

Forum Ambiente Area
Metropolitana Parco Est delle Cave

STOP CEMENTO

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI
di CONSUMO*

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

- Il modello di consumo “centro commerciale” ha inizio dal 1920/30

Si fondava su:

1. Assenza di pianificazione urbana e terreni edificabili disponibili
2. Possibilità economica e disponibilità culturale delle famiglie a spostarsi con l'auto per fare shopping
3. Predisposizione al cambiamento di abitudini nel “fare la spesa”, dagli acquisti quotidiani di piccola entità alla “grande spesa” una tantum.

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

CAMBIAMENTO :

La crisi economica modifica gli elementi fondanti di questo tipo di modello di consumo

La consapevolezza del concetto di consumo di suolo si è formata

Il degrado del tessuto sociale e culturale indotto da questo tipo di modello di consumo è ormai tangibile e riconosciuto.

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

COSA ACCADE nei CENTRI URBANI?
si sono SVUOTATI

perché?

Impoverimento economico

Inaridimento del tessuto sociale

Difficoltà o incapacità di “rispondere” al modello di offerta dei grandi poli di attrazione commerciale per:

mancanza di condizioni strutturali;

mancanza di iniziative e politiche di attrazione.

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

- Cambiamento di tipologia di STRUTTURE RICETTIVE RIDOTTE per SUPERFICIE , di pu facile fruizione
- Cambiamento di tipologia di CONSUMI: attività legate al tempo libero, alla comunicazione, all'intrattenimento.

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

LA RISPOSTA dei CENTRI COMMERCIALI alla
CRISI ECONOMICA

Lo shopping full time :

la liberalizzazione delle aperture domenicali
rivelatosi strumento insufficiente.

Il cambiamento della tipologia di STRUTTURE
della tipologia di CONSUMI

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

**LA GESTIONE DEL CENTRO COMMERCIALE
CAROSELLO**

VA IN DIREZIONE OPPOSTA

AMPLIAMENTO A DISMISURA PER SUPERFICIE

**PER “COLLOCARE” L’OFFERTA DI SERVIZI
COMMERCIALI per il**

TEMPO LIBERO e INTRATTENIMENTO

mantenendo l’attuale struttura per lo shopping

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

IL PARADOSSO

da luogo di **PERMANENZA TEMPORANEA**
a luogo in cui **si vive a 360° tutta la giornata**
Spesa alimentari Shopping Tempo libero Sport
Intrattenimento/divertimento

UNA FANTASTICA OTTIMIZZAZIONE DEI TEMPI

Immolata sull'altare del "CONSUMO
CONTINUO" in un **LUOGO ARTIFICIALE**

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

IL CONSUMO

COME MODELLO CULTURALE DI RIFERIMENTO

**QUALE LA RESPONSABILITA' DI GOVERNI E
AMMINISTRAZIONI LOCALI?**

**QUALI LE RISPOSTE a questa OPERAZIONE
COMMERCIALE che individua nelle persone
esclusivamente SOGGETTI COMPRATORI?**

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

**IL PASSAGGIO A
MODELLI DI SVILUPPO SOSTENIBILE**

Per l'ambiente

Per il tessuto sociale

IN CHE MODO?

**EDUCAZIONE E FORMAZIONE allo SVILUPPO
SOSTENIBILE per**

**CAMBIARE E RIDURRE i MODELLI ATTUALI di
CONSUMO**

ATTUANDO UN MODELLO di CONSUMO EFFICIENTE

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

QUALE APPROCCIO?

la **GESTIONE SOSTENIBILE** delle **RISORSE
NATURALI**

La **TUTELA** delle **RISORSE NATURALI**

attraverso

una **RIDUZIONE DEI CONSUMI**

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

CON QUALI STRUMENTI?

Fornendo alle PERSONE

- Accesso a informazioni e conoscenze adeguate
- Formazione di una consapevolezza e capacità critica
- Sostenere e promuovere il cambiamento di mentalità in modo trasversale: nelle persone e nei gruppi sociali

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

**IL CAMBIAMENTO SOCIALE E CULTURALE
DIVENTA POSSIBILE**

Conoscendo da vicino e valutando a pieno

**I RISCHI nel mantenere
questo tipo di MODELLO DI CONSUMO
A TUTTI I COSTI**

*I MODELLI
ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO*

Le AMMINISTRAZIONI LOCALI
hanno LA RESPONSABILITA'
di SOSTENERE E GARANTIRE UNA ALTERNATIVA,
la possibilita' di scegliere, di fornire luoghi altri, dove
vivere e socializzare in modo attivo, dove trascorrere il
proprio tempo libero, accedere a cultura e
intrattenimento
FUORI
DA UNA DIMENSIONE ESCLUSIVAMENTE COMMERCIALE
e VOLTA AL PROFITTO di un SOGGETTO PRIVATO.

I MODELLI ECONOMICI e CULTURALI di CONSUMO

LA RIAPPROPRIAZIONE del RUOLO dei CENTRI CITTADINI

I centri storici delle nostre città, piccole o grandi, DEVONO RIVENDICARE il loro ruolo fondamentale facendo convergere al loro interno la funzione sociale, civica, culturale e commerciale

Non consegnando il testimone ai grandi poli di attrazione commerciale, favorendone l'ipersviluppo e rinunciando ad ogni funzione educativa, di orientamento e di sostegno alla cittadinanza.