

CARTELLA STAMPA

Montebelluna (TV), 10 settembre 2021

CONFCOMMERCIO E CONFARTIGIANATO ASOLOMONTEBELLUNA: ECCO LA CITTA' CHE VOGLIAMO

Presentazione dell'indagine delle attese delle imprese verso la Politica in vista dell'appuntamento con le urne di ottobre

Le imprese del commercio, del terziario e dell'artigianato di Montebelluna non stanno a guardare.

In vista dell'imminente appuntamento elettorale del 3 ottobre che vedrà l'elezione del nuovo Sindaco e dei nuovi Amministratori, hanno avviato, tramite le associazioni territoriali di Ascom-Confcommercio e Confartigianato AsoloMontebelluna, un'indagine presso un campione di imprese operative nel comune, per rilevare, analizzare e descrivere le attese verso la politica locale, coglierne le richieste e le proposte.

L'indagine, condotta nel mese di agosto con interviste in questionari diretti presso associati di entrambe le Associazioni e non associati, è stata presentata oggi alla stampa e ai dirigenti associativi. I contenuti confluiranno in un documento programmatico che Confcommercio e Confartigianato presenteranno pubblicamente ai due candidati Sindaco: Adalberto Bordin (centro destra) e Loreno Miotto (centro sinistra) in un incontro pubblico che verrà organizzato **il 21 settembre, alle ore 20,30 presso l'Auditorium della Biblioteca comunale.**

Sei le sezioni e relativi ambiti indagati per cogliere a pieno il *sentiment* delle imprese. Nell'insieme, le attese che emergono dalle interviste tratteggiano un tessuto imprenditoriale dinamico, attento ai cambiamenti e ai temi ambientali, della sostenibilità, dell'innovazione e della digitalizzazione, resiliente, proiettato in un futuro post- Covid, consapevole del proprio valore per la città, dotato di uno spirito partecipativo autentico e prezioso. L'indagine apre, nel mese che precede le elezioni, un dialogo importante tra Politica e Imprese, nell'ottica della tutela degli interessi ma anche della creazione di nuove sinergie per il prossimo mandato.

Ecco, in sintesi, i risultati più significativi delle varie sezioni.

Politiche attive per imprese e occupazione

Le politiche attive sono il paradigma centrale che ha preso piede in particolare in questo periodo di emergenza sanitaria. In questo conteso il 97,6% degli intervistati chiede sgravi fiscali, il 93,9% incentivi per nuove attività economiche (in particolare per donne e giovani), il 90,2% l'adozione e l'implementazione di strumenti digitali. Una grande fetta, pari all' 87,8% chiede nell'ordine: facilitazioni per accesso al credito e incentivi dedicati all'innovazione, accordi quadro con i proprietari per la calmierazione degli immobili, contributi per la formazione e il reperimento di figure professionali specializzate e supporto alle politiche sociali. L'80,5% chiede di individuare luoghi di coworking e per il 69,5 % chiede possibilità di affitti brevi o temporanei.

Viabilità, mobilità, infrastrutture

Ben il 93,9% chiede collegamenti veloci con linee ferroviarie di grande interesse turistico (Venezia – Dolomiti) e pedaggi agevolati per gli operatori economici. Il 92,7 % sente la necessità del potenziamento delle reti internet e banda larga, il 90,2% segnala il problema della sicurezza stradale (dossi e attraversamenti), l'86,6 % aumento e riordino dei mezzi pubblici, l'84,1% ampliamento della rete ciclabile, l'81,7% il collegamento con Montello e Asolano, il 78% chiede l'incremento della mobilità sostenibile.

Consumo di suolo, aree dismesse e riqualificazione

E' un tema molto sentito: il 96,3% degli intervistati ritiene importante l'erogazione di incentivi locali per gli efficientamenti energetici e la riduzione dei rifiuti, il 92,7% la semplificazione dell'iter burocratico per gli interventi di riqualificazione edilizia, il 91,5% gli incentivi per la riconversione di aree ed immobili dismessi, il 90,2% le facilitazioni per cambi di destinazione d'uso, l'85,4% l'introduzione di un piano del verde urbano e la mappatura delle aree abbandonate o da riqualificare. Nell'insieme gli intervistati esprimono con forza l'avvio di una progettualità volta alla sostenibilità.

Iniziative per il centro storico

Il centro storico di Montebelluna è centrale per le imprese del commercio e dell'artigianato. Forte dell'esperienza del Distretto de Il Mosaico, è un tema che trova molta condivisione in queste risposte. Il 98,8 % ritiene importante la costruzione di un calendario condiviso e multisettoriale con le varie Associazioni (che metta insieme sport, cultura, arte, artigianato artistico, identità e tipicità) e l'intensificazione della vigilanza, il 92,7% le iniziative di co-marketing, l'87,8% l'avvio di un tavolo di coordinamento tra pubblico e privato e la gratuità dei parcheggi, l'84,1% la riorganizzazione del mercato del mercoledì.

Cultura e turismo

Lo sviluppo turistico di Montebelluna è ritenuto una priorità per il mondo economico. In questo contesto di assoluto interesse le proposte emergenti sono nell'ordine: sinergie di accoglienza coi comuni confinanti 86,6%, ampliamento dell'offerta turistica 85,4%, creazione di un asse culturale unico tra Venezia e Dolomiti 84,1%, valorizzazione del distretto dello Sport SyStem 80,5 % , il 70,7% lo sviluppo di centri di alta formazione innovativa collegati alle tipicità e identità.

Immagine della città

Su questo tema si sono interrogate le imprese, alla ricerca di un brand unificante in cui ci possa riconoscere l'economia e la società montebellunese. Il brand che registra più consensi è "città dello sport" per l'80,5%, a seguire "città del benessere" 72%, città delle piazze 67,1%, città dei servizi 57%, città della lettura 53,7%, a testimonianza delle notevoli potenzialità insite nella città di Montebelluna, tutte positive e da sviluppare con nuove progettualità.

I commenti

Confcommercio, il presidente Roberto De Lorenzi

"Nell'insieme, in questo panorama di "desiderata" che abbiamo monitorato, colgo due aspetti. Il primo: c'è un grande senso di appartenenza da parte dei nostri imprenditori e un forte attaccamento alla città. Tutti, con il giusto spirito di partecipazione, stiamo concorrendo per migliorare e far crescere la nostra città in cui si lavora, si produce e si vive. Il secondo: emerge una platea molto attenta ai temi importanti come la sostenibilità e l'innovazione. Posso quindi dire che già in questo mandato abbiamo intrapreso la strada giusta, progetti come il "Radar" per l'occupazione, l'Occ per la tenuta delle imprese sono già progetti giusti che trovano un appoggio in queste risposte. Infine, occorre ragionare con un'ottica ampia, che alzi lo sguardo oltre il confine comunale (penso a turismo e promozioni) e si allunghi fino all'Europa: la capacità di sviluppare progettualità specifiche e attingere ai fondi del PNRR, nel prossimo mandato, farà la differenza. Ci saranno città connesse, collegate e capaci di autofinanziare il proprio rinnovo e città non connesse,

marginalizzate e incapaci di superare la burocrazia e di attingere ai fondi. Noi, per Montebelluna, che ha dimostrato nei decenni una grande capacità progettuale, speriamo in un rafforzamento. In tutto questo non bisogna perdere di vista i servizi utili alle imprese, i parcheggi, gli orari, la sistemazione della viabilità elementi questi che concorrono alla qualità della vita di una città e di un territorio”.

Confartigianato, il vicepresidente Alessandro Zanini

Da una prima disamina dell’esito del sondaggio appare chiara una cosa: che i montebellunesi ci tengono alla loro città e vorrebbero vederla sempre più funzionale e accogliente.

Vedo con soddisfazione che i miei colleghi imprenditori hanno colto appieno anche l’importanza della dimensione turistica e culturale e chiedono tante cose interessanti tra cui la **valorizzazione del distretto dello sportssystem**, un’eccellenza mondiale che rappresenta un potenziale enorme da salvaguardare e sfruttare.

Sgravi, semplificazioni e incentivi per ovvi motivi sono sempre al primo posto nei sondaggi come questo ma personalmente noto che nelle risposte non mancano percentuali alte e significative anche su altri aspetti, più legati alla socialità e, direi, alla dimensione umana.

Ricordiamoci cosa ci ha insegnato la pandemia, di quanto serva potenziare e innovare la rete di servizi locali, l’assistenza domiciliare, le modalità di interazione, la socialità, il commercio e il controllo di vicinato per sconfiggere l’abbandono.

Vediamo crescere il disagio psicologico, anche nei piccoli centri come il nostro e soprattutto tra i più giovani e questo fenomeno ha ripercussioni pesantissime anche sul mondo del lavoro che incontra difficoltà crescenti nel far incontrare domanda e offerta di lavoro, nel portare i giovani nelle nostre aziende e convincerli a mettersi in gioco. Dico questo per ribadire il concetto che tutto è interconnesso e che le politiche sociali sono strategiche. Quindi dobbiamo attrezzarci meglio per combattere la solitudine e per sviluppare politiche che abbiano al centro sempre più la persona, anche ricorrendo alla tecnologia e al potenziamento delle reti digitali.

Le Città come Montebelluna sono il terreno ideale dove sviluppare queste azioni virtuose ed essere promotori di innovazione e cambiamento è un preciso dovere del mondo associativo. Questa collaborazione tra le nostre due Associazioni è già un segnale della volontà di superare vecchie logiche e lavorare in modo più condiviso di prima, siamo molto soddisfatti di questa sinergia senza la quale oggi non saremmo qui e di cui ringraziamo Ascom Confcommercio per l’opportunità.

Continueremo ad impegnarci per rinnovare, per costruire e per vincere la sfida degli obiettivi ormai imminenti del 2030, per un modello di sviluppo sempre più sostenibile, inclusivo e umano che parta dai nostri Comuni.