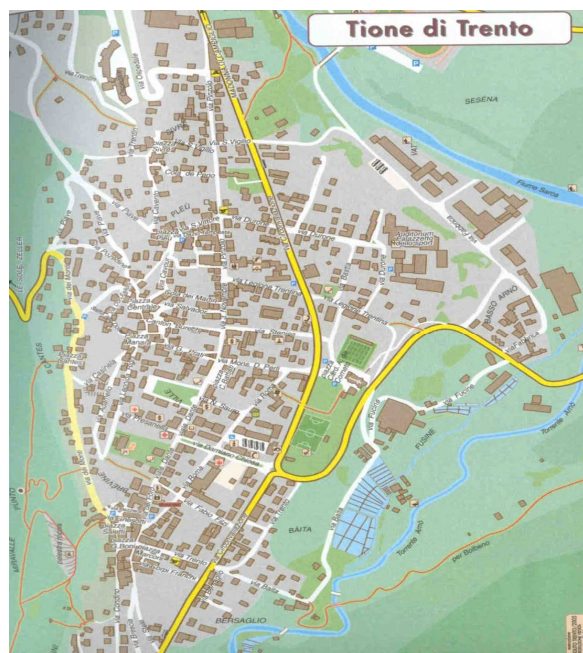
Tione di Trento è un comune di 3.562 abitanti. Situato in favorevole posizione, è punto di convergenza delle valli del Chiese, Rendena e Giudicarie Esteriori, un piacevole punto di partenza per gite ed escursioni nei gruppi Adamello, Brenta e Càdria (Alpi di Ledro). Offre un ampio ventaglio di itinerari ambientali, naturalistici e artistici. Si sviluppa ai piedi del Monte Gaggio, in una conca associata anche al nome di "Busa". Il ripiano su cui è posto il paese è attraversato dal fiume Sarca e dal torrente Arnò.

Tione è capoluogo delle Giudicarie, centro amministrativo, sede del Comprensorio C8, significativo polo commerciale (oltre 100 attività), scolastico e decanale.

Tione di Trento



Altitudine: 600 m s.l.m.
Superficie: 33 kmq.
Abitanti (2006): 3.562
Densità: 107 ab./kmq.
Frazioni: Saone



Assunse rilievo nella vita giudicariense dopo che vi fu spostata la sede giurisdizionale, prima posta a Stenico. Successivamente, con la riorganizzazione amministrativa e la conseguente abolizione del Principato Vescovile di Trento, crebbe di importanza, diventando sede di uffici giuridici, politici ed amministrativi.

Come borgata Tione si sviluppa nella seconda metà del XX secolo, estendendosi verso nord, allargandosi dai piedi del monte fin oltre la circonvallazione. Il paese ha mantenuto la precedente suddivisione in antichi rioni: Brevine, Cantes, Ville, Pleù, Sivrè e Basso Arnò.

E' per tradizione anche sede industriale (con lavorazione del legname, forme per calzature, fonderie, lavorazione di materie plastiche e marmo, autoaccessori, industrie alimentari e di costruzioni, piscicoltura), artigianale (mobili, officine, maglierie) e, come già esposto, certamente polo commerciale.

Annovera la frazione di Saone, che si estende nella parte nord est della Busa, sulla sponda destra del Sarca. Fino al 1700 dipendeva dalla Pieve di Bleggio. Dal 1810 al 1821 divenne frazione del Comune di Tione. Dal 1822 al 1927 fece comune a sé. Dal 1928 tornò frazione di Tione, pur mantenendo una propria specifica identità. Caratteristica la chiesetta di S.Giovanni Battista, posta a circa due chilometri dal paese, sulla statale che conduce a Ponte Arche.

Come detto, Tione è situato in una posizione estremamente favorevole che permette di accedere agilmente alla Val Rendena (sempre parte del Comprensorio delle Giudicarie), alla bassa Valle del Sarca ed alle Giudicarie inferiori e Valle del Chiese. Le valli Giudicarie e del Chiese coprono una buona parte di tutto il Trentino Occidentale, dal Lago d'Idro fino a Campo Carlo Magno (la Val Rendena è parte del Comprensorio) e fino a Ponte Arche, verso Trento.

Porta d'accesso al Trentino per le migliaia di turisti provenienti da Lombardia, Piemonte, Liguria ed Emilia occidentale la Valle del Chiese si presenta già come "trentina": poche industrie, verdi montagne, cime dolomitiche, precipizi e piccoli paesini arroccati attorno a chiese di secolare memoria.

I primi paesi sono Lodrone e Darzo che precedono Storo, il comune più vasto del Comprensorio (che comprende anche la Val Rendena e la valle del Sarca fino a Ponte Arche).

A livello storico, sono poche le tracce rimaste di un passato sostanzialmente agricolo e di emigrazione. Forse il segno più forte sta proprio nel nome, Giudicarie; tale termine ha una probabile origine longobarda dal latino medievale "Judicaria – da judicare" che sta per giudicarla, ossia territorio amministrato da un giudice – da judex – ed è riferito agli antichi distretti longobardi (VI–VII secolo), predisposti lungo la fascia dei grandi laghi prealpini, quale barriera difensiva dalle invasioni dei popoli del nord. Secondo un'altra teoria invece il termine Giudicarie starebbe a significare "giudicatura" dal giudice o vicario per mezzo del quale il principe vescovo di Trento le governava.

Poche tracce fisiche ma molta memoria storica: la gente ricorda e propone tramite rievocazioni i momenti tipici della vita passata: il lavoro di carbonai e boscaioli, le salite agli alpeggi, i primi lavori agricoli ad inizio stagione, il commiato degli emigranti, soprattutto gli arrotini, i mòleta (a Pinzolo un monumento apre il paese). Per scoprire qualcosa in più si può percorrere il sentiero etnografico Rio Caino.

Certo rimangono alcune chiese secolari, come Santa Maria Assunta a Condina (forse paleocristiana, del XII secolo), la parrocchiale di Roncone (XV secolo) ed alcune testimonianze dell'importanza strategica di questi luoghi durante il primo conflitto mondiale. In valle del Chiese rimangono Forte Larino, Forte Corno, Forte Carriola ed il cimitero Monumentale di Bondo. Più a nord, nelle vicinanze dei tre abitati di Preore, Ragoli e Coltura, si può visitare Iron, villaggio fantasma abbandonato durante l'infuriare della "peste" manzoniana del XVII secolo.

A livello gastronomico, la polenta la fa da padrona: carbonera, di patate ed accompagnata a spessa, selvaggina, inaffiata da vini trentini di varia origine.

Una citazione merita il Castello di Stenico, vicino a Ponte Arche, a 15' da Tione: ha una struttura molto movimentata che alterna luoghi ampi e solari a bui ed angusti locali prigione, scrigno di tesori molto importanti. Sopra Pieve di Bono rimangono invece i ruderi di Castel Romano, che domina tutta la Valle sottostante, patrimonio della casata dei Lodron nonostante tutte le vicende che ne hanno segnato la storia.

Infine, ripercorrendo la storia più recente, si scopre come i Comuni di Bolbeno e di Zuco furono, per quattro secoli, terre immunitarie del Capitolo della Cattedrale di Verona, che aveva su di esse sovranità diretta, mentre il resto del Territorio in esame dipendeva dal Principe Vescovo di Trento.

Solo dal 1813, con l'annessione del Trentino all'Austria, abolita la suddivisione in Pievi (entità politiche amministrative in cui furono suddivise le Giudicarie dal 1027-1803), tutto il territorio, compreso Saone, Comune della ex Pieve di Bleggio, venne a far parte di un unico distretto politico, quello di Tione.

Questa situazione si mantenne anche dopo l'annessione all'Italia (1918), ma con una grossa novità: da sette che erano i Comuni della "Busa", in seguito ad una legge del 1926 i territori vennero di autorità ridotti a due, quello di Tione in sponda destra e quello di Ragoli in sponda sinistra del Sarca (dal Rio Finale, confine con la Rendena, fino alla forra della Scaletta, confine con il Bleggio e col Banale). Nel secondo dopoguerra furono ripristinati gli antichi Comuni, ad eccezione di quello di Saone che preferì non staccarsi da Tione.

Ancora una notizia a chiusura di questi brevissimi cenni storici. Lo scritto più antico, finora conosciuto, relativo alle Giudicarie è del 927 (testamento del Vescovo Nokterio di Verona). Vi appare per la prima volta il nome "Judicaria" e "Belveno" - Bolbeno (Comune che ora fa parte della zona turistica delle Valli Giudicarie Centrali).

3.4. POPOLAZIONE

3.4.1. Popolazione Ambito L

L'Ambito L¹⁴, quello in cui ricade il comune di **Tione di Trento**, comprende 19 comuni, una quota parte di quelli ricadenti nel più esteso Comprensorio C.8 delle Giudicarie (trattasi di: Bocenago, Bolbeno, Breguzzo, Caderzone, Carisolo, Darè, Giustino, Massimeno, Montagne, Pelugo, Pinzolo, Preore, Ragoli, Spiazzi, Strembo, Tione,

¹⁴ gli ambiti sono stati individuati dalla normativa di riforma del commercio recata dalla LP 4/2000. Sono bacini commerciali omogenei, con una configurazione più utile rispetto a quella politica riconducibile Ai Comprensori.

Vigo Rendena, Villa Rendena, Zuclo).

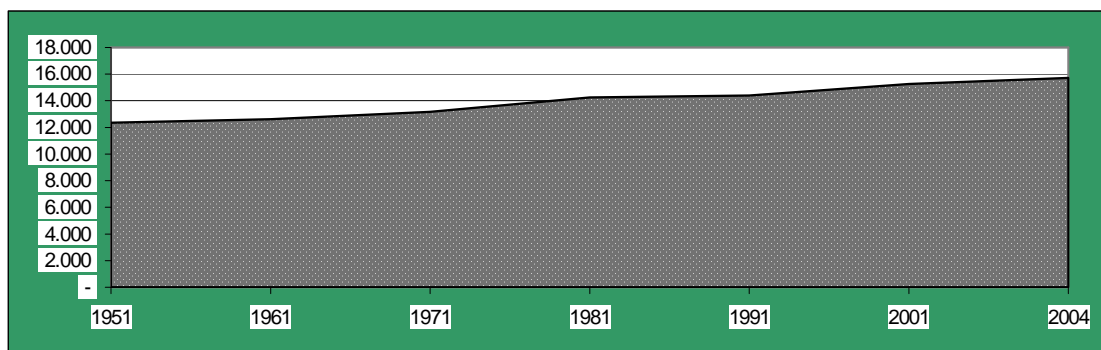
L'ambito rileva una serie storica della popolazione nel corso degli ultimi cinquanta anni in costante crescita, con accentuazione nel periodo più recente.

Al censimento 1951 nell'area si contava 12.346 abitanti, in rapporto ai 394.704 residenti dell'intera provincia: si configura una incidenza pari pertanto al 3,13%. Al censimento 1961 la popolazione residente nell'Ambito L passa a 12.612 unità, segnando un contenuto +2,15%. Raggiunge poi quota 13.154 abitanti a fine 1971, con ciò staccando un incremento nel decennio pari al 4,3%. Il trend positivo si conferma anche ai censimenti successivi, vale a dire a quello scadente a fine 1981, con 14.257 unità residenti, ed a quello di fine 1991, con 14.395 abitanti. Considerando che la popolazione provinciale a fine 1991 risulta di 449.852 unità, la demografia dell'Ambito L a tale riferimento temporale incide per il 3,2% sul totale, pertanto con un incremento di meno di un decimo di punto percentuale rispetto a quarant'anni prima (1951). Il dato 2001 indica per l'intero ambito L una popolazione residente di 15.257 unità, un deciso sviluppo (pari al +5,99%) rispetto al riferimento 1991, mentre risulta sostanzialmente stabile il peso in rapporto al totale provinciale (497.546), attestandosi lo stesso sul 3,07%. L'ultimo dato del 2004 rileva 15.716 abitanti dell'ambito L, un ulteriore incremento in un solo triennio del 3,01%.

Nel periodo considerato, che va dal 1951 al 2004, si è dunque sperimentata per l'Ambito L una crescita di 3.370 unità in valore assoluto e una evoluzione in termini percentuali pari al +27,3%, nel mentre si riporta come la provincia nella sua globalità abbia sperimentato uno sviluppo appena inferiore, pari al 26,06%.

Tavola 1 - Evoluzione demografica dell'Ambito L 1951/2004

anni	1951	1961	1971	1981	1991	2001	2004
residenti	12.346	12.612	13.154	14.257	14.395	15.257	15.716



3.4.2. Popolazione di Tione

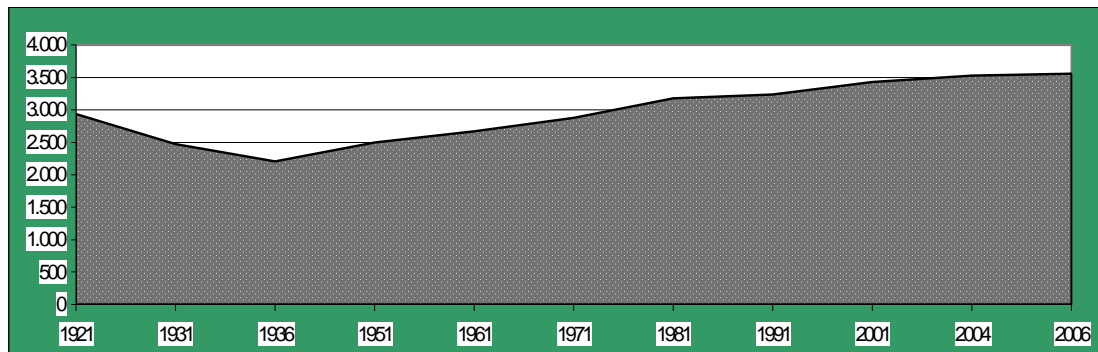
Il comune di Tione di Trento presenta un andamento nella numerica della popolazione residente molto simile rispetto a quello appena visto per l'intero ambito, in continua crescita nel periodo 1951-2006, come evidenzia la tabella seguente. L'analisi per Tione è illustrata fin dal lontano 1921.

Più nel dettaglio, limitando l'analisi a livello scritto all'ultimo cinquantennio, a fine 1951

risultavano censiti 2.501 abitanti, pertanto il 20,26% del totale Ambito L (12.346 unità alla stessa data). A fine 1961 si evidenzia una crescita sensibile della popolazione, fino a quota 2.671, dunque +170 unità, per un +6,80%.

Tavola 2 - Evoluzione demografica di Tione 1921/2006

anni	1921	1931	1936	1951	1961	1971	1981	1991	2001	2004	2006
resid.	2.933	2.471	2.205	2.501	2.671	2.877	3.174	3.240	3.425	3.528	3.562



Al censimento successivo (1971) la dinamica non muta: 2.877 unità, +206 residenti, un'altra evoluzione rilevante e pari al 7,71%. Lo stesso dicasi per il decennio che si conclude a fine 1981, data alla quale si contano 3.174 residenti, una ulteriore evoluzione di +297 unità, per un +10,32%, l'incremento maggiore da inizio periodo. Nel decennio successivo si assiste invece ad una fase di crescita più contenuta, che porta pur tuttavia ai 3.240 residenti di fine 1991 (+66 unità sul 1981, una evoluzione percentuale di poco più di 2 punti percentuali). Nel periodo seguente si assiste ad una ripresa accentuata, con 3.425 unità censite a fine 2001, dunque 185 in più rispetto al 1991 (+5,71%). Al 2004 la crescita torna ad essere in proporzione più discreta, registrando 3.528 abitanti (+3,01%). Per effetto del più contenuto trend di crescita che ha caratterizzato l'intero Ambito L nel periodo 1951/2004 (+27,30%), l'incidenza del comune di Tione come demografica sale a fine 2004 al 22,45%, dunque quasi due punti percentuali e mezzo in più rispetto al 1951 (era del 20,25%).

In sintesi, Tione ha sperimentato nel periodo (1951-2004): una evoluzione in valore assoluto di 1.061 unità; una crescita percentuale pari al +41,06%, dinamica dunque ampiamente più favorevole rispetto a quella già valida sperimentata dall'Ambito L nella sua interezza, che come detto si associa ad una crescita del 27,3%, comunque superiore a quella della intera provincia (+26,06%).

L'ultimo dato disponibile, aggiornato a inizio 2006, evidenzia una ulteriore evoluzione nella demografica di Tione, che porta a toccare quota 3.562 abitanti (+1% rispetto al 2004, +4% rispetto all'inizio del decennio).

Una analisi di maggiore dettaglio riferita alla residenzialità è riportata nella seguente tavola, che evidenzia la demografica per via.

Tavola 3 – Popolazione per singola via/località di Tione al 1° gennaio 2006

LOCALITA'	N.	LOCALITA'	N.
CANTON BURECH	24	VIA DEI MONTI	167
COLA DE PENO	31	VIA DEL BUSTON	40
COLA DEI MARTIN	13	VIA DEL CASELLO	8
LOC. CONCHE	1	VIA DEL FORO	64
LOC. MASERE	1	VIA DELE VACHE	13
LOC. SPARMEZAN	2	VIA DELLA CROCE	14
LOCALITA' ARASIN	4	VIA DELLA CROS	39
LOCALITA' CAPPELER	3	VIA DON GIOVANNI FAILONI	39
LOCALITA' GIARDINI	32	VIA DURONE	140
LOCALITA' POLIN	209	VIA FABBRICA	83
LOCALITA' TASSERA	1	VIA FABIO FILZI	34
PIAZZA ARMANDO DIAZ	1	VIA FUCINE	15
PIAZZA CARDINAL A. DA CORNETO	16	VIA GIOVANNI PRATI	53
PIAZZA CAVALIER GUIDO BONI	20	VIA ITALO BALBO	11
PIAZZA CESARE BATTISTI	7	VIA LEGIONE TRENTINA	123
PIAZZA LUCIANO MANARA	10	VIA MADRUZZO	16
PIAZZA MARCONI	10	VIA NUOVA	19
PIAZZA MIRADIO SALETTI	12	VIA OSPEDALE	45
PIAZZA ORESTE BARATTIERI	12	VIA PER SCRANIGA	28
PIAZZA PLEU'	14	VIA PIAVE	98
PIAZZA SIVRE'	32	VIA PINZOLO	232
SALITA ALLE DOSSE	31	VIA POZEDINE	5
VIA ADAMELLO	48	VIA PRESANELLA	19
VIA BAITA	36	VIA REGINA ELENA	43
VIA BASTIA	14	VIA ROMA	99
VIA BERSAGLIO	30	VIA SALVADOR	16
VIA BEZZECA	27	VIA SAN VIGILIO	87
VIA BRESCIA	38	VIA SAN VITTORE	19
VIA CARE' ALTO	56	VIA STELE	12
VIA CASINELLA	15	VIA STENICO	54
VIA CAVALIER LEONIDA RIGHI	69	VIA TONAI	6
VIA CAVENTO	54	VIA TRENTIN	35
VIA CAVOUR	64	VIA TRENTO	101
VIA CENGLO	66	VIA 24 MAGGIO	11
VIA CIRCONVALLAZIONE	252	VIA 3 NOVEMBRE	74
VIA CONDINO	141	VIA 4 NOVEMBRE	84
VIA CORPI FRANCHI	12	VIALE DANTE	128
VIA DAMIANO CHIESA	19	VIALE M. DONATO PERLI	30
VIA DAZIO DI TEMPESTA	31	TOTALE	3.562

3.5. ATTIVITA' COMMERCIALI AL DETTAGLIO

3.5.1. Premessa

Con la collaborazione degli Uffici comunali si è proceduto a una dettagliata analisi del settore commerciale di Tione, che ha riguardato dati di carattere quantitativo e variabili a contenuto qualitativo, con lo scopo di rendere la trattazione più ricca e completa.

L'analisi che segue è fondamentale in considerazione del fatto che le attività

commerciali rivestono un ruolo fondamentale per consentire l'avvio di ogni iniziativa di sviluppo del centro storico ed aree interagenti. Si associano infatti a numerosi plus: svolgono funzione di coesione sociale e di servizio ai residenti, possono risultare attrattive rendendo vivo e piacevole il centro, anche ricordando che la funzione shopping, e più in generale la passeggiata in centro, sono aspetti fondamentali da ricercare ed agevolare.

3.5.2. Tione come polo di gravitazione commerciale sovracomunale

La Provincia ha proceduto alla individuazione¹⁵ di una serie di centri di attrazione commerciale sovracomunale.

Si tratta di ambiti nei quali il commercio, per tradizione o in prospettiva, assume forti connotazioni, il che comporta l'avvio di una serie di procedure atte a consentire un potenziamento e la stessa insediabilità di nuove grandi strutture di vendita e/o centri commerciali al dettaglio. In relazione a ciò la Provincia ha proceduto ad assegnare a tali Comuni/centri dei contingenti di superficie per le nuove attivazioni di grandi strutture di vendita.

In sintesi sono stati individuati 14 Ambiti (7.743 esercizi e una superficie totale di 859.989 mq di superficie netta di vendita). La Provincia ha definito 61.076 mq come limite di superficie autorizzabile (di cui 18.323 mq per il settore alimentare/misto e 42.753 nel non alimentare), da assegnare nei 35 centri di attrazione sovracomunale e nei 5 comuni di maggior dimensione.

Nello specifico, il riferimento è l'**AMBITO L "Val Rendena - Busa di Tione"**. E' un ambito di 3° livello, con 19 comuni, 15.016 abitanti; 374 esercizi; una superficie totale di mq 35.387.

Con **Delibera della Giunta Provinciale n. 1363 del 13 giugno 2003** sono stati definiti per l'ambito in argomento i limiti di superficie autorizzabili, pari a mq 1.943, e di riparto fra i centri abilitati: Tione mq. 486 NA; Giustino mq. 485 settore A/M; Villa Rendena mq. 486 NA; Zuclò mq. 486 NA.

La variante di urbanistica commerciale, peraltro ancora da avviare nel caso di Tione, dovrà prevedere il posizionamento del contingente provinciale in un ambito da classificare e definire urbanisticamente come "area commerciale specializzata" o "area commerciale integrata", anche alla luce delle istanze avanzate da privati e, in particolare, delle scelte strategiche e di sviluppo commerciale, ma non solo, avviate dalla Amministrazione.

Riguardo la classificazione di cui si tratta, si evidenzia che la definizione di area commerciale integrata è rinvenibile nel disposto dell'articolo 3, comma 6, della delibera 340 della Giunta Provinciale di data 16 febbraio 2002 (modificata con delibera n.2280 di data 19 settembre 2003), che recita come "Negli strumenti urbanistici e ai fini dei presenti criteri si definisce:

- a) zona commerciale specializzata un'area destinata al commercio al dettaglio nella quale è consentito, ai sensi degli articoli 5, 6 e 10, l'insediamento anche a seguito

¹⁵ ai sensi dell'articolo 12 della delibera della Giunta Provinciale n.339/2001 e degli articoli 6 e 10 della delibera della Giunta Provinciale n. 340/2001

- di nuove aperture di grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali al dettaglio e le strutture equiparate di cui all'articolo 14 del regolamento della legge. In tali aree è consentito anche l'insediamento di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita, con gli eventuali relativi uffici e locali di deposito nonché, con funzione di completamento dell'offerta commerciale presente nelle singole strutture edilizie, di pubblici esercizi e di attività artigianali di servizio;
- b) area commerciale integrata un'area mista, prevalentemente destinata ad attività commerciali al dettaglio nella quale, oltre alle funzioni ed attività consentite nelle zone commerciali specializzate, sono previste ulteriori funzioni ed attività, quali funzioni direzionali, attività di servizio ed eventuali attività culturali, sportive e ricreative.”

Il comma 7 dell'articolo 3, come modificato, riporta inoltre: “In considerazione degli effetti urbanistici provocati sul territorio dalle zone commerciali specializzate e dalle aree commerciali integrate la loro collocazione dovrà essere prevista dal piano regolatore generale tenuto conto dell'assetto complessivo dello stesso con particolare riguardo al rapporto con la viabilità e gli accessi dalla stessa, nonché all'impatto paesaggistico ed ambientale.”

L'articolo 6, comma 6, della delibera 340, evidenzia che i Comuni considerano nella previsione e localizzazione delle zone commerciali specializzate e aree integrate, i seguenti criteri:

- a) priorità ad eventuali aree commerciali già esistenti, particolarmente se infrastrutturate o parzialmente utilizzate, purchè idonee in rapporto ai criteri successivi;
- b) localizzazione di facile accesso rispetto al bacino di utenza e in prossimità alle principali vie di comunicazione e trasporto pubblico;
- c) localizzazione nell'ambito urbanizzato evitando se possibile occupazione di territorio aperto, con posizione defilata rispetto alle visuali panoramiche e rispettose dei caratteri del paesaggio;
- d) facilità di infrastrutturazione, specie per le dotazioni di parcheggio.

3.5.3. I Criteri comunali per le medie strutture di vendita

La legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 di riforma del commercio assegna ai Comuni due fondamentali incombenze:

- la verifica della compatibilità dei loro strumenti urbanistici rispetto ai criteri generali come dettati dalla Provincia;
- la definizione ed approvazione dei Criteri per l'insediamento delle medie strutture di vendita.

I “Criteri per l'insediamento di nuove medie strutture di vendita”¹⁶, vale a dire le realtà con superficie netta di vendita compresa fra i 100 ed i 400 m² nel caso di Tione, sono stati redatti ai sensi dell'articolo 3, comma 3 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 e dell'articolo 5 della deliberazione della Giunta provinciale n. 339 di data 16 febbraio 2001 ed adottati con deliberazione del Consiglio Comunale n. 26 di data 24 novembre 2004.

¹⁶ strumento più comunemente noto come “Piano commerciale comunale”

Sostanzialmente prevedono nuove possibilità di attivazione per medie strutture di vendita pari a 145,8 mq per il settore “alimentare” e 396 mq per il settore “non alimentare”, a oggi fruite nel caso del settore “non alimentare” per 383,30 mq richiesti in blocco unico, il che indica limitata appetibilità commerciale del comune, posto che in altri casi i contingentanti vengono invece esauriti rapidamente.

All'articolo 8 i Criteri normano che le medie strutture di vendita possono ampliarsi nella superficie fino al massimo del 100% della superficie precedentemente autorizzata. La struttura di vendita che, per effetto dell'ampliamento ottenuto, abbia oltrepassato la soglia di cui all'art. 2, comma 1, lett. b) della legge (e cioè i 400 m²) non potrà successivamente beneficiare di ulteriori ampliamenti per almeno un triennio dalla data dell'ampliamento stesso.

Resta possibile l'ampliamento di superficie di esercizi di vicinato purché esistenti alla data del 24 maggio 2000 e fino al limite massimo dei 200 m². La nuova media struttura così attivata non potrà essere ampliata o concentrata per tre anni decorrenti dall'autorizzazione all'ampliamento.

Non è consentita la realizzazione di medie strutture di vendita a seguito di concentrazione di esercizi di vicinato.

3.5.4. Struttura commerciale: dati medi per l'Ambito L e per il comune di Tione in serie storica

Di seguito si forniscono una serie di dati riferiti all'evoluzione nel periodo più recente della rete commerciale, a livello comunale e per l'intero Ambito.

Per uniformità di rilevazione la comparazione fra comune e ambito è resa possibile limitatamente al periodo 1993/1998, mentre in seguito l'analisi circoscritta alla realtà di Tione presenta dati aggiornati al 2006.

A seguire si evidenzierà in dettaglio l'attuale offerta commerciale del comune, resa possibile da rielaborazioni effettuate con la collaborazione degli Uffici comunali, anche a seguito della pregiudiziale fase di conversione delle autorizzazioni amministrative, conclusasi nel corso dell'anno 2004.

I dati sono forniti anche con disaggregazione riferita a dimensionamento (piccole, medie, grandi strutture di vendita) e settore merceologico (alimentare, non alimentare, misto).

3.5.4.1. L'Ambito L

L'analisi condotta a livello di Ambito L è ripresa visivamente in toto nella successiva tavola.

Nel periodo iniziale si rileva una lieve contrazione nella **numerica degli esercizi al dettaglio**, che passano dai 384 censiti a fine 1993 ai 374 rilevati invece a fine 1998. Il saldo a livello di ambito risulta pertanto negativo per 10 unità, pari a circa il 2,6%. Anche il trend provinciale è caratterizzato da una contrazione: dagli 8.319 esercizi del 1993 ai 7.743 del 1998.

Invece, appare in evoluzione a livello di ambito il trend della **superficie netta di**

vendita, che passa da 32.290 a 35.387 m², con un +9,59%. Su tale dato incide sostanzialmente l'influenza delle grandi strutture, concentrate in pochi comuni (Pinzolo e, appunto, Tione), che condizionano il valore medio, portando ad un dato in parte "gonfiato". Decisamente meno accentuato appare il trend sperimentato dalla provincia nel suo complesso, con una dinamica di sviluppo che porta da quota 822.943 fino a 859.989 m², con una evoluzione dunque pari al +4,5%.

Per effetto dei due valori sopra esposti (connotati da dinamiche aventi segno opposto), un terzo valore scaturente dal rapporto fra i primi due e riferito alla **superficie media netta di vendita** per esercizio mostra un andamento che appare positivo. La superficie media per esercizio incrementa per l'Ambito L da 84,09 a 94,62 m², con un +12,52%. Si è avviato anche in loco il processo che diffusamente sta portando verso una maggiore concentrazione dell'offerta, che pur evolvendo si mantiene però su valori ancora inferiori rispetto a quanto rilevato a livello provinciale (98,92 m² per esercizio nel 1993 e 111,07 m² per esercizio cinque anni dopo; una evoluzione pari al +12,28%).

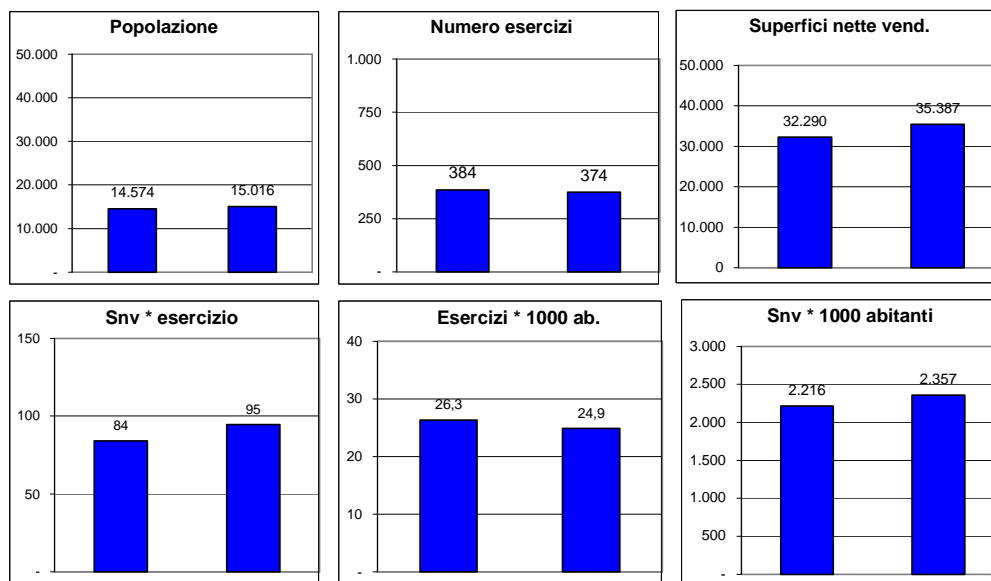
Seguendo la tendenza riscontrata a livello provinciale diminuisce anche nell'Ambito L, seppure in misura molto contenuta, il numero di **esercizi in rapporto a 1000 residenti**. Il parametro passa nel quinquennio da 26,35 a 24,91 con un trend equiparabile a quello provinciale, che tuttavia resta associato ad una densità inferiore (da 18,2 a 16,48 esercizi per 1000 abitanti).

La **superficie netta di vendita per 1000 abitanti** incrementa a livello di Ambito L da 2.216 a 2.357 m²/1.000 abitanti, segnando un +6,37%. Mostra una evoluzione, lieve, anche il dato provinciale, da 1.800 a 1.830 m²/1000 abitanti, valori decisamente meno elevati rispetto a quelli riscontrati per l'ambito.

La tavola seguente riassume i dati esposti.

Tavola 4 - Evoluzione commerciale dell'Ambito L 1993/98

Anni	Residenti	Esercizi	Snv totale	Snv/es.	Es./1000 ab	Snv/1000 ab
1993	14.574	384	32.290	84,09	26,35	2.215,59
1998	15.016	374	35.387	94,62	24,91	2.356,62



3.5.4.2. Il comune di Tione

In questo caso è possibile riportare anche dati recenti nonché quelli scaturenti dalla fase ricordata di conversione delle autorizzazioni amministrative, conclusasi nel corso della primavera del 2004.

Grazie alla collaborazione degli Uffici comunali si è potuto verificare la situazione del commercio in Tione con dati aggiornati ad inizio 2006.

Con riferimento alla **numerica degli esercizi commerciali** si rileva una evoluzione di lungo periodo in Tione, per effetto del saldo attivazioni/cessazioni, attivo in particolare nel periodo 1998/2004.

Le attività erano 103 nel 1993 (oltre a 4 associate a superficie di vendita nulla).

Scendono a 101 cinque anni più tardi, con una contrazione relativamente contenuta, poco meno di 2 punti percentuali, sostanzialmente simile alla dinamica dell'intero ambito, che sperimenta anch'essa nel periodo 1993/98 una contrazione di circa il 2,6%.

Il rilevamento ad aprile 2004 evidenzia una evoluzione accentuata, con 117 esercizi, un saldo attivo per 16 unità, pari ad una crescita del 15,84%.

Per il 2006 si registra invece un saldo negativo di 3 unità, pari al -2,56%, portando il valore totale degli esercizi a quota 114.

La crescita complessiva nella numerica delle attività di vendita al dettaglio (sempre in termini di punti vendita) nel periodo dal 1993 al 2006 è pari al 10,68%.

Risulta chiaro il ruolo di polo commerciale che ancora oggi, ma anche sempre maggiormente, risulta essere svolto dal comune di Tione.

La **superficie di vendita complessiva** a livello comunale passa nel quinquennio iniziale (1993/98) da 10.078 a 10.272 mq. Arriva a quota 13.219 mq a seguito della conversione delle autorizzazioni e di altre dinamiche aggiornate a fine aprile 2004. Nel 2006 si registra una lieve diminuzione, con 13.188 mq di superfici espositive complessive.

L'evoluzione è dell'1,92% nel periodo 1993/98 e del 28,69% dal 1998 al 2004, mentre la flessione dal 2004 al 2006 è minima (-0,23%). L'evoluzione cumulata 1993/2006 supera il 30%: per la precisione, vale il 30,86%.

Per effetto della dinamica congiunta dei due valori sopra menzionati, che vede prevalere l'evoluzione nelle superfici totali rispetto al numero di attività, il parametro **superficie di vendita per esercizio** appare in continua evoluzione.

La superficie media per esercizio era di 97,84 m² nel 1993 e sale a 101,7 mq a fine 1998, un +3,95%. Si ricorda la dinamica per l'ambito, da 84,09 a 94,62 mq, con una evoluzione dunque più ampia e pari al +12,52%. Il dato in Tione incrementa poi drasticamente nel periodo più recente, per arrivare ai quasi 113 mq a fine aprile 2004 e addirittura ai 116 mq nel 2006. Il valore appare elevato, almeno in rapporto all'ambito.

Confermando inizialmente le tendenze riferite ad ambiti territoriali allargati (anche lo stesso Ambito L), che vedono una contrazione in tale parametro, anche nel comune oggetto della presente analisi il **numero di esercizi in rapporto a 1000 residenti** decremента.

Il valore passa nel quinquennio 1993/98 da 31,4 a 30,07, una contrazione del 4,23%. La densità resta comunque superiore rispetto a quella dell'ambito, che vede il valore passare nel quinquennio da 26,35 a 24,91, mentre per la provincia scende da 18,2 a 16,48 esercizi ogni 1000 abitanti. Nel periodo più recente, invece, la dinamica muta e la densità in Tione, sempre espressa come numero di esercizi in rapporto a 1000 residenti, aumenta a fine 2004 e tocca quota 33,43. Si attesta infine, nel 2006, a quota 32.

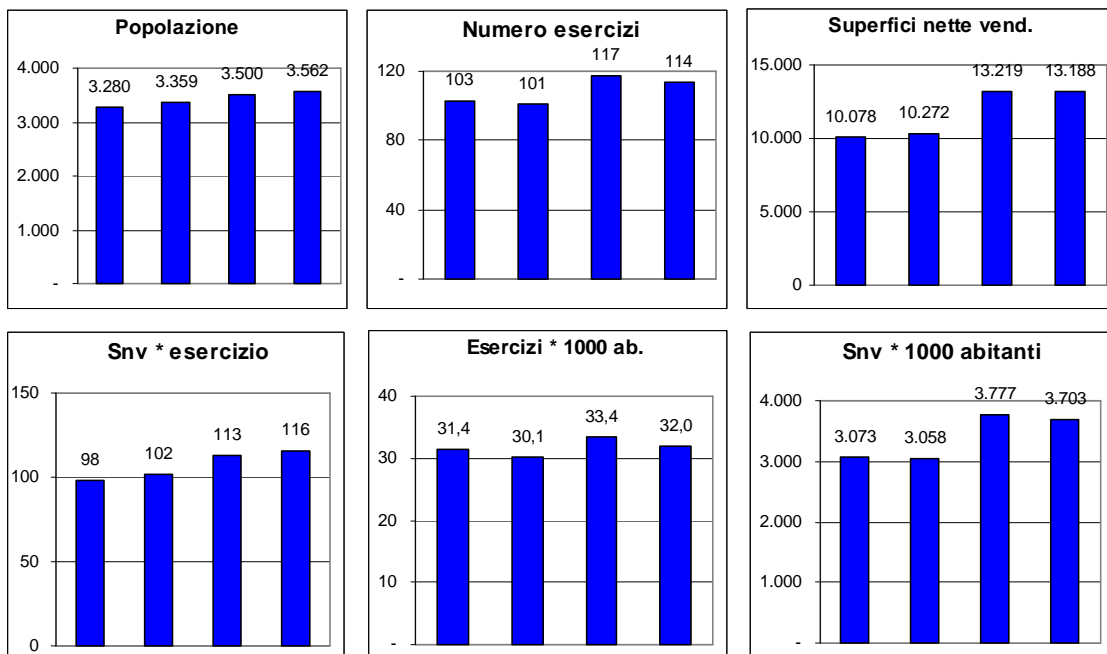
Infine, la **superficie netta di vendita per 1000 abitanti** appare molto elevata ed in evoluzione nel lungo termine. Nel periodo iniziale (1993/98) si mantiene in un intorno di 3.060 mq, per poi crescere drasticamente fino ai 3.702 mq attuali. Si ricorda, a titolo di mero raffronto, che a fine 1998 si contano 2.356 mq per l'Ambito L ma anche 1.830 mq come valore medio valido per l'intera provincia.

Gli ultimi due parametri analizzati evidenziano con una certa chiarezza come l'offerta commerciale locale appaia significativa ed articolata, tale da non rivolgersi ai soli residenti ma capace di esercitare una qualche capacità di attrazione su ambiti territoriali anche relativamente estesi.

La tavola seguente riassume i dati esposti.

Tavola 5 - Evoluzione commerciale di Tione 1993/2006

Anni	Residenti	Esercizi	Snv totale	Snv/es.	Es./1000 ab	Snv/1000 ab
1993	3.280	103	10.078,00	97,84	31,40	3.072,56
1998	3.359	101	10.272,00	101,70	30,07	3.058,05
2004	3.500	117	13.219,33	112,99	33,43	3.776,95
2006	3.562	114	13.188,33	115,69	32,00	3.702,51



3.5.5. Struttura commerciale attuale in Tione

3.5.5.1. Numero esercizi

Tione conta (inizio 2006) 114 esercizi. Il dato risulta così disaggregabile: 10 esercizi del settore alimentare "puro"; 15 di generi misti (alimentari + non alimentari); 89 di non alimentari. In particolare si rilevano nell'ambito dei numeri appena esposti, 9 autorizzazioni relative a tabelle speciali (n.1 articoli per farmacie, n.6 articoli per rivendite di generi di monopolio, n.2 articoli per impianti distribuzione carburanti).

Fra i 114 esercizi complessivi ricadono anche 3 attività inserite in una struttura "centro commerciale al dettaglio", ai sensi di quanto disposto dalla legge provinciale 4/2000. Il centro commerciale è posizionato a valle dell'abitato, in una zona in parte decentrata, che presenta delle forti connotazioni produttive.

Il posizionamento territoriale delle attività commerciali al dettaglio, anche a livello di singola via, è visualizzato nelle seguenti tavole.

Tavola 6 – Consistenza della rete commerciale complessiva di Tione 2006

DENOMINAZIONE DITTA INDIVIDUALE	INDIRIZZO	MERCEOLOGIA
AGNOLI LUIGI	Via Legione Trentina n. 9	Non alimentare
AGRARIA 2000 DI BALLARDINI MAURIZIO E C. SNC	Via Pinzolo n. 57	Mista
ALBERTI CINZIA	Via 3 Novembre n. 6	Non alimentare
ANTOLINI ARREDAM DI ANTOLINI O. & C. SNC	Via Circonvallazione n. 53	Non alimentare
ARMANI ARREDO CASA SRL	Via Circonvallazione n. 5	Non alimentare
ARMANI MONICA	Via Brescia n. 1	Non alimentare
ARMERIA FESTI DI FESTI F. GIANNI & C. SNC	Via Pinzolo n. 48	Non alimentare
ASPIAG SERVICE SRL	Via Pinzolo n. 27	Mista
AUTOFFICINA VALENTINI DI V. GRAZIANO & C.	Via Trento n. 12	Non alimentare
BANAMA DI CARINI MARCO & C. SNC	Via 3 Novembre n. 36	Mista
BATTOCCHI ANTONIO	Via Corpi Franchi n. 6	Non alimentare
BATTOCCHI S.P.A.	Via Circonvallazione n. 71	Mista
BERTELLI ANTONIO & C. SNC	Via 3 Novembre n. 34	Non alimentare
BERTELLI CORNELIO	Via Brescia n. 5	Non alimentare
BLU INTIMO SAS DI CADENELLI PAOLA & C.	Via 3 Novembre n. 23	Non alimentare
BONAZZA ITALO	Via Del Foro n. 4/A	Non alimentare
BONOMI ARRIGO	Via G. Prati n. 3	Non alimentare
CALZOLERIA SPORT SNC DI LINO ZAMBONI & C.	Via Pinzolo n. 35	Non alimentare
CAMPANA RICCARDO	Viale M. D. Perli n. 10	Mista
CAMPIGLIOTRE SRL (EUROSPIN)	Via Fabbrica n. 9	Mista
CARTASERVICE SNC DI GEOM. PAOLO PIZZINI	Viale M. D. Perli n. 10/A	Non alimentare
CARTOLIBRERIA B. ANTOLINI SNC DI ANTOLINI	Viale Dante n. 5	Non alim.+Giornali
CASA AMICA DI SANTONI DIVINA & C.SNC	Via del Foro n. 6/C	Non alimentare
CASEIFICIO PINZOLO - FIAVE' - ROVERETO SCRL	Viale Dante n. 33	Alimentare
CERERIA G. GIOVANELLI SRL	Via Baita n. 22	Non alimentare
COLO' NADIA	Via Pinzolo n. 40	Non alimentare
COLORIFICIO FAILONI DI FAILONI MARIO & M SNC	Via 3 Novembre n. 27	Non alimentare
COMPOSTELLA CIRO	Via Trento n. 11	Non alimentare
COOPERATIVA MANDACARU' SCARL	Via Circonvallazione n. 66	Mista
CRISAL SNC DI SALVATERRA M.CRISTINA & C.	Via 3 Novembre n. 14	Non alimentare
DAST SRL	Viale Dante n. 10	Non alimentare
DORNA STEFANO	Viale Dante n. 35	Non alimentare

EFFEPIERRE DI FERRAZZA ROBERTA & C. SNC	Viale Dante n. 40	Non alimentare
EFFEPIERRE DI FERRAZZA ROBERTA & C. SNC	Viale Dante n. 34	Non alimentare
ETERNITY DI POLLA L., CAULI A., CAZZOLLI L.	Via 3 Novembre n. 30	Non alimentare
EUROBRICO SPA	Via Fabbrica n. 9	Mista
EUROSYSTEM SRL	Via Pinzolo n. 56	Non alimentare
F.LLI BALLARDINI CARNI SNC	Via del Foro n. 14	Alimentare
F.LLI BALLARDINI CARNI SNC	Via del Foro n. 10/B	Mista
F.LLI BENINI DI BENINI CLAUDIO E PAOLINA SNC	Via Roma n. 25	Non alimentare
F.LLI CARLI SAS DI CARLI SILVANO & C.	Via Pinzolo n. 6	Mista
F.LLI GHIRARDINI ARNALDO E GIORGIO SNC	Via F. Filzi n. 1	Non alimentare
FAILONI CARLA	Via Pinzolo n. 19	Non alimentare
FAMIGLIA COOP. GIUDICARIE soc. coop.	Via F. Filzi n. 16	Mista
FAMIGLIA COOP. GIUDICARIE soc. cooperativa	Via Balbo n. 2	M + Giornali
FAMIGLIA COOP. GIUDICARIE soc. cooperativa	Via 3 Novembre n. 22	Mista
FARMACIA BONI GUIDO E GIULIO SNC	Viale Dante n. 42	Mista + TSFarm.
FEDRIZZI GRAZIANA	Via del Foro n. 20	Non alimentare
FERRARI PAOLO	Viale Dante n. 53	Non alimentare
FILOSI BONA	Via Legione Trentina n. 6	Non alimentare +
FLOOR GROUP SRL	Via Circonvallazione n. 14	Non alimentare
FREE STYLE SAS DI REVELLI LUANA & C.	Via Fabbrica n. 9	Non alimentare
GASPERI MARINA	Via Pinzolo n. 25/A	Mista
GHEZZI LORIS	Via Durone n. 30	Non alimentare
GHIRARDINI ROBERTO	Viale Dante n. 49	Non alimentare
GIRARDI ORESTE	Via 3 Novembre n. 11	Alimentare
GOTTARDI EROS	Via Damiano Chiesa n. 13	Non alimentare
GOTTARDI FRANCO	Viale Dante n. 50	Non alimentare
GV. DI GOTTARDI MAURO E C. SAS	Via del Foro n. 6/A	Non alimentare
INES GIOIELLI SAS DI GIRARDINI INES E C.	Via 3 Novembre n. 7	Non alimentare
INTRADE SRL	Via Pinzolo n. 42	Non alimentare
IORI ANNAMARIA	Via Pinzolo n. 12	Non alimentare
KNB DI SALVATERRA BRUNA & C. SNC	Via Presanella n. 4	Non alimentare
LA CHIMERA LIBRERIA DI VIOLATO LARA SNC	Via del Foro n. 4	Non alimentare
LA SIRENA	Via Roma n. 27/B	Alimentare
LEONARDI MAURIZIO	Via Durone n. 43	Non alimentare
LINEA VERDE PICCOLA SCARL	Viale Dante n. 23	Non alimentare
LORANZI MICHELE	Via Circonvallazione n. 56	Non alimentare
LORENZETTI DELFINA	Via Presanella n. 10	Non alimentare
LORENZETTI LIA	Via Pinzolo n. 23/A	Non alimentare
LORENZI GILIO	Via Circonvallazione n. 64	Non alimentare
LORENZI GILIO	Via Roma n. 23	Non alimentare
MAFFEI EMILIO	Via Circonvallazione n. 58	Non alimentare
MAFFEI ENRICO	Via Durone n. 4/A	Alimentare
MAGRI MAURIZIA	Via Trento n. 37	Non alimentare
MASE' GIACOMO	Via 3 Novembre n. 43	Non alimentare
MAZZONI ADRIANA E C. SNC	Viale Dante n. 32	Non alimentare
MICOL SNC DI TERZI MICOL E C.	Via del Foro n. 10/A	Non alimentare
MORELLI GIANNI	Via Pinzolo n. 25	Non alimentare
MORSELLINO ANDREA	Via 4 Novembre n. 49	Non alimentare
NEW THINGS DI GIRARDINI STEFANO E C. SNC	Via 3 Novembre n. 3	Non alimentare
NICOLUSSI ROSALBA	Viale Dante n. 1	Non alimentare +
ORTOFRUTTA BERTOLINI CORNELIO SRL	Via Canton Burech n. 1/A	Alimentare
OTTICA FOTO OLIANA SNC	Viale M. D. Perli n. 20	Non alimentare

PAROLARI FRANCESCO	Via Roma n. 4/A	Non alimentare
PAROLARI GILDO srl	Via Pinzolo n. 72	Non alimentare
PAROLARI ITALO E LUCIANO SNC	Via Pinzolo n. 49	Non alimentare
PAROLARI LUCIANA	Via 3 Novembre n. 19	Alimentare
PAROLARI LUCIANO	Via Pinzolo n. 21	Alimentare
PASTICC. RUBINELLI DI RUBINELLI LINO & C. SNC	Via Damiano Chiesa n. 14	Alimentare
PIK DI AIOLFI BRUNA & MATTEI SUSANNA SNC	Via Presanella n. 14	Non alimentare
POLLA ELISA	Viale Dante n. 47	Non alimentare
PUPULIN MIRELLA	Via del Foro n. 6	Non alimentare +
SALVATERRA GIORGIO E BUFFI FAUSTINO SNC	Via Pinzolo n. 70	Non alim.+ TS Carb.
SALVATERRA GIOVANNI	Via Circonvallazione n. 93	Non alimentare
SALVATERRA IOLANDA	Via 3 Novembre n. 45	Non alimentare
SANIT DI MALPOCHER NADIA & C. SNC	Via Legione Trentina n. 10	Non alimentare
SCAIA LAURA	Via Pinzolo n. 3	Non alimentare
SCAIA TULLIO E SERGIO SNC	Via del Foro n. 24	Non alimentare
SCANDOLARI GIACOMO & C. SNC	Via Pinzolo n. 20	Non alimentare
SCANDOLARI MARIA ROSA	Via Pinzolo n. 41	Non alimentare
SCANDOLARI ROMANO & C. SNC	Via Pinzolo n. 24	Non alim.+ TS Carb.
SIMEX SAS DI BONAZZA M. E C.	Via Presanella n. 6	Non alimentare
SIRIO SRL	Via Circonvallazione n. 89	Non alimentare
SPORTDIVISION DI NORIS GIAND. & C. SAS	Viale Dante n. 31	Non alimentare
TRENTINO OFFICE SRL	Via Roma n. 29	Non alimentare
VALENTI GIOACCHINO	Via 3 Novembre n. 12	Non alimentare
VALENTINI SILVANO	Via Roma n. 18	Non alimentare
VIDEO CENTER SNC DI FERRARI LUISA & C.	Viale M. D. Perli n. 12-14	Non alimentare
VIDOLI ERMANNO	Via Damiano Chiesa n. 7	Non alim.+TS Mon.
VIN PIU' SRL	Via Circonvallazione n. 45/47	Alimentare
VIVIANI VIVIANA	Via Legione Trentina n. 1	Non alimentare
ZINI CLAUDIA	Viale Dante n. 13	Non alimentare
ZINI ETTORE	Via 3 Novembre n. 37	Non alimentare

Tavola 6bis) Consistenza rete commerciale complessiva di Tione 2006

	N° residenti	N° esercizi	Sup.netta vendita	N° tab. speciali
COMUNE	3.562	114	13.188,33 m ²	9

Tavola 7 - Consistenza della rete commerciale per via di Tione 2006

Via / viale	N.	Via / viale	N.
III novembre	16	F. Filzi	2
IV novembre	1	Fabbrica	3
Baita	1	G. Prati	1
Balbo	1	Legione Trentina	4
Brescia	2	Pinzolo	21
Canton Burech	1	Presanella	4
Circonvallazione	11	Roma	6
Corpi Franchi	1	Trento	3
Damiano Chiesa	3	Dante	16
Del Foro	10	M. D. Perli	4
Durone	3	TOTALE	114

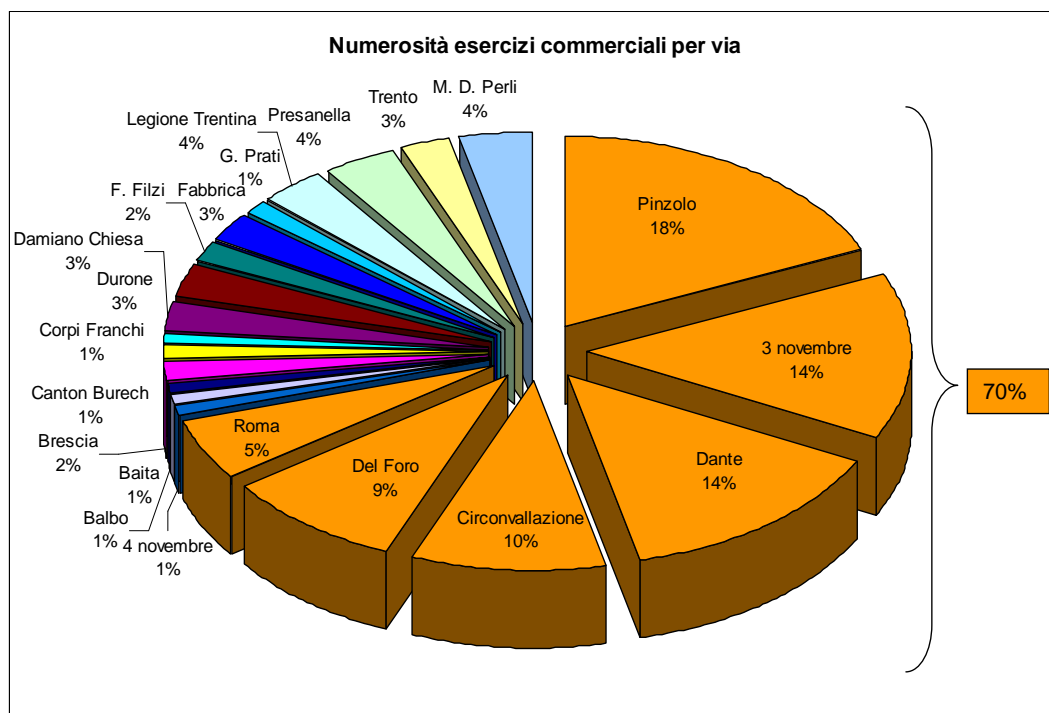
L'ultima tavola consente di rilevare un primo dato sulle vie di comunicazione connotate da un numero di attività pari o superiori a 6, valore soglia scelto per esprimere una significatività minima, rappresentando il 5% del totale attività al dettaglio.

Le vie "commerciali" sono solo 6, su un totale di 21 connotate da una presenza di esercizi, più o meno significativa. In ordine decrescente di importanza sono dunque individuate le seguenti arterie "commerciali":

- via Pinzolo, 21 attività;
- via Dante e via III Novembre, 16 ciascuna;
- via Circonvallazione, 11;
- via Del Foro, 10 attività;
- via Roma, 6.

Su queste sei vie si concentra circa il 70% del totale attività commerciali dell'intero comune (80 su 114). Si ricorda, a titolo di mero raffronto, che la popolazione residente nelle citate sei vie incide, invece, solo per il 24% rispetto al totale comunale. Trattasi di 849 abitanti rispetto ai 3.562 complessivi comunali, ciò confermando come tali assi rappresentino delle aree e si connotino maggiormente per una funzione commerciale, piuttosto che residenziale (per ulteriori approfondimenti si rimanda al successivo paragrafo intitolato "Densità commerciale - numero di esercizi per 1000 residenti").

Tavola 8 – Numerosità esercizi commerciali per via



3.5.5.2. Superficie esercizi

La superficie di vendita relativa ai 114 esercizi censiti è pari a 13.188,33 m².

Riprendendo la tabella precedente ed evidenziando anche le superfici commerciali per

via, si nota che le “vie commerciali”, così definite in termini di numerosità esercizi, si confermano tali anche in relazione alle superfici nette di vendita. Il dato non è tuttavia del tutto esaustivo in quanto, per indagare la capacità attrattiva di una via, è necessario valutare anche la capacità attrattiva degli esercizi, associata alla specializzazione ma anche alla superficie media netta di vendita per singolo esercizio (cfr. il paragrafo intitolato “superficie media per esercizio”).

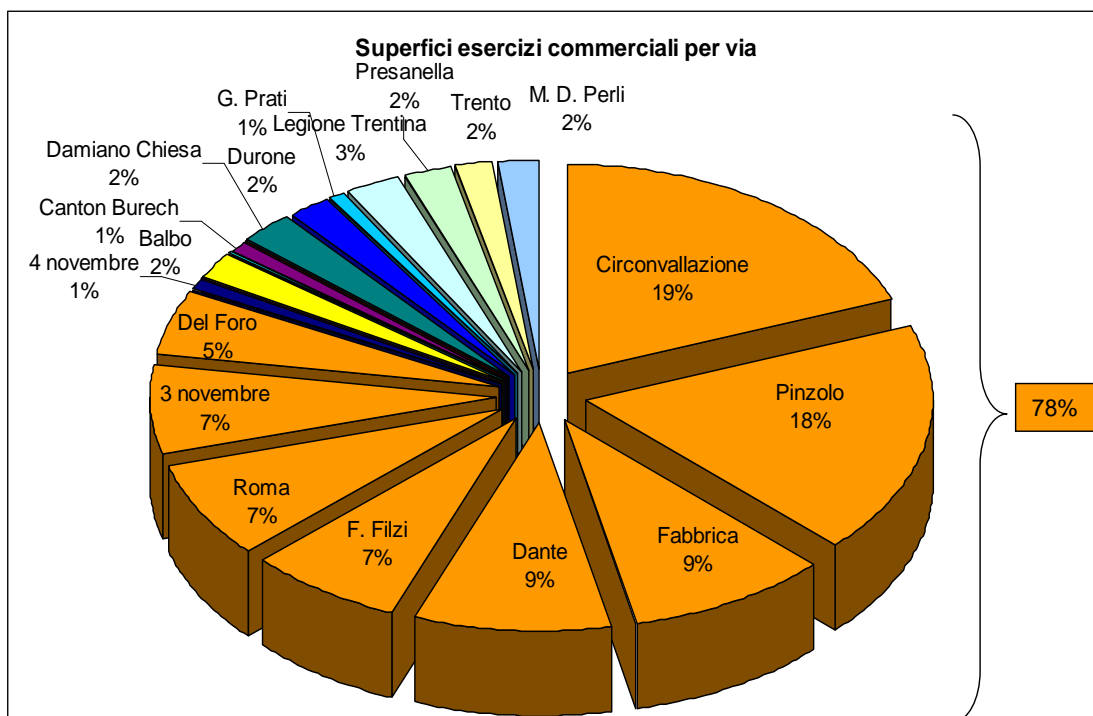
Alle vie sopra indicate se ne aggiungono altre, associate alla presenza di superfici consistenti, oltre una soglia che si è ritenuto di fissare in 900 mq.

Tavola 9 – Numero esercizi e superfici nette di vendita per via (2006)

VIA / VIALE	N.	SUP.
3 novembre	16	921,84
4 novembre	1	99,95
Baita	1	30,00
Balbo	1	245,00
Brescia	2	51,00
Canton Burech	1	90,00
Circonvallazione	11	2.544,85
Corpi Franchi	1	12,00
Damiano Chiesa	3	307,00
Del Foro	10	639,06
Durone	3	286,60
F. Filzi	2	967,00
Fabbrica	3	1.241,90
G. Prati	1	108,00
Legione Trentina	4	331,55
Pinzolo	21	2.379,12
Presanella	4	264,02
Roma	6	986,00
Trento	3	229,80
Dante	16	1.193,25
M. D. Perli	4	260,39
TOTALE	114	13.188,33

La tavola seguente illustra le principali vie commerciali in termini di superfici, nell'ordine: via Circonvallazione (19% delle superfici totali), via Pinzolo (18%), via Fabbrica e via Dante (9% ciascuna), via F. Filzi, via Roma e via III Novembre (ognuna delle tre col 7%), via Del Foro (5%). Nelle otto vie appena menzionate trovano sviluppo aree di vendita pari al 78% delle aree complessive censite a livello comunale.

Tavola 10 – Superfici esercizi commerciali per via



3.5.5.3. Superficie media per esercizio

A livello comunale la superficie media per singolo esercizio si attesta a quota 115,69 m², valore appena superiore al dato provinciale che, secondo l'ultimo dato disponibile¹⁷ rileva una dimensione media degli esercizi di circa 111 mq.

Invece, il dimensionamento medio delle attività di Tione appare rilevante se rapportato alla superficie media degli esercizi dell'Ambito L, che si ricorda attestarsi sui 94,62 mq.

Disaggregando l'analisi per singola via si notano delle sostanziali differenze con riferimento al parametro preso in esame. In particolare, si rileva che in via F. Filzi e via Fabbrica si superano i 400 mq medi per attività. Ma anche in via Balbo e in via Circonvallazione i negozi sono mediamente strutturati oltre i 200 mq. Tali dati evidenziano come in porzioni di territorio parzialmente decentrate sono presenti strutture di media ma anche grande dimensione. Per contro, vi sono delle arterie che risultano caratterizzate dalla presenza di negozi di dimensioni minori, nettamente inferiori rispetto alla media comunale sopra ricordata: è il caso, ad esempio, di via III Novembre, ma anche di via Brescia e ancora di via Del Foro.

Quanto appena esposto è riassunto nelle seguenti tavole.

Tavola 11 – Superficie media esercizi per Tione, Ambito e Provincia

	Tione (2006)	Ambito L (1998)	Provincia (1998)
sup.netta vend.	115,69	94,62	111,07

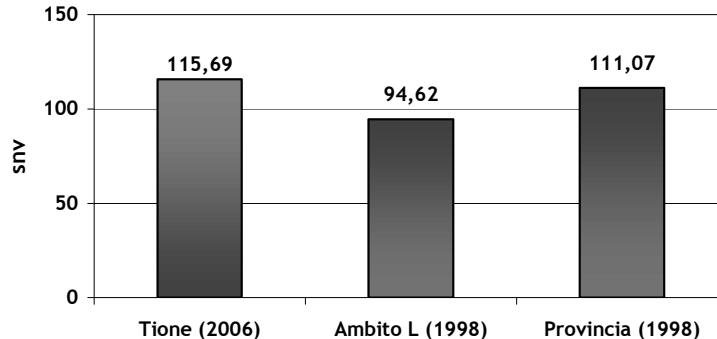


Tavola 12 – Superficie media esercizi per via del comune di Tione

VIA / VIALE	N.	SUP.	SUP. MEDIA
3 novembre	16	921,84	57,62
4 novembre	1	99,95	99,95
Baita	1	30,00	30,00
Balbo	1	245,00	245,00
Brescia	2	51,00	25,50
Canton Burech	1	90,00	90,00
Circonvallazione	11	2.544,85	231,35
Corpi Franchi	1	12,00	12,00
Damiano Chiesa	3	307,00	102,33

¹⁷ dato purtroppo riferito al 1998. Stime ufficiose successive, tuttavia, non mostrano una significativa varianza, che tuttavia va nel senso di una lenta e progressiva concentrazione

Dante	10	639,06	74,58
Del Foro	3	286,60	63,91
Durone	2	967,00	95,53
F. Filzi	3	1.241,90	483,50
Fabbrica	1	108,00	413,97
G. Prati	4	331,55	108,00
Legione Trentina	21	2.379,12	82,89
M. D. Perli	4	264,02	65,10
Pinzolo	6	986,00	113,29
Presanella	3	229,80	66,01
Roma	16	1.193,25	164,33
Trento	4	260,39	76,60
TOTALE	114	13.188,33	115,69

3.5.5.4. Densità commerciale

Per una trattazione ancora più completa si è ricorsi all'osservazione di alcuni indicatori, di seguito esposti, che evidenziano l'attuale particolare connotazione commerciale di Tione, con una presenza di commercio in rapporto alla popolazione residente certamente importante, superiore a quella rilevabile a livello di ambito ma anche provinciale.

I grafici sono riportati insieme nella pagina seguente.

Numero di esercizi per 1000 residenti

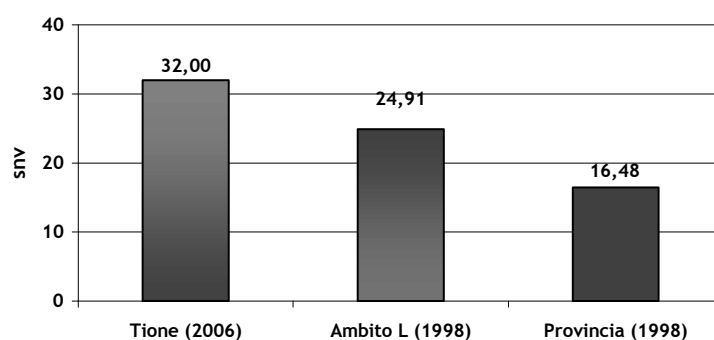
Il numero di esercizi commerciali in rapporto a 1000 abitanti risulta per Tione pari a 32. E' un valore doppio rispetto a quello medio provinciale, che si attesta su 16,48. Inoltre, risulta superiore anche rispetto al parametro corrispondente dell'ambito di riferimento: 24,91.

Superficie netta di vendita per 1000 residenti

L'analisi prosegue col parametro "superficie di vendita per 1.000 residenti". Per Tione il valore è di 3.702,51 m², rispetto ai 1.830 m² per l'intera provincia ma anche ai 2.357 m² rilevati per l'intero ambito L.

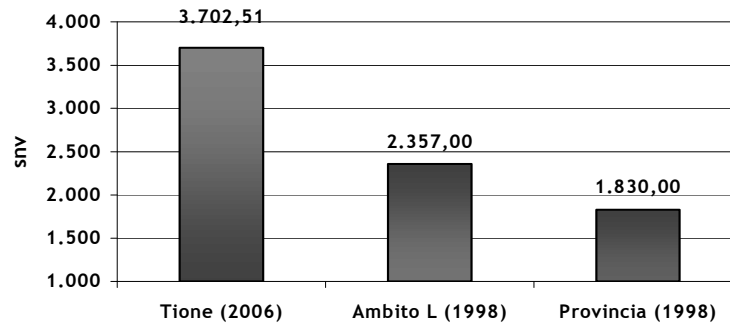
Tav.13 – Densità commerciale: esercizi per 1000 residenti a vari livelli

	Tione (2006)	Ambito L (1998)	Provincia (1998)
n. eser./1000 ab.	32,00	24,91	16,48



Tav.14 – Densità commerciale: superfici per 1000 residenti a vari livelli

	Tione (2006)	Ambito L (1998)	Provincia (1998)
s.n.v./1000 ab.	3.702,51	2.357,00	1.830,00



L'analisi può essere anche in questo caso maggiormente dettagliata, a livello di singola via, per rilevare a tale livello la densità commerciale.

L'approfondimento è reso evidente dalla seguente tabella.

Si notano le notevoli differenze esistenti tra le diverse arterie del comune anche in termini di densità commerciale, con vie prevalentemente residenziali e altre maggiormente vocate al commercio.

Tavola 15 – Densità commerciale per via

VIA/VIALE	N. ES./1000 AB.	SUP.ES./1000 AB.
3 novembre	216,22	12.457,30
4 novembre	11,90	1.189,88
Baita	27,78	833,33
Balbo	90,91	22.272,73
Brescia	52,63	1.342,11
Canton Burech	41,67	3.750,00
Circonvallazione	43,65	10.098,61
Corpi Franchi	83,33	1.000,00
Damiano Chiesa	157,89	16.157,89
Del Foro	156,25	9.985,31
Durone	21,43	2.047,14
F. Filzi	58,82	28.441,18
Fabbrica	24,10	14.962,65
G. Prati	37,04	2.000,00
Legione Trentina	32,52	2.695,53
Pinzolo	86,21	10.254,83
Presanella	315,79	13.895,79
Roma	40,40	9.959,60
Trento	49,50	2.275,25
Dante	109,38	9.322,27
M. D. Perli	166,67	8.679,67

3.5.5.5. Analisi per classe dimensionale

La legge provinciale 4/2000 prevede la seguente classificazione, relativamente alla fascia dimensionale degli esercizi per vendita al dettaglio:

- esercizi di vicinato. Esercizi con superficie fino a 100 mq nei comuni con meno di 10.000 abitanti (è il caso di Tione) e fino a 150 mq nei comuni oltre tale soglia;
- medie strutture di vendita (M.S.V.). Hanno superficie compresa tra 101 e 400 mq nei comuni con meno di 10.000 abitanti (tra 151 e 800 mq negli altri);
- grandi strutture di vendita (G.S.V.). Avente superficie superiore a quella delle medie strutture di vendita;
- centro commerciale al dettaglio. E' equiparabile ad una grande struttura. Conta almeno due esercizi, inseriti in una struttura avente destinazione specifica, che fruiscono di infrastrutture e spazi di servizio gestiti unitariamente.

Dei 114 esercizi censiti nel comune¹⁸, questa la suddivisione per fascia dimensionale:

- 83 attività di "vicinato" (72,81% del totale);
- 23 esercizi del medio dettaglio (20,17%);
- 8 esercizi del grande dettaglio (7,02%).

In termini di superfici, dei 13.188,33 m² di aree espositive censite a livello comunale, questa la disaggregazione per fascia dimensionale:

- 4.607,57 mq sono riferiti ad esercizi di vicinato;
- 4.097,90 mq a realtà del medio dettaglio;
- per differenza, 4.482,86 mq si associano alle grandi strutture di vendita.

In questa analisi gli esercizi di vicinato, che giustificavano il 72,81% del numero complessivo degli esercizi comunali, perdono decisamente di peso e giustificano poco più di un terzo del totale delle superfici di vendita, per la precisione, il 34,94%.

Le 8 grandi strutture di vendita, invece, che giustificavano "solo" il 7,02% della numerica complessiva, pesano come aree espositive per il 34%.

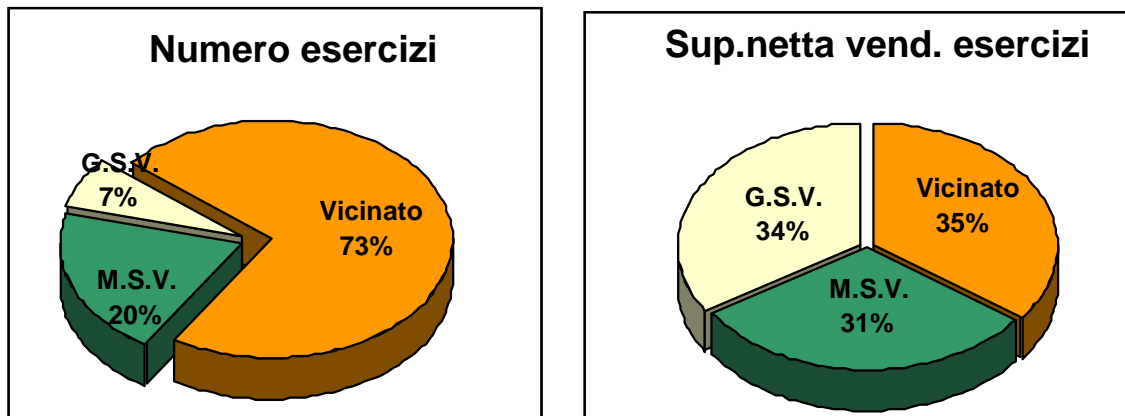
Le 23 realtà del medio dettaglio, rappresentavano il 20,17% del numero totale esercizi e incrementano la loro quota come incidenza relativa alle superfici di vendita, fino ad arrivare al 31,07%.

Per quanto espresso si nota che l'offerta complessiva del comune mostra un discreto equilibrio fra le varie tipologie dimensionali, anche con presenza significativa delle medio - grandi strutture di vendita, che pesano per il 65% del totale espositive.

Si tratta delle realtà tipicamente in grado di svolgere un qualche ruolo di attrazione.

¹⁸ si ricorda che nei 114 esercizi sono compresi anche i 3 inseriti nel centro commerciale di via Fabbrica

Tavola 16 – Numero e superfici di vendita per classe dimensionale (2006)



Sempre con riferimento alla analisi stratificata per fascia dimensionale, è ancora possibile approfondire l'analisi a livello di singola via.

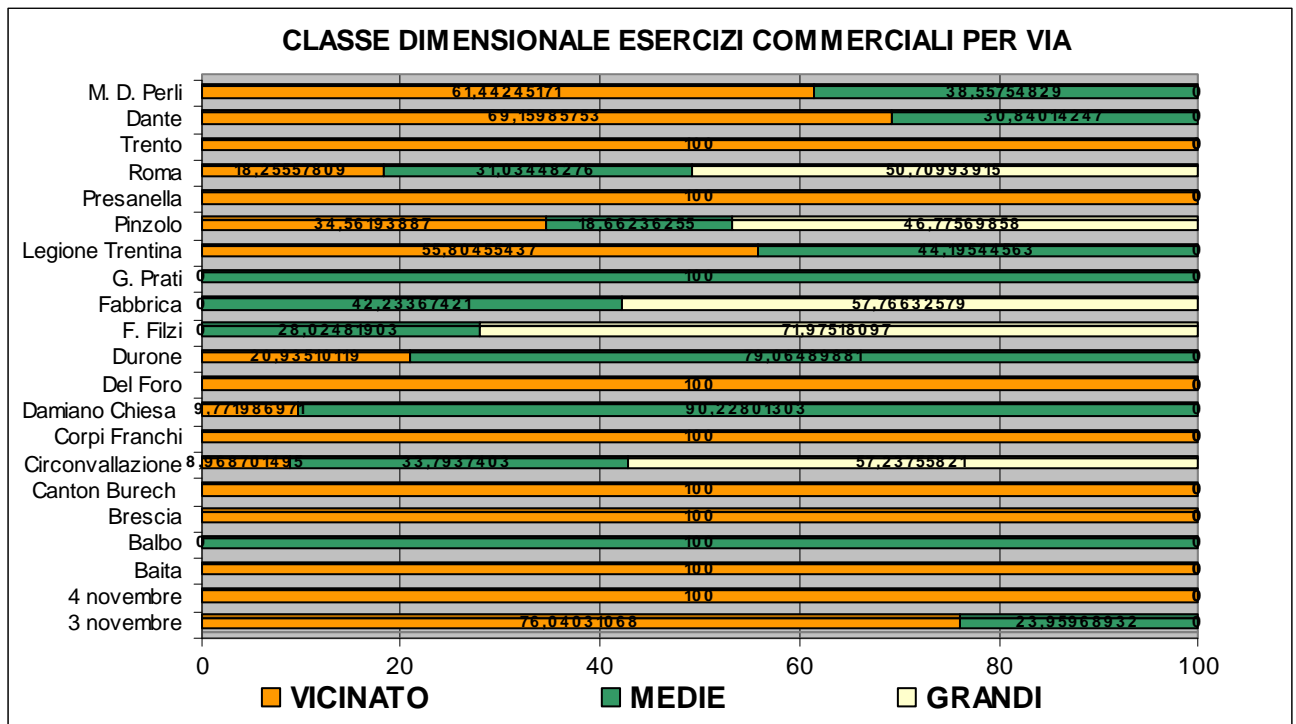


La seguente tavola mostra che per molte vie la presenza commerciale si associa in via pressoché esclusiva ad esercizi ricadenti nella fascia fino a 100 mq (vicinato). E' il caso di via Trento, via Presanella, via Del Foro, via Canton Burech, via Brescia, via Baita, via IV Novembre, via Perli, via Dante, via Legione Trentina, via Corpi Franchi e via III Novembre.

La stessa tavola riporta le vie in cui prevalgono esercizi appartenenti alla fascia del medio dettaglio. Trattasi di via G.Prati, via Durone, via D.Chiesa e via Balbo.

Infine, come in parte già espresso, le grandi strutture di vendita sono fortemente presenti e concentrate in via Roma, via Pinzolo, via Fabbrica, via Filzi, via Circonvallazione.

Tavola 17 – Attività commerciali per via e classe dimensionale (2006)



3.5.5.6. Analisi per merceologia

Una ulteriore analisi fa riferimento alla considerazione della rete commerciale per settore merceologico.

A seguito della riforma del commercio introdotta dal decreto Bersani e, a livello provinciale, dalla legge provinciale 4 del 2000, il previgente sistema tabellare composto da moltissime tabelle merceologiche è stato fortemente semplificato. Ciò significa che un commerciante con autorizzazione per trattazione di prodotti non alimentari, ad esempio, può porre in commercio tutti i prodotti compresi in tale settore, senza chiedere alcuna autorizzazione. Dovrà solo segnalare agli Uffici finanziari e alla Camera di Commercio il codice attività per la merceologia.

La citata legge provinciale 4/2000, recependo il decreto Bersani, distingue dunque fra i seguenti settori: alimentare puro (A), alimentare/misto (A/M), non alimentare (NA).

Su un totale di 114 attività censite a livello comunale, questa la suddivisione per settore merceologico:

- gli esercizi alimentari puri (peraltro una "rarietà" a livello anche allargato, sono 10,

- pari all'8,77% del totale;
- gli esercizi misti sono in tutto 15, il 13,16%;
 - per differenza, i punti vendita non alimentari sono ben 89, con una incidenza che si attesta sul 78,07%.

Se invece della numerica consideriamo le aree di vendita, l'analisi per settore merceologico vede la seguente disaggregazione rispetto ai i 13.188,33 mq di aree espositive censite per Tione nel suo complesso:

- gli esercizi alimentari "puri" occupano 637 mq di superficie netta di vendita, giustificando il 4,83% del totale aree espositive comunali;
- gli esercizi misti contano 3.576,29 mq di superfici nette, il 27,12% del totale;
- le attività non alimentari, ancora nettamente prevalenti, si associano a 8.975,04 mq, dunque il restante 68,05%.

L'incidenza degli esercizi non alimentari si conferma nettamente prevalente prendendo a riferimento entrambi i parametri, vale a dire numerica o aree espositive.

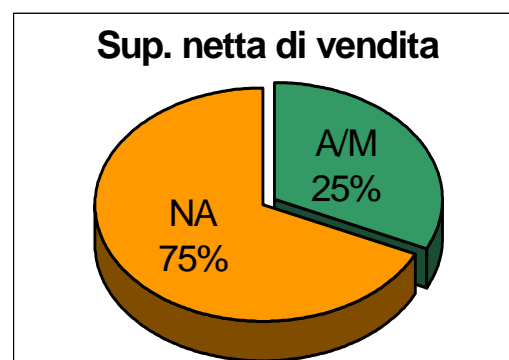
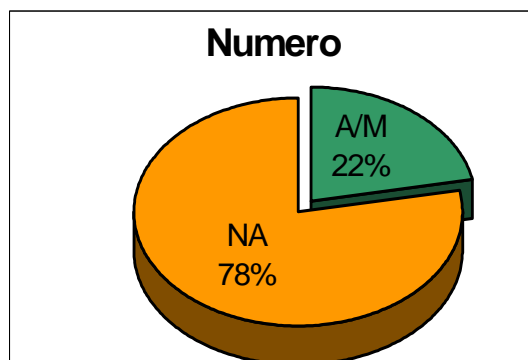
Nel secondo caso scende tuttavia dal 78% al 68%, per effetto di un dimensionamento medio leggermente più contenuto.

Gli esercizi misti hanno un peso in termini di superfici di vendita pressoché doppio rispetto a quelle invece rivestite come mera numerica, per un dimensionamento medio nettamente superiore.

Mentre la superficie netta media di vendita è a livello complessivo, per l'intero comune e tutte le attività ivi insediate, pari a 115,69 mq, le attività miste contano mediamente 238,42 mq di sviluppo (a titolo di raffronto: settore non alimentare, 100,84 mq; settore alimentare, 63,70 mq).

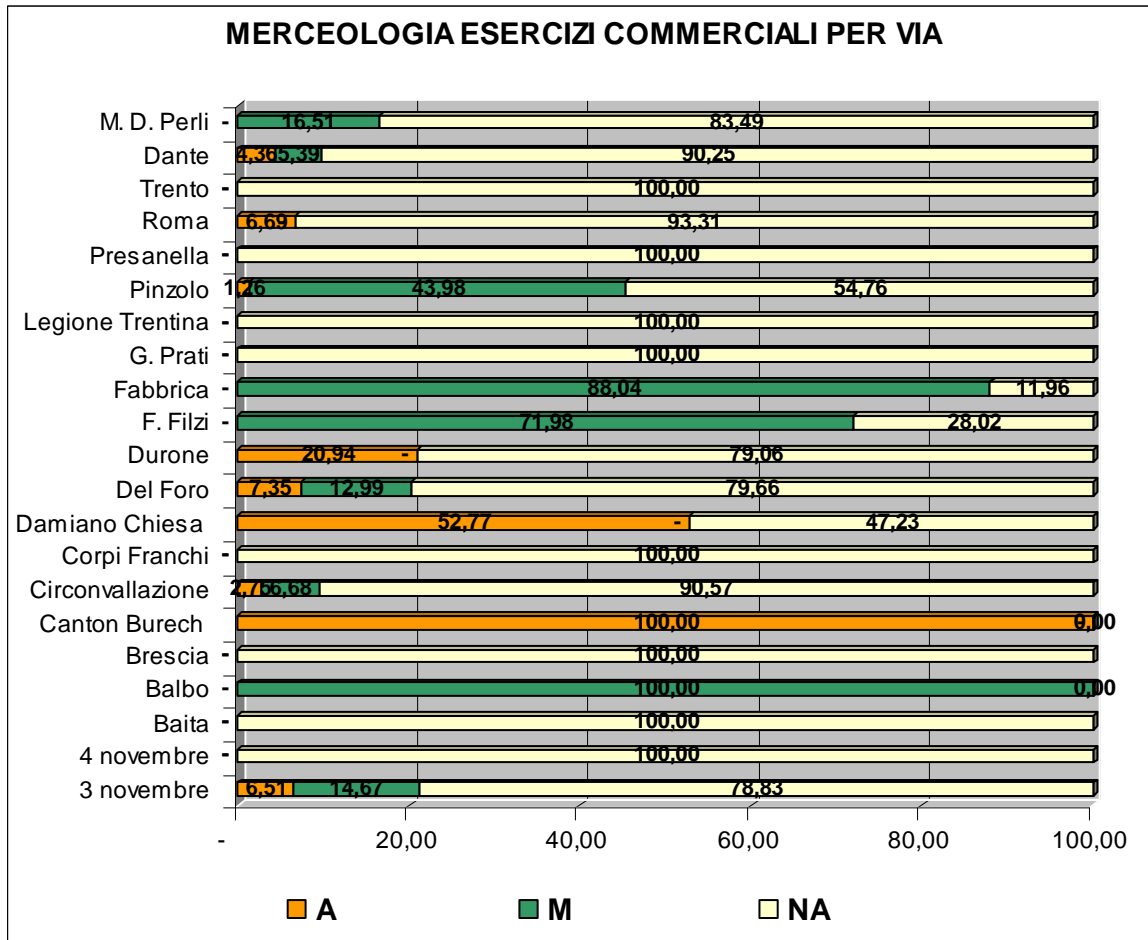
Tavola 18 - Offerta commerciale comunale per merceologia (2006)

	Alim./Misti	Non Alimentari	Totale
N. esercizi	25	89	114
S.n.v.	4.213,29	8.975,04	13.188,33



Anche in questo caso si è proceduto ad una analisi della presenza delle varie merceologie per singola via.

Tavola 19 – Attività commerciali per via e merceologia (2006)



3.5.5.7. Immagine attività e vetrine vuote

Si notano molte attività non particolarmente attrattive e curate, alcune con una immagine datata. Rari i casi di negozi con forti connotazioni attrattive, con una precisa e forte identità e richiamo a livello psicologico.

Posto che in questa area ciò che appare maggiormente importante è la visualizzazione di alcuni casi ed esempi, si opera la scelta di proporre alcune foto, nella pagina seguente, di una realtà fortemente connotata e caratterizzata della valle di Fassa, un esempio evidente di ciò che si intende quando si parla di identità e qualità dell'offerta.

Dall'analisi non emerge la presenza di vetrine vuote in Tione, associate a negozi chiusi e mai più riaperti.

Non si registrano significativi casi all'interno del territorio comunale tali da "contrastare", anche visivamente, la passeggiata del fruitore del centro di Tione. Ciò rappresenta un punto di forza, non sempre rinvenibile in altre realtà, date le numerose che spesso si registrano in centro, anche associate al mancato ricambio generazionale ed al "caro affitti".

Sempre con la collaborazione degli uffici comunali si è rilevato come le attività esistenti risultino consolidate, non soggette ad un particolare turn over. Questi dati, assieme alla proposta ampia ed eterogenea, contribuiscono a individuare una spiccata capacità di Tione di risultare centro attrattivo per i commerci, anche rispetto alla domanda non stanziale.

Si rileva tuttavia, specie da parte dei commercianti “una cattiva dislocazione delle attività lungo il viale principale”. Il posizionamento di alcuni contenitori non commerciali (es.: la biblioteca) parrebbe per alcuni contrastare con una visione commerciale pura della “via di mezzo”, creando una pausa nel susseguirsi di attività e negozi. Ciò contrasterebbe con la “passeggiata” lungo il viale.

Tavola 20 – Attività di favorevole impatto e caratterizzazione



3.5.5.8. “Botteghe storiche”

L’articolo 28 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 prevede che il progetto individui, in un’ottica di possibile valorizzazione, le botteghe storiche presenti.

L’articolo 7 della delibera della Giunta provinciale 340/2001 conferma fra i possibili interventi a carattere strutturale quelli connessi al censimento delle “botteghe storiche”, classificate come esercizi commerciali con oltre cinquant’anni di attività nello stesso settore merceologico.

Alcuni comuni non trentini hanno previsto l’istituzione di un Elenco e/o di un Comitato

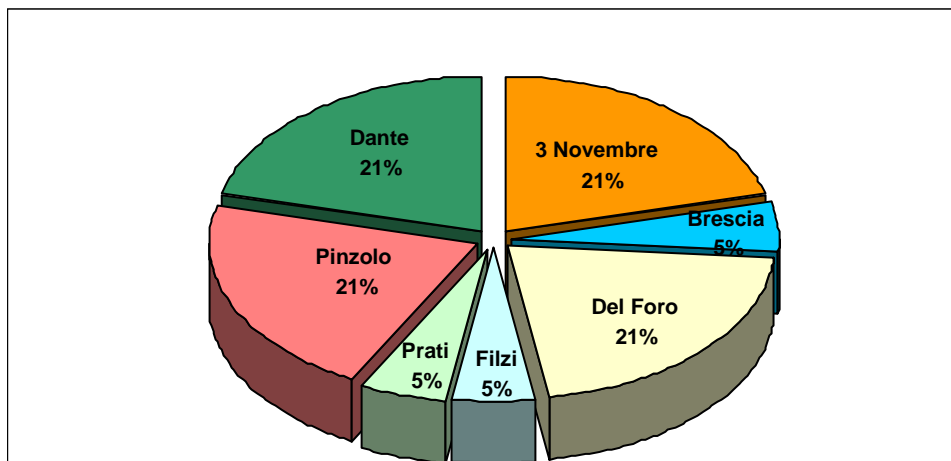
per la tutela e valorizzazione delle botteghe storiche, nell'ambito delle misure di salvaguardia e valorizzazione delle attività commerciali, artigianali e dei pubblici esercizi con valenza "storica", riservando una particolare attenzione alla tradizione dell'attività ed agli elementi di pregio architettonico e artistico che connotano la medesima.

Nel corso degli incontri e delle verifiche coi responsabili degli Uffici comunali si sono individuate alcune realtà in possesso dei citati requisiti.

Tavola 21 - "Botteghe storiche" in Tione (2006)

	RAGIONE SOCIALE	INDIRIZZO	N.RO
1	GIRARDI ORESTE	Via 3 Novembre	11
2	VALENTI GIOACCHINO	Via 3 Novembre	12
3	CRISAL SNC DI SALVATERRA M.C.&C.	Via 3 Novembre	14
4	PAROLARI LUCIANA	Via 3 Novembre	19
5	BERTELLI CORNELIO	Via Brescia	5
6	PUPULIN MIRELLA	Via del Foro	6
7	FEDRIZZI GRAZIANA - PLASTIGOMMA	Via del Foro	20
8	SCAIA TULLIO E SERGIO SNC	Via del Foro	24
9	F.LLI BALLARDINI CARNI SNC	Via del Foro	10/B
10	FAMIGLIA COOP. GIUDICARIE	Via F. Filzi	16
11	BONOMI ARRIGO	Via G. Prati	3
12	IORI ANNAMARIA	Via Pinzolo	12
13	SCANDOLARI GIACOMO & C. SNC	Via Pinzolo	20
14	PAROLARI LUCIANO	Via Pinzolo	21
15	ASPIAG SERVICE SRL - DESPAR	Via Pinzolo	27
16	CARTOLIBRERIA ANTOLINI SNC DI	Viale Dante	5
17	MAZZONI ADRIANA E C. SNC	Viale Dante	32
18	FARMACIA BONI GUIDO E GIULIO SNC	Viale Dante	42
19	GOTTARDI FRANCO	Viale Dante	50

Tavola 21bis) – Distribuzione botteghe storiche in Tione (2006)



Per quanto espresso, pare di dover sottolineare l'importanza di avviare una progettualità mirata, che potrebbe ricalcare quanto fatto da diversi Comuni, che hanno esteso il portato del Bersani fino a considerare botteghe storiche anche quelle non necessariamente connotate da una "anzianità" di esercizio minima, ma da uno o più

dei seguenti parametri: presenza della bottega in un edificio storico; presenza di peculiari elementi architettonici; vetrine, insegne, arredi di pregio; presenza di peculiari tradizioni familiari o esercizio di attività tipiche del luogo.

La Provincia potrebbe approvare un modello di targa di "Bottega storica", da attribuire agli esercizi compresi in un apposito elenco. Il Comune potrebbe assegnare la targa, da esporre nei locali. Potrebbero inoltre essere previsti contributi in conto capitale per gli interventi di restauro conservativo delle botteghe e lo stato di Bottega storica dovrebbe costituire vincolo per il mantenimento delle caratteristiche morfologiche di vetrine, insegne ed elementi di arredo.

Il censimento delle Botteghe storiche potrebbe raccogliere dati e informazioni relativi a localizzazione, descrizione della sede e dell'attività, inventario degli arredi, relativo stato di conservazione, etc..

3.5.5.9. Conclusioni e proposte operative

Queste alcune considerazioni di sintesi riferite al commercio al dettaglio in Tione:

- l'offerta commerciale è consistente. 114 attività, con una superficie netta di vendita di complessivi 13.188,33 mq;
- il periodo 1993/2006 evidenzia una evoluzione sia nel numero degli esercizi - da 103 a 114 (+10,68%), sia nelle superfici nette di vendita - da 10.078 a 13.188 mq (+30,86%);
- la rete commerciale non appare particolarmente parcellizzata. A livello comunale sono numerosi gli esercizi di vicinato (83), ma sono anche presenti strutture del medio (23) e, in particolare, del grande dettaglio (8);
- la superficie netta di vendita media per attività è pari a circa 115,69 mq, maggiore per gli esercizi di alimentari/misto (168,53 mq), minore nel non alimentare (100,84 mq);
- la densità di punti vendita in rapporto ai residenti è quasi doppia rispetto alla media provinciale, sia per numero esercizi che superfici di vendita;
- l'analisi per settore merceologico rileva che gli alimentari/misti rappresentano il 22% del numero totale esercizi comunali ed il 25% delle superfici. I punti vendita non alimentari sono il 78% ed occupano una superficie del 75% sul totale;
- dei 114 esercizi, sono di vicinato il 73% del totale col 35% del totale superfici. I valori valgono rispettivamente 20% e 31% per il medio dettaglio e 7% e 34% per il grande dettaglio;
- si rileva un piccolo centro commerciale, esterno all'abitato;
- dal punto di vista vetrinistico Tione mostra talune carenze;
- esistono limiti sia negli orari di apertura che in altri momenti di concertazione e operatività congiunta fra commercianti e non solo;
- esistono alcune aree a maggior vocazione commerciale e talune zone sono invece meno attrattive, dunque da rivitalizzare;
- le categorie e gli stessi operatori operano spesso in modo autonomo, con difficoltà al dialogo ed alla collaborazione;
- l'offerta nel complesso appare ampia ed abbastanza eterogenea, pur con qualche carenza merceologica;
- le attività presenti sono solo in parte percepibili come "centro commerciale naturale", ma il centro di Tione e le attività ivi insediate presentano caratteristiche di dimensionamento, articolazione, complementarità di funzioni

che lo potrebbero fare classificare, e quindi gestire, come un centro commerciale naturale o a cielo aperto;

- risulta penalizzante la distanza e le discontinuità che ci sono in alcuni casi fra un negozio e l'altro;
- le attività attualmente presenti risultano tuttavia radicate e fanno leva soprattutto sul livello di servizio al cliente e sul fatto di essere esercizi prossimi "fisicamente" al cliente;
- pare evidente che lo sviluppo del centro a fini commerciali ma certamente anche in ottica integrata deve poggiare su un miglioramento della accessibilità e sulla realizzazione di adeguati parcheggi, probabilmente sullo stesso studio di una ipotesi di individuazione di una zona a traffico limitato.

Proposte operative:

- 1) Lo sviluppo commerciale del centro di Tione, in un'ottica integrata, deve poggiare su alcuni punti fissi: agevolare l'accessibilità, realizzare un potente "attrattore" anche per fidelizzare e incoraggiare i flussi turistici potenziali, avviare una gestione aziendalistica del "centro commerciale naturale".
- 2) Va organizzata un'offerta in grado di catturare il flusso turistico in transito per Tione. La mentalità dei commercianti e degli esercenti deve essere tarata anche sul turista, sul visitatore, con la capacità di adeguare l'offerta e l'approccio al cliente a un mercato mutato.
- 3) Va agevolato l'insediamento di attività commerciali e non, specie nelle aree centrali. Va incentivato e stimolato l'ammodernamento ed il potenziamento delle attività, aiutando l'imprenditore che rinnova la propria azienda, con interventi contributivi, agevolazioni e deroghe (es.: contributi provinciali ex L.P.6/99 e L.P.17/93; esenzione comunale I.C.I. e occupazione suolo pubblico; deroghe amministrative e urbanistiche; ...) o interventi di privati, in primo luogo sponsor tecnici e banche (es.: fondi rotazione; mutui agevolati).
- 4) Va studiato un progetto per la valorizzazione e la comunicazione delle attività presenti, siano esse "storiche" o della tradizione, siano esse "attuali", realizzando una segnaletica di informazione dei "percorsi" commerciali e, ad esempio, realizzando una mappa che indichi il posizionamento delle attività per settore (es.: negozi, pubblici esercizi, servizi, ...), merceologia, altro, anche con apposite legende a colori da ritrovare nella cartellonistica.
- 5) Va migliorata la coesione delle attività, incentivando misure di marketing integrato, fra le quali una tipica riguarda il fatto di sfruttare l'attrattività del mercato (specialmente se collegata alla istituzione di mercati specializzati o "a tema") per fruire di ricadute sui negozi e sulle altre attività "di contorno".
- 6) Vanno studiate misure per agevolare il ricambio generazionale e realizzati interventi formativi continui per gli operatori, stimolandone l'incremento della professionalità.
- 7) In generale, le stesse competenze professionali degli operatori sono ritenute "da aggiornare", sia con riferimento alla conoscenza dell'offerta complessiva, commerciale e non, che all'accoglienza del cliente.
- 8) Va creato lo "spirito di gruppo", superando gli individualismi, promuovendo un "comune sentire", una comunanza di intenti fra gli operatori di Tione. Va creata una "rete" e una maggiore collaborazione tra gli operatori.
- 9) Si deve superare la standardizzazione dell'offerta, orientandosi sulla Qualità, sulla specializzazione e sul livello di servizio, sulla tematizzazione (trattazione particolare di prodotti del territorio), anche per orientare maggiormente gli acquisti in centro.

- 10) La qualità può essere concretizzata attraverso delle “vetrine”, ma anche col giornale di Tione e la certificazione di qualità.
- 11) Va mantenuto in vita il Tavolo della concertazione e vanno intensificati i rapporti e le collaborazioni con le categorie e con gli altri enti ed organismi presenti e attivi sul territorio, per individuare, comunicare e gestire insieme il “centro commerciale a cielo aperto”.
- 12) Si ritiene importante pensare a individuare un unico soggetto gestore, strutturato, che unisca gli sforzi dei commercianti e degli altri operatori economici, ma anche di soggetti dell’associazionismo e di tutti coloro attivi sul territorio, atto dunque a rappresentare unitariamente le diverse esigenze del territorio medesimo.
- 13) Vanno programmati incontri pubblici periodici per evidenziare lo stato di attuazione delle progettualità individuate e scaturenti dal presente lavoro e per indicare in dettaglio le iniziative da realizzare, per avviare un confronto costruttivo, creare “visibilità”, dare conto alla cittadinanza di quanto cantierato e quanto realizzato.
- 14) Vanno verificate le opportunità connesse alla gestione di orari comuni di negozi e pubblici esercizi ed alla possibilità di apertura serale e/o in concomitanza con fiere, eventi e manifestazioni.
- 15) Va incentivato il prolungamento della illuminazione serale delle vetrine, anche a fini di sicurezza, stipulando apposite convenzione col gestore della energia elettrica, per ottenere riduzioni di prezzo in questa fascia temporale.

3.6. COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

3.6.1. Premessa

L’attività mercatale può, se attentamente valutata, considerata e quindi “gestita”, produrre un impatto positivo sul centro storico. Ecco perché è necessario focalizzare su questo settore una attenzione del tutto particolare, anche per cercare spunti e ipotesi di valorizzazione.

La maggior parte degli opinion leaders sentiti evidenzia che l’attività mercatale non risulta di particolare interesse. I banchi sono pochi. La merce offerta spesso ripetitiva. Più interessante il mercato degli ultimi tre mercoledì di ottobre.

3.6.2. Analisi

La materia del commercio su aree pubbliche è stata oggetto di attenzione da parte della Amministrazione, che ha provveduto alla adozione dei provvedimenti relativi con Deliberazione consiliare n.20 di data 29 giugno 2004.

Il provvedimento comunale ha operato nel solco di quanto previsto dalla legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 “Disciplina dell’attività commerciale in provincia di Trento”, che ha soppresso la previgente legge provinciale 22 dicembre 1983 n.46, estendendo al territorio provinciale la riforma del settore commerciale recata dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114 (“Bersani”).

In particolare, l’articolo 16, comma 1 della legge dispone che nel rispetto degli indirizzi emanati dalla Giunta Provinciale i Comuni determinano i criteri, i limiti e le modalità per

l'istituzione, lo spostamento, l'ampliamento dei mercati, nonché per l'assegnazione dei posteggi, la determinazione degli orari di svolgimento, la individuazione di aree, numero, tipologia dei posteggi da destinare all'esercizio della attività di vendita su aree pubbliche e per il rilascio delle autorizzazioni di cui all'articolo 14, comma 1, lettera b).

Si riporta l'attuale articolazione del commercio su area pubblica in Tione, risultante dalla approvazione del citato provvedimento comunale.

A) Mercati di servizio

In Tione, viale Monsignor Donato Perli. Quindicinale, tutto l'anno, il 1° e il 3° lunedì del mese.

Posteggi totali previsti 28:

- n.3 nel settore alimentare;
- n.20 nel settore non alimentare,
- n.1 di servizio per cibi cotti;
- n.4 destinati a produttori agricoli, artigiani, associazioni, invalidi.

B) Mercati saltuari (comunemente detti "Fiere")

Fiera del Termen, in Tione, centro cittadino. Gli ultimi tre mercoledì di ottobre.

Posteggi totali previsti: 169:

- 145 non alimentari;
- 9 alimentari;
- 6 misti;
- 3 per vendita di cibi cotti;
- 3 ai produttori agricoli;
- 1 agli artigiani;
- 1 alle associazioni;
- 1 agli invalidi.

Con riferimento alle aree mercatali si è proceduto a valutare con la Amministrazione comunale eventuali spazi oggi non fruiti che potrebbero prestarsi per aree mercatali o per luoghi di esposizione, mostre o attività a carattere periodico.

Si è rilevato che nel territorio sono disponibili aree, attualmente destinate a parcheggio, che potrebbero prestarsi anche per assolvere a questa funzione, con ciò divenendo dei catalizzatori di flussi di persone. Nella fattispecie si sono individuati per tale scopo il parcheggio vicino alla Cassa Rurale e quello vicino alla Chiesa.

Come previsto dalla disciplina generale del commercio su aree pubbliche recata dalla delibera 20/2004, in particolare all'articolo 4 "Limiti e divieti nell'esercizio dell'attività", comma 3, la vendita in forma itinerante è vietata, per esigenze di viabilità e di polizia stradale, in piazza Cardinale da Corneto e in piazza Cesare Battisti. Risulta altresì vietata in piazza Guido Boni, per motivazioni di tipo storico e di salvaguardia artistico ambientale.

3.6.3. Considerazioni di sintesi e proposte operative

Il presente progetto, anche in considerazione del limitato sviluppo della attività mercatale, specie in rapporto ad altre realtà analizzate, porta a ritenere che il settore mercatale nella cittadina tionesa possa rappresentare un'occasione importante per individuare delle linee di sviluppo in un'ottica "sistemica".

Le attività mercatali, che in particolare potrebbero essere ideate, potrebbero essere messe in rete con le altre attività economiche, ma non solo, del centro urbano.

Nel fare riferimento alla valorizzazione del centro di Tione si richiama l'attenzione sulla presenza del mercato quindicinale di via D.Perli, ricordando che il mercato è fonte di richiamo ed attrazione.

Aldilà di talune "esternalità" negative in termini di viabilità e parcheggi ("negatività" che saranno oggetto di analisi anche nel proseguo del progetto), le fiere e i mercati specializzati potrebbero rappresentare chiari propulsori per l'economia della cittadina, con ricadute estese.

Sempre più si sta diffondendo, anche in Trentino e fra gli operatori dei diversi settori economici, la convinzione che il mercato, nelle sue diverse declinazioni (quindi anche manifestazioni di "cose vecchie", antiquariato, etc.) possa essere usato come motore e punto di forza da spendere per lo sviluppo armonico del centro urbano.

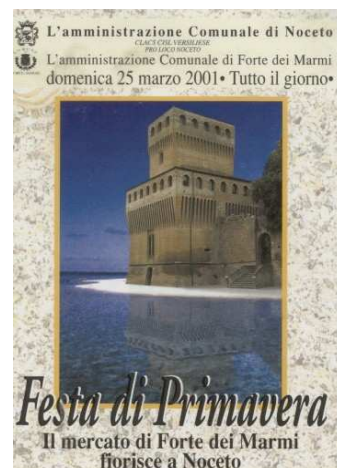
Si ha la consapevolezza dell'importanza di coinvolgere il commercio ambulante nell'ottica di qualificazione di tale area.

Eventi, fiere o attività mercatali di richiamo possono effettivamente trascinare gente in centro, generando consistenti ricadute se programmate nella articolazione merceologica, posizionamento (territoriale/temporale), orari di svolgimento.

Di seguito si portano alcuni esempi che potrebbero essere ripresi.

Mercato Forte dei Marmi

Gli ambulanti di Forte dei Marmi hanno costituito un consorzio, con forti specializzazioni anche nella vendita di maglieria in cashmere e di merce "griffata", di stock e regolare. Si aggiunge una proposta di oggetti artigianali. La peculiarità: quella di offrirsi per esportare questa esperienza, questo "pacchetto", in altri Comuni. Come esempio si riporta la locandina del mercato in trasferta a Noceto. L'esperienza è stata replicata e calamita sui diversi centri dove ha svolgimento il mercato itinerante molte persone.



Fiera Antiquaria di Arezzo

Nata nel 1968, è stata la prima manifestazione antiquaria ad avere cadenza regolare (non ha mai mancato uno solo dei suoi appuntamenti mensili) e successo duraturo in

uno scenario unico: il cuore medievale della città di Arezzo e la sua storia. Gli espositori sono più di 500, arrivano da ogni parte di Italia.

L'affermazione nel tempo della manifestazione ha fatto sì che, a fianco della esposizione all'aperto, crescesse il numero degli antiquari (circa 100). Nei giorni della Fiera Antiquaria il piano inclinato ed irregolare di Piazza Grande, circondato da torri merlate e palazzi patrizi, sovrastato dalla mole austera della Pieve romanica e delimitato dalle Logge disegnate dal Vasari, torna ad essere "mercato" si popola, improvvisamente, di bancarelle, antiquari, collezionisti, curiosi e, naturalmente, turisti.

I negozi si rianimano e i banchi invadono strade e viuzze, borghi e piazze di tutto il nucleo storico, trasformando la fisionomia della città.

Ogni prima domenica del mese (e sabato precedente), sono più di 20.000 -con punte di 30.000- le persone che visitano ogni manifestazione.



I mercatini "a tema" generalmente sono adeguatamente promozionati, hanno calendari pensati con largo anticipo e un target di utenza ampio, che si documenta, acquista pubblicazioni specifiche, è disposto a lunghi spostamenti. Tali mercati spesso arrivano ad avere centinaia di espositori e sono stati il motore dello sviluppo anche di piccole cittadine, prima quasi sconosciute e che, in seguito a tali eventi, hanno assunto importanza crescente, con sviluppo di una serie di attività economiche di contorno (parcheggi, pubblici esercizi, ristorazione, pernottamento, etc.).

"Andar per mercatini" è un'attività più diffusa di quel che comunemente si pensa, sempre varia. Ogni manifestazione è per mille motivi diversa dall'altra. Quasi ogni mercatino ha una propria identità, una propria valenza, una propria peculiarità.

Proposte operative:

- 1) Va operata una riflessione che porti nel breve termine a ridefinire il posizionamento, l'articolazione, il dimensionamento dei "mercati" di Tione, partendo dal presupposto che tale attività deve fare rete e risultare sinergica con le altre attività e peculiarità specie ricadenti in centro e che, pertanto, deve mantenere una localizzazione centrale e baricentrica. Fra le ipotesi da valutare, si potrebbe estendere l'area mercatale.
- 2) Va verificata la possibilità di istituire un servizio navetta che, il giorno di mercato, colleghi le frazioni e altri ambiti col capoluogo, per consentire a fasce anche anziane della popolazione di visitare il mercato.

- 3) Va pensata, ideata e programmata una attività mercatale specifica “a tema”, che valorizzi le specificità del territorio e che divenga punto di forza “da spendere” per uno sviluppo integrato del centro di Tione. Tale attività potrebbe trovare svolgimento in diverse vie del centro.
- 4) Da approfondire la possibilità di incrementare la frequenza dell’attività mercatale favorendo l’introduzione di un mercato “bio”.

3.7. PUBBLICI ESERCIZI

3.7.1. Risultanze qualitative

Il sondaggio sugli opinion leaders ha rilevato che gli intervistati ritengono importante differenziare gli orari di apertura al pubblico dei pubblici esercizi rispetto a quelli delle altre attività, specie commerciali.

Sottolineano il fatto che i pubblici esercizi (bar, ristoranti, pizzerie) specialmente fuori stagione rimangono chiusi la domenica, mentre sarebbe importante la possibilità di garantire all’ospite ed al cittadino la fruizione di detto servizio, anche parzialmente, in questi giorni e, a maggior ragione, in occasione di eventi e manifestazioni.

Anche al tavolo della concertazione si sono raccolte indicazioni fortemente negative per quanto attiene questo settore.

Diversi partecipanti hanno evidenziato che “il paese non ha più alberghi o ristorazione ... Tione non è più attrattivo, come dimostra il fatto che mancano alberghi e ristoranti”.

Tuttavia, alcune indicazioni paiono invece favorevoli in prospettiva, ad esempio quelle che evidenziano come a “... a Tione qualcosa sia sta muovendo”, portando ad esempio i contatti attorno all’albergo Park ma anche alla ristrutturazione dell’Hotel Milano. Inoltre sarebbero pervenute delle richieste per avviare attività di ristorazione nel centro del paese. Sono tutti tentativi per vivacizzare il paese.

3.7.2. Analisi

I pubblici esercizi (bar, ristoranti e pizzerie) censiti nell’intero ambito comunale sono 15; di questi, 3 risultano annessi a strutture ricettive.

Valutazioni operate da soggetti presenti al Tavolo della concertazione e dagli opinion leaders evidenziano che la presenza di pubblici esercizi, per densità e tipologia di proposta, non è del tutto adeguata.

Relativamente alla programmazione delle attività di somministrazione di alimenti e bevande aperte al pubblico, si comunica che nel Comune di Tione di Trento si continuano ad applicare gli strumenti di programmazione previsti dalle norme di attuazione della L.P. 46/1983 e precisamente quanto previsto nella tabella 5 allegata al piano provinciale di politica commerciale di seguito riportato:

Tavola 22 – Distanze minime tra pubblici esercizi

	nuove autorizzazioni		trasferimenti	
	centro storico	Periferia	centro storico	periferia
Autorizzazioni di tipo a)	100	150	80	100
Autorizzazioni di tipo b)	80	100	50	80

Autorizzazioni di tipo a): esercizi della ristorazione per la somministrazione di pasti, quali ristoranti, trattorie, tavole calde, pizzerie ed esercizi similari: in tali esercizi è consentita la miscita di bevande di qualsiasi contenuto alcolico solamente in stretta correlazione con i pasti stessi.

Autorizzazioni di tipo b): esercizi per la somministrazione di bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, nonché il latte, di generi di pasticceria e gelateria, di dolci e prodotti di gastronomia, quali bar, caffè ed esercizi similari.

La distanza tra esercizi forniti congiuntamente di autorizzazione di tipo a) e b) è quella sopra indicata per gli esercizi con autorizzazione di tipo a).

Si informa che sono in corso di ultimazione le conversioni delle autorizzazioni degli esercizi di somministrazione e attività alberghiera ai sensi di quanto disposto dalla L.P. 9/2000. Terminata la procedura di conversione verrà predisposto il provvedimento di approvazione delle nuove condizioni programmatiche ai sensi L.P. 9/2000

Tavola 23 – Pubblici esercizi in Tione (2006)

RAGIONE SOCIALE	INDIRIZZO ESERCIZIO	TIPO
1 Bar "CAFFE' BREVINE"	Piazza C. G. Boni, 1	B
2 Bar "CAFFE' AL CORSO"	Via 3 Novembre, 26	B
3 Bar "JOLLY"	Via Circonvallazione, 48	B
4 Albergo, Ristorante, bar "MILANO"	Via Circonvallazione	A/B
5 Bar "HAPPY DAYS" (+ sala giochi)	Via Durone, 22/b	B
6 Bar "ARNO" (+ sala giochi)	Via Fabbrica, 2	B
7 Ristorante "C'ERA UNA VOLTA"	Via L. Trentina, 5	A
8 Bar Point	Via L. Trentina, 8	B
9 Albergo, ristorante, pizzeria "PARK HOTEL"	Via Pinzolo, 32	A
10 Bar "SAN VIGILIO"	Via Pinzolo, 68	B
11 Albergo, ristorante, bar "ROMA"	Via Roma, 10	A/B
12 Bar "PASTICCERIA GELATERIA CAFFE' '900"	Viale Dante, 7	B
13 BAR AUTOSTAZIONE	Via D. Chiesa, 11	B
14 CHARLY BAR SNC DI ANTOLINI CARLO & C.	Viale Dante, 39	B
15 CAFFE' "VECCHIA TIONE"	Via del Foro, 16	B

Tavola 23bis) – Numero e tipologia pubblici esercizi in Tione (2006)

Tipologia pubblici esercizi (L.P. 9/2000)	Numero
Tipo A	2
Tipo B	11
Tipo A + B	2
Tipo C	0
TOTALE	15

Con la collaborazione degli Uffici comunali si è infine appreso, con riferimento generale ad attività di intrattenimento e svago, come non sia prevista la creazione di spazi polifunzionali ad esse destinate.

3.7.3. Conclusioni e proposte operative

L'analisi condotta ha permesso di evidenziare che:

- la presenza di pubblici esercizi in centro è limitata, per densità e tipologia di proposta;
- tali attività si associano ad alcune problematiche, legate principalmente ancora al discorso parcheggi ma anche agli orari di apertura;
- manca una ristorazione "di pregio", realtà che potrebbe contribuire a rendere più attrattivo il centro e l'intera Tione, richiamando avventori anche da lunghe distanze. Molte indicazioni vanno nel senso di agevolare l'insediamento di locali tipici, per una maggiore attrattività del luogo.

Un esempio

Il riferimento è alla "Ganzega d'Autunno", manifestazione di Mori, che riscopre e valorizza le tradizioni, le usanze e la gastronomia della gente trentina a cavallo tra l'Ottocento ed il Novecento, quando alla fine di un raccolto o di un lavoro importante, era consuetudine unirsi per "far ganzega". Si svolge nel centro storico, con apertura di cortili dove vengono allestite delle grandi tavolate e una serie di spettacoli e rappresentazioni degli antichi mestieri ed usanze.

La Ganzega d'Autunno ha quale filo conduttore il recupero di suggestioni ed eventi proposti all'interno della Ganzega d'Autunno, furono anni che videro la gente trentina testimone e protagonista diretta di avvenimenti che cambiarono la storia.

Le giornate della Ganzega d'Autunno vogliono testimoniare la voglia di vivere e di fare festa in modo semplice, proponendo allo spettatore uno spaccato della vita di quei tempi quando anche con poco cibo nel piatto ma in compagnia si trovava una ragione per sorridere e per sperare.

Proposte operative:

- 1) Stimolare ed incentivare con varianti e deroghe urbanistiche, con strumenti di fiscalità locale (ICI e tassa occupazione pubblico), con altri strumenti finanziari (fondi di rotazione, etc.) l'attivazione di esercizi qualificati di ristorazione e di locali tipici attrattivi nelle aree centrali.
- 2) Prevedere degli incentivi pubblici per spingere a un miglioramento della immagine e degli spazi esterni (plateatici) delle realtà esistenti.
- 3) Stimolare il mantenimento dell'apertura nelle fasce e nei periodi di maggior frequentazione di Tione, anche legata ad eventi e manifestazioni, e ciò per garantire un servizio adeguato all'ospite ed al cittadino. Ciò anche una apposita turnazione, la domenica ed in occasione di eventi e manifestazioni.
- 4) Ideare serate "a tema" (caffè concerto, degustazioni, etc.) e "percorsi" fra le diverse attività.

3.8. RICETTIVITA'

3.8.1. Inquadramento

Il sondaggio sugli opinion leaders ma anche le risultanze dello stesso Tavolo e il sondaggio sui consumatori evidenziano tutti forti limiti relativi alla struttura ricettiva tionesa: mancano gli alberghi.

Tuttavia, il lato positivo è che molti turisti della Rendena gravitano almeno una volta nel corso della loro vacanza (spesso ripetuta negli anni) sul capoluogo. Dato il forte transito, la attrazione di Tione potrebbe legarsi proprio al commercio, anche in considerazione del fatto che il viale principale è adatto per la "passeggiata".

E' comunque importante analizzare la situazione considerando che è cambiato il trend internazionale del turismo e bisogna poi operare una analisi allargata, osservando cosa il territorio offre (es.: le Terme, la Valle del Chiese, e così via).

Inoltre c'è un qualche fermento percepito nella località, attorno ai -pochi- contenitori ad uso ricettivo e turistico in genere (cessione albergo Park; adeguamento e ristrutturazione Hotel Milano).

A livello di ambito, le Giudicarie Centrali ricadono al centro della valle omonima, una conca situata a circa 600 metri sul livello del mare, ai piedi del Parco Naturale Adamello - Brenta. In tutte le stagioni, ma soprattutto in estate e inverno, le Giudicarie Centrali sono in grado di appagare l'ospite offrendo un ampio ventaglio di itinerari ambientali, naturalistici ed artistici.

All'interno di questa vallata si trova Tione, che offre in particolare al turista la vista dei caratteristici rioni più antichi del paese: Brévine, Cântes, Ville, Pleù, Sivrè e Basso Arnò. La cittadina è posta in posizione strategica: via di passaggio per quanti intendono raggiungere le vicine stazioni sciistiche e i panorami di impareggiabile bellezza del Gruppo del Brenta, nonché località sita alle porte del Parco Naturale Adamello Brenta.

3.8.2. Analisi

Con riferimento alla vocazione turistica, Tione è sostanzialmente un comune "estivo": le presenze in questa stagione sono infatti pari all'81% di quelle totali. Le invernali sono il 13%. Per differenza, le altre stagioni.

3.8.2.1. Consistenza degli esercizi

Come detto Tione è fortemente in deficit di offerta ricettiva. Sono solo tre gli edifici aventi destinazione alberghiera. Pressoché assenti formule extralberghiere, mentre sono presenti in numero significativo alloggi privati e seconde case.

Il comune non è comunque una tipica meta turistica. I pochi impianti presenti sono per lo più volti a soddisfare le esigenze di turisti di passaggio.

Più in dettaglio, la consistenza della ricettività alberghiera rileva la seguente strutturazione:

Tavola 24 – Alberghi in Tione (2006)

DENOMINAZIONE	CATEGORIA (stelle)	POSTI LETTO	TIPO
HOTEL MILANO	tre	25	A e B
PARKHOTEL	due	48	A
ROMA	tre	43	A e B

Da un confronto con gli Uffici comunali ed il Tavolo della concertazione è emerso come tali strutture non siano al momento fruibili, in quanto chiuse (Hotel Milano) o suscettibili di interventi futuri di recupero. A dette strutture si aggiungono due Bed & Breakfast, il Cappeller in località Cappeller ed il Tiana in via Per Scraniga, entrambi con 3 camere e 5 posti letto. Non si conta alcun affittacamere o campeggio. Si rilevano poi 2 strutture appartenenti alla classe “altri esercizi”, per un totale di 49 posti letto. Infine, si contano 23 alloggi privati, con 110 posti letto, nonchè 159 seconde case con 840 posti letto.

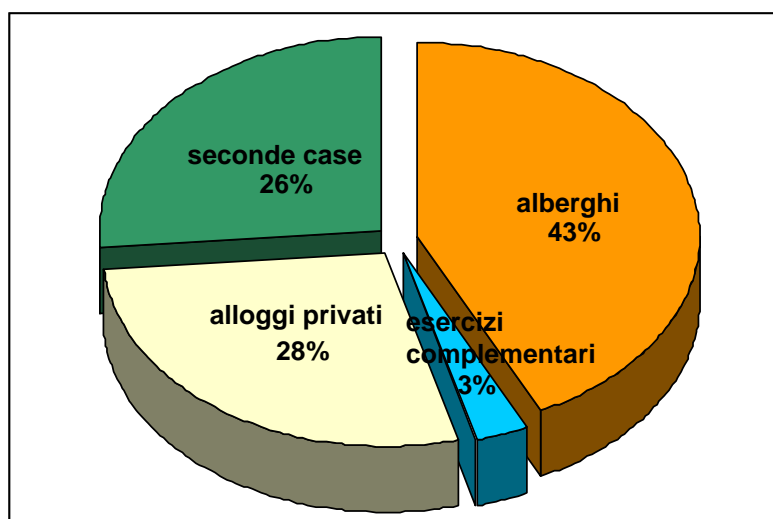
3.8.2.2. Arrivi e presenze

Si premette che nell’analisi si è proceduto alla raccolta dei dati relativamente ad arrivi e presenze turistiche, dove per arrivi si fa riferimento al numero di persone che hanno soggiornato in Tione nel corso dell’anno di riferimento, mentre per presenze al numero di pernottamenti effettuati negli esercizi. Secondo i dati resi disponibili dal Servizio Statistica della Provincia, con riferimento all’anno 2004, le cifre relative alla realtà di Tione sono le seguenti:

- 2.825 arrivi in esercizi alberghieri, per 9.138 presenze;
- 191 arrivi in esercizi extralberghieri, per 645 presenze;
- 350 arrivi in alloggi privati, 5.950 presenze;
- 500 arrivi in seconde case, 5.600 presenze.

Nel complesso trattasi di 3.866 arrivi e 21.333 presenze.

Tavola 25 - Suddivisione delle presenze per formula ricettiva Tione (2004)



3.8.2.3. Soggiorno medio

Operando un semplice rapporto tra le presenze e gli arrivi si ottiene la permanenza media espressa in giorni presso gli esercizi di Tione da parte dei turisti. L'indicatore è pari 3,2 giorni negli alberghi (il valore è di 4,88 per la provincia), di 3,4 giorni negli esercizi complementari (6 per la provincia), di 17 giorni negli alloggi privati (10,19 per la provincia), di 11,2 nelle seconde case (10,1 per la provincia). Evidente la presenza in loco di un turismo stanziale e sostanzialmente classificabile come "vecchio stampo".

3.8.3. Conclusioni e proposte operative

In sintesi, queste le valutazioni salienti:

- il comparto ricettivo tioneso è oltremodo carente, specie nelle strutture alberghiere ma anche nella ricettività leggera;
- il comune non risulta meta turistica anche considerando le presenze annuali, che mostrano valori contenuti (poco oltre le 20.000 unità) e, in aggiunta, in trend non favorevole.

Proposte operative:

- 1) Agevolare la realizzazione di nuove strutture, anche operando delle modifiche nelle destinazioni d'uso, al fine di elevare la qualità della ricettività presente, in particolare nelle aree centrali.
- 2) Verificare la possibilità di attrezzare parte delle strutture ricettive che si potranno incentivare sulla base delle esigenze del target dei cicloturisti, al fine d'intercettare questo segmento, sempre più importante anche come numeri e certamente ben presente lungo la pista ciclabile che costeggia il comune e che, in un prossimo futuro, potrebbe anche attraversarlo. Tenere presente che non è necessario puntare su turisti con elevata capacità di reddito, quanto offrire ai diversi ospiti la sistemazione effettivamente ricercata e un panel d'offerta e servizi ampio e strutturato, idoneo a soddisfare esigenze molteplici (divertimento, ambiente, cultura).
- 3) In connessione a nuovi potenziali target, risulta importante approfondire l'ipotesi di un diverso percorso della pista ciclabile, per portarla in zona centrale rispetto al percorso oggi decentrato in zona produttiva ed a valle dell'abitato. Dato il peso che potrebbe assumere la pratica sportiva dei bikers si potrebbe prevedere un Punto informativo con assistenza ai cicloturisti, per presentare le attrattive e la ricettività locale.
- 4) Va operata una gestione maggiormente oculata di spazi e di strutture a favore del turista, anche valutando la possibilità di riuso di aree e contenitori per offrire servizi oggi assenti, integrativi rispetto alla mera ricettività (es.: luoghi di incontro e per eventi "stabili", somministrazione in particolari ambientazioni, etc.).
- 5) La commercializzazione del prodotto turistico e della località di Tione nel suo complesso dovrà avvenire in stretta collaborazione fra tutte le realtà economiche e non del territorio, al fine di presentare un'offerta unica e integrata (cultura, tradizione, specificità, sport, divertimento, accoglienza, negozi, etc.).

3.9. ATTRATTIVE LOCALI – EVENTI E MANIFESTAZIONI

3.9.1. Premessa

Si è proceduto ad indagare sulle possibilità offerte dal territorio, inteso in senso ampio, andando cioè a verificare il potenziale turistico e non di Tione, valutando anche le attrattive delle Giudicarie Centrali complessive.

Si sono dapprima ricercate le risorse locali presenti sul territorio, legate ad aspetti naturalistici, che potrebbero costituire motivo di intrattenimento per l'ospite, per poi vagliare il programma di eventi e manifestazioni organizzati annualmente, o con altro timing, a Tione.

3.9.2. Analisi

Tione si trova lungo la statale che porta alle stazioni turistiche di Pinzolo e Madonna di Campiglio. È dunque interessato da ingenti flussi veicolari, soprattutto in stagione. Potrebbe dunque, mettendo in atto opportune strategie, intercettare tali flussi e ad incanalarli nella borgata, per trattenerli sul proprio territorio.

Il seguente elenco propone brevemente, a titolo peraltro non certamente esaustivo, i punti di forza di Tione quale stazione anche turistica, passando in rassegna le possibilità ed occasioni di intrattenimento sul territorio che le risorse locali offrono, sia al residente che al turista.

Parco Naturale Adamello Brenta. Il Comune di Tione rappresenta uno dei 39 i comuni appartenenti al territorio del Parco Naturale Adamello Brenta.

Passeggiate. Tione offre la possibilità di accedere alle passeggiate delle Valli Giudicarie Centrali. Alcuni itinerari: Il sentiero dei Cavai - a S.Vigilio costeggiando il fiume Sarca - da Tione a Verdesina.

Gastronomia. Il territorio rientra nel percorso della “Strada del Vino e dei Sapori dal Lago di Garda alle Dolomiti di Brenta”, punto di riferimento per la enogastronomia tipica e tradizionale.



Escursioni. Molte le possibilità: i laghi di Valbona - Val di Manez, Malga Movlina - ascensione Cima Durmont - Passo Durone - Malga Stabio - Cima Sera - Passo del Frate - Malga Trivena - Giro della cravatta.

Free climbing. Tione offre anche una palestra di roccia: salendo da Piazza Brevine lungo la via dei Monti di Tione, dopo circa 100 metri si nota a sinistra una placca calcarea di altezza variabile dai 10 ai 25 mt. Offre vie tecniche su roccia mediocre, è stata interamente riattrezzata e, inoltre, di recente adeguatamente sistemata.

Sport. Numerose, ancora, le possibilità: bocciodromo, canoa, ciclismo e rampichino, centro sportivo Sesena, centro tennis, palazzetto dello sport, palestra di roccia, percorso vita, pesca su fiumi e laghi, piscina coperta, orienteering.

Impianti sciistici. Tione è a 16 km dalle piste di Pinzolo, a 25 km da quelle piste di Madonna di Campiglio, a 18 km dalle piste di Carisolo, ove c'è anche la possibilità di

praticare lo sci di fondo. Nelle immediate vicinanze (a circa 2 km) si trova inoltre la pista di Bolbeno, che risulta molto adatta per i bambini e per i principianti.

Cascate in Val Daone. Da Tione si accede in meno di 15 minuti auto alla Val Daone, una delle zone più ricche di cascate in Europa. Si contano 136 cascate che d'estate sono un vero e proprio spettacolo della natura, mentre in inverno diventano l'ambiente ideale per compiere l'arrampicata su ghiaccio.

Eventi e strutture. Il comune non sembra offrire un calendario sufficientemente ampio e tale da distinguersi con chiarezza nel panorama delle iniziative intraprese dalle varie realtà locali. La promozione va necessariamente potenziata sui media, compreso una più incisiva fruizione ed utilizzo del sito web ufficiale del Comune. Non prive di spessore risultano tuttavia alcune iniziative, ad esempio il convegno nazionale "Politiche sociali: cittadinanza e partecipazione" del 2002, promosso da un'associazione che riunisce realtà non profit ed enti locali di città italiane ed europee.

Segue una rapida rassegna di alcuni eventi organizzati in Tione, iniziative che vedono coinvolti diversi enti, tra cui in particolare l'Amministrazione comunale, il Consorzio Turistico Giudicarie Centrali, il Coordinamento Teatrale Trentino, la Pro loco ed altri.

Ecofiere di Montagna. Organizzata dal Comune di Tione, in collaborazione con il Comitato Fiere e il Consorzio Turistico Giudicarie Centrali ed autorizzata dal Servizio Commercio della Provincia Autonoma di Trento. L'evento si propone come vetrina annuale per tutti gli ambiti, produttivi e non, dell'economia e dell'ecologia dei territori di montagna con particolare attenzione per i settori delle produzioni biologiche, del risparmio energetico, delle attività tradizionali della montagna, senza dimenticare i prodotti tipici ed progetti di sviluppo locale compatibili con le risorse ambientali.



Eventi vari. Sono promossi dall'Assessorato allo Sport del Comune di Tione, rivolti ad un pubblico vasto, ed in particolare ai giovani e alle famiglie.



Cinema teatro comunale. Di 344 posti, offre spettacoli teatrali in prosa – per adulti e ragazzi, cinematografiche, piccoli concerti, riunioni.

Tione on Ice. Il centro di Tione apre le porte al pattinaggio su ghiaccio nella stagione invernale per bambini, ragazzi e adulti.

Fiera del Termen. Svolgimento nel centro cittadino, gli ultimi tre mercoledì di ottobre.

Ad essi si aggiungono gli eventi organizzati dalla Scuola Musicale delle Giudicarie, in particolare i concerti che richiamano utenti dalla vallata e oltre della importante Orchestra Haydn.

3.9.3. Conclusioni e proposte operative

E' percepito (e dichiarato) un certo contrasto fra chi organizza le diverse manifestazioni.

Proposte operative:

- 1) Va operata una attenta ricognizione di tutte le iniziative e degli eventi presenti, per classificarli, catalogarli e valutarne una piena armonizzazione, evitando duplicazioni nella comunicazione e complessità nella stessa gestione.
- 2) Conseguentemente, va studiato e realizzato un calendario armonizzato di manifestazioni ed eventi, da veicolare tramite la Proloco, il Comune, il Consorzio e le associazioni, ma anche gli operatori economici ed attraverso appositi Point informativi (totem) da posizionare in luoghi strategici.
- 3) Va prevista una apposita segnaletica degli eventi, che consenta all'ospite di visualizzare con immediatezza le date, i tempi, le prerogative delle manifestazioni ed i luoghi di svolgimento.
- 4) Va realizzato uno studio di dettaglio per l'individuazione, la progettazione e la creazione di spazi multifunzionali destinati anche ad attività di intrattenimento e svago, di socializzazione, valutando le possibilità di riuso di aree dismesse e di spazi pubblici, con particolare attenzione ad aree baricentriche.

3.10. ARTIGIANATO

3.10.1. Inquadramento

Studi dell'Unione Italiana delle Camere di Commercio Industria Artigianato Agricoltura confermano a livello nazionale una fase di difficoltà. Sempre di meno i piccoli artigiani, sempre più numerose le società.

Come avviene da tempo il settore ha segnato anche nel 2006 un saldo negativo nel bilancio tra aperture e chiusure. Il dato, reso noto sulla base di Movimprese, la rilevazione trimestrale sul movimento demografico delle imprese artigiane condotta da InfoCamere, continua a manifestare la contrazione di imprese individuali, storicamente in progressiva riduzione da diversi anni. Invece, in Trentino, il trend in parte differente. Nel 2006 è continuata la crescita delle imprese, fino a sfondare quota 14.000. Il trend è però meno significativo che in passato. Il decennio 1995/2005 è stato caratterizzato da un lungo ininterrotto trend di crescita costante per l'artigianato trentino: le imprese sono passate da 11.571 a 13.943, con un saldo positivo di circa 200 imprese all'anno.

L'anno 2006 conferma il trend di crescita, anche se sul tasso di crescita è all'incirca dimezzato rispetto a quello degli anni precedenti (+96 imprese). Questa lieve correzione è dovuta un più alla crescita delle cancellazioni (930 nel 2006, rispetto ad una media di 809 imprese nel quinquennio precedente) piuttosto che ad un calo delle nuove iscritte (1026 nel 2006, in linea con la media 2000-2005 che è 1032). Nel corso dell'anno, esattamente ad ottobre, è comunque stata raggiunta per la prima volta la soglia delle 14.000 imprese. Se si analizzano i vari campi di attività, crescono l'edilizia e i servizi, lieve calo per il manifatturiero. Un raffronto tra i vari settori mette in rilievo la notevole crescita del settore edile e, di conseguenza, impiantistico (elettricisti, idraulici). Crescono anche i servizi alla persona, i servizi in genere e le produzioni alimentari, che spesso tuttavia nell'artigianato si configurano quasi come attività di

servizi (ad esempio le pizzerie al taglio, gelaterie d'asporto, e così via). Lieve calo per i settori manifatturieri (legno, meccanica, eccetera). Più nel dettaglio, il settore alimentare vanta a fine 2006 un numero pari a 420 aziende artigiane (+38 sul 2000), le pelli 66 (-22), le tessili 244 (-35), il legno 1.177 (-93), la carta 146 (+8), l'ottica 187 (-6), gli strumenti musicali 15 (+2), il ferro e leghe 557 (-21), la meccanica 1.294 (-68), l'oreficeria 67 (-6), il vetro-ceramica 88 (+2), le estrattive 338 (+21), la chimica-plastica-gomma 108 (-15), l'edilizia 4.757 (1.047 in più sul 2000), l'impiantistica 1.567 (+139 sul 2000), i trasporti 1.082 (meno 7), l'estetica della persona 1.095 (+25), i servizi vari 830 (+112). In tutto si è passati da 12.917 aziende del 2000 a 14.038 del 2006.

Dopo che negli anni novanta era cresciuta l'incidenza della quota delle imprese societarie rispetto alle ditte individuali, si ha ora una stabilizzazione su questo fronte. Crescono notevolmente le società di capitali (le sole srl; la spa è infatti una forma giuridica non consentita nell'artigianato), passate dalle 84 del 2002, anno della loro introduzione nell'artigianato, a 364 nel 2006. Le ditte individuali restano la maggioranza assoluta delle forme di impresa artigiane con 10.103 unità contro le 10.063 del 2005 e le 9.595 del 2000. Le società in genere (sas, snc e così via) sono salite a 3.935 contro le 3.880 del 2005 e le 3.711 del 2000. Il totale delle imprese, come detto, nel 2006 ha superato per la prima volta quota 14.000, attestandosi a 14.039 unità.

Tavola 26 – Trend aziende artigiane trentine (2000/2006)

Le aziende artigiane in Trentino dal 2000 al 2006							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
N. tot. Imprese al 31 dicembre	12.917	13.048	13.306	13.504	13.727	13.943	14.038
Incremento percentuale rispetto all'anno precedente		1,01	1,98	1,49	1,65	1,57	0,68
N. imprese iscritte nell'anno	1.072	959	1.034	1.016	1.030	1.084	1.026
N. imprese cancellate nell'anno	760	828	776	818	807	869	930
Saldo (positivo)	312	131	258	198	223	215	96

In Tione, la situazione mostra diversi punti di debolezza. Dai sondaggi contatti con rappresentanti locali dell'Associazione artigiani è emerso con chiarezza che a Tione non ci sono oggi attività artigianali che risultino chiaro volano e che siano fortemente attrattive.

Non esiste più un artigianato caratteristico e "della tradizione", che possa –appunto– attrarre l'attenzione, presenti invece in passato, né dunque delle vie tematiche sull'artigianato.

3.10.2. Analisi

L'analisi condotta col prezioso contributo dell'Amministrazione e degli Uffici competenti, oltre a evidenziare le carenze appena esposte, ha portato ad acquisire una serie ampia di dati.

Le attività artigianali presenti in Tione risultano essere 133. Si ricorda a titolo di raffronto come le attività commerciali fossero presenti in un numero lievemente inferiore, pari a 114.

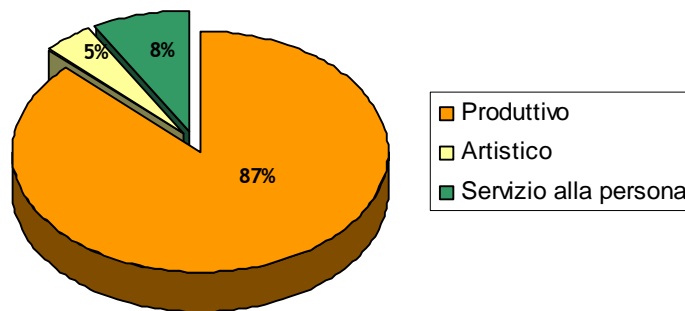
Una suddivisione adottata per le attività artigianali suole distinguere tra attività di tipo produttivo, di servizio alla persona e di tipo artistico.

Sulla base di questo dato si può osservare una netta prevalenza di attività di tipo produttivo, l'87%, seguite da quelle di servizio alla persona, l'8%. Per differenza, le attività di tipo artistico, quelle contribuirebbero ad aumentare la attrattiva di Tione, rappresentano appena il 5% circa delle attività totali.

Nel corso di uno dei tavoli di concertazione è stato confermato che l'artigianato artistico - tradizionale è carente; si è rilevata la presenza di due restauratori e un corniciaio, artigiano che chiuderà probabilmente a breve la sua attività.

Tav.27 - Artigianato in Tione: produttivo, artistico, servizi alla persona (06)

ARTIGIANATO			
	Produttivo	Artistico	Servizio alla persona
munero attività	116	6	11



La tavola seguente è elaborata sulla base dei criteri di classificazione di Confartigianato.

Disaggrega ulteriormente il totale attività in 12 categorie.

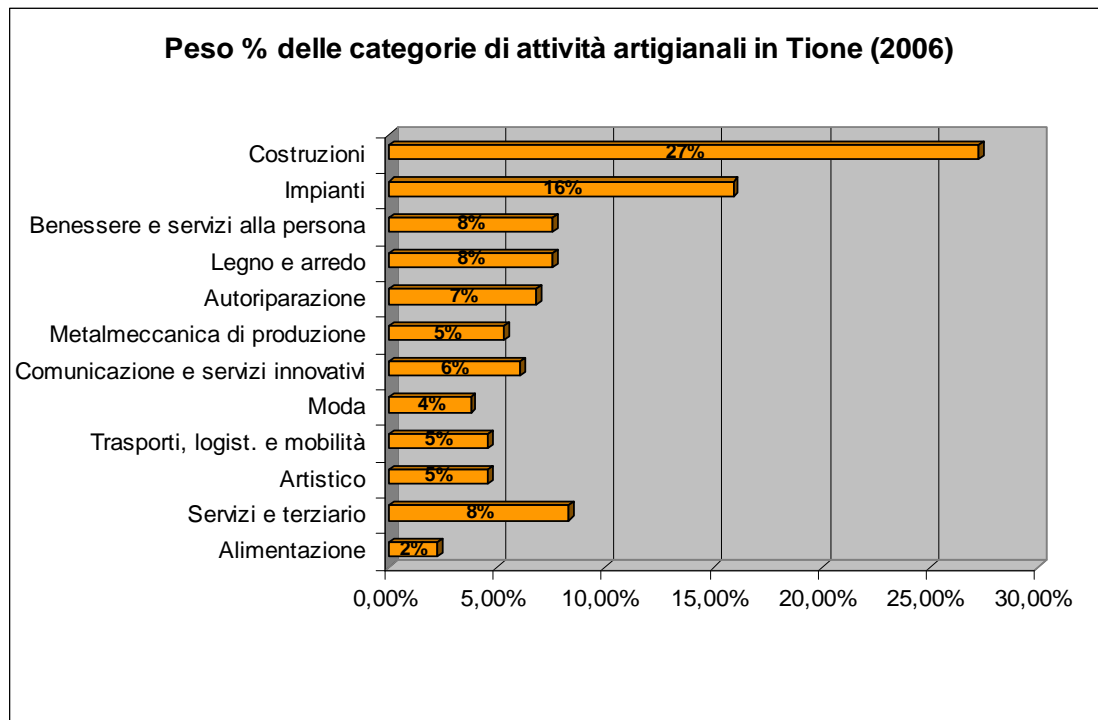
Tavola 28 – Attività artigianali in Tione “riclassificate”(2006)

Categoria	Attività	N.
Alimentazione	1 produz. pizza al taglio, 1 pasticceria, 1 pasta alim.	3
Artistico	1 conservazione restauro opere d'arte, 2 lavorazione oro e metalli preziosi, 1 officina da fabbro ferraio, 1 produzione di candele, 1 riparazione di orologeria	6
Autoriparazione	6 riparazioni meccaniche di autoveicoli, 1 consorzio per servizi alle imprese artigiane, 1 riparazioni motocicli e ciclomotori, 1 riparazione carrozzerie auto	9
Benessere Serv.alla persona	9 parrucchieri, 2 istituto di estetica	11
Comunicazione Servizi innovat.	1 laboratorio fotografico per sviluppo/stampa, 1 computer grafica, 1 fabbricazione oggetti cancelleria, 1 litografia e/o stamperia offset, 1 produzione filmati audiovideo, 2 studi promozione pubblicitaria, 1 studio fotografico	8
Costruzioni	11 lavori d'intonacatura, 6 costruzioni edili, 1 creazione e	36

	manutenzione giardini, 14 lavori di muratore, 1 officina da lattoniere, 2 pittura edile, 1 produzione di articoli vari in plastica	
Impianti	1 assemblaggio elettromeccanico, 1 costruzione motori, generatori e trasformatori elettrici, 3 produzione di stampi, 1 installazione ascensori e montacarichi, 7 installazione impianti riscaldamento, 1 installazione impianti radio-tv, 2 installazione impianti elettrici, 1 installazione impianti per industria alimentare, 2 lavori di bruciatorista, 1 riparazione apparecchiature elettroniche, 1 riparazione macchine per ufficio ed elaboratori elettronici	21
Legno e arredo	4 laboratori di falegnameria, 1 lab. tappezzeria, 1 costruzione mobili o arredamenti legno, 2 montaggio mobili e/o infissi, 1 produz. carpenteria legno, 1 posa in opera moquettes	10
Metalmeccanica di produzione	4 costruz. carpenteria metallica, 1 costruzione articoli e minut.metallica, 2 lavorazioni/riparazioni meccaniche diverse	7
Moda	1 confezione di articoli di abbigliamento, 1 confezione pellicce, 1 produzione maglieria, 2 servizio lavanderia/stireria	5
Servizi e terziario	3 costr. protesi dentali, 2 laboratori di ottico, 1 manutenzione e riparazione estintori, 1 riparazione di calzature ed articoli in cuoio, 1 riparazione di biciclette, 1 servizio di pompe funebri, 1 pulizia di camini, caldaie e simili, 1 riparazione di armi	11
Trasporti,logistica, mobilità	6 autotrasporto di cose c/terzi	6
TOTALE		133

A risultare nettamente prevalenti sono le attività legate al comparto delle costruzioni, con 36 attività, (il 27% delle totali), seguite da quelle rientranti nell'ambito degli impianti (21, pari al 16%). Fanalino di coda quelle legate alla alimentazione, con sole 3 attività, appena il 2% dell'artigianato tionesse totale.

Tavola 29 – Peso delle categorie artigianali in Tione (2006)



Un'ultima analisi effettuata sulla base delle rilevazioni della Camera di Commercio di Trento con riferimento al dimensionamento delle attività artigianali locali, evidenzia che 7 delle 133 attività contano 7 o più addetti (cfr. Tavola seguente).

Tavola 30 – Attività artigianali in Tione con 7 o più addetti *

Denominazione	Inizio attività	Produzione	Classe add.
PASTICCERIA RUBINELLI	1985	Prodotti di pasticceria fresca	Da 8 a 9
GIRARDINI LEGNO	1990	Falegnameria	Da 10 a 11
CERERIA GIOVANELLI G.	1985	Produzione di candele e cere	Da 12 a 13
PAROLARI ALESSI	1961	Fabbrica.strutture metall./carpen.	Da 18 a 19
V.E.I.	1992	Stampaggio lamiera – sverniciat.	Da 14 a 15
METAL FER	1987	Costruz.art.metallici e minuteria	Da 18 a 19
MONFREDINI FAUSTO & C.	1985	Installazione impianti elettrici	Oltre 20
PAROLARI ROL.& MARIO	1994	Installaz. impianti riscaldam.	Da 8 a 9
SEA	1984	Elaborazione dati	Da 8 a 9
TINTORIA SCOZZAFAVA	1987	Tintoria lavanderia	Da 10 a 11

* rilevazioni della C.C.I.A.A. Trento – giugno 2001

3.10.3. Conclusioni e proposte operative

Non esiste, allo stato, un progetto di valorizzazione delle attività artigianali storiche e/o artistiche (laboratori, botteghe, etc.), né un progetto per il recupero delle attività artigiane esistenti.

Tuttavia, dato l'interesse che la problematica sta sollevando in molti comuni trentini, si ritiene positiva l'ipotesi di pensare alla creazione di un "percorso" degli antichi mestieri. Si ricorda che importante risulta, per un rilancio delle aree centrali, incentivare e attivare una serie di attività artigianali "tradizionali".

Si potrebbe promuovere lo sviluppo di attività di artigianato tipico, un tempo presente sul territorio, ma anche di altre attività atte a garantire un recupero di tradizione e folclore alle vie del centro e, al tempo stesso, di divenire vere e proprie attività economiche redditizie.

Proposte operative:

- 1) Valutare la possibilità di promuovere in contenitori o ambiti specifici (es.: vie "tematiche") l'insediamento di attività artigianali "della tradizione", per rendere più attrattivo e caratterizzato il territorio. Trattasi di botteghe artigiane e laboratori (es.: tessuti, restauro, incisioni).
- 2) In particolare alcune aree, meglio indicate nella parte urbanistica, paiono luoghi idonei ad ospitare botteghe artigiane.
- 3) L'attrattiva garantita dalla presenza di attività "della tradizione" porta a ragionare non solo su una "via dei mestieri", ma anche su un sito fortemente caratterizzato, un "centro o polo dell'artigianato" dove potrebbero prevedersi mostre permanenti per l'artigianato, valorizzanti le peculiarità locali.
- 4) Vanno favorite e promosse esposizioni artigianali in concomitanza con altre manifestazioni ed eventi, con effetto sinergico e possibilità di veicolazione della proposta nei circuiti turistici.

3.11. SERVIZI, ASSOCIAZIONISMO

Tione, proprio per la sua posizione centrale nell'ambito del Comprensorio, è il capoluogo delle Giudicarie, nonché centro amministrativo, commerciale e scolastico. Vari e completi risultano pertanto i servizi presenti a Tione, come meglio dettagliato nella successiva parte urbanistica del Report. Fra i servizi e le strutture "pubbliche", le seguenti.

Le scuole. Numerose: l'asilo nido in viale Dante, la scuola materna "Principe Umberto" in via Pinzolo, l'Istituto comprensivo di scuola elementare e media in via Circonvallazione, la Scuola musicale delle Giudicarie in via M. Perli, l'ENaip Trentino in via Durone, il Liceo con indirizzi scientifico - linguistico – socio-psicopedagogico e l'Istituto Tecnico con indirizzi I.G.E.A. - Geometri - Biennio industriale - Serale Sirio in via Durone.

L'auditorium. Presso le scuole superiori.

Vari organismi e strutture di rilevanza pubblica. Il Cinema Teatro Comunale di Tione in via Roma, l'Ospedale, il Tribunale, il Consorzio Turistico Giudicarie Centrali, la Pro Loco, la Biblioteca Comunale in via D. Chiesa.

Le associazioni. Numerose le associazioni culturali e sportive, meno presenti quelle con finalità ricreative e socio-assistenziali.

Si ricordano: Acli servizi Trentino srl, circolo pensionati Tione, Gruppo A.M.A. "Oltre il buio". Inoltre: A.C.A.T. Valli Giudicarie, A.V.I.S., scuola musicale Giudicarie, bohmsche Judicarie, centro studi Judicaria. Fra le sportive:

Tavola 31 – Associazioni sportive in Tione (2005)

Denominazione	Indirizzo
Associazione Cacciatori	Via D. Chiesa, 3
Associazione Pescatori Alto Sarca	Via D. Chiesa, 3
Bocciofila Giudicariense Tione	Via Legione Trentina
Brenta Volley	Via 3 Novembre, 21
Equitrek	Via Roma, 5
Pesistica Giudicarie	Via Brescia, 11
SAT Sezione di Tione	Via Roma, 5
Sci Club Soreghina	Via Roma, 5
Soc. Ciclistica Giudicariense	Via D. Chiesa
Tennis Club Tione	Parco Saletti
U.S. Tione	Via D. Chiesa, 9
Atletica Tione	Via Roma, 5
Sporting Club Judicaria	Parco Saletti

PARTE 4 ANALISI URBANISTICA ED ARCHITETTONICA

4.1. IL CONTESTO

Il tessuto urbano di Tione era costituito da sei nuclei, indicati con il termine di “Quadre” (Brèvine, Càntes, Ville, Plèu, Sivrè, Basso Arnò), ora difficilmente individuabili per le consistenti alterazioni edilizie, in essi perpetrate a partire dagli anni cinquanta del XX secolo. Le direttrici di crescita hanno infatti teso a saldare tra loro i nuclei, attraverso una diffusione edilizia poco pianificata che ha comportato la completa alterazione dei rapporti funzionali e figurativi dell'unità territoriale.

L'area di Tione ha da sempre rivestito un importante ruolo strategico di confluenza di collegamenti tra l'area lombarda e bresciana a sud- ovest, le valli di Sole e di Non a nord ed il basso Sarca e la valle d'Adige ad est. A partire dal IX secolo Tione ha assunto funzioni di centro amministrativo e religioso per tutto il territorio circostante. Esso è stato una delle sette sedi di pieve in cui si era organizzato il potere giuridico - amministrativo del Principato vescovile di Trento nelle Giudicarie, forse sulla base delle gastaldie longobarde, divenendo poi il capoluogo della valle. Nella sua circoscrizione erano compresi i centri di Bolbeno, Zuclò e Saone.

Il fenomeno dell'emigrazione dato dalla povertà della terra ha portato, a partire dal XV secolo, al pendolarismo stagionale verso le città della pianura quali Mantova, Brescia, Milano e Venezia, per la durata di più mesi. Nel 1800 l'emigrazione è divenuta esodo verso Paesi più lontani di Europa e America.

Due grossi incendi hanno distrutto completamente l'abitato di Brèvine nel 1789 e nel 1895. Tione allora conservava ancora i connotati di un centro rurale che solo nel secondo dopoguerra conobbe gli effetti del miglioramento economico con l'avvio delle trasformazioni urbanistiche ed edilizie dell'abitato.

La concentrazione di nuove funzioni economico - amministrative hanno portato a un ulteriore inurbamento e alla conseguente espansione delle aree residenziali.

Un problema di Tione è dato dal crocevia all'inizio della cittadina, che invita a scappare dalla città, nelle due direzioni opposte. Ciò nonostante Tione rappresenta un chiaro polo di gravitazione, anche commerciale. E ciò deve essere enfatizzato e valorizzato, con adeguati strumenti.

4.2. RECUPERO DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE, DI CONTENITORI E DI SPAZI POLIFUNZIONALI

Ai fini della riqualificazione e valorizzazione del centro di Tione, vanno presi in considerazione i contenitori ivi presenti.

Tenendo conto della posizione, cubatura ed estetica degli immobili censiti, nonché del contesto in cui sono inseriti, si ritiene che l'**ex sede comunale in via del Foro**

potrebbe diventare catalizzatore di un percorso enogastronomico, accogliendo un punto espositivo dell'artigianato e dei prodotti locali. Il centro storico di Tione potrebbe così divenire nel tempo un luogo di riferimento, quale centro dell'enogastronomia delle Valli Giudicarie, ove è possibile acquistare e degustare i numerosi prodotti locali.

Altri volumi sono individuati presso l'*ex Pretura, nel rione Brevine*, che potrebbe esporre al visitatore, a scopo museale, la storia delle genti delle Giudicarie, nonché presso la *vecchia caserma dei vigili del fuoco*, adatta a diventare un museo permanente dei vigili del fuoco delle Valli Giudicarie, con i mezzi messi in disuso dai corpi della valle e la storia di questi venerabili corpi.

Con riferimento al recupero di spazi, si richiama l'attenzione alla presenza del *mercato settimanale*, in via monsignor Donato Perli.

Potrebbe risultare opportuno un suo potenziamento e spostamento in viale Dante, via Presanella e via Damiano Chiesa (cfr. **Tavola 3**).

Si sottolinea inoltre, data la rilevante funzione da esso esercitata, anche dal punto di vista della capacità attrattiva e di catalisi di flussi di utenti, l'opportunità (da meglio valutare) di incrementare la frequenza dell'attività favorendo l'introduzione di un mercato "bio" presso piazza Cesare Battisti.

4.3. RESIDENZIALITA' E RICETTIVITA'

La ricettività all'interno del centro storico è da potenziare (cfr. **Tavola 2**).

Si rileva altresì come nel corso del 2007 siano state intraprese alcune iniziative tese ad un recupero di vecchie strutture alberghiere.

Si sottolinea l'importanza di tali operazioni, dato anche il giudizio emerso dal sondaggio alla popolazione, dagli opinion leaders e dalle riunioni del Tavolo di concertazioni, tutti concordi nel rimarcare la necessità di disporre di adeguate strutture ricettive, al fine di potenziare un servizio ritenuto oggi carente ma fondamentale per intercettare gli ingenti flussi in transito per Tione e costituire capacità di attrazione "autonoma".

Va rilevato che la residenzialità, unitamente alla ricettività, costituisce la leva sostanziale per la non desertificazione del centro storico.

Infatti se il centro storico pulsa di vita propria, costituisce automaticamente richiamo per il turista, ed è per questo motivo che è opportuno rendere Tione paese più vissuto e vitale, favorendo il recupero dei vecchi edifici presenti nel centro, agevolando la ristrutturazione degli edifici, tenendo conto dell'uso dei materiali cari alla tradizione costruttiva quali la pietra, il legno e il ferro battuto.

4.4. ACCESSIBILITA' VEICOLARE E PEDONALE

Oltre al commercio ed alle fontane, attrattori spendibili per uno sviluppo di Tione sono associabili alla presenza di un'ampia serie di servizi, pubblici e privati, ma anche alla *"passeggiata"*.

I luoghi di socialità innescano infatti circoli virtuosi: chi vi arriva penetra e vive il territorio.

E' dimostrato che, dove si realizza un'**area pedonale**, si crea spesso nel medio termine un tessuto commerciale e si recuperano attività artigianali e di servizio che prima non avevano una immagine ed una attrattiva precisa.

Una grande isola pedonale garantirebbe la sicurezza dell'ospite, ma anche contribuirebbe ad accrescere l'interesse per i negozi presenti in centro.

Si ricorda inoltre l'importanza di associare la pedonalizzazione alla presenza di forti attrattori siti in area baricentriche, tipicamente contenitori commerciali, ma non necessariamente, potendo riguardare attività ludiche, ristorative ed altre, in grado di associarsi ad una attrazione e capacità di gravitazione continua nel corso dell'anno ma anche della settimana.

Per tale motivo si propone di approfondire i ragionamenti riguardo l'ipotesi di **pedonalizzazione di viale Dante**, in modo da valorizzare ulteriormente la sua vocazione a rivestire il ruolo di "via del commercio" della Rendena.

Infine, prevedere percorsi protetti per i pedoni e per i ciclisti permetterebbe un maggiore collegamento con le attrattive circostanti, quali la chiesetta di San Vigilio, le vasche per la trocoltura, il centro sportivo, il fiume Sarca, il torrente Arnò, e così via.

4.5. PARCHEGGI

Il centro storico pulsa con flussi vitali, se viene ricondotto ad isola pedonale e se viene alimentato e sostenuto dalla presenza di un sistema della mobilità efficiente ed efficace, composto da parcheggi di arroccamento sensibilmente vicini e da percorsi pedonali sicuri e non faticosi. Per questo si propone di verificare la fattibilità della realizzazione di un parcheggio interrato in via Cornal e di uno a raso in via Corpi Franchi (cfr. **Tavola 5**).

I parcheggi privati potrebbero essere interrati, il che permetterebbe di "liberare" le piazze dalla morsa delle macchine, anche valorizzando le stupende fontane che abbelliscono le piazze delle varie "Quadre".

4.6. PUNTI BARICENTRICI DI VALENZA PUBBLICA

I punti baricentrici di valenza pubblica sono rappresentati, all'interno del centro storico: dalla Chiesa Pievana di S.Maria Assunta, dal Municipio, dal Comprensorio delle Giudicarie, dal Centro Studi Giudicarie, dall'Ufficio Turistico - Pro Loco - Caccia e pesca, dalla Pretura, dalla Casa delle Associazioni, dall'Ufficio del Catasto e Tavolate, dalla Biblioteca comunale (cfr. **Tavola 1**).

4.7. AREE A VERDE

La valorizzazione e riqualificazione del centro storico di Tione va pensata riflettendo su un territorio più ampio, che comprenda i bei declivi delle montagne circostanti e le spumeggianti acque del fiume Sarca e del torrente Arnò.

Dovrà risultare percepibile all'ospite che il verde delle montagne che circondano Tione "entra" nel paese, divenendo un verde familiare e curato come quello degli orti. Favorirne il loro recupero, incentivandone la coltivazione con concorsi a premi e valorizzando l'uso del legno nella costruzione delle staccionate, riqualificherebbe l'aspetto estetico del centro.

Va operata la realizzazione di piantumazioni alberate con essenze del luogo soprattutto nelle aree a parcheggio.

Si rileva anche come viale Dante e via III Novembre siano simili a un viale di passeggio parigino, con presenza di aree verdi e spazi aperti che invitano alla socializzazione.

4.8. VIE DEL COMMERCIO E DELL'ARTIGIANATO

Una ulteriore significativa valorizzazione del centro storico è data dalla specializzazione dei settori di attività. In particolare la posizione urbana della via, gli accessi ai piani terra degli edifici, le dimensioni della sede stradale sono elementi che sostanziano e differenziano la presenza di attività commerciali o artigianali.

Commercio ed artigianato di qualità costituiscono grande leva di richiamo per il turismo in ogni stagione e si potenziano se vengono organizzati in un rapporto dialettico e sistemico con il tessuto urbano in cui sono insediati.

Per tale motivo, come visto, si è ipotizzato la pedonalizzazione di viale Dante, in modo da valorizzarne ulteriormente la forte vocazione a rivestire il ruolo di "via del commercio".

Vie del commercio che sono individuate anche in via Presanella, via Damiano Chiesa, via del Foro, via III Novembre e via Pinzolo.

In aggiunta, si evidenzia che le vie limitrofe nella parte a ovest dell'abitato, parte più antica e contraddistinta dalle belle piazze dei vecchi rioni, potrebbero divenire luogo idoneo ad ospitare una serie di botteghe artigiane (cfr. **Tavola 4**).

Se esistono dei punti focali di attrazione commerciale, associati all'alimentare, questi potrebbero diventare il motore trainante. E' necessario evitare che si disperdano sul territorio.

Un accentramento delle funzioni e degli attrattori è certamente una misura strategica importante, cui tendere per la valorizzazione del centro ma, certamente, anche di Tione nel suo complesso.

Vanno infine adeguatamente valorizzate le "botteghe storiche" esistenti e censite, anche prevedendo progettualità specifiche (*vedi infra*).

Es. Farmacia De Boni



4.9. ARREDO URBANO, ILLUMINAZIONE, ALLESTIMENTI

Il centro storico, composto dai primitivi nuclei originari, è fatto di case massive costruite in pietra, in antico ricoperte da tetti in scandole. Il paese presenta piazze “laiche”, non aderenti cioè alla chiesa, con vie strette ove s’affacciano le case contraddistinte da elementi architettonici in pietra.

Numerose lapidi sulle facciate delle case fatte apporre dal dott. Guido Boni riassumono pittorescamente la storia del borgo, che non presenta edifici di grande pregio artistico ma che, nel complesso, conta alcuni begli esempi di case rurali giudicariesi.

Appena al di fuori dall’abitato, in fondo a viale Perli, si posiziona la bella arcipretale di Maria Assunta, già ricordata in documenti del 1154.

Con riferimento all’arredo urbano, si propone di valorizzare i parcheggi pubblici esistenti con piantumazioni e punti informativi coperti.

Tione è poi uno dei paesi con le fontane più belle del Trentino; queste sono però poco valorizzate. In alcuni casi la loro immagine contrasta con altri elementi di arredo poco curati (è il caso dei contenitori per le immondizie). La valorizzazione delle fontane presenti accrescerebbe la visibilità del centro, sottolineando il legame tra il borgo e l’acqua.

Con riferimento all’illuminazione pubblica, si specifica come vada operato un suo rifacimento, soprattutto nella parte ovest del paese. Idonee luci dovranno mettere in risalto le presenze storico artistiche all’interno del centro storico .

4.10. RECUPERO FACCIATE

Tione ha assistito negli anni al venir meno di molte attività e funzioni economiche, ma l’edificato ha mantenuto ugualmente i volumi e gli stilemi architettonici.

Si sostiene l'importanza del recupero delle facciate, tenendo conto dell'uso di materiali cari alla tradizione quali il legno, la pietra e il ferro battuto, nonché il restauro dei dipinti murali e la loro valorizzazione con delle tabelle che ne spieghino la storia e il valore artistico.

4.11. RIPAVIMENTAZIONE DI VIE E PIAZZE

Si propone la ripavimentazione dove necessario di vie e piazze, soprattutto nei rioni vecchi, per un totale recupero del centro storico e delle piazze con le fontane.

4.12. TRASPORTO PUBBLICO

Il trasporto pubblico pare doverosamente pensato e garantisce il collegamento con i vari centri delle Giudicarie.

Si segnala, in particolare, la buona riuscita del sistema di mobilità di collegamento operato nel corso dell'estate 2007, con la Val Rendena e le Terme di Comano

4.13. SICUREZZA

Con riferimento alla sicurezza vi è da sottolineare come al giorno d'oggi essa sia determinata da una serie notevole di variabili, la prima delle quali è costituita dal rapporto di positiva interazione tra cittadini ed Istituzioni. Infatti l'idea attuale di sicurezza è costituita anche e soprattutto da iniziative che rendono più fruibili i relativi servizi al cittadino, più agevole ed umano il rapporto con chi opera nel campo della sicurezza (Polizia, Carabinieri, Vigili Urbani, Vigilantes), che fanno sorgere una maggiore fiducia nei cittadini e fanno accrescere la percezione di sicurezza.

Tali problematiche sono state motivo di recenti interventi del Ministero degli Interni che hanno condotto ad un Piano di Controllo del Territorio, ormai operativo in tutte le province italiane il cui obiettivo cardine è il perseguimento della maggiore integrazione possibile tra Forze di Polizia a competenza generale con le attività delle Polizie locali, in una nuova ottica di controllo del territorio. Ecco nascere la cosiddetta Polizia di prossimità ovvero il Poliziotto, il Carabiniere o Vigile Urbano di zona, il proliferare di sistemi di videosorveglianza nelle zone ritenute più a rischio sotto il profilo criminale. Tutte azioni queste che, connesse con i tradizionali strumenti di controllo, mirano a prevenire l'aumento dei reati contro il patrimonio da parte della "criminalità diffusa", che incide con i cosiddetti reati predatori direttamente sui beni personali dei cittadini e/o delle imprese private e pubbliche. Trattasi di furti in abitazione, di borseggi e scippi, di furti di autoveicoli, di rapine alle banche e/o agli uffici postali, di rapine nelle abitazioni, di truffe.

La filosofia della prevenzione prevede il rilancio di un rinnovato rapporto polizia-territorio-cittadino, inteso come maggiore sicurezza, effettiva e percepita, e come incremento di fiducia dei cittadini nei confronti delle forze di polizia. Al riguardo si evidenzia che nel 2002 è stata approvata (deliberazione 2553; Provincia Autonoma di Trento) una convenzione col centro interdipartimentale Transcrime, che disciplina contenuti e modalità della necessaria collaborazione con l'Università. Con questa iniziativa la Provincia Autonoma di Trento si impegna ad introdurre politiche ed interventi in materia di sicurezza mirati a tutto il territorio trentino, coinvolgendo tutti gli

attori della sicurezza attivi sul territorio. Transcrime ha funzione di supporto progettuale ed organizzativo allo sviluppo di questo sistema. Il Sistema integrato di sicurezza in Trentino vuole accrescere i livelli di sicurezza della popolazione, migliorando i livelli di coordinamento tra tutti i soggetti che operano nel settore, anche attraverso una maggiore efficacia ed efficienza della politiche di prevenzione. Per queste finalità è stata istituita con deliberazione 1376 di data 13 giugno 2003 la Conferenza provinciale per la attuazione di politiche integrate per la sicurezza nella quale vengono discussi i problemi, individuate le possibili risposte e stabilite le priorità di intervento nel settore della sicurezza.

Con riferimento al territorio delle Giudicarie, si osserva come nel corso del 2007 diverrà definitivamente operativo il servizio di polizia intercomunale, nel rispetto di quanto previsto dal "Progetto sicurezza del territorio" voluto dalla Giunta Provinciale.

In data 14 marzo 2007 è stata sottoscritta da tutti i legali rappresentanti degli enti partecipanti la Convenzione per la gestione associata del servizio di polizia locale e per l'istituzione del corpo intercomunale "Polizia Municipale delle Giudicarie", il cui schema era stato approvato con deliberazione consiliare 21 del 3 luglio 2006 e successivamente modificato con deliberazione consiliare 52 del 28 dicembre 2006.

Aderiscono al progetto di gestione associata i nove comuni di Bleggio Superiore, Bolbeno, Fivè, Preore, Stenico, Tione di Trento, Zuco e l'Unione dei comuni di Bleggio Inferiore e Lomaso, dunque un territorio sul quale vivono oltre 11.000 persone e che risponde, dal punto di vista dei numeri, alle indicazioni fornite dalla Provincia riguardo la riorganizzazione sovracomunale di questo importante servizio. La durata: dall'1 giugno 2007 al 31 maggio 2012.

Tione risulta essere il comune capofila di questo importantissimo progetto intercomunale, tra i cui obiettivi si annoverano la prevenzione e la repressione delle infrazioni alle norme di polizia locale, la vigilanza sull'osservanza delle leggi e dei provvedimenti amministrativi, ma anche l'informazione sulle funzioni istituzionali comunali e la possibilità di fornire una formazione di base sulla sicurezza stradale a bambini e ragazzi, attraverso corsi da attivare nelle scuole.

La sede principale del corpo intercomunale sarà a Tione, dove ci saranno gli uffici del comando. La sede operativa sarà in uno dei comuni delle Esteriori.

Oltre agli attuali vigili in servizio a Tione (4) ed a Ponte Arche (2), si andranno ad aggiungere con progetto in argomento, al fine di completare l'organico del corpo intercomunale, 2 agenti a tempo pieno di ruolo, 2 agenti a tempo pieno determinato, 2 agenti di ruolo part-time e 2 assistenti amministrativi sempre part-time.

ALLEGATI

PARTE 5

SINTESI E PROGETTUALITA' CONCERTATE PER UNO SVILUPPO INTEGRATO DEL CENTRO STORICO DI TIONE

5.1. CENNI RIASSUNTIVI GENERALI

In questa Parte del Report sono presentati ed illustrati i progetti per il rilancio del centro storico di Tione, e ciò dopo una breve fase di sintesi generale.

I progetti scaturenti si fondano su linee di azione in grado di valorizzare il contesto urbano centrale di Tione e tendono:

- alla classificazione del centro storico e aree interagenti quale “**Centro Commerciale Naturale**”;
- alla costituzione di un apposito **Soggetto gestore** con la finalità di curare la gestione, il costante rinnovamento, la promozione del centro commerciale naturale, ma anche di Tione, nel suo complesso;
- alla riorganizzazione e riqualificazione della rete degli esercizi tradizionali, puntando pregiudizialmente alla individuazione e alla costituzione di **àncore e attrattori**, capaci di veicolare continuativamente su Tione importanti presenze.

Le progettualità definite sono la diretta conseguenza della fase di analisi allargata, che ha visto l'esplicarsi di una serie di passaggi, volti alla raccolta completa di informazioni e pareri scaturenti da tutta la comunità, operata attraverso:

- contatti con **opinion leaders**, per la raccolta di informazioni qualitative da parte di soggetti rappresentativi delle componenti socio-economiche del contesto locale;
- **indagine sui consumatori**, con circa 440 questionari elaborati. Il sondaggio si è presentato strutturato, con molti quesiti aperti, anche per offrire agli interpellati, costituendo essi l'utenza e il “destinatario” del progetto, la possibilità di offrire informazioni di contenuto qualitativo e un orientamento per le scelte sul futuro di Tione di breve e medio periodo;
- incontri ripetuti col **Tavolo di concertazione**, formato da soggetti rappresentativi della realtà locale;
- elaborazione di tutti i dati raccolti, comunque acquisiti;
- formulazione delle proposte operative, discussione delle medesime in occasione delle sedute del Tavolo di concertazione, definizione delle macro e delle microprogettualità condivise, con differente priorità e timing.

5.2. RISULTANZE DI SINTESI DEL LAVORO CONDOTTO PER SETTORE

Si riportano le risultanze di sintesi scaturenti dall'indagine condotta, sia con lavoro a tavolino che con il sondaggio alla popolazione e contatti con gli opinion leaders.

Si è ritenuto di operare una riagggregazione per talune aree di indagine, al fine di una immediata visualizzazione e semplice lettura. Si riportano le sole proposte per area.

5.2.1. Residenzialità

- Confermare le misure volte a incentivare la residenzialità in centro storico, specie con riferimento alla fascia delle famiglie, che garantiscono vivibilità “piena” del centro grazie ai bambini.
- Va valutata l’ipotesi di pedonalizzare viale Dante.
- Considerare prioritaria la soluzione dei problemi di parcheggio, in primis a favore dei residenti.
- Per rendere Tione paese più vissuto, va favorito il recupero dei vecchi edifici presenti in centro storico, agevolando la ristrutturazione degli immobili.
- Vanno studiate misure atte a migliorare la situazione di pedonalità del centro di Tione, per consentire il passeggio in sicurezza. Va studiato un sistema di mobilità efficiente ed efficace, con parcheggi di arroccamento vicini e percorsi pedonali e ciclabili sicuri e non faticosi.
- Incentivare il recupero delle aree a orto presenti nel centro storico, valorizzare le fontane e prevedere la realizzazione di piantumazioni nelle aree parcheggio, per una valorizzazione del centro urbano.
- Promuovere, mantenere e potenziare specie nel centro iniziative di animazione, ricreative, culturali, di socializzazione, in particolare a favore delle famiglie.

5.2.2. Commercio al dettaglio

- Lo sviluppo commerciale del centro di Tione, in un’ottica integrata, deve poggiare su alcuni punti fissi: agevolare l’accessibilità, realizzare un potente “attrattore” anche per fidelizzare e incoraggiare i flussi turistici potenziali, avviare una gestione aziendalistica del “centro commerciale naturale”.
- Va organizzata un’offerta in grado di catturare il flusso turistico in transito per Tione.
- La mentalità dei commercianti e degli esercenti deve essere tarata anche sul turista, sul visitatore, con la capacità di adeguare l’offerta e l’approccio al cliente a un mercato mutato.
- Va agevolato l’insediamento di attività commerciali e non, specie nelle aree centrali. Va incentivato e stimolato l’ammodernamento ed il potenziamento delle attività, aiutando l’imprenditore che rinnova la propria azienda, con interventi contributivi, agevolazioni e deroghe (es.: contributi provinciali ex L.P.6/99 e L.P.17/93; esenzione comunale I.C.I. e occupazione suolo pubblico; deroghe amministrative e urbanistiche; ...) o interventi di privati, in primo luogo sponsor tecnici e banche (es.: fondi rotazione; mutui agevolati).
- Va studiato un progetto per la valorizzazione e la comunicazione delle attività presenti, siano esse “storiche” o “attuali”, realizzando una segnaletica di informazione dei “percorsi” commerciali e, ad esempio, realizzando una mappa che indichi il posizionamento delle attività per settore (es.: negozi, pubblici esercizi, servizi, ...), merceologia, altro, anche con apposite legende a colori da ritrovare nella cartellonistica.
- Va migliorata la coesione delle attività, incentivando misure di marketing integrato, fra le quali una tipica riguarda il fatto di sfruttare l’attrattività del mercato (specialmente se collegata alla istituzione di mercati specializzati o “a tema”) per fruire di ricadute sui negozi e sulle altre attività “di contorno”.
- Vanno studiate misure per agevolare il ricambio generazionale e realizzati interventi formativi continui per gli operatori, stimolandone l’incremento della professionalità.
- Per trasformare il centro in uno shopping center all’aperto, va ricercata la disponibilità in capo agli operatori di assumersi in maniera responsabile i vincoli di

una crescita in comune, che implica il passaggio dal concetto “la mia strada” a quello “la nostra strada”, fino a misure per migliorare la comunicazione e per il superamento di inutili individualismi.

- Superare la standardizzazione dell’offerta, orientandosi sulla specializzazione e sul livello di servizio, sulla tematizzazione (trattazione particolare di prodotti del territorio), anche per orientare maggiormente gli acquisti in centro.
- La qualità può essere concretizzata attraverso delle “vetrine”, ma anche col giornale di Tione e la certificazione di qualità Family.
- Vanno verificate le opportunità connesse alla gestione di orari comuni di negozi e pubblici esercizi e alla possibilità di apertura in concomitanza con fiere, eventi e manifestazioni.
- Va incentivato il prolungamento della illuminazione serale delle vetrine, anche a fini di sicurezza.

5.2.3. Ambulantato

- Va operata una riflessione che porti nel breve termine a ridefinire posizionamento, articolazione, dimensionamento dei “mercati” di Tione, partendo dal presupposto che tale attività deve fare rete e risultare sinergica con le altre. Pertanto, deve mantenere una localizzazione centrale e baricentrica. Fra le ipotesi, quella di potenziare e spostare l’area mercatale.
- Va pensata, ideata e programmata una attività mercatale specifica “a tema”, che valorizzi le specificità del territorio e che divenga punto di forza “da spendere” per uno sviluppo integrato del centro di Tione. Tale attività potrebbe trovare svolgimento in diverse vie del centro.
- Da approfondire la possibilità di incrementare la frequenza dell’attività mercatale favorendo l’introduzione di un mercato “bio” presso Piazza Cesare Battisti.

5.2.4. Pubblici esercizi

- Incentivare i pubblici esercizi ad aderire al marchio “Family in Trentino” – Esercizio amico dei bambini”, in sinergia con la promozione di Tione quale “Comune amico della famiglie”.
- Stimolare ed incentivare con strumenti di fiscalità locale (ICI e tassa occupazione pubblico) e altri strumenti finanziari (fondi di rotazione, etc.) l’attivazione di esercizi qualificati di ristorazione e di locali tipici attrattivi nelle aree centrali.
- Prevedere incentivi per spingere a un miglioramento della immagine e degli spazi esterni (plateatici) delle realtà esistenti.
- Stimolare il mantenimento dell’apertura nelle fasce e nei periodi di maggior frequentazione di Tione, anche in connessione con eventi e manifestazioni e per garantire un servizio adeguato all’ospite ed al cittadino.
- Ideare serate “a tema” (caffè concerto, degustazioni, etc.) e “percorsi” fra le diverse attività.

5.2.5. Ricettività

- Verificare la possibilità di prevedere all’interno delle strutture ricettive spazi tarati sul turista (piccole esposizioni commerciali, etc.).
- Agevolare la realizzazione di nuove strutture, anche operando delle modifiche nelle destinazioni d’uso, per elevare la qualità della ricettività presente specie nelle aree centrali.
- Verificare la possibilità di attrezzare parte delle strutture ricettive, anche mediante incentivi, sulla base delle esigenze del target dei cicloturisti, al fine d’intercettare

questo segmento, sempre più importante anche come numeri e ben presente lungo la pista ciclabile che costeggia il comune e che, in un prossimo futuro, potrebbe anche attraversarlo.

- In connessione a nuovi potenziali target, risulta importante approfondire l'ipotesi di un diverso percorso della pista ciclabile, per portarla in zona centrale rispetto al percorso oggi decentrato in zona produttiva ed a valle dell'abitato. Dato il peso che potrebbe assumere la pratica sportiva dei bikers si potrebbe prevedere un Punto informativo con assistenza ai cicloturisti.
- Va valutato come sia necessario offrire ai diversi ospiti un panel d'offerta e servizi ampio e strutturato, per soddisfare esigenze molteplici (divertimento, ambiente, cultura, ..). Va operata una gestione maggiormente oculata di spazi e di strutture a favore del turista, anche valutando la possibilità di riuso di aree e contenitori per offrire servizi oggi assenti, integrativi rispetto alla mera ricettività (es.: luoghi di incontro e per eventi "stabili", somministrazione in particolari ambientazioni, etc.).
- La commercializzazione del prodotto turistico e della località di Tione nel suo complesso dovrà avvenire in stretta collaborazione fra tutte le realtà economiche e non del territorio, al fine di presentare un'offerta unica e integrata (cultura, tradizione, specificità, sport, divertimento, accoglienza, negozi, etc.).

5.2.6. Artigianato

- Valutare la possibilità di promuovere in contenitori o ambiti specifici (es.: vie "tematiche") l'insediamento di attività artigianali "della tradizione", per rendere più attrattivo e caratterizzato il territorio. Alcune aree, meglio indicate nella parte urbanistica, paiono luoghi idonei ad ospitare botteghe artigiane e consentire il recupero di attività.
- L'attrattiva garantita dalla presenza di attività "della tradizione" porta a ragionare non solo su una "via dei mestieri", ma anche su un sito fortemente caratterizzato (quale l'ex sede municipale) su un "centro o polo dell'artigianato" dove potrebbero essere create mostre permanenti per l'artigianato, valorizzanti le peculiarità locali.
- Vanno favorite e promosse esposizioni artigianali in concomitanza con altre manifestazioni ed eventi, con effetto sinergico e possibilità di veicolazione della proposta nei circuiti turistici.

5.2.7. Attrattive locali, eventi

- Va operata una attenta ricognizione delle iniziative ed eventi presenti, per classificarli, catalogarli, valutarne una piena armonizzazione, evitando duplicazioni nella comunicazione e complessità nella stessa gestione.
- Conseguentemente va realizzato un calendario armonizzato di manifestazioni ed eventi, da veicolare tramite Proloco, Comune, Consorzio e associazioni ed appositi Point (totem) da posizionare in luoghi strategici.
- Va prevista una apposita segnaletica degli eventi, che consenta all'ospite di visualizzare con immediatezza date, tempi e luoghi di svolgimento.
- Va realizzato uno studio di dettaglio per l'individuazione, la progettazione e la creazione di spazi multifunzionali destinati anche ad attività di intrattenimento e svago, di socializzazione, valutando le possibilità di riuso di aree dismesse e di spazi pubblici, con particolare attenzione ad aree baricentriche.

5.2.8. Visual merchandising urbano, arredo e vivibilità

- Recupero di gran parte delle botteghe del centro storico per la promozione dei prodotti locali che avrebbero nella ex sede comunale la loro sede espositiva

- ideale.
- Recupero dei contenitori esistenti (ex sede comunale, ex caserma vigili del fuoco, ex pretura) e valorizzazione. Ad esempio, la ex sede comunale quale punto catalizzatore dei percorsi gastronomici delle Valli Giudicarie.
 - Censimento e valorizzazione delle botteghe storiche.
 - Valorizzazione dei parcheggi pubblici esistenti con piantumazioni e punti informativi coperti.
 - Ristrutturazione del sistema del traffico urbano con la riprogettazione della viabilità e la costruzione di parcheggi privati interrati e di un grande parcheggio interrato in via Cornal.
 - Rifacimento, ove necessario, dell'illuminazione pubblica soprattutto nella parte ovest del paese. Posizionamento di idonee luci a mettere in risalto le presenze storico artistiche all'interno del centro storico .
 - Ripavimentazione di vie e piazze soprattutto nei rioni vecchi per un totale recupero del centro storico e delle piazze con le fontane.
 - Segnalazione dei passaggi pedonali.
 - Collegamento dei sentieri con la borgata, per permettere al turista di ammirare gli orti e i giardini privati. Recupero aree a orto presenti nel centro storico.
 - Studiare l'ipotesi di pedonalizzazione di viale Dante.
 - Studiare l'ipotesi di potenziamento e spostamento del mercato settimanale da via monsignor Donato Perli a viale Dante, via Presanella e via Damiano Chiesa.
 - Realizzazione di piantumazioni alberate con essenze del luogo soprattutto nelle aree a parcheggio.
 - La valorizzazione delle fontane presenti accrescerebbe la visibilità del centro sottolineando il legame tra il borgo e l'acqua.
 - Recupero delle facciate, tenendo conto dell'uso di materiali della tradizione.
 - Restauro dei dipinti murali.

5.3. CONSIDERAZIONI GENERALI PER IL RILANCIO DEL CENTRO STORICO DI TIONE ED AREE INTERAGENTI

Per quanto rilevato lo sviluppo del centro storico di Tione di Trento in un'ottica integrata deve poggiare sui seguenti punti fissi:

- soluzione definitiva alla questione relativa alla variante di urbanistica commerciale al PRG, oggi in stallo. Tale variante dovrà anche individuare il posizionamento della zona commerciale integrata, atta ad ospitare le grandi strutture di vendita/centri commerciali, area sulla quale andrà assegnato il contingente di superficie attribuito dalla Provincia al Comune di Tione;
- individuazione e perimetrazione del Centro Commerciale Naturale di Tione;
- avvio di una operatività e gestione aziendalistica del Centro Commerciale Naturale, individuando le corrette forme del rapporto che deve sussistere fra tutti i soggetti attivi sul territorio (Consorzio Turistico Giudicarie Centrali, Pro loco associazioni varie, etc.).
- miglioramento della vivibilità e fruibilità, anche con interventi urbanistici, architettonici e di visual merchandising urbano;
- realizzazione di una capacità di attrazione più ampia ed estesa nel tempo, per la veicolazione di flussi, con creazione di un potente Attrattore o di un "Sistema" che poggi sulle peculiarità locali e sul perseguimento della valorizzazione integrata del territorio;
- cambiamento della mentalità degli operatori, che porti ad un approccio realmente "collaborativo", anche mediante interventi formativi diffusi.

Per quanto qui sopra sintetizzato, nonché per le specifiche criticità nel paragrafo precedente puntualmente dettagliate, appare evidente la necessità di attuare strategie competitive innovative, che consentano la creazione di un “sistema”, che leghi il commercio e le altre realtà imprenditoriali. Le piccole aziende locali devono comprendere che il maggior punto di forza è dato dallo “stare insieme in un contesto attrattivo”. Vanno superati gli inutili personalismi, ancora troppo diffusi.

Bisogna avere quale chiaro obiettivo quello di operare in chiave “attiva”, con misure che incrementino già nel medio termine l’attrattività e la competitività del centro storico di Tione ed aree con esso interagenti. Ciò con interventi strutturali, con previsione di àncore ed attrattori, eventuali zone a traffico limitato, accompagnate ad adeguate dotazioni di parcheggi ed agendo nel contempo sull’offerta, nelle sue varie forme e strutturazioni (mix di proposte merceologiche, visibilità e comunicazione, etc.) e su una gestione unitaria del “centro commerciale naturale”, con un comune denominatore: la “Qualità” e la “Tipicità”.

5.4. PROGETTUALITÀ SPECIFICHE PER IL RILANCIO COMMERCIALE DEL CENTRO STORICO DI TIONE DI TRENTO

Due sono le Macroprogettualità individuate, peraltro strettamente interconnesse e caratterizzate da alcune sottodeclinazioni.

- A) MISURE ORGANIZZATIVO - GESTIONALI E DI MARKETING**
- B) MISURE PER INCREMENTARE L’ATTRATTIVITÀ**

5.4.1. A) Misure organizzativo – gestionali e di marketing

Lo sviluppo integrato come sopra indicato presuppone una classificazione iniziale e in seguito una operatività del contesto centrale quale “centro commerciale naturale”, con costituzione di un organismo gestore, che ne curi la gestione secondo gli indirizzi definiti dal Tavolo di concertazione, il costante rinnovamento, la promozione, secondo un approccio di marketing territoriale.

Un ruolo importante che il “centro commerciale naturale” e l’Ente gestore potranno svolgere è quello di costituirsi strumenti per lo sviluppo, programmato e finalizzato, di un tessuto urbano, in grado di controllare ed innescare interventi pubblici e privati entro precise griglie progettuali.

A1) Progettazione, classificazione e veicolazione del centro storico di Tione quale “centro commerciale naturale” (CCN), con conseguenti misure operative

L’obiettivo è quello di operare affinché il centro di Tione possa divenire un centro commerciale naturale¹⁹, area che comprende, oltre a esercizi commerciali al dettaglio

¹⁹ Ciò anche alla luce della definizione riportata nella delibera della Giunta Provinciale n.340 di data 21 febbraio 2001 (articolo 7, comma 2), che specifica che i progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici possono essere promossi su porzioni del territorio interessate dalla presenza di insediamenti commerciali che costituiscono centri commerciali naturali, aree vocate per le attività

in sede fissa, anche attività mercatali, pubblici esercizi, attività turistico - ricettive e di intrattenimento e svago, artigianato di servizio, e così via.

Per arrivare a tale risultato occorre anche un mutamento culturale di tutti gli operatori economici e dei residenti che, superando individualismi, dovrebbero ritrovarsi a lavorare insieme, condividendo obiettivi e strategie.

Dall'esame condotto emerge come il centro storico di Tione possieda le potenzialità per poter essere classificato ed operare quale "Centro Commerciale Naturale" e ciò anche in considerazione degli importanti cambiamenti che interesseranno il comune nel breve e medio periodo (**variante di urbanistica commerciale al PRG**, conclusione dei lavori riguardanti lo sdoppiamento della rete fognaria, margini di miglioramento del visual merchandising urbano, etc.).

Una volta individuato il centro commerciale naturale, il progetto strategico di rilancio è una sorta di piano marketing, che individua iniziative da realizzare, tempi realizzativi, impegni a carico delle parti, costi e relativa copertura finanziaria.

Sul piano operativo è necessario intervenire su due livelli: uno per migliorare ciò che c'è; l'altro per creare nuove condizioni di sviluppo. Evidente che il centro storico è un bene prezioso, che presuppone una comunicazione unitaria con i diversi soggetti coinvolti nella promozione e nella valorizzazione del medesimo.

Il lavoro che andrà a implementarsi sarà essenzialmente dedicato alla creazione di un "prodotto", che dovrà costantemente essere innovato nelle sue componenti mercatali, artigianali, di servizio per essere promosso e commercializzato. L'ipotesi base è che si possa realizzare un effettivo incremento di valore delle risorse locali qualora le Amministrazioni, gli operatori, i cittadini operino sinergicamente secondo gli schemi del cd. "marketing territoriale", un approccio innovativo di seguito esposto in rapida sintesi, nei punti essenziali.

Il marketing territoriale può suddividersi in due gruppi: esterno (trattasi di ogni misura finalizzata a richiamare all'interno del centro storico i differenti segmenti di fruitori, siano essi cittadini, imprenditori economici o turisti; interno (finalizzato all'imperativo della Qualità e della soddisfazione delle esigenze dei "residenti" siano essi cittadini, operatori economici, enti, altri attori, comunque coinvolti nella pianificazione strategica territoriale -Consorzio Turistico Giudicarie Centrali, Associazioni, Proloco, etc.-).

In particolare, i "pubblici esterni" sono i fruitori dei beni e dei servizi proposti dall'offerta latu sensu del centro storico e aree interagenti di Tione. Fra tali fruitori: pendolari, turisti, visitatori in genere e flussi di persone in transito; investitori-operatori economici; potenziali nuovi residenti e potenziali nuove imprese, che potrebbero insediarsi qualora ciò risulti attrattivo. I "pubblici interni", invece, risultano i seguenti: i residenti, che ricercano una migliore qualità della vita, sotto l'aspetto ambientale (inquinamento, traffico, etc.), della vivibilità (accessibilità e parcheggi), delle relazioni sociali, della cultura, del tempo libero; le imprese insediate sul territorio, che ricercano vantaggi di tipo localizzativo ed economie esterne. Infine c'è una terza categoria di soggetti che entrano in relazione col territorio: le Amministrazioni locali, orientate alla valorizzazione e incremento della attrattività del territorio stesso ed al miglioramento della qualità della vita dei residenti.

commerciali in quanto, per la presenza di una elevata concentrazione di negozi, di una integrazione tra merceologie e tipologie distributive, di attività di servizio rendono al consumatore un servizio completo.

La necessità di soddisfare gli interessi dei pubblici interni e quella di aumentare l'attrattività del centro storico sembrano poter consentire di ragionare, anche per questi ultimi, secondo concetti propri delle imprese, con applicazione delle tecniche del marketing²⁰.

Il centro storico deve poi essere visto come un unicum, un "soggetto strategico" cui s'associa l'obiettivo di ottimizzare il benessere collettivo nel lungo periodo, componendo differenti e legittime esigenze e aspettative dei diversi attori coinvolti. E' necessario valutare e individuare obiettivi raggiungibili nel breve, nel medio ma anche nel lungo termine e conseguentemente impostare e implementare gli strumenti e gli interventi da attuare per conseguirli.

In primo luogo va posta attenzione alle risorse e alle capacità specifiche del territorio, il che dovrebbe costituire la base per la formulazione di una visione strategica. La costruzione di solidi e duraturi vantaggi competitivi di ambito deve necessariamente basarsi sulle specificità, sulle risorse, sulle peculiarità e capacità storicamente connotanti l'abitato di Tione. Una volta individuate le core competences si dovrà operare in un'ottica di "concorrenza territoriale globale".

Più in dettaglio, la sottoprogettualità può essere così articolata:

Obiettivi

- Valorizzare i punti di eccellenza del centro di Tione ed aree interagenti per individuare tale porzione di territorio quale "centro commerciale naturale".
- Creare una cultura tendente a valorizzare l'area centrale come sistema integrato di funzioni, relazioni, cultura e vitalità associativa.
- Assegnare al "centro commerciale naturale" una valenza strategica per la crescita socio – economica, culturale e per la qualità della vita della città nell'interesse dei frequentatori e delle attività economiche che vi operano.
- Incrementare l'attrattività delle botteghe artigiane e rilanciare il ruolo delle piccole e medie imprese commerciali, artigianali, turistiche e dei servizi con una strategia concertata di sviluppo del territorio.
- Sviluppo di reddito e opportunità per le attività economiche.
- Sviluppare forme innovative e più efficienti di gestione dei servizi e dell'offerta degli operatori, individuando un soggetto gestore e misure di comunicazione integrata.
- Individuare un mix di funzioni e di iniziative, anche urbanistiche, per rendere attrattivo e accessibile il centro commerciale naturale di Tione.

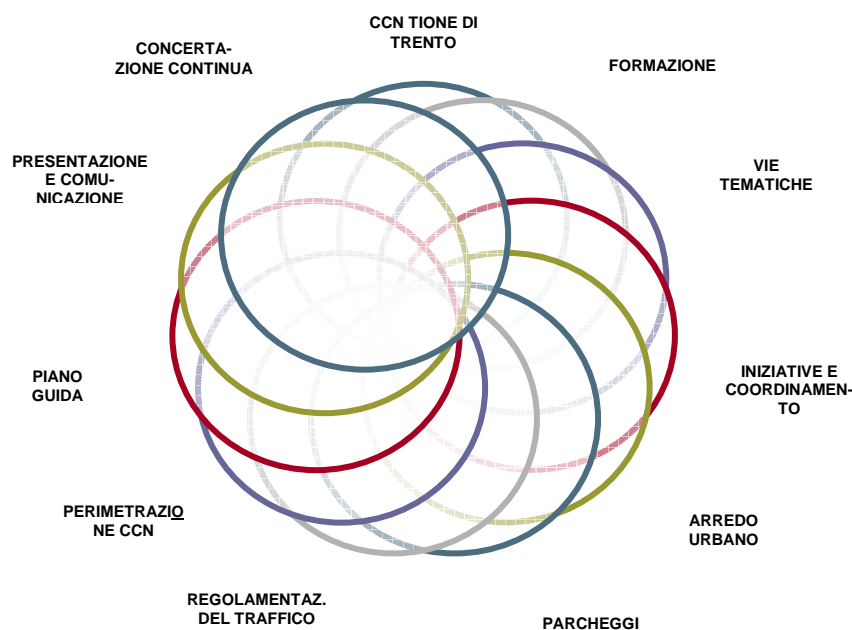
Attori coinvolti

- Amministrazione comunale e partecipate
- Operatori economici e Associazioni imprenditoriali
- Enti di promozione turistica
- Istituti di credito
- Cittadini, interessati a partecipare
- Proprietari immobiliari
- Altri enti, organismi e soggetti interessati

²⁰ Si evidenzia che il marketing può applicarsi anche a organizzazioni tipicamente non profit, quali appunto le entità territoriali: nel caso specifico il centro storico.

Misure

- 1) Perimetrazione e classificazione del centro commerciale naturale. Il Comune individua cartograficamente l'area, con evidenziazione delle attività economiche e di servizio presenti.
- 2) Avvio di una fase di concertazione continua attorno all'attuazione di progetti trasversali per la riqualificazione del centro storico. Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente.
- 3) Comunicazione. Si rivolge all'esterno e all'interno, con un lavoro costante di informazione che deve tenere aggiornati tutti gli interessati al progetto. Va promosso e comunicato quanto fatto, fino ad individuare nuovi spazi informativi, migliorando coesione e organizzazione delle attività esistenti e incentivando iniziative di marketing integrato. Nell'ambito delle varie iniziative di comunicazione, andrà realizzato un Marchio identificativo del centro commerciale naturale di Tione e un link sul sito web del Comune (dove riportare, ad esempio: risultanze del progetto, calendario integrato eventi, segnaletica informativa percorsi, ...).
- 4) Formazione degli operatori e iniziative coordinate. Vanno attuati interventi in più direzioni: spirito di gruppo e appartenenza, visual merchandising, ricambio generazionale, accoglienza, conoscenza delle lingue, etc.. Da ricercare iniziative coordinate, in più ambiti: piano orari armonizzato; coordinamento gestionale fra operatori (Card, etc.) e così via.
- 5) Tempestiva definizione della problematica dei parcheggi.
- 6) Regolamentazione del traffico. In connessione alla soluzione della questione viabilità, studio e verifica ipotesi percorribili, anche in relazione a ipotesi di pedonalizzazione ed a percorsi pedociclabili.
- 7) Arredo urbano e visual merchandising. Studio e verifica stato avanzamento lavori e nuove esigenze (rete fognaria, illuminazione, allestimenti). Immagine armonizzata attività economiche (piano vetrine, plateatici, segnaletica turistica).
- 8) Vie "tematiche" e "della tradizione". Studio opportunità, individuazione percorsi, studio caratteristiche vie e modalità di attrazione, progettazione.



A2) Individuazione di un Soggetto Gestore che attui le misure scaturenti dal Tavolo di concertazione

L'esame condotto ha rilevato che a Tione non esistono iniziative tra operatori quindi manca una vera e propria strategia unitaria. In passato era presente un consorzio che organizzava varie iniziative, poi venuto meno per mancanza di slancio e di idee "giovani".

Manca inoltre una vera sinergia tra Tione capoluogo e la frazione di Saone.

Nel corso dei Tavoli di concertazione e della stessa indagine agli opinion leaders sono emersi tuttavia tali limiti ed è stata manifestata una diffusa presa di coscienza riguardo la necessità di superare certi individualismi esistenti.

È stata inoltre ad esempio condivisa la necessità di collegare le piccole iniziative organizzate dalle attività economiche ad un evento di dimensioni più importanti, di migliorare la formazione degli operatori, etc..

La mancanza di un soggetto gestore e di una condivisione allargata nella operatività rappresenta un freno alla trasformazione e veicolazione del centro di Tione quale centro commerciale naturale. E' invece pregiudiziale la messa in atto di una regia unica, ragionando in termini strategici, pensando anche ad una serie di eventi posizionati in modo tale da rendere interessante e vivibile l'intero centro con le sue articolazioni in ambito comunale e di valle.

Sarà in tale ottica pregiudiziale individuare un soggetto gestore e attribuire allo stesso la necessaria funzione di regia del complesso delle iniziative che andranno ad essere concertate. La cooperazione tra i punti vendita al dettaglio, tra questi e le attività artigiane, dei servizi e di altri settori, deve svilupparsi nella costruzione di tale ente.

La concretizzazione di una organizzazione ad hoc per il centro storico attenua i punti di debolezza connessi alle dimensioni ridotte delle singole attività, senza intaccarne i punti di forza, tra cui la specificità assoluta data dall'inserimento in un tessuto urbano di pregio. L'operatività è visualizzata dalla seguente tavola.



La dimensione commerciale del centro offre nel contempo la possibilità di contenere il costo pro-capite di azioni come quelle riconducibili alla promozione, al marketing ed alla gestione: il costo, ripartito su un numero elevato di operatori, diviene appunto spesso relativamente esiguo in termini pro-capite.

La dimensione generalmente estesa dell'abitato, e ciò vale anche per Tione, è un vantaggio competitivo, rispetto ai centri commerciali artificiali. Evidente che questa strategia vale solo se si radica la partecipazione delle attività economiche al progetto. Altro punto di vantaggio della struttura organizzata è la maggiore capacità di interazione con gli altri organismi, pubblici o privati, che possono in tal modo contare

su una maggior garanzia di trovare nella struttura medesima un interlocutore duraturo nel tempo e organizzato, emanazione del tessuto imprenditoriale locale. Con tale interlocutore si può collaborare anche su altre problematiche.

La verifica della sostenibilità economica dell'attività del soggetto gestore richiede la stesura di un business plan che quantifichi i costi delle attività da svolgere ed il fabbisogno finanziario da coprire con le quote associative.

Nei prossimi mesi andrà individuato, nelle forme giuridiche che si riterranno opportune anche in termini di possibilità di fruizione di contributi pubblici, il soggetto gestore del centro commerciale naturale di Tione, atto a rappresentare le esigenze dei vari soggetti attivi sul territorio e dunque di promuovere lo stesso, dinanzi ad un pubblico vasto, con un'identità forte ed unitaria.

Obiettivi

- Sviluppare forme innovative e più efficienti di gestione dei servizi e della offerta degli operatori, individuando un soggetto che in concertazione con Amministrazione e categorie svolga attività gestionale e di valorizzazione ed animazione del "centro commerciale naturale" di Tione.
- Operare una gestione aziendalistica di eventi, interventi e misure e ogni altro fattore incidente sul centro commerciale naturale.
- Realizzare gli indirizzi del Tavolo e della Amministrazione, raccolti nel "Programma unitario delle attività promozionali" del centro commerciale naturale.
- Promuovere e organizzare iniziative per valorizzare il centro commerciale naturale nelle sue componenti sociali, culturali, turistiche, economiche.
- Stabilire rapporti di collaborazione continua con gli uffici pubblici, con le imprese, gli enti, le associazioni, gli organismi e gli altri soggetti interessati.
- Porsi come organismo di rappresentanza unitaria degli interessi del centro commerciale naturale di Tione e dei soggetti sullo stesso gravitanti.
- Ricerare ogni forma di collaborazione e finanziamento della propria attività a livello non solo locale (Comune, Provincia, Comunità Europea, ...).
- Operare il controllo dei risultati ottenuti in rapporto agli obiettivi prefissati e conseguentemente relazionare al Tavolo della concertazione.

Attori coinvolti

- Amministrazione comunale e partecipate
- Associazioni imprenditoriali
- Enti di promozione turistica
- Operatori di tutti i settori interessati a partecipare
- Istituti di credito
- Enti e Organismi vari
- Proprietari immobiliari
- Cittadini, interessati a partecipare
- Altri soggetti interessati

Formula giuridica e costituzione

Il soggetto gestore può costituirsi quale semplice gruppo di coordinamento o quale soggetto giuridico autonomo.

Il Consorzio è una prima ipotesi operativa. E' una formula che consente flessibilità della struttura e possibilità di beneficiare di agevolazioni contributive importanti. Si propone quale insieme complesso di attività economiche e sociali, individualmente distinte per gestione, dimensioni, prodotti, ma riunite funzionalmente in un soggetto che persegue un progetto di sviluppo socio - economico integrato.

Condizioni necessarie per lo start up

- E' necessario costituire il soggetto con una ampia partecipazione iniziale, spingendo per una massiccia adesione.
- Il soggetto gestore dovrà connotarsi per una operatività aziendalistica, slegandosi dunque da apprezzabili -ma poco efficaci- ottiche volontaristiche.
- Dovrà possedere una adeguata strutturazione, anche logistica, ed essere immediatamente visualizzabile.
- Vanno individuate analiticamente, da subito, azioni, tempi e costi realizzativi, oltre a strutturazione logistica e modalità di copertura degli investimenti.

Misure

- 1) Individuazione e costituzione del Soggetto Gestore. Individuazione formula giuridica idonea.
- 2) Definizione business plan del soggetto gestore.
- 3) Misure operative del soggetto gestore:
 - acquisto di beni e servizi (convenzioni per elettricità serale, pubblicità, altro; acquisiti di gruppo; etc.);
 - strategie di servizi comuni (gestione aree attrezzate e sedi logistiche; fidelity Card, etc.);
 - realizzazione materiali promo – pubblicitari anche per singoli esercizi e di un depliant informativo sul “centro commerciale naturale”;
 - adozione di un logo identificativo del centro commerciale naturale di Tione (“Centriamo Tione?”);
 - sportello informativo e coordinamento attività consorziati;
 - veicolazione promo - pubblicitaria dei loro prodotti e servizi;
 - realizzazione di una segnaletica di informazione dei “percorsi” espositivi, commerciali, storici, culturali. Predisposizione di punti informativi per fornire notizie su eventi, manifestazioni e sulle attività economiche del centro;
 - studio di iniziative di aggiornamento professionale per gli operatori, privilegiando l'idea di accoglienza, il valore della aggregazione, la funzione strategica della “vetrina”;
 - relazioni esterne. Mantenimento e potenziamento rapporti con gli organismi pubblici e privati interessati; rapporti con le associazioni; rapporti con gli organi d'informazione;
 - reporting e controlling. Verifiche, incontri e confronti continui tra i diversi attori coinvolti.

5.4.2. B) Misure per incrementare l'attrattività di Tione

Due le sottoprogettualità individuate.

B1) Progettualità per il riconoscimento del marchio "Family in Trentino"

Una esigenza emersa nel corso del progetto riguarda la necessità di operare da subito per recuperare l'attrattività di Tione, che si ritiene diminuita nel corso degli anni. Allo stesso tempo è stata riconosciuta la necessità di valorizzare il centro storico nel segno della "Qualità", della "Cultura" (cinema, teatro, iniziative connesse), e della "Tradizione", anche attraverso l'individuazione di un attrattore o di un sistema di attrattori.

Nel caso di Tione, queste àncore vanno individuate con attenzione.

Da valutare la possibilità di insediare, anche attraverso opportuni incentivi, ristoranti e locali tipici, elementi ritenuti carenti dalla popolazione, assieme alle strutture ricettive alberghiere. Sono interventi strategici al fine di trattenere i soggetti gravitanti sul territorio.

In alternativa, si deve operare con una maggiore cooperazione tra operatori e con la qualificazione complessiva di attività e servizi.

Qualificazione intesa prima di tutto come superamento della standardizzazione, cultura dell'accoglienza, formazione degli operatori, anche con riferimento alla vetrinistica, ed altre misure (giornale di Tione), ma anche come certificazioni di qualità.

In tal senso si ricorda come il 24 settembre 2004 la Provincia Autonoma di Trento abbia approvato il "Piano degli interventi in materia di politiche familiari", piano che si inserisce nell'ottica di una politica di valorizzazione e sostegno delle diverse funzioni (sociale, riproduttiva, educativa, economica) che la famiglia assolve nella società e che ha tra i suoi obiettivi quello di qualificare il Trentino come un territorio "amico della famiglia".

Tale documento programmatico intende far sì che il territorio provinciale diventi un contesto privilegiato di valorizzazione e promozione della famiglia, grazie ad una particolare attenzione e specializzazione nel rispondere alle esigenze di questo particolare target di utenza. Per raggiungere questo risultato, la Provincia ha predisposto con delibera di Giunta Provinciale n. 219 dd. 10 febbraio 2006 uno specifico marchio, denominato "**Family in Trentino**", per consentire ai vari utenti di identificare agevolmente l'operatore, pubblico o privato, che eroga servizi familiari secondo uno standard predefinito.

Ha quindi proceduto col definire, settore per settore, standard di qualità riferiti a specifiche aree (tariffaria, dei servizi resi, dell'accoglienza, degli spazi e della sicurezza, etc.). Ciò attraverso l'istituzione della Commissione marchio "Family in Trentino", con deliberazione n. 869 di data 6 maggio 2005, che ha predisposto i criteri generali di assegnazione del marchio, nonché dei disciplinari per l'attribuzione del marchio alle diverse categorie di interesse.

Sono state quindi individuate e disciplinate le categorie di interesse, nella fattispecie: "Musei" (delibera G.P. n. 265 d.d. 17.2.2006), "Esercizio Amico dei bambini" (delibera G.P. n. 760 d.d. 13.04.2006), "**Comuni**" (delibera G.P. n. 2.755 d.d. 22.12.2006),

“Eventi temporanei a misura di famiglia, mostre, convegni, fiere, ...” (delibera G.P. n. 1191 d.d. 8.6.2007).

Tione potrebbe pertanto qualificare la sua realtà attraverso un’adesione al marchio “Family in Trentino”, nelle sue molteplici forme.

L’Amministrazione potrebbe scegliere di aderire al marchio a livello di Comune, adeguando alcuni servizi allo specifico target delle famiglie, favorendo la vivibilità e attrattività dell’abitato, sviluppando strategie per trattenere e mantenere sul territorio una popolazione negli ultimi anni cresciuta, a livello di Giudicarie (Tione compresa) in misura maggiore che nel resto della provincia.

A tal fine si ritengono cruciali tutte le iniziative volte ad incrementare la residenzialità, così come richiamate nelle proposte operative sopra espresse, ma anche a favorire e migliorare la vivibilità del centro nel tempo (previsione di zone a traffico limitato, riqualificazione centro sportivo, etc.).

L’accreditamento del comune, ed in particolare del centro commerciale naturale, attraverso l’adesione al marchio nelle sue varie declinazioni, favorirà affermazione e rafforzamento dell’identità di Tione, oggi a tratti percepito come paese ricco sotto il punto di vista dei servizi e del commercio, più debole con riferimento ad altri tipi di proposta.

Allo stesso modo, anche le attività commerciali potrebbero riservare alla Famiglia simili “attenzioni”, sviluppando di più la cultura dell’accoglienza, a loro volta evidenziando l’intenzione di qualificarsi come “Family in Trentino”.

Il centro commerciale naturale di Tione potrebbe attrezzarsi (ad es., con aree verdi, isole pedonali, spazi di ritrovo per giovani e di socialità) per accogliere i “piccoli ospiti”, mentre i genitori si dedicano allo shopping nella cittadella del commercio. Ciò con un ritorno di immagine unico, grazie a dei fattori strategici non replicabile altrove.

L’iniziativa va necessariamente promossa non solo a livello di Amministrazione ma anche di eventi, pubblici esercizi, e così via, ai fini dell’ottenimento del marchio su un panel di categorie a oggi disciplinate, così da promuovere, all’interno ma anche e soprattutto verso il pubblico esterno (pendolari e turisti in transito per Tione, in primis) l’immagine di una realtà coesa e di un sistema di funzioni **Family oriented**, la prima realtà di tale tipo in Trentino.

Il riconoscimento consentirà al comune di veicolare la propria immagine e le iniziative attivate attraverso canali privilegiati: il portale dedicato al marchio “Family in Trentino”, la stampa istituzionale, gli altri mezzi di comunicazione.

Naturalmente, l’iniziativa andrà comunicata e veicolata insieme alle altre peculiarità di Tione (vocazione culturale, ambiente, ruolo commerciale, tradizione, etc.), sempre per evidenziare, al pubblico interno ma soprattutto a quello esterno, il sistema di funzioni ed iniziative che Tione può da subito offrire, in una cornice di pregio, in un ambiente piacevole e attrezzato.

Si allaga il Disciplinare che comprende una serie di requisiti (raggruppati per area) da soddisfare al fine di poter richiedere il conseguimento della Certificazione Family. Si tratta di requisiti in parte obbligatori e in parte facoltativi.

B2) Interventi urbanistici per migliorare accessibilità e vivibilità

Un tempo il tessuto urbano di Tione era costituito da sei nuclei (“Quadre”: Brèvine, Càntes, Ville, Plèu, Sivrè, Basso Arnò). A fine ‘800 Tione conservava ancora i connotati di un centro rurale, che solo nel secondo dopoguerra conobbe gli effetti del miglioramento economico, con l’avvio delle trasformazioni urbanistiche ed edilizie dell’abitato. Le direttrici di crescita infatti tesero a saldare tra loro i nuclei attraverso una diffusione edilizia poco pianificata che comportò la completa alterazione dei rapporti funzionali e figurativi dell’unità territoriale.

L’originario tessuto urbano si estende su un’area in cui non risultano concentrate tutte le funzioni residenziali, commerciali e di servizio, sviluppatasi anche più a valle.

La vivibilità di un’area si associa sì al commercio, che svolge ruolo di aggregazione sociale e identificazione collettiva, ma anche di attrazione turistica, ma anche alla presenza di altre attività e servizi, nonché di luoghi dove soddisfare i bisogni del tempo libero (ristoranti, bar, etc.). Il tutto deve posizionarsi in aree agevolmente accessibili.

La situazione attuale, invece, evidenzia problematiche molteplici: la presenza di un traffico reso caotico dal pendolarismo, un problema di parcheggi lungo il viale principale (“capita spesso che due auto contemporaneamente non riescano a transitare”), una “passeggiata” contrastata da vuoti e alternanza di esercizi chiusi / aperti, e così di seguito.

Considerato che commercio ed artigianato di qualità si potenziano se vengono organizzati in un rapporto dialettico e sistemico con il tessuto urbano in cui sono insediati, per mantenere e accrescere la visibilità di Tione su un mercato esteso, aggiungendo interesse e contenuti all’offerta commerciale e culturale dell’ambito, vanno recuperate porzioni di territorio a livello centrale per facilitare momenti d’aggregazione in un contesto di qualità, cercando di recuperare i valori locali di storia, tradizione e cultura, creando un’atmosfera esclusiva.

Via del commercio

La progettualità che si va a suggerire implica l’avvio di una fase di analisi di maggior dettaglio, per verificare effettivamente la fattibilità della trasformazione dell’identità dell’area, che divenga area dinamica e viva – attraverso la realizzazione di una isola pedonale, individuata lungo viale Dante, atta a valorizzare la sua vocazione a rivestire il ruolo di “via del commercio”. E’ una zona in grado di attrarre frequentazione e passaggio, innescando un circolo virtuoso di riqualificazione complessiva del centro storico.

Pedonalizzazione

L’obiettivo è avvicinare sempre più Tione a quelle cittadine che hanno sperimentato una rivitalizzazione basata sulla pedonalizzazione, che con le modifiche alla viabilità potrà finalmente trovare sviluppo anche a Tione.

Nella maggior parte dei casi la pedonalizzazione ha contribuito in maniera considerevole al rilancio delle attività commerciali e artigianali. Ciò avviene recuperando elementi di identità storica, architettonica e urbanistica.

In generale, prevedere percorsi protetti per i pedoni e per i ciclisti, permetterebbe un

maggiore collegamento con le attrattive circostanti, quali ad esempio la chiesetta di San Vigilio, le vasche per la troscultura, il centro sportivo, il fiume Sarca e il torrente Arnò,

Parcheggi

Tale proposta viene associata alla previsione di parcheggi di arroccamento sensibilmente vicini.

Per questo si propone la verifica di fattibilità relativa alla costruzione di un parcheggio interrato in via Cornal e di uno di raso in via Corpi Franchi.

La ristrutturazione del sistema viario e la conseguente pedonalizzazione favoriscono l'intrattenimento, aumentando il numero di soggetti e la permanenza di questi nell'area di interesse, con evidenti benefici per le attività, commerciali e non.

I parcheggi previsti consentono, attraverso percorsi pedonali o pedociclabili, di raggiungere l'eventuale isola pedonale in modo immediato, con sicurezza ed in tempi minimi.

Segnaletica

Sarebbe auspicabile poi l'introduzione di un sistema a pannelli con messaggio variabile per indicare posizionamento, accessibilità e disponibilità posti auto.

Mercato

Nel fare riferimento alla valorizzazione ed alla rivitalizzazione delle vie del centro di Tione si richiama anche l'attenzione sullo spostamento del mercato periodico di servizio da via Monsignor D. Perli a viale Dante, via Presanella e via D. Chiesa.

Specializzazioni

Il centro storico di Tione potrebbe infine accrescere la sua attrattività e conseguentemente la sua vivibilità, ad esempio promuovendosi quale centro della enogastronomia delle Valli Giudicarie, anche utilizzando i contenitori pubblici esistenti a scopo di esposizione e promozione dei numerosi prodotti locali (es. l'ex sede comunale in via del Foro).

In sintesi, si ritiene di poter puntare su una interrelazione e **sinergia fra funzioni**, mettendo in sistema una serie di peculiarità, oggi isolate, in grado di esercitare rilevante forza gravitazionale, anche per la sinergia ottenibile dal fatto di riunire ed ospitare in un territorio circoscritto più funzioni ed attività, spesso fra loro complementari nelle funzioni d'uso.

Le progettualità per potenziare l'attrazione e la vivibilità delle aree centrali di Tione possono essere così riassunte.

Obiettivi

- affermazione di un'identità unica e caratteristica di Tione.
- Qualificazione dell'offerta commerciale (vetrine, accoglienza, specificità

merceologia).

- Rafforzamento dell'offerta ricettiva in senso lato.
- Potenziamento delle attività mercatali ed artigianali quali elementi utili per aumentare la frequentazione del centro e per la caratterizzazione di Tione quale sede di promozione di prodotti artigianali e gastronomici locali.
- Enfaticizzazione degli elementi di attrazione che caratterizzano Tione e concertazione di una strategia che sappia generare positive ricadute sul centro attraverso un'oculata messa in rete degli stessi.
- Individuazione di un mix di funzioni e iniziative, economiche e non, per rendere fortemente attrattivo il centro ed unico rispetto agli altri centri.
- Valorizzazione di contenitori già esistenti.
- Individuare un mix di funzioni e iniziative anche urbanistiche tali da rendere maggiormente attrattivi gli attrattori esistenti e l'intero centro.

Ricadute e benefici indotti

- Qualificazione di Tione quale territorio "Family in Trentino".
- Aumento dell'attrattività del centro e dell'intero comune, su un mercato globale.
- Recupero di parti del tessuto urbano.
- Miglioramento accessibilità e quindi della frequentazione del centro: parcheggi, pedonalizzazione.
- Sviluppo del centro in un'ottica sistemica e integrata.
- Recupero e riqualificazione di viale Dante ed altre aree interagenti e limitrofe con progressiva riconduzione ad isola pedonale.

Attori coinvolti

- Amministrazione comunale
- Associazioni delle categorie economiche ed imprenditoriali
- Operatori economici
- Istituti di credito
- Consorzio Turistico, Enti ed Organismi vari
- Proprietari immobiliari, cittadini e altri Soggetti interessati a partecipare

Fasi, tempi e costi

Da definire

5.5. CONCLUSIONI

In quest'ultima parte del Report sono stati presentati e illustrati in dettaglio i progetti per il rilancio del centro storico di Tione. Costituiscono linee di azione per la valorizzazione del contesto urbano centrale e nel loro complesso tendono (in particolare la classificazione quale "Centro Commerciale Naturale") alla riqualificazione della rete degli esercizi tradizionali, con valenze particolarmente significative di qualificazione dell'ambiente urbano anche dal punto di vista economico e sociale.

La progettualità, scaturita a seguito della fase di analisi "allargata", si sostanzia in una serie di priorità programmatiche, raccolte in forma ufficiale nell'atto "pubblico – privato", denominato "Patto per uno sviluppo integrato del centro storico di Tione".

Detti interventi dovranno incidere anche sulla riorganizzazione della città, sul miglioramento delle condizioni di sicurezza, sull'arricchimento della dotazione dei servizi e delle opere infrastrutturali, sulla riduzione della congestione urbana (migliorando l'accessibilità all'area centrale), sulla "qualità sociale".

A questo punto, gli steps da seguire risultano, a livello generale:

- Programmare incontri pubblici per evidenziare le risultanze acquisite dalla fase di analisi e di concertazione e per indicare le potenziali iniziative attuabili, nel breve, medio e lungo termine.
- Costituire un Tavolo di concertazione permanente, che porti a realizzare in collaborazione con le categorie economiche e con Organismi vari, una attività di indirizzo e di promozione finalizzata a individuare e comunicare al meglio l'idea di centro commerciale naturale o a cielo aperto e, in seguito, a portare avanti le diverse progettualità.
- Migliorare coesione e organizzazione delle attività esistenti, incentivando misure di marketing integrato.
- Consolidare i rapporti con enti e organismi pubblici e privati interessati al progetto (Provincia, Camera di Commercio, Associazioni, Banche, altri).

Per fare ciò risulta necessaria una regia unica che operi con logica di sistema. Si dovrà operare considerando che ogni azione di sviluppo deve coinvolgere l'intero centro storico ma non solo, ragionando dunque in termini strategici, pensando ad una serie di eventi ed attrattori in modo da rendere interessante l'intera area.

L'Amministrazione dovrà continuamente migliorare le sinergie con privati e con gli organismi competenti, per realizzare materialmente le iniziative indicate, coinvolgendo tali soggetti fin dalla fase progettuale.