

2 marzo 2017 12:58

Aduc – Osservatorio Firenze. Una città che perde la sua identità o una economia incapace di essere al passo con il presente e il futuro?

di [Vincenzo Donvito](#)



Spesso si legge, grazie anche ad indagini di diversi media, che una città come Firenze, soprattutto nel suo centro storico, sta perdendo identità perché diverse botteghe chiudono e non vengono sostituite da altrettante attività commerciali al passo con quella che viene chiamata fiorentinità. Il corollario è fatto di allarmi da parte delle varie associazioni di categoria commerciale che, salvo rarissime eccezioni, sono incentrate sulla difesa corporativa dell'esistente, nonché inneggianti a tutti i provvedimenti dell'amministrazione comunale che garantiscano loro questa rendita di posizione. E la loro "controparte" quasi sempre risponde come loro vogliono, con provvedimenti che inibiscono qualunque nuovo, spesso anche incomprensibili se non ascritti nell'ambito di quelle decisioni fatte più che altro per invogliarsi elettorato piuttosto che cittadini. Per questo valga un solo esempio per tutti: la vicenda Mc Donald's/Arnold Coffee in piazza Duomo che, dire che ha dell'incredibile, è il minimo, considerato che al momento vede vincente un Sindaco e una sua giunta che, mentre da una parte dicono di lavorare per la liberazione delle nostre economie, dall'altro fanno il contrario con legittimi sospetti che stiano facendo anche un gioco sporco

(http://www.aduc.it/comunicato/mcdonald+arnold+coffee+firenze+unesco+magia+della_25424.php).

Noi partiamo da un presupposto quando osserviamo, analizziamo e cerchiamo di capire le dinamiche di queste economie: **i vantaggi a breve e lungo termine per il consumatore. Domanda per eccellenza.** Perché un consumatore dovrebbe comprare in centro città un prodotto che, in un centro commerciale in periferia o semi-periferia, per esempio, costerebbe la metà? Potrebbe comprarlo non perché il negozio è più bello (e magari anche più "diretto"), ma forse perché più particolare, più consoni alle proprie esigenze... insomma diverso. Scelta d'acquisto che vale per tutte le categorie commerciali (1).

Ed è qui il nodo del problema: l'economia è cambiata, per tutti, ma alcuni non vogliono adeguarsi, cioè innovare, aggiornarsi, leggere meglio il mercato e diventare protagonisti propositivi... e quindi ecco il piagnisteo della scomparsa delle tradizioni che, se condito con un po' di xenofobia anti-straniero da Paese disgraziato, sono convinti possa essere più funzionale.

A nostro avviso le economie chiuse e corporative, come quelle che amministrazioni come quella fiorentina sembra che vogliano incentivare, non hanno futuro. Se devo vendere un museo, un pezzo di storia, una scorciatoia di natura e un panorama, conservare e preservare va benissimo (e questo dovrebbe continuare ad essere al primo posto di tutte le politiche e anche con maggiori incentivi rispetto ai notevoli sforzi che la nostra amministrazione cittadina già fa). Ma se devo vendere prodotti di consumo, di largo consumo, perché devo "obbligare" un turista a comprarsi solo un panino da 5 euro o mangiare in un ristorante da 40/50 euro, e non consentire che, in armonia con l'ambiente architettonico ed urbanistico, possa scegliere anche un panino da 2 euro e un pasto da 10?

Per capire ancora meglio. Visto che già oggi nel centro della città si può mangiare ed acquistare prodotti (anche di abbigliamento) a prezzi di mercato 2017, senza che queste botteghe abbiano alterato più di tanto l'armonia urbana, che senso e che valore ha che l'amministrazione ascolti le sirene stonate di chi è economicamente incapace di essere in questo secolo di economia globalizzata?

Noi crediamo che si possano fare cose bellissime e molto produttive valorizzando al massimo le caratteristiche del nostro contesto urbano e storico, soprattutto proiettandosi al futuro. Come? Basta esser liberi. Quella libertà che, per esempio, la nostra amministrazione non ha mostrato negando le autorizzazioni al super-discreto negozio di Mc Donald's in piazza Duomo, e che non ha mostrato sottostando ai ricatti dei taxisti che hanno di fatto impedito un adeguamento dell'offerta del loro servizio alle reali domande dell'utenza (in senso numerico ed economico/costi).

E' probabile che se i nostri amministratori -ovviamente se ne hanno voglia e predisposizione culturale e politica- guardassero piu' ai cittadini, alle economie degli stessi che ai consensi delle corporazioni per le prossime elezioni, qualcosa potrebbe accadere.

1 - registriamo, pero', diverse eccezioni (che sembra non piacciono -e fanno finta che non esistono- ai diversi cantori della fiorentinita' commerciale), soprattutto in ambito alimentare, dove la proliferazione di minimarket di grandi catene di distribuzione, pur se a prezzi leggermente piu' alti che in altre parti della citta', hanno aperto le loro botteghe in centro.