



COMUNE DI BOLOGNA

COMMISSIONE CONSILIARE ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

***L'offerta commerciale nel  
centro storico di Bologna.***

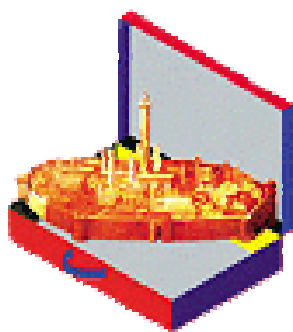
***Commercianti, abitanti, utilizzatori.  
Visioni, pratiche, percezioni***

***dicembre 2007***

INDAGINE CURATA DAL

**MEDEC**

**CENTRO DEMOSCOPICO METROPOLITANO**



Bologna City Marketing



# CONFERENZA METROPOLITANA

*Bologna*

## MEDEC



### CENTRO DEMOSCOPICO METROPOLITANO

#### *L'offerta commerciale nel centro storico di Bologna*

*Commercianti, abitanti, utilizzatori  
Visioni, pratiche, percezioni*

*dicembre 2007*

### SERVIZIO STUDI PER LA PROGRAMMAZIONE PROVINCIA DI BOLOGNA

Indagine svolta dal MeDeC-Centro Demoscopico Metropolitano della Provincia di Bologna,  
per conto della **Commissione alle attività produttive del Comune di Bologna**.

**Ricerca curata da:**

dott. Fausto Anderlini  
dott. Tommaso Gennari  
dott. ssa Paola Varini  
dott. Francesco Scalone

**MeDeC-Centro Demoscopico Metropolitano**

Via Finelli, 3 - 40126 – Bologna; telefono: 051.659.8776; fax: 051.659.8110

Internet: [http://www.provincia.bologna.it/programmazione/medec/medec\\_1.htm](http://www.provincia.bologna.it/programmazione/medec/medec_1.htm)

**Direttore:** Fausto Anderlini

**Collaboratori:** Anne Bravo, Fabio Boccafogli, Mariangiola Galligani, Tommaso Gennari, Licia Nardi,  
Monica Mazzoni, Paola Varini, Michele Zanoni.

**Segreteria:** Milena Iacovone



## **Indice**

### **Nota metodologica**

#### **I commercianti del centro storico** **pag. 9**

1. L'identikit dei commercianti
2. L'impresa commerciale e il ciclo economico
3. Concorrenze
4. La partecipazione civica e categoriale
5. I commercianti, i residenti e la città
6. I commercianti, i residenti e le scelte amministrative
7. L'orizzonte strategico.

#### **Tavole relative all'indagine sui commercianti** **pag. 23**

#### **Fruizioni e visioni del 'centro storico' nei residenti centrali e periferici** **pag. 61**

1. Centrali e periferici: due popolazioni. Due diverse composizioni socio-demografiche
2. Il centro vissuto e il centro percepito
3. Le politiche regolative
4. L'offerta commerciale del centro. Proporzioni/prospettive
5. Sicurezza e regolazione: commercianti e residenti a confronto. Un profilo sintetico degli intervistati.
6. Andare in centro e andare 'per il' centro. Pratica spaziale e immaginario figurale.
7. Le routines commerciali.
8. Il genius shopping
9. Mappe e percorsi. La T, il 'Salotto centrale' e altri luoghi.

#### **Tavole relative alle indagini sui residenti** **pag. 83**

#### **Considerazioni finali: Dalla Civicness al Fitness** **pag. 119**

Residenti e commercianti. Un confronto empirico fra identikit

Centro e periferia. Il discrimine dei '70: dalla città industriale a quella post-moderna

L'iper-differenziazione commerciale

Le linee evolutive

Dissonanze cognitive

Da ou-topos a eu-topos

#### **Appendice: questionari** **pag. 139**



## Nota metodologica

Vengono qui presentati i risultati di tre indagini telefoniche svolte nel periodo primavera/estate del 2007 dal MeDeC per conto della Commissione consiliare per le attività produttive del Comune di Bologna e aventi per tema l'offerta commerciale nel centro storico di Bologna. Le indagini sono rivolte agli esercenti e agli abitanti del centro e ai residenti della periferia del Comune di Bologna.

Le telefonate, svolte con il metodo CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*); sono state effettuate nelle ore serali da 25 intervistatori appositamente addestrati e supervisionati dai ricercatori del MeDeC, presso le strutture operative del MeDeC stesso in via Finelli 3 a Bologna.

### Sondaggi ai residenti del centro e della periferia

Un primo sondaggio è stato realizzato tra i residenti in centro storico, un secondo tra i residenti nella periferia del Comune di Bologna.

I due questionari, che presentano strutture molto simili e trattano identiche tematiche (solo alcuni aspetti di approfondimento sono specifici delle due diverse popolazioni), si sviluppano su circa 80 domande e riguardano:

- identikit socio-demografico del rispondente;
- abitudini di acquisto e fruizione commerciale del centro;
- frequentazione del centro e agenda problematica;
- opinioni sulle politiche comunali e sull'offerta commerciale in centro.

Si è adottata una strategia di campionamento casuale, stratificato per zone di residenza, genere e classi di età. La casualità è ottenuta grazie all'estrazione casuale dei numeri di telefono di utenze familiari dagli elenchi pubblici.

*Residenti del Centro:* il Centro è stato suddiviso nelle 4 zone statistiche: Galvani, Marconi, Irnerio e Malpighi.

*Residenti della periferia:* il territorio è stato suddiviso in 4 zone: Nord, Sud, Est, Ovest.

Per entrambe le indagini, l'universo di riferimento è la popolazione maggiorenne residente nel territorio corrispondente. I residenti maggiorenni del centro storico sono 47.605, mentre i residenti della periferia sono 279.780 (dati anagrafici al 31/12/2006).

*Residenti del centro:* le interviste sono state somministrate ad un campione di 500 cittadini tra il 31 maggio e il 7 giugno 2007.

*Residenti della periferia:* le interviste sono state somministrate ad un campione di 500 cittadini tra il 6 e il 12 giugno 2007.

Le interviste sono state condotte per quote di zona, sesso e classe d'età, così da garantire la rappresentatività dell'indagine.

### Sondaggio ai commercianti, artigiani ed esercenti

Il sondaggio è rivolto ai commercianti, artigiani ed esercenti del Centro Storico del Comune di Bologna.

Il questionario si sviluppa su circa 85 domande e riguarda:

- identikit socio-demografico del titolare dell'attività;
- il ruolo dell'attività economica nell'economia della famiglia del titolare e, contestualmente, il ruolo della famiglia nella gestione dell'attività;
- descrizione approfondita dell'attività economica e problematiche ad essa relative: evoluzione del giro d'affari e della variabili economiche più rilevanti (personale, investimenti, rapporti con fornitori,... );
- rapporti con la clientela;
- problematiche e rapporti biunivoci con il contesto locale.

Si è adottata una strategia di campionamento casuale, stratificato per macrosettore di attività. La casualità è ottenuta grazie all'estrazione casuale dei titolari di un'attività con almeno una unità locale in centro storico dalla banca dati della Provincia di Bologna AUIBo (Archivio Unico delle Imprese a Bologna), aggiornata quotidianamente dalla Camera di Commercio.

L'indagine ha riguardato una popolazione di riferimento di 3.657 attività economiche con almeno una unità locale in centro storico a Bologna nella primavera del 2007.

I settori di attività indagati sono i seguenti:

Attività:	N. imprese
Negozi alimentari	274
Negozi misti/ supermercati	129
Negozi non alimentari	1.802
Ristoranti/ trattorie/ pizzerie/ asporto	347
Bar/ Pub/ osterie/locali notturni/ ecc.	641
Barbieri/ parrucchieri/ centri estetici	366
Altri servizi: viaggi/ palestre/ giochi/ lavanderie	98

Le interviste, effettuate tra il 26 giugno e il 4 luglio, sono state somministrate ad un campione di 500 titolari di attività, così ripartito:

	Numero di interviste	%
<b>Totale</b>	<b>500</b>	<b>100,0</b>
Alimentari	50	10,0
Non alimentari	254	50,8
Bar/ locali/ asporto	130	26,0
Servizi	67	13,4

Le interviste sono state condotte per quote di attività economica così da garantire la rappresentatività dell'indagine.

### Guida alla lettura delle tavole

In fase di elaborazione dei risultati, tutte le risposte ai quesiti sono state relativizzate alla variabile indipendente "zona di residenza", che più spiega le differenze di percezioni e valutazione sulle tematiche in questione.

Le tavole e i grafici riportano le percentuali dei dati ottenuti dall'indagine, calcolate per colonna. Per ogni domanda viene riportato il numero in valore assoluto delle risposte totali (se le domande sono a risposta singola) o dei rispondenti (se a risposta multipla).

Nel caso di domande a risposta multipla, il totale di colonna dei valori percentuali risulta superiore a 100, poiché i valori assoluti sono stati relativizzati ai rispondenti e non al totale effettivo delle risposte.



# **I commercianti del centro storico**

1. L'identikit dei commercianti
2. L'impresa commerciale e il ciclo economico
- 3 . Concorrenze
4. La partecipazione civica e categoriale
5. I commercianti, i residenti e la città
6. I commercianti, i residenti e le scelte amministrative
7. L'orizzonte strategico.

**Tavole relative all'indagine sui commercianti**



## I commercianti del centro storico

### 1. L'identikit dei commercianti

- **Socio-demografico. Maschio, d'età matura, senza laurea.** In un quadro dominato da persone di sesso maschile in età matura, con titolo di studio medio-basso, emergono alcune caratterizzazioni settoriali. Nel commercio non alimentare si trovano più donne e persone con titoli di studio più elevati, mentre nei servizi prevalgono persone anziane con bassi titoli di studio. Nei pubblici esercizi, per contro, cresce l'incidenza degli immigrati, specie dal meridione. Gli esercenti stranieri, comunque pochi, sono meno rari nel settore alimentare.
- **Residenziale. Un uomo che viene da fuori.** Nel complesso solo il 29 % risiede nel centro storico, cui va aggiunto un 14 % di residenti fuori dalle mura ma nelle vicinanze dell'esercizio. Il 40 % abita in periferia e il 16 % fuori comune. La più gran parte dei commercianti sono perciò dei city user's. Tanto più che solo il 27 % gode della proprietà dei locali. Nel restante 73 % di affittuari, per inciso, solo il 27 %, cioè il 19 % del totale, accusa rendite esose, ai limiti della tollerabilità. Ma non è per nulla trascurabile, in ogni caso, il 45 % che reputa comunque 'abbastanza oneroso' il gravame della rendita.

- **Sociale. Due biografie: il commerciante e l'impresa.** Il 34 % degli esercenti sono self made man dell'attività: cioè l'hanno impiantata direttamente - cifra che sale al 44 % nel commercio non alimentare (dove prevalgono i negozi di abbigliamento, preziosi, oggettistica e calzature/pelletterie).

**Nascite e morti.** Fra coloro che hanno creato ex novo il loro commercio sono ben il 20 % quelli emersi negli ultimi sette anni. Cifra quasi analoga (24 %) nel 64 % che ha rilevato l'attività da altri. Dunque oltre un quinto degli esercizi è di nuovo impianto o di nuova gestione – e siccome la mortalità è molto elevata si deve dedurre l'esistenza di un vorticoso turn-over. Molte morti, molte nascite. Molte uscite, molti ingressi. Come tipico nelle fasi di profonda ristrutturazione, ma anche come comprova di una crescente 'volatilità' del settore commerciale. L'alimentare e i pubblici esercizi (bar, pizzerie, ecc.) sono gli ambiti dove il fenomeno è più intenso. A poco meno di un quinto è ridotta la componente 'storica', cioè ante '80, mentre il grosso si concentra fra gli '80 e i '90.

**Eredi e no. L'eclisse del mondo della 'bottega'.** Negli entranti (pari, come richiamato, al 64 %) la quota di coloro che hanno ricevuto l'attività dai parenti (soprattutto genitori) è significativa, ma per nulla dominante: 26,5 % - cifra che scema al 17 % se si considera l'insieme della categoria. Dunque è del tutto marginale il tipo 'dinastico': la bottega che passa di padre in figlio, cristallo di un sapere merceologico esclusivo e affinato nella trasmissione generazionale.... Un modello che era assai forte nel passato (come si vede nelle poche botteghe che hanno più di 40 anni di storia), e che si è progressivamente depotenziato con l'andar del tempo. Fra gli esercizi 'rilevati' dopo il 2000 la quota dei 'figli (o parenti) d'arte' scema infatti al 19 %. Da notare che questa tendenza è assai meno pronunciata negli alimentari e, soprattutto, non alimentari, nei quali resta una qualche traccia del 'mondo di bottega', con la sua continuità intergenerazionale, 'capitale patrimoniale', ovvero 'rendita familiare'. Molto più marcata nei servizi e negli esercizi pubblici. Nei servizi, infatti, la bottega è sostituita dal 'laboratorio', un bene d'uso al servizio di una attività, cioè di un 'mestiere' (dall'acconciatura alla panificazione) che almeno a questo livello (diverso il caso delle 'professioni elevate' con elevata dignità di rango, dai medici, ai dentisti, agli avvocati, agli accademici....) è necessariamente un attributo del singolo anziché di una corporazione parentale. Negli esercizi pubblici (bar, ristorazione ecc.), dato l'alto turn-over, è la stessa

capitalizzazione posizionale dell'esercizio, tramite la vendita dopo un periodo d'avvio e consolidamento, a sconsigliare la trasmissione intra-familiare.

**La mobilità sociale. Galleggiare sul lavoro autonomo.** Cionondimeno è molto elevata la provenienza dal lavoro autonomo (prima attività, oppure altro lavoro autonomo o condizione di coadiuvante). Solo un terzo, cifra comunque non irrilevante, proviene dal lavoro dipendente, con variazione non molto pronunciate fra i settori.

Dunque un ceto con elevato turn-over, bassa ereditarietà, cioè deboli barriere all'ingresso, ma che 'galleggia' in buona misura su sé stesso. L'impressione è che la condizione di 'autonomo' si stia de-specificando. Un tempo il lavoro in proprio attingeva i propri elementi dal lavoro dipendente, ma seguendo una filière professionale abbastanza definita. La 'bottega' (commerciale o artigianale) era il sedimento di una lunga carriera lavorativa, destinata a trasmettersi per via inter-generazionale. Adesso il lavoro autonomo è composto di individui che pendolano fra diverse attività, mentre si è rotto il rapporto di identificazione patrimoniale/familiare con la 'bottega', di cui lo stesso logo (la 'ditta' tal dei tali...) era sovente l'espressione. Il franchising ha portato alle estreme conseguenze questo processo di de-identificazione fra esercente e bottega. Si esercita in una bottega che porta il logo di altri, cioè di una grande catena produttiva o distributiva che opera in guisa anonima sulla scala globale. Mentre il nome della 'ditta' era una garanzia di carattere personale agente alla scala vicinale, o di una rinomanza comunque circoscritta (le cerchie personalizzate della 'clientela' ).

## 2. L'impresa commerciale e il ciclo economico

- **Quattro tipi di impresa.** Ovvero: solitaria, familiare, capitalistica, mista. La prima caratterizzata dal negoziante 'isolato'; la seconda, cioè familiare, che vede il negoziante coadiuvato dai 'famigli' e solo da essi; la terza che usa solo lavoro salariato e la quarta, cioè la 'mista', che usa tanto 'famigli' che 'dipendenti'. Tutte quattro i tipi sono equamente distribuiti nel campione. Si va dal minimo del 20 % dell'azienda familiare pura, al massimo del 27 % dell'azienda solitaria, essendo quella mista incidente per il 26,7 % e quella capitalistica per il 25 %. L'azienda solitaria è molto diffusa nei non alimentari e soprattutto nei servizi (43,3 %: a conferma della digressione sociologica appena svolta sul mondo della 'bottega'). L'azienda capitalistica è più presente negli esercizi pubblici e, ancora, nei servizi (la cui peculiarità è dunque l'assenza sostanziale del modello familiare-parentale di gestione). Quella mista domina negli alimentari, probabilmente per la rilevanza dei mini-market.

L'identikit dell'esercente non cambia significativamente al mutare della forma d'impresa. L'unico dato sul quale si registra uno scarto significativo è quello relativo alla 'rilevazione' dell'attività. Infatti sono le aziende miste a totalizzare la più alta percentuale di trasmissione ereditaria (49 %: quasi il doppio rispetto alla media). E' probabile che la cosa abbia a che fare con la dimensione dell'esercizio. Più l'attività è grande (e impegnativa) più assume rilevanza la trasmissione patrimoniale, tanto più che nell'azienda mista i familiari eventualmente subentranti sono già in azienda.

- **La clientela: dai vicini ai passanti.** Analizzando la clientela emerge un quadro sostanzialmente tripartito. A un estremo si collocano gli esercizi con una clientela fissa (27 %) e/o costituita da soli residenti del centro storico (32 %). E' il commercio (o l'attività) che potremmo definire di 'scala vicinale': un aspetto che caratterizza soprattutto i 'servizi' (dove entrambi gli indicatori salgono oltre il 50 %). Al polo opposto si trovano gli esercizi che servono un clientela prevalentemente occasionale (10 %) e/o in larga misura non residente (9 %) – un aspetto quest'ultimo che interessa in modo rilevante gli 'esercizi pubblici' (18 %) e in subordine quelli alimentari. Potrebbero essere definiti esercizi 'volatili' o

‘probabilistici’, nel senso che sfruttano gli addensamenti di popolazioni passanti, al netto di ogni rapporto di fidelizzazione o confidenzialità. Nel mezzo di questi estremi il grosso degli esercizi. Il 62 % con una clientela mista (sia fissa che occasionale) e il 55 % che si rivolge sia a residenti che non residenti. Una tipologia secondo il carattere della clientela (fissa/variabile) e la sua provenienza (locale/cittadina/extra-locale o aleatoria) permette di individuare un 24 % di esercizi radicati alla scala vicinale (clienti fissi e residenti nel centro), un 12 % di esercizi di scala cittadina (clienti fissi della città) e un 60 % circa di negozi con clientela prevalentemente passante (sia pura che mista). Se è secondo le attese una maggiore incidenza del modello vicinale nel settore alimentare e in quello dei servizi, resta il dato macroscopico della grande rilevanza del modello ‘passante’, cioè di un commercio con bassa fidelizzazione. Fenomeno di clamorosa evidenza nel caso degli esercizi pubblici.

- ***Il digital divide.*** Il processo di informatizzazione è relativamente depresso, comunque al di sotto della media sociale. Solo il 42 % ha un indirizzo di posta elettronica ed ancor meno (26 %) hanno un sito internet. Pochi (un irrisorio 5 %) sono quelli che ci stanno pensando. In proposito sono molto marcati i dislivelli di tipo settoriale e per forma di conduzione. Esercizi non alimentari (almeno per ciò che riguarda la posta elettronica), imprese capitalistiche e, soprattutto, miste, sono molto più avanti. Assai indietro quelle solitarie e familiari. In sintesi il ‘digital divide’ è assai più marcato fra i commercianti che fra la popolazione: segno eloquente di una condizione di arretratezza notevole, che interessa non solo il settore economico in sé, ma anche il suo rapporto relativo con la clientela.
- ***La congiuntura. Surfare sull’onda, galleggiare sulla crisi, andare alla deriva.*** Il commercio viene da un anno relativamente difficoltoso e sembra aspettarsi un anno un poco più incerto. Infatti se il 19,6 % ha incontrato seri momenti di crisi, il 24 % pensa che andrà incontro a gravi difficoltà (fra questi il 5 % paventa rischi di chiusura). L’incertezza regna sovrana. Hanno una certa consistenza le sensazioni di cauto ottimismo: per il 28 % andrà bene, il 30 % pensa che se la caverà, ma il 17 % non ha idea di cosa lo aspetta. Il ‘riuscire a cavarsela’ è l’atteggiamento modale, sia con riguardo al passato che al futuro: sorta di un ‘ottimismo’ ambivalente, misto di ‘fatalismo’ e ‘resilienza’. Cioè abitudine al ‘galleggiamento’. Da notare la rilevanza del modello di conduzione, e la scarsa incidenza del comparto. A soffrire di più sono le aziende solitarie e quelle familiari ‘pure’: molto migliore la situazione di quelle ‘capitalistiche’ e, soprattutto, ‘miste’. Queste ultime, infatti, uniscono la forza economica dell’impresa, dotata di una superiore capacità di pianificazione del rischio, alla possibilità di giocare su una superiore flessibilità derivante dall’uso congiunto di salariati e forze di lavoro familiari.  
Una tipologia sintetica, emblematica del ‘trend d’impresa’, cioè basata sull’incrocio fra il passato recente e l’immediato futuro (previsioni), porta ad individuare un 19 % di esercizi in una condizione di sviluppo continuato (o floridezza, ‘età dell’oro’), un 10 % in ‘ripresa’, cioè che vedono la luce uscendo dal buio, un 10 % di ‘ragionevoli pessimisti’ (ovvero esercizi che si battono contro persistenti turbolenze), un 33 % in condizioni di ‘stabile incertezza’ (che cioè galleggiano adattivamente entro le turbolenze) e un 27 % di ‘pessimisti neri’, esercenti, in altre parole, che vengono dalla crisi e vanno verso la crisi. Se si associano i tipi contingui arriviamo, in sintesi, ad una tripartizione, psicologica ed oggettiva, del mondo del commercio: in alto un 30 % circa di esercizi proiettati verso una prospettiva di crescita, in basso un 27 % di esercizi in stato di depressione/prostrazione, in mezzo un 43 % circa di imprese che vanno a tentoni nella nebbia. Tutte e tre le situazioni si ritrovano nei diversi comparti merceologici. Quelli che si discostano di più dalla media sono l’alimentare e i servizi. Nel primo comparto c’è una più alta percentuale di ‘pessimisti neri’ (36 %), nel

secondo si evidenzia invece una singolare divaricazione fra le imprese in crescita (36 %) e quelle in declino (34 %).

- ***Gli investimenti. Quelli che danno e quelli che hanno già dato.*** Nei cinque anni trascorsi il 27 % ha realizzato investimenti corposi, il 37 si è limitato alla manutenzione ordinaria, ed il 35 % non ha investito alcunché. Bar, locali d'asporto, e, sotto altra luce, imprese capitalistiche e miste sono stati i più attivi nel sostenere gli investimenti. Per ciò che riguarda il futuro solo l'8 % prevede di impegnarsi in ristrutturazioni significative, il 20 % prevede ritocchi manutentivi e ben il 60 % (cui va aggiunto un 12 % che non sa prevedere nulla di preciso) si limiterà alla gestione ordinaria. Sembrerebbe dunque che in passato si sia investito più di quanto si prevede nel futuro prossimo. Il decalage può essere fisiologico, ma l'impressione è quella di un settore economico dove cresce un *modus vivendi* improntato al 'tirare a campare', e comunque su calcoli di sopravvivenza misurati sul breve periodo. Di questa tendenza è comprova il fatto che coloro che hanno programmi d'investimento nel futuro sono anche quelli, il più delle volte, che hanno più investito nel passato. A contrario c'è una parte cospicua di esercizi costitutivamente refrattari all'investimento (anche manutentivo).
  - ***Il medio periodo. Tenere il timone, tirare i remi in barca, passare la mano.*** Trasferite sul 'medio periodo' (cinque anni) le aspettative previsive confermano un quadro caratterizzato da notevole 'volatilità'. Se il 56 % degli esercenti si vede al proprio posto, il 16 % dichiara che 'passerà la mano' ad altri, l'8 % chiuderà e il 19 % 'non sa' a cosa va incontro. Anche in tal caso sono le aziende 'solitarie' e 'familiari' quelle che vedono più nero: il tasso di autoriproduzione (o conferma), infatti, si ferma al 49 %, contro il 60 delle aziende capitalistiche ed il 66 di quelle miste.
  - ***Le ragioni di 'cessata attività': età avanzata e incassi deludenti.*** Fra i motivi di cessione o chiusura (che assieme pesano per il 24 %: un quarto esatto dell'insieme) vengono innanzitutto l'anzianità (41 %) e le difficoltà economiche (33 %), a seguire la mancanza di clientela (16 %). Da notare, dunque, che i primi due motivi sono di carattere 'fisiologico': l'anagrafe (l'età – cosa che incide soprattutto negli alimentari e nei servizi) e il mercato (difficoltà economiche, mancanza di clienti – con una incidenza assai pronunciata nel commercio non alimentare). I moventi protestatari, quelli che segnalano una crisi fiduciaria di tipo sociale, e che spesso campeggiano sui titoli dei giornali, sono, in realtà, su grandezze residuali. Sia quando rivolti allo Stato (tasse, caro vita e affittanze: 9 e 7 %), sia quando rivolti al contesto locale (degrado urbano, 9 %, sicurezza, 7 %, mancanza di parcheggi, 4 %).
- Sullo sfondo di questo diffuso pessimismo la crisi strutturale del potere d'acquisto nelle mani della clientela: fenomeno denunciato dall'80 % degli appartenenti alla categoria.
- La scomparsa degli 'eredi'.*** Ma a chi 'passare la mano' ? Fatti 100 i 'morituri', solo il 6 % ha indicato un diretto familiare, il 60 % pensa di rivolgersi a terzi ed il 34 % non ha ancora un'idea chiara. Con l'unica e limitata eccezione delle aziende 'miste' (dove la cifra sale al 19%), il dato conferma la crisi finale della 'trasmissione ereditaria'. Nella nuova generazione di commercianti saranno scomparsi definitivamente gli 'eredi'.

### 3. Concorrenze

- ***Lo straniero del negozio accanto.*** Nonostante la scarsa incidenza sul totale degli esercizi, i commercianti stranieri sono avvertiti da quelli italiani con una certa avversione. Ben il 22 %

si sente svantaggiato: cifra che sale al 44 % (!) nel caso degli alimentari e al 26 % nel caso degli esercizi pubblici. L'idea prevalente che sta al fondo di questa avversione è che gli stranieri incontrino meno difficoltà in inizio attività (52 %) e che godano di agevolazioni economiche (21 %). Non del tutto irrilevanti le lamentele a proposito di una concorrenza sleale basata sui prezzi (9 %), elusioni regolamentari (7 %), prolungamenti di orari ecc. (13 %).

- **Lo stress concorrenziale.** Ma osserviamo il responso di una più vasta batteria di domande. Fra le diverse avversità al primo posto si colloca in modo indiscusso la caduta del potere d'acquisto (80 %), indi, a notevole distanza, la concorrenza arrecata da outlet e grande distribuzione (41 %), poi, a seguire, su grandezze assai prossime, la concorrenza di esercizi a basso prezzo e qualità (35 %), l'eccessiva concentrazione di esercizi simili (33 %), la presenza di abusivi (25 %) e di esercenti stranieri (21 %). Ce n'è abbastanza per evincere la consistenza di un certo stress concorrenziale, intra-specie, accentuato da un contesto di caduta del potere d'acquisto. Meno clientela e perciò più agguerrita la concorrenza. A destare stupore non è tanto il riferimento, scontato, alla grande distribuzione (la cui insidia, peraltro, è avvertita quasi esclusivamente da alimentari e, in subordine, non alimentari) bensì all'eccesso di offerta commerciale nel settore di pertinenza. Sicchè una buona parte dei commercianti (oltre un terzo, ma negli esercizi pubblici e nei servizi ci si avvicina al 50 %) avverte con fastidio la vicinanza degli omologhi. Una situazione imbarazzante: in alto la grande distribuzione, in basso l'abusivismo e la concorrenza sleale, ma in mezzo, colpo fatale, anche i propri simili in soprannumero. Tanto da far pensare che i commercianti rimpiangano, neanche sottotraccia, i bei tempi andati, quando la grande distribuzione e gli immigrati non c'erano, ma soprattutto si viveva sotto il riparo delle licenze contingentate, cioè di mercati territoriali segmentati e protetti. In generale, comunque, il settore più sofferente è quello degli alimentari.
- **Il decreto Bersani.** A comprova di quanto illustrato anche altri due indicatori. Il primo si riferisce alla valutazione d'insieme sulla varietà dell'offerta commerciale del centro storico. Solo un terzo, o poco più, la considera inadeguata. L'opinione prevalente (57 %) è che sia soddisfacente. Dunque risulta smentito l'assunto di un 'impoverimento' commerciale del centro storico (e in effetti, come richiamato, non sono pochi quelli che denunciano un eccesso di offerta). Il secondo si riferisce alla legge Bersani. A dieci anni di distanza dal decreto 114 del '98 quelli che hanno il 'dente avvelenato' sono nettamente superiori, con il 44 %, a quelli che ne danno un giudizio positivo (20 %). E' da precisare che una analisi secondo il periodo di inizio dell'attività non porta a risalto variazioni significative.
- **Il paradosso dell'offerta commerciale, ovvero il 'dilemma del commerciante': alcune lacune, molti esuberanti.** Tornando alla questione dell'offerta commerciale (gamma ed entità), mentre i residenti, specie del centro, confermano un giudizio di soddisfazione quasi generalizzato circa la varietà dell'offerta commerciale nel centro storico, fra i commercianti, pure anch'essi largamente convinti, non manca (37 %) chi la giudica carente. Cifra che scende al 17 % nei residenti centrali e al 13 % in quelli periferici.  
La varietà dell'offerta, ovviamente, sottende problemi di proporzione, per difetto o per eccesso – e che possono essere colti anche con osservazioni 'ai margini' da una parte dei soddisfatti. Infatti ben 39 esercenti su 100 hanno indicato 'lacune' e addirittura 58 su 100 degli 'esuberanti'. Fra le lacune primeggiano gli esercizi alimentari (12 %), i servizi artigianali, nonché ferramente (un altro 12 % circa), le piccole botteghe storiche tradizionali (7 %), negozi non alimentari (5,4 %). Fra gli esuberanti, innanzitutto i negozi d'abbigliamento (23 %), gli alimentari (13 %) e gli esercizi pubblici (ancora un 13 % circa). E' degno di nota il fatto che gli esuberanti siano indicati con una insistenza assai più incisiva dei 'vuoti in organico'.

Dunque i commercianti, paradossalmente, hanno una immagine di sé stessi, come categoria, improntata alla 'plethora'. E soprattutto quando è in gioco il settore merceologico d'appartenenza. Infatti a considerare in soprannumero gli alimentari sono, per l'appunto, gli alimentari medesimi, e lo stesso dicasi per in non alimentari e gli esercizi pubblici. Quello che entra prepotentemente in gioco, infatti, è l'interesse economico del commerciante come singolo, cioè il desiderio di veder diradati i propri concorrenti. Questo dualismo è del resto una conseguenza intrinseca al modo particolarmente acuto con cui, specie a seguito delle misure liberalizzatrici, il lavoratore autonomo vive il celebre 'dilemma del prigioniero', cioè il rapporto fra vantaggi/costi individuali e cooperativi. Il risultato è che la solidarietà categoriale-corporativa (con gli scampoli di identità collettiva in essa consegnati) si manifesta essenzialmente come una estroflessione polemica dell'insicurezza verso l'esterno (il governo, centrale o cittadino, le istituzioni finanziarie, la grande distribuzione, gli insider sgraditi e/o sleali come gli stranieri e gli abusivi ecc.). E tuttavia ogni commerciante si augura, in cuor suo, di poter trarre un vantaggio concorrenziale dall'uscita di scena di membri della sua stessa categoria.

***Il centro storico: un futuro con meno commercio.*** E in ogni caso quando il commerciante guarda a sé stesso come 'classe' o 'categoria' economica, il futuro, almeno con riferimento al centro storico, è segnato da un drastico riproporzionamento. Ben il 79 %, infatti, con minime differenze fra comparto e comparto, reputa che le attività commerciali e ricettive del centro storico sono destinate a sfoltirsi ancora. Una visione ben più pessimistica rispetto a quella dei residenti, fra i quali i 'disfattisti' scemano al solo 47 % (nei centrali) e 50 % (nei periferici).

#### **4. La partecipazione civica e categoriale**

- ***Le imprese-comitato.*** Non è irrilevante la percentuale di commercianti che ha un ruolo attivo in comitati cittadini (10 %) o che lo ha avuto nel passato (9 %): cifre che salgono sino a toccare un quarto nel caso delle aziende più 'forti', ovvero capitalistiche e miste. Sono perciò gli esercizi 'leader' nel settore quelli che più sono impegnati nella promozione territoriale – un aspetto evidentemente correlato più a una superiore capacità di pianificazione strategica che a un'antropologia orientata in senso civico. Queste imprese capiscono più di altre come il 'contesto esterno' è una risorsa rilevante per l'andamento dell'attività. Nello stesso tempo il patrocinio di cause 'territoriali' impugnate dalle popolazioni serve a rafforzare il rapporto di clientela. Di questo linkage sono state una clamorosa comprova le mobilitazioni 'anti-proibizionistiche' contro le regolamentazioni relative agli esercizi pubblici – situazioni nelle quali i gerenti delle attività hanno cercato di coinvolgere le loro clientele.
- ***La partecipazione associativa.*** Abbastanza impegnati dal lato 'civico', i commercianti appaiono mobilitati nelle associazioni di categoria nella misura della metà di essi (o poco più: 52 %); con variazioni non molto rilevanti inerenti ai comparti ed alla forma di conduzione (se non per l'eccezione costituita dai 'solitari', presso i quali gli iscritti scemano al solo 38 %). Inoltre quelli che nutrono molta o abbastanza fiducia nell'operato delle associazioni sono pari al 39 %. Da notare che se la fiducia è minima presso i non aderenti (14 %), come secondo le attese, essa guadagna il 61 % fra gli iscritti. Questi dati paiono in linea con altri di carattere più generale pertinenti alle strutture categoriali di interesse e 'sociabilità'. Sono cioè abbastanza laschi e ambivalenti, segnale di un passaggio critico nel tessuto fiduciario della società bolognese.



## 5. I commercianti, i residenti e la città

Il commerciante tipo coglie un attimo nel tran tran quotidiano. Si leva dal banco, esce dalla bottega e dalla soglia getta uno sguardo intorno. Vede nero. Ma non è lo stesso nero dei residenti.

- **Il centro ‘senza qualità’.** Il voto tributato alla qualità urbana del centro (ovvero del luogo di attività) è infatti assai depresso: solo il 17 da una promozione piena, il 20 una risicata sufficienza e ben il 63 % una bocciatura. Da notare, a confronto con le popolazioni residenti in città, che l’idea dei commercianti è decisamente più pessimista, specie se relazionata ai residenti del centro (40 % di promozioni e solo 38 % di bocciature), un poco più sintonica rispetto ai residenti periferici. Dunque chi ci abita giudica il centro assai meglio (o assai ‘meno peggio’) di chi vi opera (come i commercianti) o di chi ne fruisce (i periferici). Cosa comprensibile perché chi ‘abita’ un luogo raramente lo disprezza (e, conseguentemente, lo ‘deprezza’). Dunque il commerciante sembrerebbe proporsi come una creatura psicologicamente ‘anfibia’, cioè un mezzo ‘abitante’. Sta sul luogo, ovvero sulla strada, forse ne detiene un lotto, ma in fondo in fondo il ‘centro’ resta una realtà esterna, quantomeno un poco estranea. Un ambiente nel quale ‘opera’, e che può dargli soddisfazione in quanto gratifica il suo interesse (economico). Probabilmente per questo non si sforza più di tanto a farselo piacere.
- **Il ‘degrado’.** La distinzione si evidenzia anche a proposito dei ‘segni di degrado’ nella zona d’attività, anche se più attenuata. Il fenomeno è denunciato come ‘molto o abbastanza’ presente da quasi l’82 % dei negozianti (addirittura il 55 % dal lato del ‘molto’). Una cifra dalla quale si tengono un poco distanti (qui valutando il centro storico come tale) i residenti, per quanto anch’essi assai colpiti dal fenomeno: 69 % di denunce nei centrali, 76 % nei periferici, ma con minore incidenza dei ‘molto’.  
Il ‘degrado’, secondo i commercianti, si identifica essenzialmente con la sporcizia e il disordine, solo in seconda battuta con l’insicurezza legale. Infatti gli item più gettonati sono la ‘sporcizia e i rifiuti abbandonati’ (76 %), le deiezioni umane (45 % !), i bivacchi (23 %), i graffiti (21 %) e l’ubriachezza molesta (16 %). Di contro la micro-criminalità è denunciata dal 27 %, lo spaccio di droga dal 18 e la presenza di extra-comunitari e rom dal solo 6 %. L’agenda del disagio dei residenti è abbastanza isomorfa a quella degli esercenti. Se ne distingue, però emblematicamente, per la maggiore rilevanza tributata all’ubriachezza (30 % di indicazioni contro 16) e, soprattutto, agli schiamazzi notturni (28 %, mentre presso i commercianti, si tocca a stento il 9 %). Questa differenziazione è immediatamente comprensibile. Da un lato la più gran parte dei commercianti non risiede in centro e perciò ne ha una percezione solo diuturna; dall’altro lato quelli che operano nelle ore serali-notturne sono proprio a servizio del popolo etilico e fracassone che disturba il sonno dei residenti (infatti le più basse segnalazioni in proposito sono offerte dai titolari degli esercizi pubblici). I dati sono interessanti. La fenomenologia che viene in primo piano, prima ancora della ‘città insicura’, è quella della ‘città cloaca’ dominata da torme notturne di ‘maleducati’ e dai loro residui escrementizi. Essenzialmente ubriachi che hanno occupato il ‘salotto buono’ ed in preda ad un’euforia orgiastica che si ripete ad ogni buona occasione (specie quando c’è da far festa, anche per un patrono di altre nazioni – come nell’occasione di San Patrizio, patrono d’Irlanda, quando una folla inusitata di giovani si adunò al Pratello) in esso urinano e schiamazzano a piacimento.
- **Nei paraggi.** Una ulteriore batteria permette di cogliere con più precisione l’ordine di rilevanza dei problemi ‘zonali’. In testa sono individuati come molto o abbastanza rilevanti le seguenti questioni: parcheggi (88 %), sporcizia (81 %), microcriminalità (71 %). A seguire lo smog (65 %) e lo spaccio di droga (62 %). Indi il traffico e i barboni (entrambi al

52 %), per finire con gli extra-comunitari (40 %), il trasporto pubblico (28 %) e le estorsioni (12 %). Dunque un'agenda dove si mescolano le classiche tematiche della funzionalità urbana (traffico, smog e parcheggi) e del controllo territoriale (sporcizia, criminalità, degrado, presenze aliene). Con la sensazione di una percezione paradossale soprattutto con riguardo al traffico: fatto segno di una denuncia contraddittoria. Se da un lato se ne lamenta l'eccesso (troppo smog) dall'altro lato si stigmatizzano anche gli impedimenti alla circolazione (come le difficoltà di parcheggio). E' un aspetto sul quale si tornerà fra poco. Restando per adesso nell'ambito delle problematiche securitarie non è irrilevante quel 12 % riservato alle estorsioni: fanalino di coda dell'agenda problematica, ma di inusitata gravità. Quantomeno allo stato latente e psicologico, il problema del 'pizzo' sembrerebbe avere una qualche rilevanza. In effetti queste attività criminose risultano sostanzialmente assenti, dal lato oggettivo, nella realtà bolognese. Nondimeno la situazione ambientale tiene desta una certa apprensione in proposito, ovvero che dalla folla dei balordi e dall'incedere del degrado possano emergere predatori ben più pericolosi, facendo assomigliare Bologna ad una città del meridione.

- **La vittimizzazione.** In proposito il tasso annuo di vittimizzazione, misurato sulle auto-dichiarazioni degli esercenti, risulta di oltre dieci punti superiore a quello testato mediamente dal MeDeC sulla popolazione residente: 34 % contro 20 % circa. Però se si considera la delittuosità denunciata secondo il tipo al primo posto vengono non tanto 'crimini' quanto atti di vandalismo e danneggiamento (11 %), al secondo i furti con scasso (9 %) e al terzo il taccheggio (7 %). Più rari, anche se di una consistenza più che minima, gli episodi di rapina (3 %), truffe (3,6 %), aggressioni e violenze (3,6 %). Le estorsioni hanno un peso del tutto sporadico (0,6 %). Se si fa astrazione dai furti con scasso e dalle rapine, il grosso della delittuosità si concentra dunque su due estremi: l'uno intrinseco allo svolgimento dell'attività, e in certo senso 'ordinario', il taccheggio, l'altro diluito nel più generale degrado ambientale (danneggiamenti, vandalismi, violenze). Se i furti con scasso interessano indifferentemente tutti i comparti commerciali, il taccheggio interessa soprattutto alimentari e non, mentre i vandalismi imperversano soprattutto nei locali pubblici.
- **Sovrapposizioni e divergenze.** Se si confrontano le agende pertinenti al centro storico dei commercianti con quelle dei residenti centrali e dei residenti periferici (dunque agende diversamente vissute: come operatori, come 'abitanti' e come fruitori/osservatori) si trovano elementi prevalenti di similitudine, ma anche diversità d'accento emblematiche. Se la criminalità, il degrado e i parcheggi sono più accentuati presso i commercianti, lo smog e il traffico sono più accusati dai residenti. I residenti esterni, more solito, confermano invece una visione tendenzialmente 'catastrofistica' del centro storico, nel senso che su ogni item esprimono più marcate frequenze accusatorie (e soprattutto su stranieri, barboni, spaccio e criminalità). Per contrappasso rispetto alla qualità della vita nelle periferie, l'immaginario dei residenti bolognesi inquadra il centro storico come 'il' luogo dell'insicurezza e dell'invivibilità. Tanto che ben 55 % giunge a pensare che il centro soffra di una situazione di 'spopolamento': percezione palesemente distonica rispetto alla realtà oggettiva, tanto è vero che essa è condivisa dal solo 30 % dei residenti centrali. In effetti per la gente della periferia è inimmaginabile che in un centro così malridotto possa continuare ad abitarci qualcuno. La gente deve per forza essere scappata via.
- **Il controllo del territorio.** Secondo i commercianti il contrasto alla criminalità dovrebbe essere esercitato soprattutto da un più incisivo presidio territoriale delle forze dell'ordine (51,1 %) e da un aumento dell'intensità dell'azione repressiva (44 %). Migliorie ambientali

(come una maggiore illuminazione, video-sorveglianza, vigilanza privata) sono relegati a elementi di contorno.

## 6. I commercianti, i residenti e le scelte amministrative

- **Le politiche di limitazione del traffico.** Vista l'agenda, vediamo ora il consenso/dissenso rispetto ad alcune politiche amministrative. Quelle sul traffico, innanzitutto. A partire da Sirio, che continua ad essere avversato da una congrua maggioranza di commercianti (58 %, ma non è da sottovalutare quel quasi terzo, 32,3 %, che sfugge alla regola provando simpatia per il vituperato 'vigile elettronico') tanto quanto è apprezzato da nette maggioranze dei residenti centrali (64 %) nonché periferici (56 %). Nella stessa direzione il responso sulla ZTL, anche se qui i favorevoli fra i commercianti salgono al 41 % (fronteggiati da un solo 47 % che la vorrebbe diminuita o azzerata). Fra i residenti invece il rispetto della Ztl (magari anche più estesa) è un vero e proprio tabù: 72 % di favorevoli nel centro storico, 61 % nei periferici. Solo sulle pedonalizzazioni emerge una tendenza alla sintonia fra le tre popolazioni. Ma cum grano salis. Infatti se fra i commercianti il 21 % vorrebbe tornare indietro (cioè riaprire le aree pedonali al traffico), la cifra scende al 9 e al 5 % nel caso dei due strati residenti. Inoltre mentre nel 67 % dei commercianti che guardano con favore alle isole pedonali solo il 21 % le vorrebbe aumentate di numero ed estensione, fra i residenti del centro storico e della periferia gli 'affluenti' salgono al 48 ed al 41 %. Idem per la pedonalizzazione della zona universitaria. Qui è vero che –unico fra gli item- i favorevoli fra gli esercenti sono al 40 %, superando di due punti gli avversi, ma la distanza rispetto ai residenti (che la approvano con maggioranze quasi triple della minoranza) è notevole.
- **Che fare ?** Differenze di rilievo, inoltre, anche sulle opzioni migliorative della circolazione. Per i commercianti il leit motiv è costituito dai parcheggi fuori dal centro-storico (48 %), con al seguito il potenziamento del bus, gli sconti sui biglietti e i ticket agevolati per i parcheggi. Per i residenti, anche esterni al centro storico, il tema dei parcheggi appare meno impellente, mentre cresce l'attenzione verso il trasporto pubblico, ma soprattutto verso il miglioramento della mobilità ciclabile (indicata dal 28 % dei residenti del centro !) e pedonale. Temi questi ultimi totalmente negletti, o quasi, dai commercianti.
- **Permissivi vs regolativi.** Emerge dunque, a proposito del traffico, e più generalmente sull'approccio alla strutturazione dello 'spazio centrale', una frattura abbastanza marcata fra i commercianti e i residenti (sia del core che periferici): i primi più orientati a togliere le limitazioni al traffico (specie privato), i secondi a salvaguardarle, se non a introdurne di nuove. Un approccio 'permissivo' (laissez faire, laissez passer, letteralmente...) contrapposto ad una disposizione regolativa/repressiva. O, ancora, un centro hard, meccanico e 'veloce', a un centro slow-soft da percorrere a piedi. Se questa frattura, pur evidentissima, non assume un aspetto compiutamente antipodico si deve ad almeno due ragioni. In primo luogo c'è una nutrita fetta di commercianti (almeno un terzo) che scarta dall'orientamento egemone nella categoria, alla quale si interfaccia una quota compresa fra un quarto e un quinto dei residenti che è comunque schierata sulla linea del 'permissivismo', cioè dal lato dei commercianti, anziché dei residenti. Dunque gli schieramenti avversi sono netti, nella loro configurazione tendenziale, ma non del tutto compatti. In secondo luogo c'è il fatto che i commercianti sono attraversati da una certa ambivalenza che fa pensare a una stridente 'dissonanza cognitiva'. Questo disorientamento traluce ad evidenza quando si sostengono posizioni in sé incompatibili, come una rimozione dei divieti alla circolazione ed una protezione delle aree pedonali, nonché una diminuzione dello smog, oppure una politica di incentivazione del mezzo pubblico pacificamente associata al desiderio di togliere le briglie alla circolazione privata. O ancora la richiesta

insistente di un ripristino del decoro civico a seguito della denuncia di una grave crisi securitaria e di rispetto civico, e insieme (come avviene nel caso degli esercenti dei locali pubblici) un minore intralcio alle clientele passanti le cui cattive consuetudini costituiscono una parte non piccola del problema. Così nel commerciante sembrano convivere due anime: quella che risponde agli imperativi dell'interesse economico categoriale, o almeno a una certa traduzione ideologica dello stesso all'insegna del paleo-liberismo, e quella che si associa alla sofferenza del residente, con i suoi tipici problemi di qualità della vita. Un legame faustiano, poiché sembra che l'una dall'altra non voglia separarsi. Che questa antinomia sia anche il risultato di qualche superfetazione ideologica è peraltro dimostrato dal quadro restituito dalle analisi più strettamente economiche che emergono dagli esercizi commerciali. Come è stato richiamato, infatti, la crisi reale del commercio (come indicizzata dall'alto *turn-over* e dalle numerose chiusure o aspettative di cessazione attività) è imputata dai titolari a cause di tipo economico-strutturale: la caduta del potere d'acquisto, il basso ricambio generazionale, l'aumento della concorrenza. Ciò che si chiede alla (s)regolazione amministrativa è perciò una sorta di risarcimento compensativo o lenitivo di problematiche che hanno altrove la loro origine. Viene perciò naturale pensare che molte delle lamentele che salgono dal mondo del commercio siano un sintomo nevrotico dietro il quale si cela un problema non perfettamente riconosciuto.

- ***Casse vuote e scarichi otturati.*** Questi rilievi d'insieme restano validi anche quando si prendono in esame le risposte agli item sulla regolazione dei locali pubblici. Anzi a questo proposito si nota un'aggravante; la sintomatologia dell'ambivalenza sembra infatti investire non solo i commercianti ma anche la popolazione residente. Infatti se è vero che le limitazioni alla vendita di alcolici incontrano una prevalente condivisione, è anche vero che il divario rispetto a coloro che sono in disaccordo è relativamente contenuto. Nel caso dei commercianti 49 a 40, 49 a 42 nei residenti centrali, 46 a 39 in quelli periferici. Comunque si tratta di stacchi ridotti, che rovesciano peraltro di segno considerando sottogruppi particolari come nel caso dei pubblici esercizi (dove gli oppositori vincono per 47 a 43) e dei giovani residenti. Presso i residenti, infatti, la proporzione nel rapporto fra licenziosi e autoritativi è determinata dal *cleavage* anagrafico. Sotto ai 35 anni di età prevale nettamente un atteggiamento ostile alle limitazioni, tanto quanto esse risultano giustificate per gli adulti, e in specie per gli over 54. Qui la dissonanza cognitiva si rivela dunque nel fatto che c'è una larga condivisione delle diverse popolazioni sull'imputazione del 'degrado' all'etilismo di massa e derivati, ma poi tende a prevalere una certa divisione circa le misure per contenere il fenomeno.

## 7. L'orizzonte strategico.

- ***I city user's: molti di più, molti di meno.*** Come si è richiamato larga parte del commercio del centro storico vive su una clientela variabile, di popolazioni passanti, o di *city user's*. Del tutto conseguentemente, solo il 26 % considera un problema la grande concentrazione studentesca nel centro storico, mentre nel caso dei residenti centrali si sale al 32 % (cifra però non così distante). Analogamente una percentuale non irrilevante (21 %) si augura che nel futuro ci sia un incremento delle persone presenti (problema che non è affatto sentito dai residenti, sia centrali che periferici, i quali, ovviamente, avvertono una certa costipazione nell'uso del territorio).
- ***Di tutto di più. Il centro storico come outopos.*** Per i commercianti le prime quattro priorità per il 'rilancio' o l'ulteriore qualificazione del centro storico, sono, nell'ordine: il decoro delle strade (cioè più pulizia e ordine: 57 %), più sicurezza (meno furti e rapine: 35,5 %), l'incremento dei *city user's* (dato già richiamato: 21 %), il miglioramento della qualità

dell'aria (18,6 %). Si tratta di un'agenda propositiva solo in parte sovrapposta a quella dei residenti. Per quanto egualmente interessati al decoro ed alla sicurezza) a questi ultimi l'incremento dei 'passanti' interessa poco o nulla mentre sta assai più a cuore il miglioramento dell'aria (33 %) ed anche la promozione conviviale (tempo libero ecc.: 22 %).

- ***L'ora della scelta. Crescita o sviluppo ?*** Questa diversità di 'vedute', abbastanza soffusa, per quanto percettibile, sugli items utilizzati sino a questo momento dell'esposizione, diventa assai più netta e marcata, quasi 'referendaria', quando le alternative sono presentate in modo dicotomico. Infatti fra i commercianti le prime politiche per il centro storico sono di carattere economico (47 %) e solo di risulta di miglioramento della vivibilità (35 %). Da notare che questo 35 % minoritario che sembra mettere in primo piano gli interessi dei 'residenti', è molto prossimo alla cifra dei negozi di 'prossimità'. In ogni caso fra i residenti del centro storico le politiche di tonificazione della qualità della vita sono indiscutibilmente al primo posto, con il 71 % (anche nei residenti extra-centro, la quota, pur non così alta, è comunque assai rilevante: 56 %).





## TAVOLE RELATIVE ALL'INDAGINE SUI COMMERCianti

### SCHEDA METODOLOGICA (1)

L'indagine, commissionata al MeDeC dalla Commissione consiliare per le attività produttive del Comune di Bologna, ha riguardato una popolazione di riferimento di 3.657 attività economiche con almeno una unità locale in centro storico a Bologna nella primavera del 2007.

I settori di attività indagati sono i seguenti:

Attività:	Numero di imprese
Negozi alimentari	274
Negozi misti/ supermercati	129
Negozi non alimentari	1.802
Ristoranti/ trattorie/ pizzerie/ asporto	347
Bar/ Pub/ osterie/locali notturni/ ecc.	641
Barbieri/ parrucchieri/ centri estetici	366
Altri servizi: viaggi/ palestre/ giochi/ lavanderie	98

2



### SCHEDA METODOLOGICA (2)

L'indagine è basata sulla somministrazione di un questionario strutturato ai titolari di un campione di 500 attività, così ripartite:

	Numero di interviste	%
<b>Totale</b>	500	100,0
<b>Alimentari</b>	50	10,0
<b>Non alimentari</b>	254	50,8
<b>Bar/ locali/ asporto</b>	130	26,0
<b>Servizi</b>	67	13,4

Le interviste sono state realizzate con metodo Cati, da intervistatori esperti supervisionati dai ricercatori MeDeC, da martedì 26 giugno a mercoledì 4 luglio 2007. I grafici delle pagine seguenti riportano in generale le percentuali di risposta delle domande. Il totale di colonna può non fare 100 in quanto, in genere, i valori relativi alle non risposte non sono in genere visualizzati; tali valori sono mostrati solo quando raggiungono valori degni di nota. Le mancate risposte sono infatti solitamente attestate su valori minimi. Il loro valore è sempre calcolabile come il complemento a 100 delle percentuali mostrate.

3



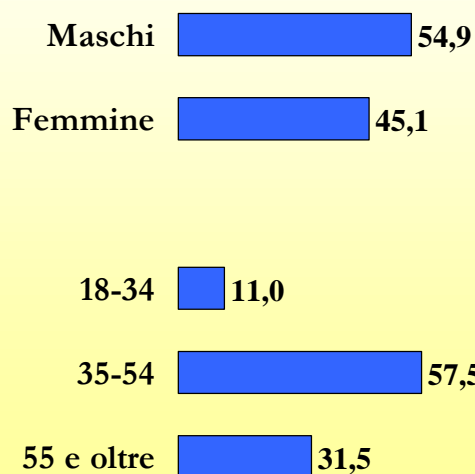
# 1. L'IDENTIKIT DEI COMMERCianti

5



## Genere ed età dei commercianti e titolari

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
68,0	50,8	65,4	40,3
32,0	49,2	34,6	59,7
10,0	10,2	15,4	6,0
64,0	56,7	60,8	49,3
26,0	33,1	23,8	44,8

6



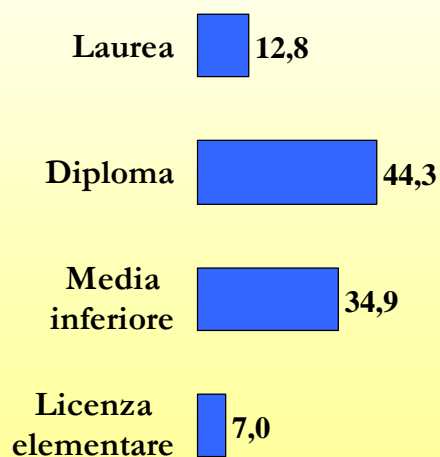
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Titolo di studio dei commercianti e titolari

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
14,0	17,3	6,2	7,5
40,0	53,1	40,0	22,4
32,0	24,8	46,2	53,8
12,0	3,9	6,9	16,4

7

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

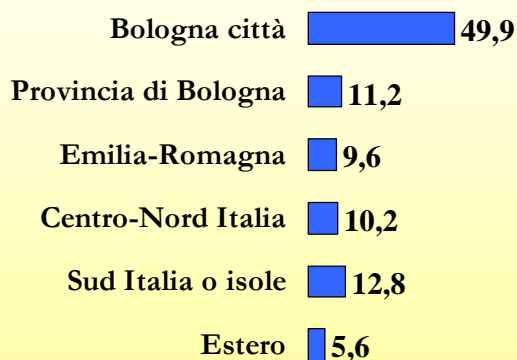


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

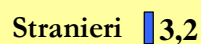
## Provenienza geografica dei commercianti e titolari

(valori percentuali; n=501)

### Residenza alla nascita



### Cittadinanza



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
50,0	59,1	38,5	37,3
10,0	10,6	10,8	14,9
8,0	9,1	8,5	14,9
6,0	11,0	10,0	10,5
14,0	7,1	22,3	14,9
10,0	2,8	9,2	6,0
8,0	1,6	4,2	1,5

8

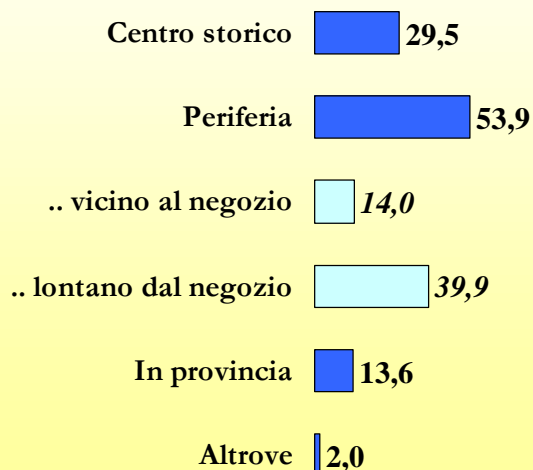
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Residenza attuale dei commercianti e titolari

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
34,0	33,1	25,4	20,9
44,0	52,8	57,0	59,7
8,0	13,0	18,5	13,4
36,0	39,8	38,5	46,3
20,0	12,2	14,6	11,9
-	1,6	3,1	3,0

9

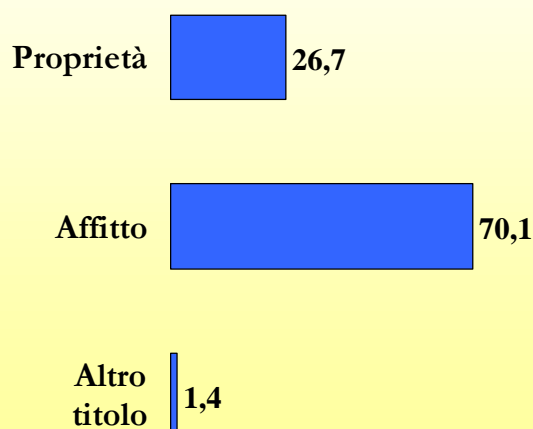
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Titolo di godimento dei locali dell'attività

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
24,0	28,3	23,8	28,4
74,0	67,3	73,1	71,6
-	2,4	0,8	-

10

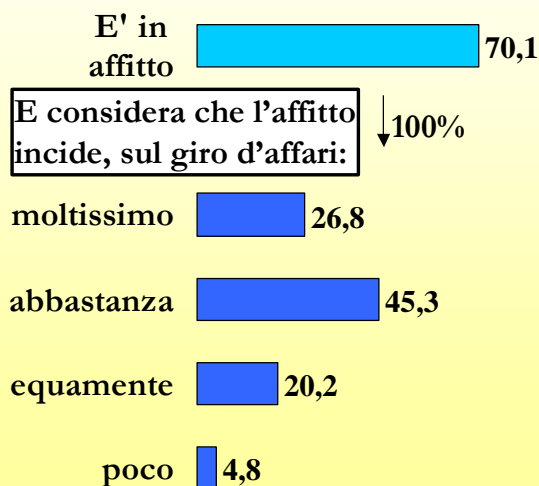
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Peso dell'affitto sull'attività

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
74,0	67,3	73,1	71,6
29,7	26,9	30,5	16,7
51,4	40,9	51,6	43,8
13,5	22,8	14,7	27,1
5,4	5,3	-	12,5

11

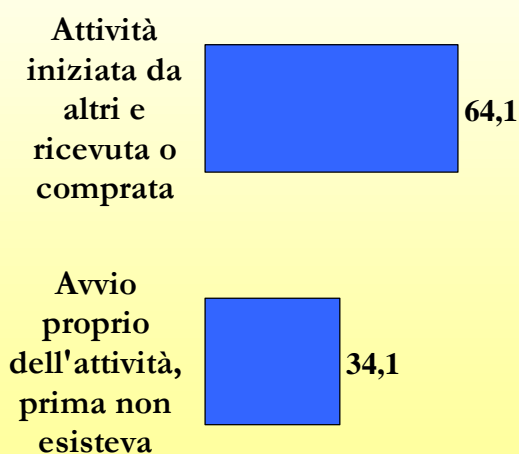
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Inizio dell'attività

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
76,0	53,9	80,8	61,2
24,0	44,1	19,2	32,8

12

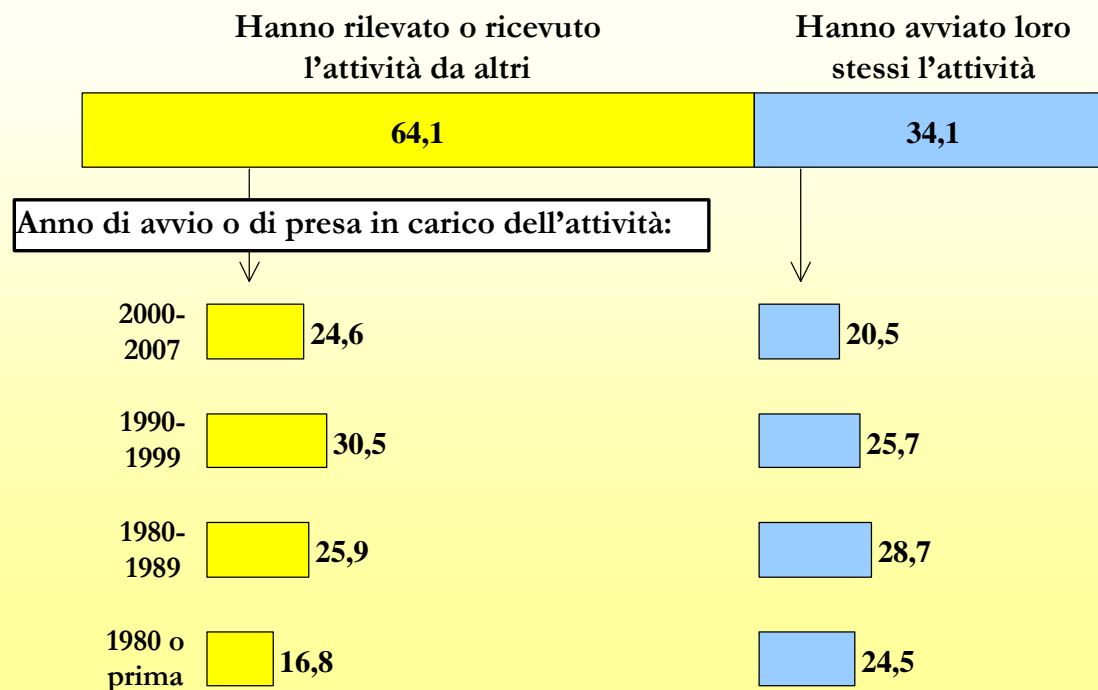
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Inizio dell'attività

(valori percentuali; n=501)



13

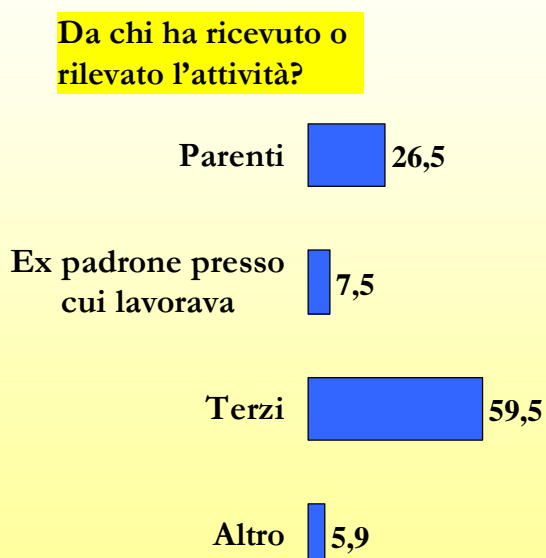
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Provenienza dell'attività

(attività ricevuto od acquistate dall'attuale titolare; valori percentuali; n=321)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=38	n=137	n=105	n=41
36,9	31,6	8,5	12,2
2,6	5,1	9,5	14,6
52,6	44,5	76,2	73,2
3,2	5,1	5,7	-

14



## Attività lavorativa precedente dei commercianti e titolari

(valori percentuali; n=501)

Prima di gestire questa attività, Lei cosa faceva?		Alimentari <i>n=50</i>	Non alimentari <i>n=254</i>	Bar/ locali/ asporto <i>n=130</i>	Servizi <i>n=67</i>
Autonomo simile	18,6	20,0	14,2	30,0	11,9
Autonomo diverso	5,8	2,0	6,7	5,4	6,0
Dipendente posto fisso	27,9	32,0	28,3	26,2	26,9
Dipendente precario	1,8	6,0	1,2	2,3	-
Coadiuvante nell'attività	21,6	14,0	19,3	22,3	34,3
Altro	3,2	4,0	4,3	1,5	1,5
Non lavorava	19,4	22,0	24,4	12,3	11,9

15



## 2. L'IMPRESA COMMERCIALE E IL CICLO ECONOMICO

16

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

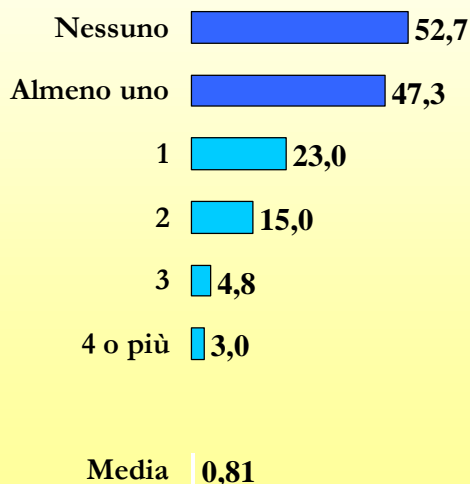


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Familiari collaboratori

(valori percentuali; n=501)

**Attualmente, quanti Suoi familiari collaborano nella Sua attività?**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
38,0	53,9	43,1	77,6
62,0	44,5	56,9	16,4
22,0	24,8	26,2	10,4
18,0	15,0	19,2	4,5
14,0	3,5	6,2	-
8,0	1,2	5,4	1,5
1,33	0,71	1,05	0,27

17

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

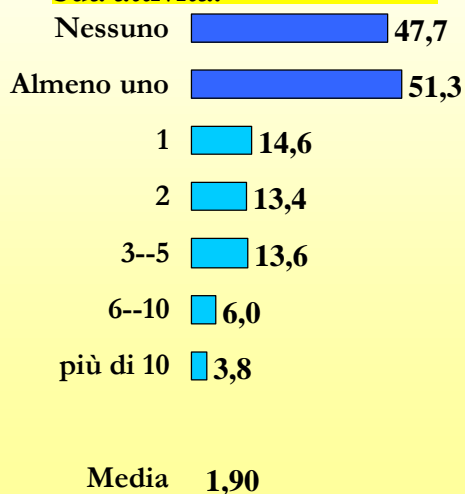


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Dipendenti

(valori percentuali; n=501)

**Esclusi i familiari, quanti dipendenti lavorano nella Sua attività?**

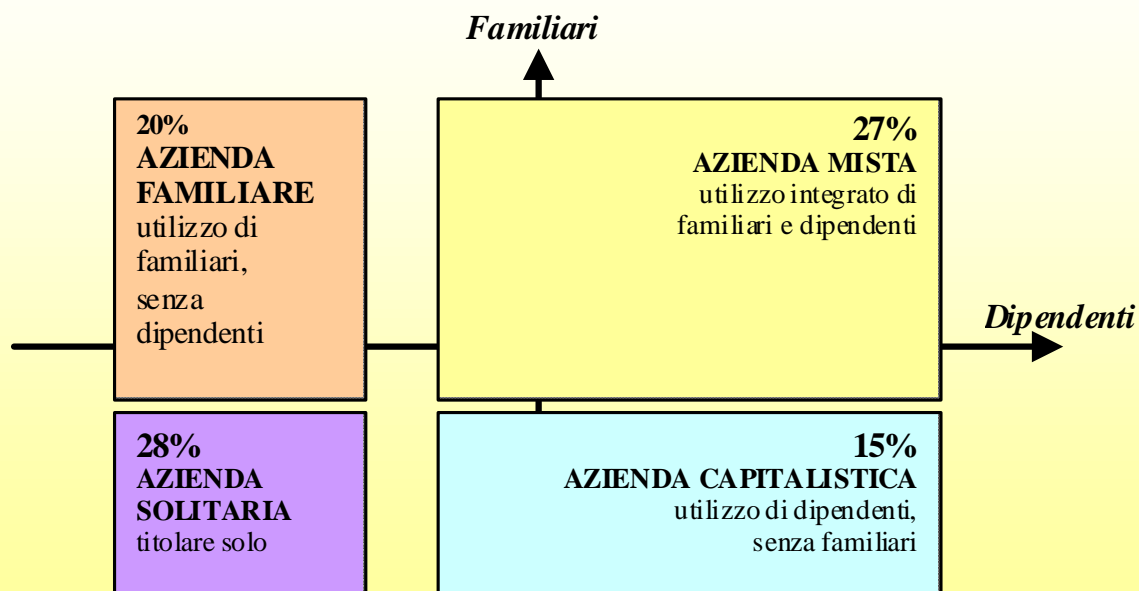


Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
46,0	55,9	31,5	49,3
54,0	42,9	67,0	50,7
16,0	14,6	13,8	14,9
6,0	11,4	19,2	14,9
18,0	11,8	17,7	9,0
8,0	3,5	10,0	7,5
-	1,6	6,2	4,5
2,45	1,32	2,79	1,93

18



## Tipologia dell'attività basata sul lavoro utilizzato



Botteghe in periferia

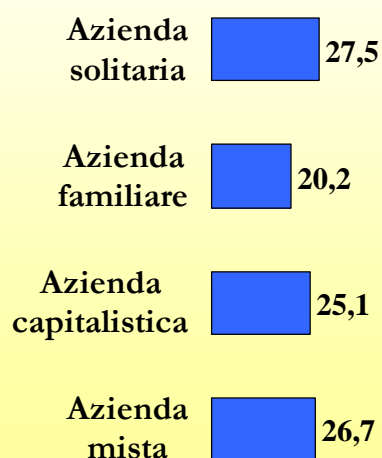
19

Assessorato Attività produttive



## Tipologia aziendale

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
24,0	32,3	11,5	43,3
22,0	23,6	20,0	6,0
14,0	21,7	31,5	34,3
40,0	21,7	36,9	16,4

20

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

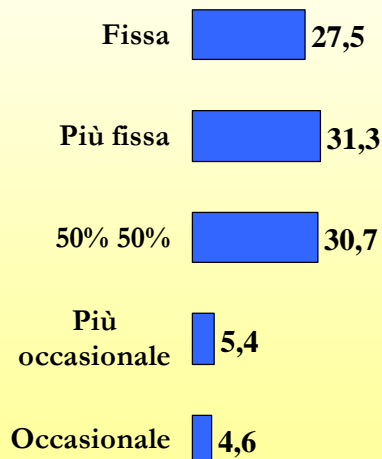


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Clientela: fissa od occasionale?

(valori percentuali; n=501)

### La Sua clientela è:



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
24,0	24,0	20,8	56,7
34,0	32,7	30,0	26,9
28,0	32,7	37,7	11,9
4,0	5,1	4,6	3,0
4,0	5,1	4,6	3,0

21

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

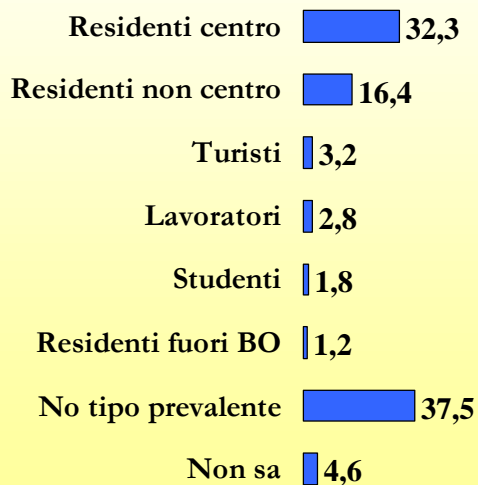


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Chi sono i clienti?

(valori percentuali; n=501)

### Tra i Suoi clienti prevalgono:



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
38,0	31,9	21,5	50,7
16,0	16,9	16,9	13,4
10,0	2,0	4,6	-
-	1,2	7,7	1,5
2,0	0,4	5,4	-
2,0	2,0	-	-
28,0	39,4	40,0	32,8
4,0	5,9	3,8	1,5

22



Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Tipologia di clientela

(valori percentuali; n=501)

Clientela vicinale 24,0

Clientela cittadina 11,6

Clientela passante 59,5

Non indicato 5,0

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
30,0	22,4	12,3	47,8
12,0	11,8	10,0	13,4
52,0	59,4	73,8	37,3
6,0	6,3	3,8	1,5

Cl. vicinale: fissa in prevalenza o buona parte, e residente in centro storico

Cl. cittadina: fissa in prevalenza o buona parte, e residente a Bologna fuori dal centro storico

23

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Dotazioni internet dell'attività

(valori percentuali; n=501)

Posta elettronica 42,3

### Sito internet:

Attivo 26,1

In sviluppo 2,4

In progetto 3,4

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
34,0	52,0	31,5	32,8
24,0	28,3	23,8	23,9
-	3,1	3,1	-
2,0	4,7	1,5	1,5

24



## Andamento dell'attività nell'ultimo anno

(valori percentuali; n=501)

**Per quanto riguarda l'andamento della sua attività, nell'ultimo anno:**

è andata bene 26,1

ha avuto difficoltà 53,1

ha avuto seria crisi 19,6

Intervista svolta nel giugno 2007

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
18,0	28,3	23,8	28,4
52,0	55,5	53,8	43,3
30,0	15,0	20,0	28,4

25



## Attese per l'andamento dell'attività nel prossimo anno

(valori percentuali; n=501)

**Per quanto possibile, Lei prevede che la sua attività nel prossimo anno:**

Andrà bene 28,7

Avrà difficoltà 30,5

Avrà seria crisi 19,2

Potrebbe chiudere 3,4

Ha già deciso di chiudere 1,4

Non sa 16,6

Intervista svolta nel giugno 2007

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
18,0	27,6	31,5	35,8
36,0	32,7	31,5	16,4
18,0	17,7	23,1	17,9
8,0	3,1	-	7,5
2,0	1,2	-	4,5
18,0	17,7	13,1	17,9

26



## Andamento congiunturale: indicatore sintetico

Descrizione

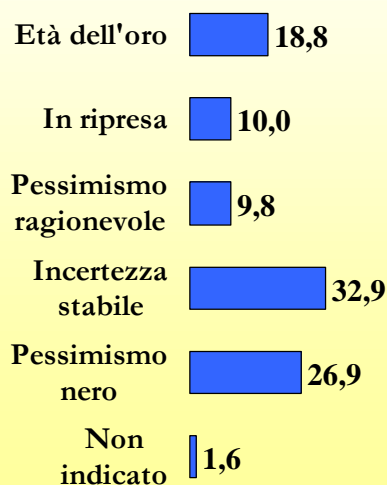
<b>Età dell'oro</b>	E' andata bene lo scorso anno e si prevede un buon andamento per il prossimo
<b>In ripresa</b>	Ha avuto difficoltà l'anno precedente ma ci sono buone prospettive per il prossimo
<b>Pessimismo ragionevole</b>	Buon andamento nell'ultimo anno e previsione di difficoltà superabili o di incertezza nel prossimo; seria crisi nell'ultimo anno e previsione di difficoltà superabili nel prossimo
<b>Incertezza stabile</b>	Ha superato alcune difficoltà nell'ultimo anno e prevede di averne altre, superabili, nel prossimo anno, oppure è incerto sul futuro
<b>Pessimismo nero</b>	Prevede di avere notevoli difficoltà nel prossimo anno

27



## Andamento congiunturale: indicatore sintetico

(valori percentuali; n=501)



Intervista svolta nel giugno 2007

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
10,0	20,1	18,5	20,9
8,0	7,5	13,1	14,9
14,0	9,1	10,0	9,0
32,0	37,0	31,5	20,9
36,0	24,4	24,6	34,3
-	2,0	2,3	-

28

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

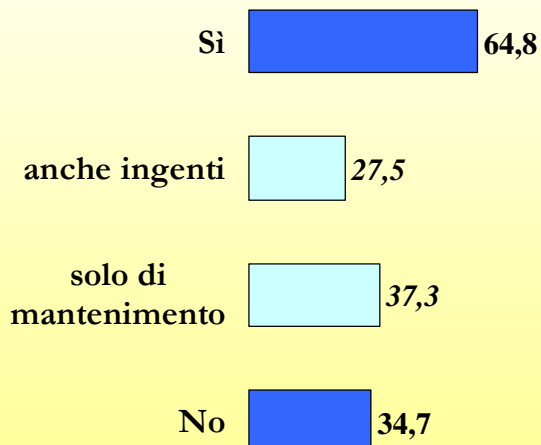


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Investimenti negli ultimi 5 anni

(valori percentuali; n=501)

**Negli ultimi 5 anni, avete fatto investimenti nell'attività?**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
58,0	65,0	73,1	53,8
20,0	24,8	36,2	26,9
38,0	40,2	36,9	26,9
42,0	34,3	26,9	46,3

29

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

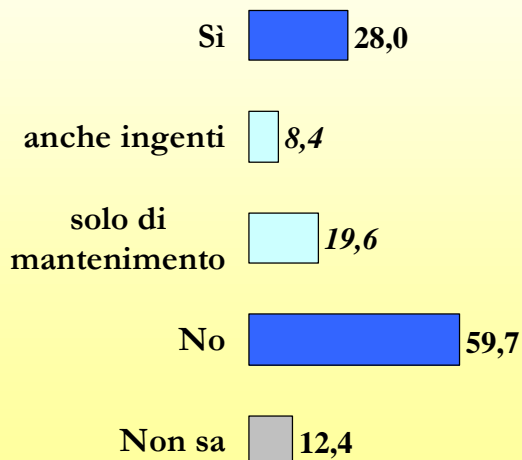


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Investimenti previsti

(valori percentuali; n=501)

**Per il futuro, ha previsto di fare investimenti nell'attività?**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
30,0	26,8	31,6	23,8
14,0	6,3	8,5	11,9
16,0	20,5	23,1	11,9
62,0	59,4	54,6	68,7
8,0	13,8	13,8	7,5

30

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



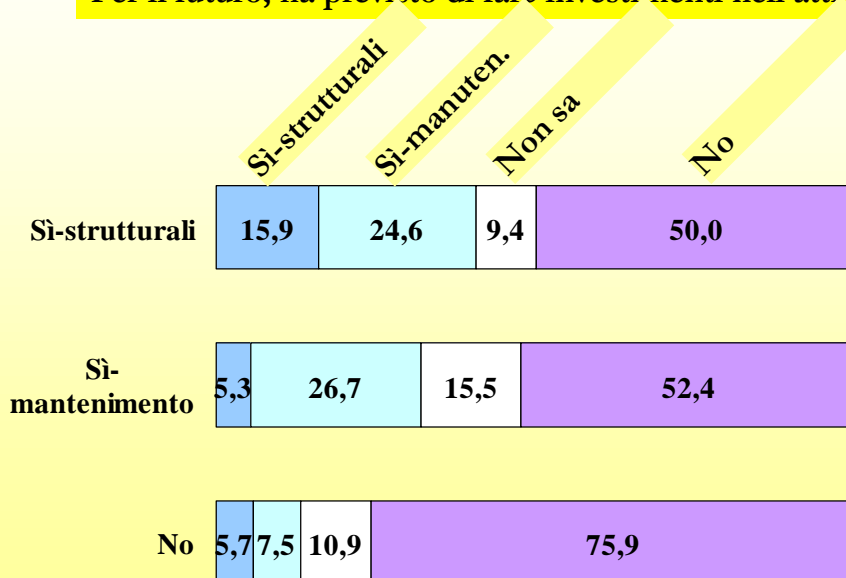
Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Investimenti previsti, per investimenti svolti

(valori percentuali; n=501)

**Per il futuro, ha previsto di fare investimenti nell'attività?**

**Negli ultimi 5  
anni, avete fatto  
investimenti  
nell'attività?**



31

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

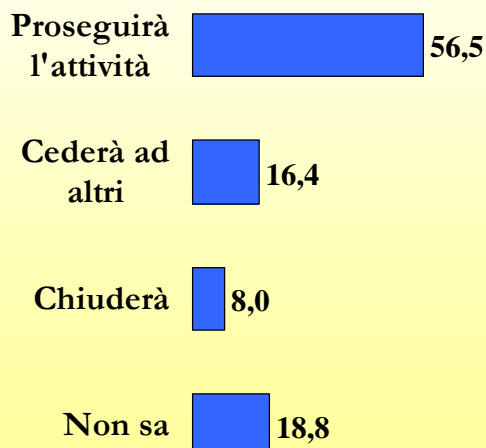


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Previsioni di medio periodo

(valori percentuali; n=501)

**Nei prossimi 5 anni, Lei pensa  
che, probabilmente:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
48,0	59,4	53,8	56,7
22,0	11,4	25,4	13,4
12,0	8,7	2,3	13,4
18,0	19,7	15,8	16,4

32

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Previsioni di medio periodo, per tipo

(valori percentuali; n=501)

**Nei prossimi 5 anni, Lei pensa che, probabilmente:**

Proseguirà l'attività 56,5

Cederà ad altri 16,4

Chiuderà 8,0

Non sa 18,8

Solitari	Familiare	Capitalistica	Mista
<i>n=138</i>	<i>n=101</i>	<i>n=126</i>	<i>n=134</i>
48,6	49,5	60,3	65,7
18,1	21,8	15,1	11,9
13,0	10,9	4,8	3,7
20,3	17,8	19,8	17,2

33

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Chiusura dell'attività

(valori percentuali; n=501)

Cede/ chiude nei prossimi 5 anni 24,4

**Motivo:** ↓ 100%  
età 41,0

difficoltà econ. 33,6

poca clientela 16,4

tasse 9,0

degrado 9,0

alti costi/ affitti 7,4

sicurezza 6,6

parcheggi 4,1

altro 24,6

non sa 4,1

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
34,0	20,1	27,7	26,9
52,9	25,5	41,7	72,2
29,4	41,2	25,0	33,3
17,6	21,6	13,9	5,6
-	5,9	11,1	22,2
11,8	11,8	8,3	-
5,9	5,9	5,6	16,7
-	9,8	8,3	-
11,8	2,0	2,8	5,6
41,2	17,6	30,6	16,7
-	7,8	2,8	-

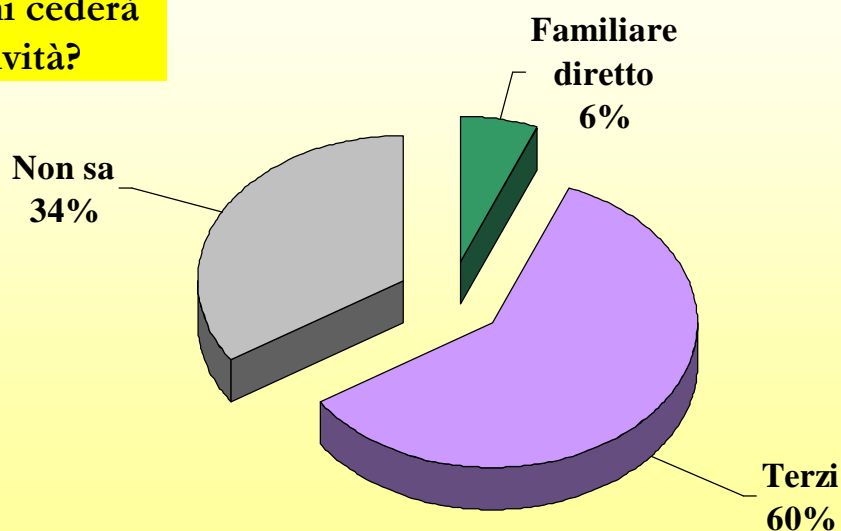
34



## Passare di mano l'attività

(coloro che dichiarano di cedere l'attività nei prossimi 5 anni; valori percentuali; n=82)

**A chi cederà  
l'attività?**



35



## 3. CONCORRENZE

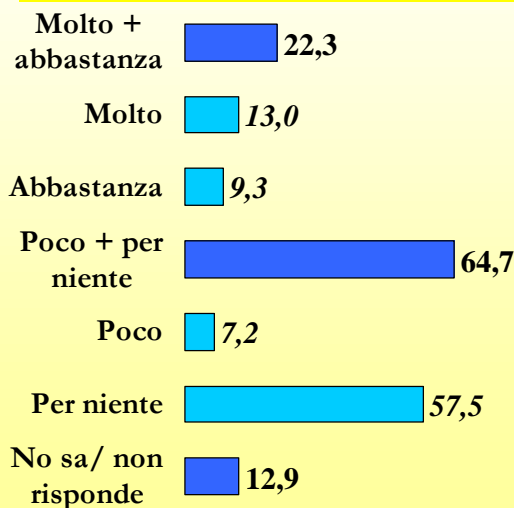
36



## Percezione di svantaggio vs. i commercianti stranieri

(commercianti e titolari italiani; valori percentuali; n=485)

**Lei si sente svantaggiato rispetto ai commercianti o esercenti stranieri che lavorano nel suo stesso ambito?**



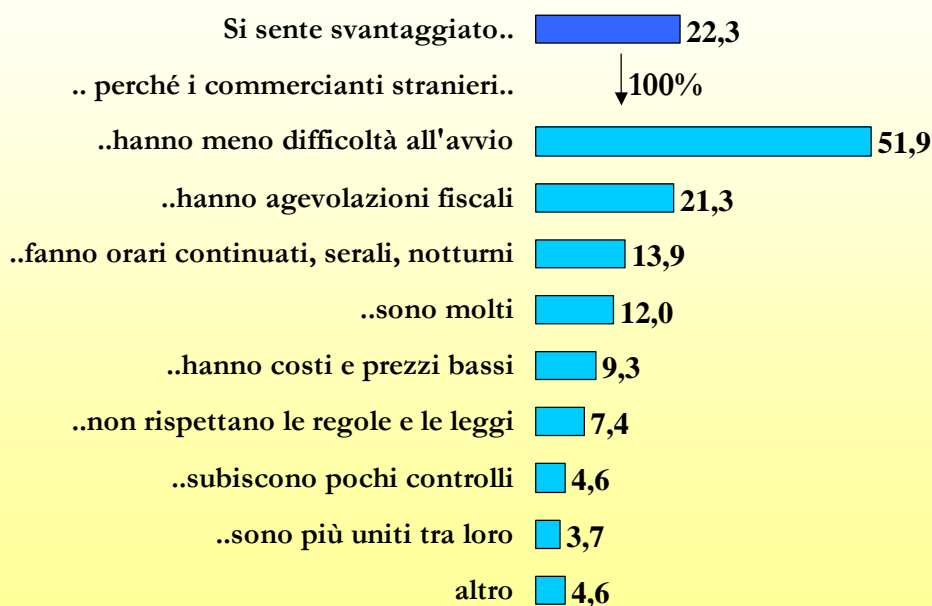
Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=46	n=250	n=123	n=66
43,5	19,2	26,0	12,1
37,0	10,0	15,4	3,0
6,5	9,2	10,6	9,1
47,8	68,0	61,8	69,7
8,7	6,0	8,1	9,1
39,1	62,0	53,7	60,6
8,7	12,8	12,2	18,3

37



## Motivi di svantaggio vs. i commercianti stranieri

(commercianti e titolari italiani; valori percentuali; n=485)



38



Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rilevanza di alcuni possibili problemi

(valori percentuali; n=501)

**Rilevanza come problema:**

POCO+PER

MOLTO+ABBASTANZA

NIENTE

Diminuzione potere d'acquisto clienti

79,8

18,2

Concorrenza grande distribuzione

41,0

57,7

Concorrenza a basso prezzo e qualità  
in centro

35,2

62,1

Troppi esercizi simili in centro

32,0

66,3

Presenza di venditori abusivi

25,4

73,3

Esercizi gestiti da stranieri (solo a  
italiani)

20,8

76,1

↖ non sa/ non risponde

39

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rilevanza di alcuni problemi, per settore di attività

(problema molto o abbastanza rilevante; valori percentuali; n=501)

**% molto + abbastanza  
rilevante come problema**

Diminuzione potere d'acquisto clienti

80,0

85,1

73,8

71,7

Concorrenza grande distribuzione

68,0

47,2

17,7

38,8

Concorrenza a basso prezzo e qualità  
in centro

50,0

31,1

35,4

38,8

Troppi esercizi simili in centro

34,0

24,8

43,8

41,8

Presenza di venditori abusivi

24,0

30,7

17,7

20,9

Esercizi gestiti da stranieri (solo a  
italiani)

41,3

17,6

24,4

12,1

40

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

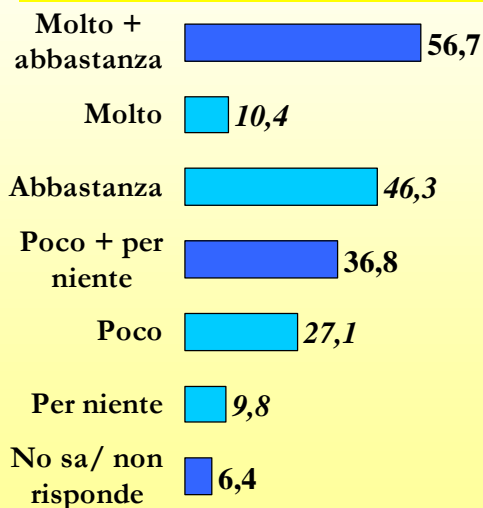


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla varietà dell'offerta commerciale

(valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale in centro storico è soddisfacente?**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
58,0	56,3	58,5	53,8
24,0	11,0	6,2	6,0
34,0	45,3	52,3	47,8
40,0	36,6	33,9	41,8
26,0	25,2	26,2	37,3
14,0	11,4	7,7	4,5
2,0	7,1	7,7	4,5

41

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

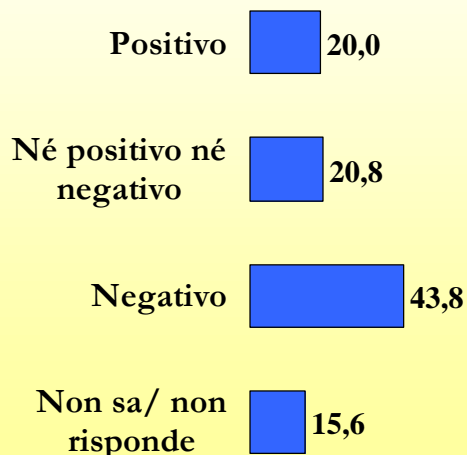


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla liberalizzazione Bersani 114/98

(valori percentuali; n=501)

**A quasi 10 anni dal decreto Bersani del 1998 (114/98) sulla liberalizzazione del commercio, Lei pensa che l'effetto sia stato:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
14,0	21,4	16,9	20,9
14,0	19,3	23,8	25,4
64,0	42,5	42,3	35,8
8,0	15,8	16,9	17,9

42

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

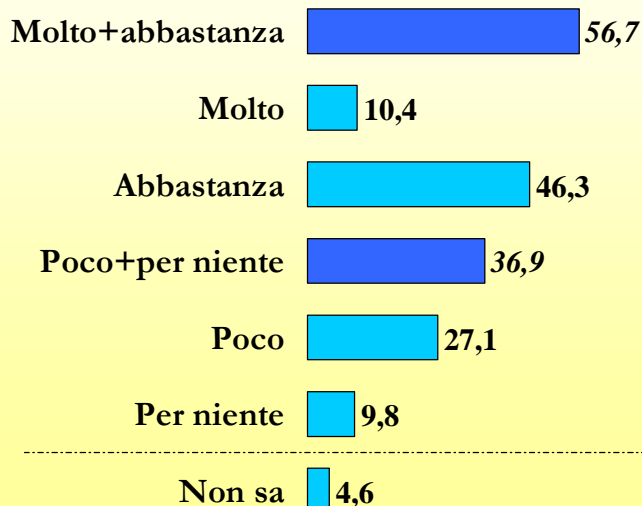


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Soddisfazione per la varietà dell'offerta commerciale

(valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale del centro storico è soddisfacente?**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
81,0	71,8
23,2	20,2
57,6	51,6
16,8	13,2
15,6	10,0
1,2	3,2
2,2	13,8

43

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



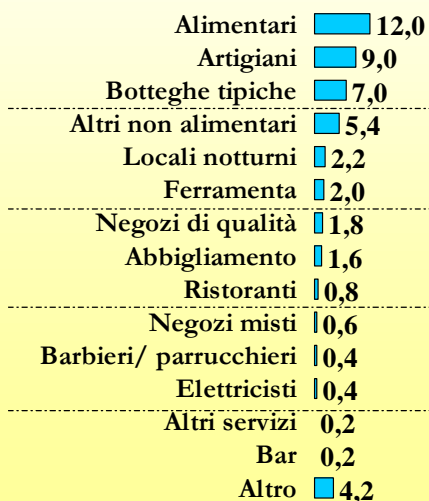
Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinioni sulla carenza di offerta

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

**Di quali attività commerciali o di servizio ritiene vi sia carenza in centro storico?**

Indica almeno una attività **39,1**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
33,4	28,4
6,6	3,6
4,4	4,4
0,6	1,2
8,8	3,0
0,8	0,2
5,4	0,8
0,6	0,4
1,2	1,4
0,4	0,8
5,0	2,6
1,2	-
0,4	-
0,6	-
0,4	-
4,8	4,6

44

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinioni sull'eccesso di offerta

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

**Sempre secondo Lei, quali attività sono invece in eccesso in centro storico?**

Indica almeno una attività 41,9

Abbigliamento 22,6

Alimentari 13,0

Bar 9,8

Banche 7,6

Non alim. 4,2

Negozi misti 4,0

Stranieri 4,0

Ristoranti 1,6

Catene 1,4

Locali nott. 1,0

Barb./ parr. 0,6

Altro 3,8

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
68,0	61,0	51,5	52,2
14,0	31,1	11,5	17,9
30,0	11,0	10,8	11,9
6,0	6,3	20,0	6,0
4,0	9,1	3,1	13,4
8,0	3,9	3,8	3,0
8,0	3,5	4,6	1,5
10,0	2,4	4,6	4,5
2,0	1,6	1,5	1,5
-	2,8	-	-
-	0,8	2,3	-
-	0,8	-	1,5
4,0	4,3	3,1	3,0

45

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Il futuro del commercio in centro storico

(valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei, in centro storico, le attività commerciali e ricettive in generale sono destinate a:**

Diminuire 79,2

Aumentare 5,8

Non modificarsi 7,0

Non sa 6,4

Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
46,8	50,0
14,8	9,4
19,8	20,4
18,4	19,2

46



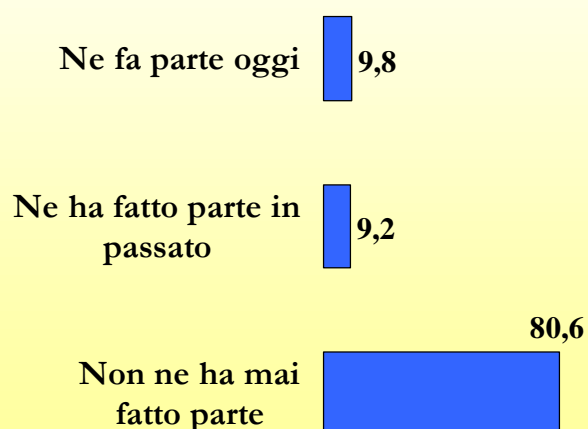
## 4. LA PARTECIPAZIONE CIVICA E CATEGORIALE

47



### Partecipazione a comitati di cittadini o negozianti

(valori percentuali; n=501)



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
8,0	11,0	11,5	3,0
10,0	10,2	6,9	9,0
80,0	78,7	80,8	88,1

48

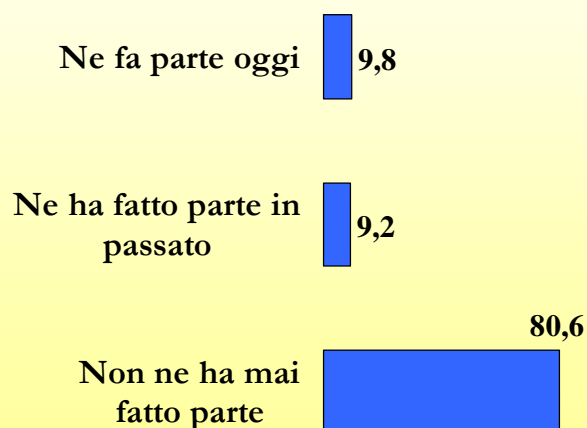
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Partecipazione a comitati, per tipo

(valori percentuali; n=501)



Solitari	Familiare	Capitalistica	Mista
<i>n=138</i>	<i>n=101</i>	<i>n=126</i>	<i>n=134</i>
4,3	7,9	10,3	16,4
7,2	7,9	11,1	10,4
88,4	84,2	78,6	71,6

49

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Associazioni di categoria: iscrizione e fiducia

(valori percentuali; n=501)

E' iscritto 52,7

**Fiducia nelle associazioni di categoria in generale (a tutti):**

Molta/abbastanza 39,1

Poca/per niente 51,5

Non sa 9,2

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
62,0	50,4	50,8	58,2
34,0	36,6	38,4	53,7
58,0	54,7	50,8	35,8
8,0	8,7	10,8	10,5

50

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

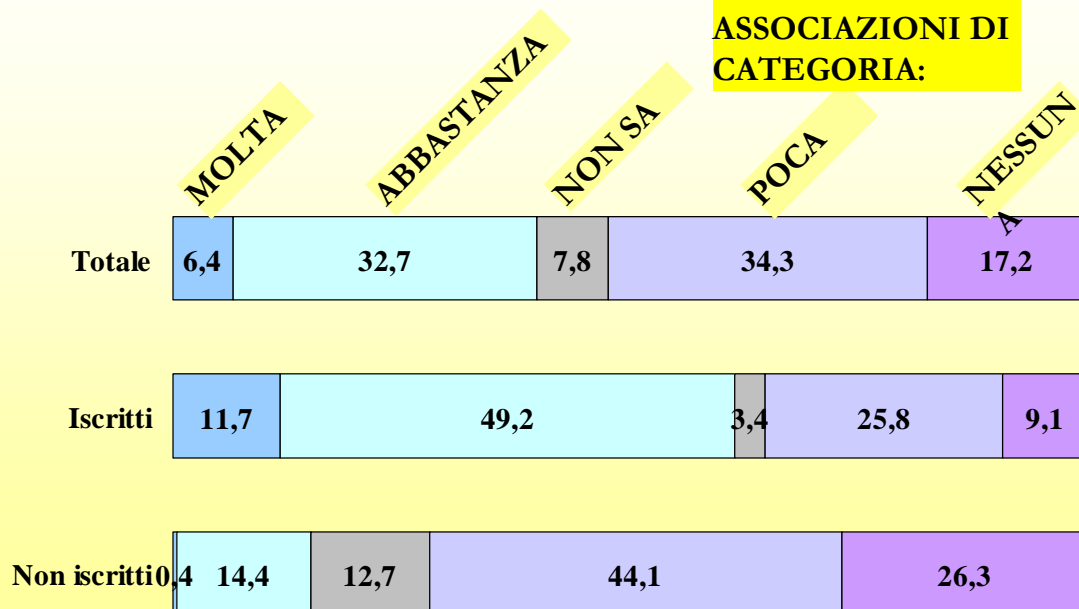


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Fiducia nelle associazioni, per iscrizione

(valori percentuali; n=501)

**FIDUCIA NELLE  
ASSOCIAZIONI DI  
CATEGORIA:**



51

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## 5. I COMMERCianti, I RESIDENTI E LA CITTÀ

52



## Qualità urbana del centro storico

(voti da 1 a 10 riferiti alla zona in cui ha l'attività; valori percentuali; n=493)

**Parliamo ora della zona in cui è presente la Sua attività. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona della Sua attività, da 1 a 10, che voto darebbe?**

**Molto buona (7-10)** **16,8**

**Sufficiente (6)** **20,3**

**Scarsa (1-5)** **62,9**

(\*): domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*): domanda riferita al centro storico in generale

53

Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
n=487	n=456
40,1	35,5
21,6	25,2
38,3	39,3



## Presenza di segni di degrado nella zona dell'attività

(valori percentuali; n=501)

**Nella zona della Sua attività ci sono segni di degrado?**

**Molti + abbastanza** **81,4**

**Molti** **54,7**

**Abbastanza** **26,7**

**Pochi + nessuno** **18,2**

**Pochi** **12,4**

**Nessuno** **5,8**

**Non sa** **0,4**

(\*): domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*): domanda riferita al centro storico in generale

54

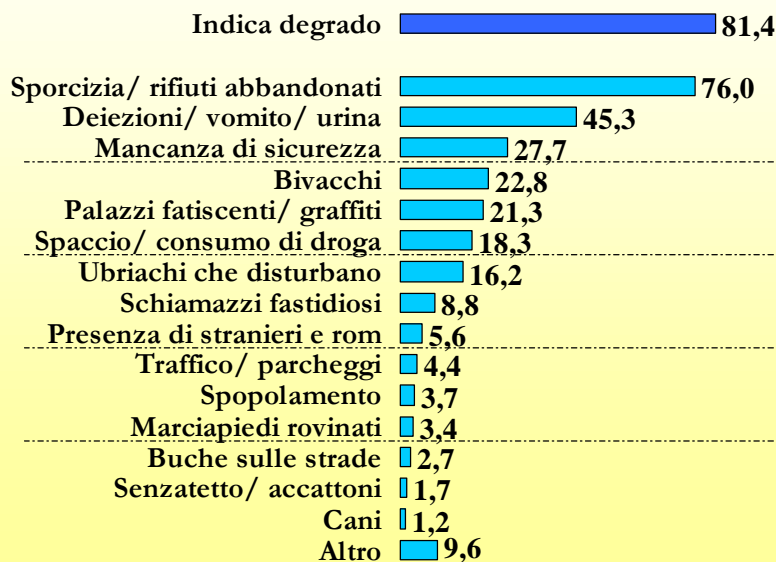
Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
n=500	n=500
68,8	76,2
30,2	36,0
38,6	40,2
30,2	15,6
19,6	11,0
10,6	4,6
1,0	8,2



Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Segni di degrado indicati nella zona dell'attività

(risposte aperte; valori percentuali; n=501)



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia
n=500	n=500
68,8	-
67,7	-
46,2	-
15,4	-
16,0	-
23,5	-
19,8	-
29,9	-
27,6	-
1,2	-
7,6	-
1,2	-
6,4	-
4,4	-
2,3	-
3,2	-
6,4	-

(\*) : domanda riferita alla zona di residenza

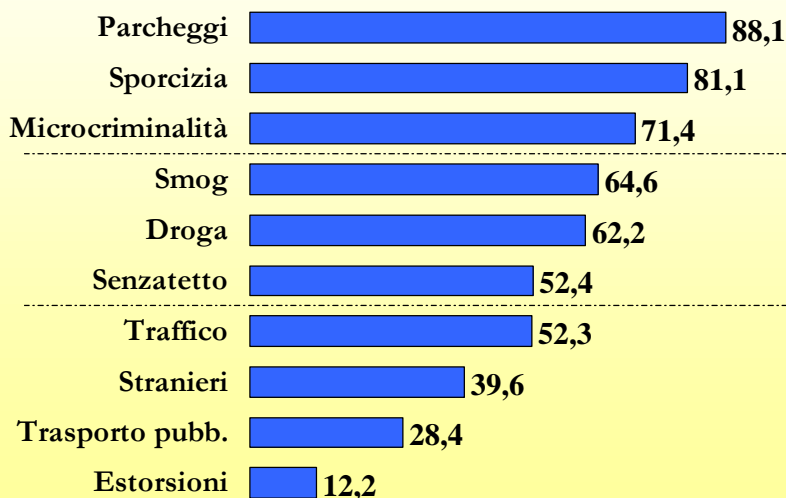
55

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rilevanza di alcuni problemi nella zona dell'attività

(indicano il problema molto o abbastanza rilevante; valori percentuali; n=501)

**Nella zona della Sua attività  
quanto è un problema ...**



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
n=500	n=500
74,8	74,4
81,2	81,2
64,0	84,6
80,6	82,4
60,0	79,6
46,2	59,0
72,8	77,4
36,0	51,6
21,4	29,4
n.p.	n.p.

(\*) : domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*) : domanda riferita al centro storico in generale

56

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

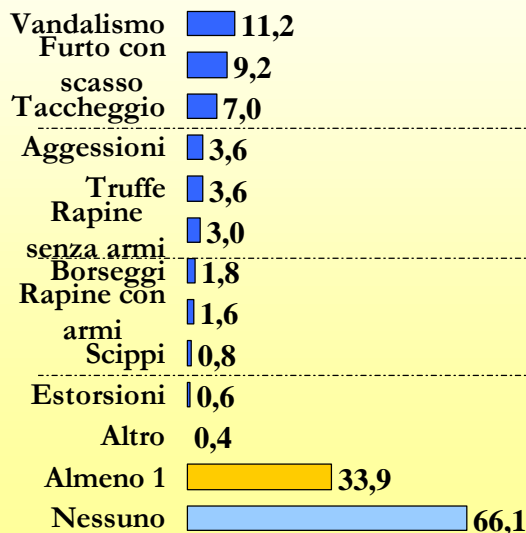


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Reati subiti nell'ultimo anno

(valori percentuali; n=501)

**Nell'ultimo anno Le è successo di restare vittima di:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
12,0	9,8	16,9	4,5
6,0	9,1	10,8	9,0
12,0	9,4	2,3	3,0
4,0	4,3	2,3	3,0
8,0	3,9	2,3	1,5
4,0	2,8	3,1	3,0
-	1,6	2,3	3,0
2,0	2,4	0,8	-
-	0,4	1,5	1,5
-	0,8	0,8	-
-	0,4	0,8	-
36,0	37,4	38,8	25,4
64,0	62,6	69,2	74,6

57

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

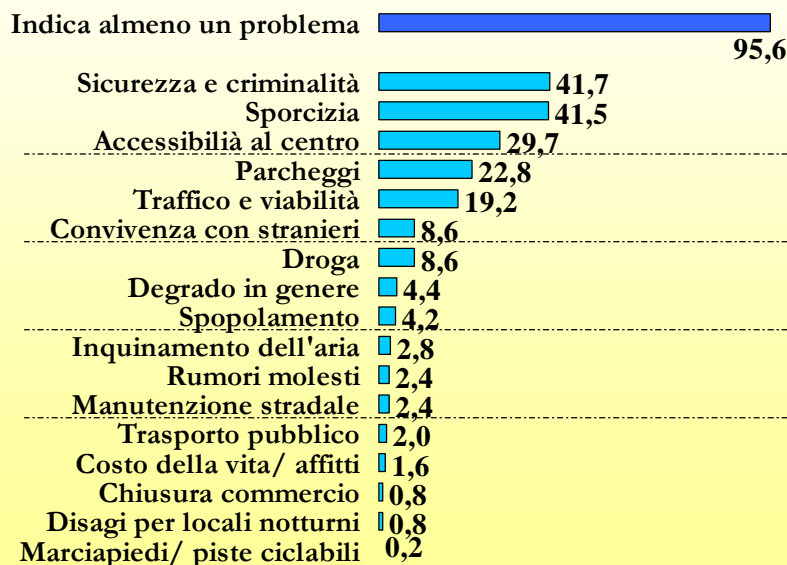


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## I problemi più rilevanti del centro

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti nella zona del Centro in cui ha l'attività?**



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia (**)
n=500	n=500
87,8	83,6
29,6	38,8
45,4	31,2
2,6	9,0
17,4	9,6
26,8	30,6
4,6	7,8
4,4	2,8
5,0	4,2
1,4	1,8
11,8	10,2
8,6	n.r.
3,2	1,4
1,6	4,4
1,6	1,6
2,2	1,8
7,2	1,8
1,0	0,6

(\*): domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*): domanda riferita al centro storico in generale

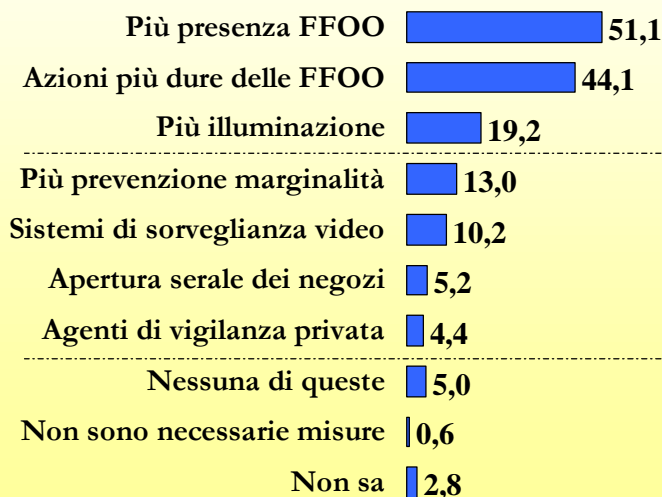
58



## Opinione sui mezzi di contrasto alla criminalità

(valori percentuali; n=501)

**Le leggerò ora una serie di misure da adottare per migliorare la sicurezza. Secondo Lei, quali sono le due più efficaci per contrastare la criminalità?**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
52,6	50,4
31,4	31,6
21,4	22,4
25,2	21,2
15,2	12,2
12,4	9,6
6,2	4,2
1,4	2,8
0,4	0,6
3,2	7,4

59



## 6. I COMMERCianti, I RESIDENTI E LE SCELTE AMMINISTRATIVE

60

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

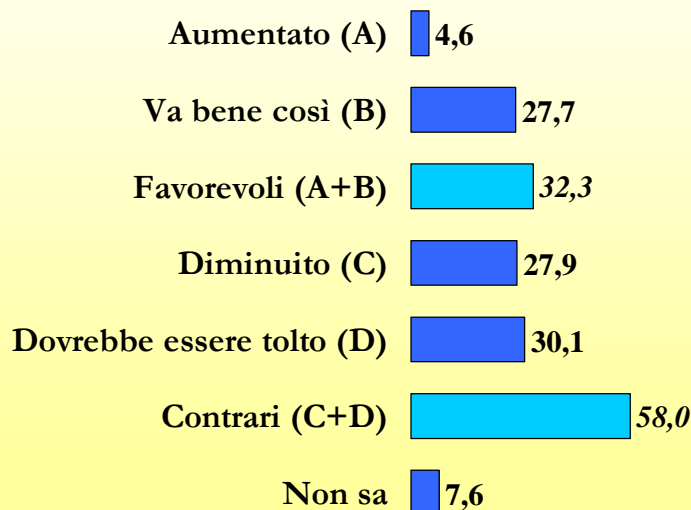


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione su Siro

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, Siro  
dovrebbe essere:**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
22,2	15,4
41,8	40,4
64,0	55,8
11,0	10,4
11,4	13,2
22,4	23,6
12,6	20,2

61

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

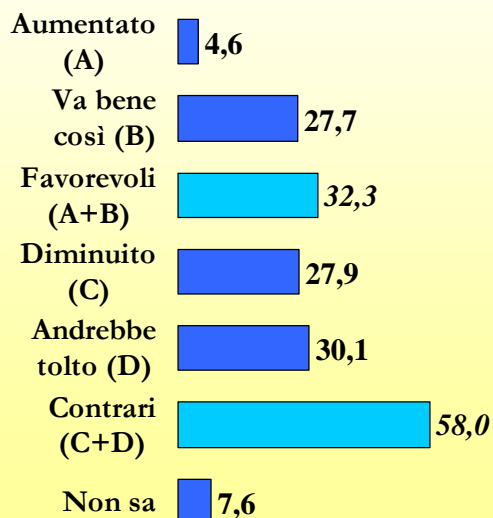


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione su Siro, per attività

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, Siro  
dovrebbe essere:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
2,0	5,5	3,1	6,0
30,0	26,4	27,7	31,3
32,0	31,9	30,8	37,3
26,0	28,0	28,5	28,4
28,0	29,5	32,3	29,9
54,0	57,6	60,8	58,3
10,0	8,3	6,9	4,5

62

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

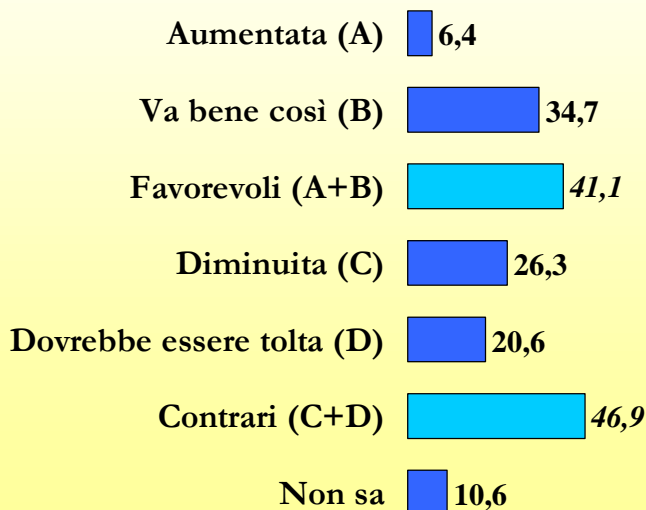


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla zona a traffico limitato (Ztl)

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, la ZTL dovrebbe essere:**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
26,6	20,4
45,4	40,4
72,0	60,8
10,4	12,4
6,8	8,8
17,2	21,2
10,4	17,4

63

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

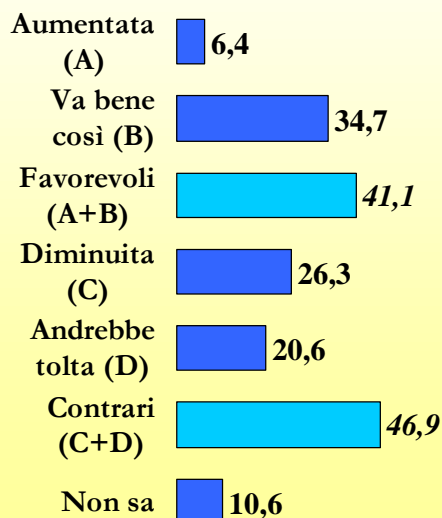


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla zona a traffico limitato, per attività

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, la Ztl dovrebbe essere:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
2,0	8,3	3,1	9,0
34,0	35,0	30,8	41,8
36,0	43,3	33,9	50,8
28,0	27,6	23,8	25,4
20,0	16,9	30,0	16,4
48,0	44,5	53,8	41,8
12,0	11,0	10,8	7,5

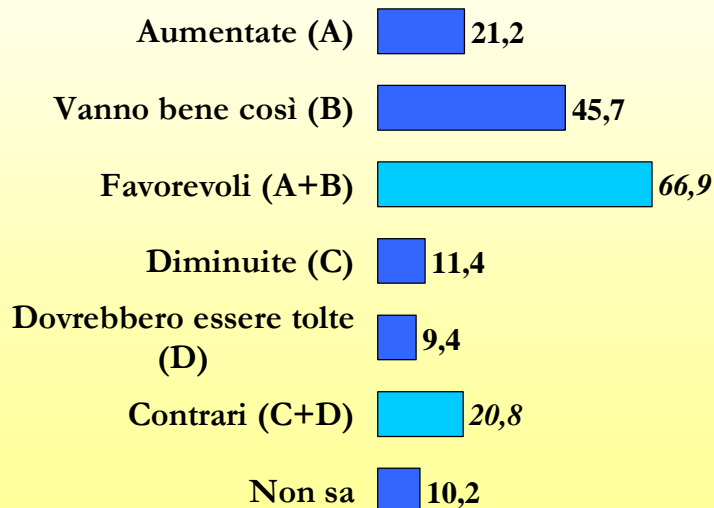
64



## Opinione sulle pedonalizzazioni in genere

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, le pedonalizzazioni in genere dovrebbero essere:**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
47,8	41,2
33,2	40,0
81,0	81,2
6,0	3,6
3,2	2,0
9,2	5,6
9,6	13,0

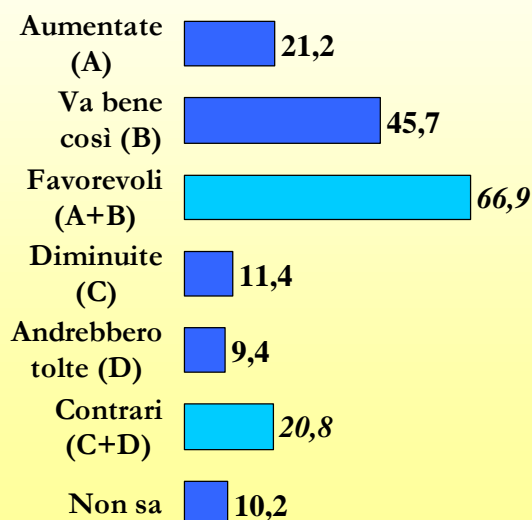
65



## Opinione sulle pedonalizzazioni in genere, per attività

(valori percentuali; n=501)

**In centro storico, le pedonalizzazioni in genere dovrebbero essere:**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
26,0	21,3	20,0	19,4
44,0	44,1	48,5	47,8
70,0	65,4	68,5	67,4
10,0	13,8	5,4	14,9
8,0	8,7	11,5	9,0
18,0	22,5	16,9	23,9
10,0	10,2	12,3	6,0

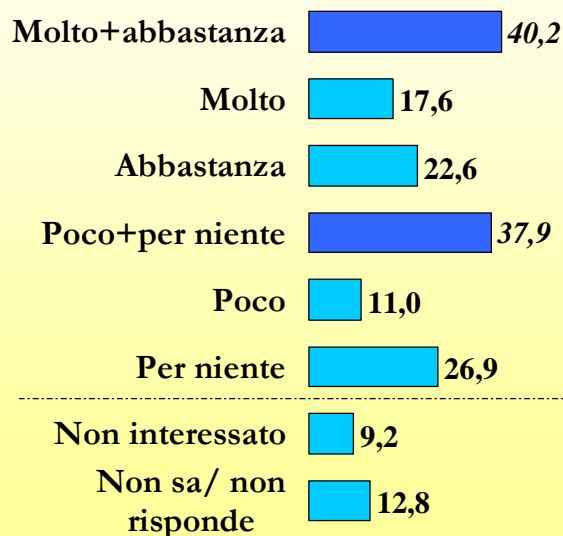
66



## Opinione sulla pedonalizzazione in zona Università

(valori percentuali; n=501)

In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
55,8	59,6
31,8	34,6
24,0	25,0
25,4	17,4
8,8	7,4
16,6	10,0
6,6	5,8
12,2	17,2

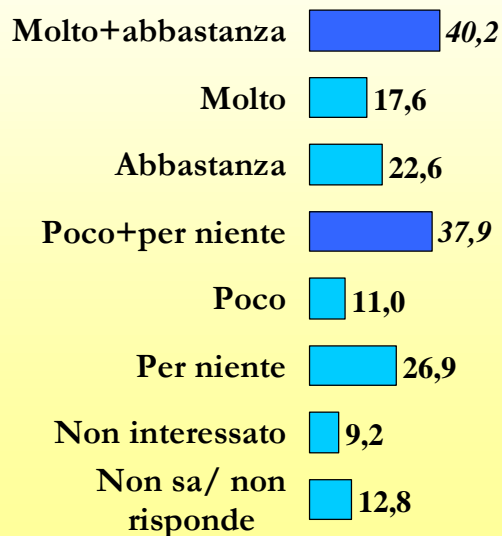
67



## Pedonalizzazione in zona università, per attività

(valori percentuali; n=501)

In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
34,0	39,4	46,1	36,0
14,0	17,7	19,2	16,4
20,0	21,7	26,9	19,4
42,0	41,0	33,8	31,3
10,0	13,0	6,9	11,9
32,0	28,0	26,9	19,4
10,0	7,9	9,2	13,4
14,0	11,8	10,7	19,4

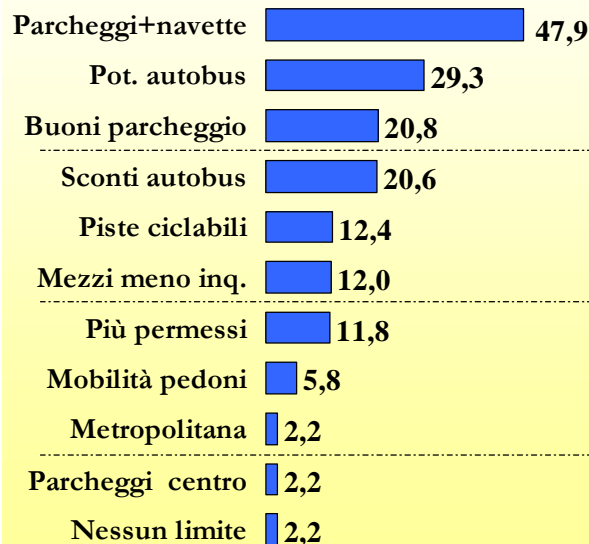
68

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Le migliori opzioni migliorative del traffico

(3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti nella zona del Centro in cui ha l'attività?**



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia (**)
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
38,8	34,2
24,6	33,4
12,8	10,4
35,2	36,2
27,6	21,8
8,2	6,4
5,2	4,8
13,4	12,8
1,8	0,6
1,4	0,6
0,6	-

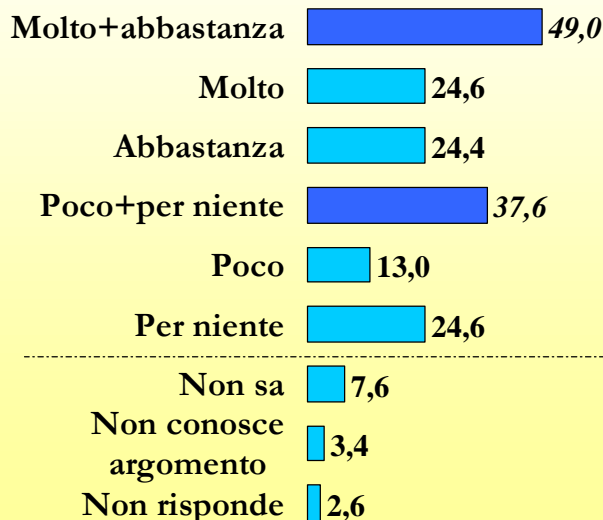
69

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici

(valori percentuali; n=501)

**Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
49,4	46,4
30,2	29,8
19,2	16,6
42,2	40,0
14,6	11,6
27,6	28,2
3,8	5,4
3,4	6,6
1,2	1,8

70



Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

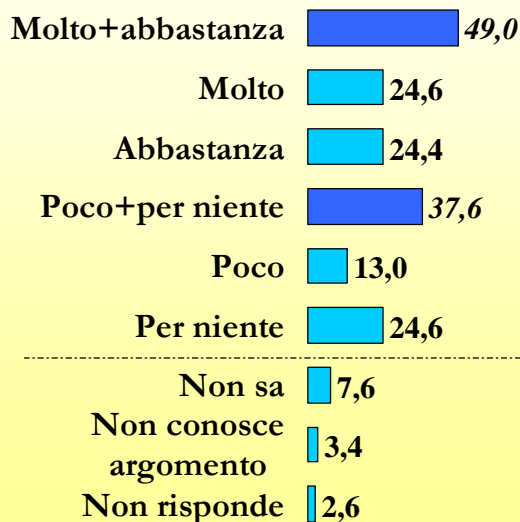


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici, per attività

(valori percentuali; n=501)

**Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?**



Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
n=50	n=254	n=130	n=67
46,0	51,2	43,1	53,8
30,0	26,4	18,5	25,4
16,0	24,8	24,6	28,4
38,0	32,3	46,9	38,8
10,0	13,4	13,8	11,9
28,0	18,9	33,1	26,9
12,0	8,3	5,4	6,0
-	4,7	3,1	1,5
4,0	3,5	1,5	-

71

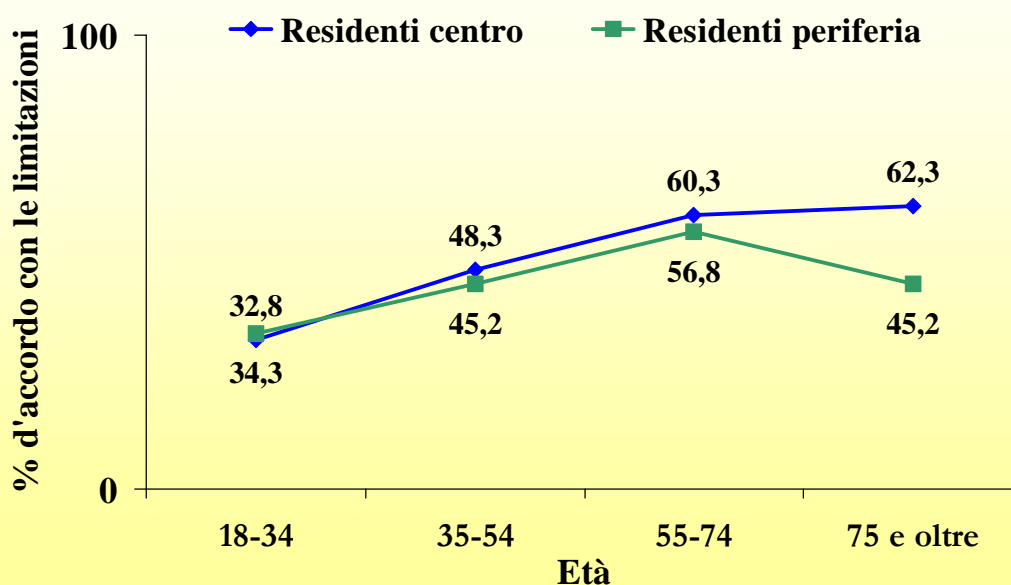
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici, per età

(% molto o abbastanza d'accordo con le limitazioni)



72



## 7. L'ORIZZONTE STRATEGICO

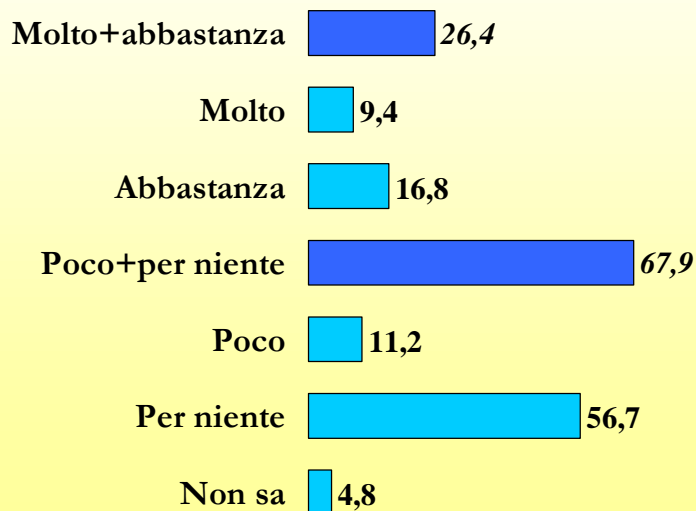
73



### Opinione sulla presenza degli studenti universitari

(valori percentuali; n=501)

**Secondo Lei, la concentrazione in centro storico degli studenti un problema molto, abbastanza, poco rilevante, o non è un problema?**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
32,0	28,2
14,8	12,4
17,2	15,8
62,4	60,4
13,6	13,2
48,8	47,2
5,0	10,2

74

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

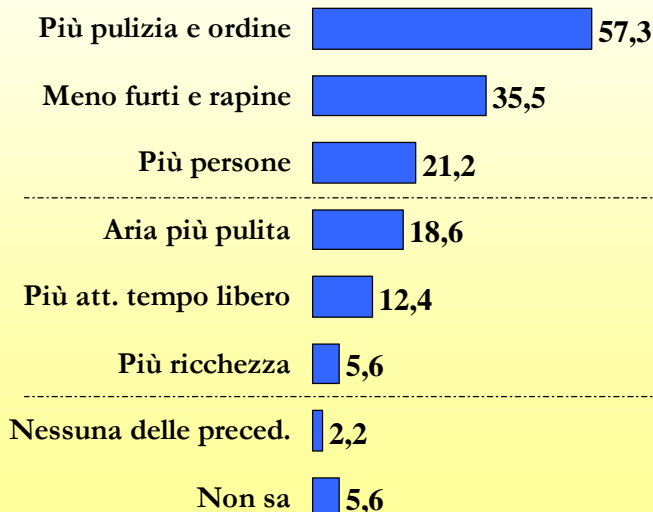


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Priorità di rilancio per il centro storico

(due risposte possibili; valori percentuali; n=501)

**Cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti?**



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
58,8	48,6
32,0	41,0
13,2	9,0
32,4	33,6
21,6	19,4
1,8	2,2
2,2	1,4
3,6	8,0

75

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

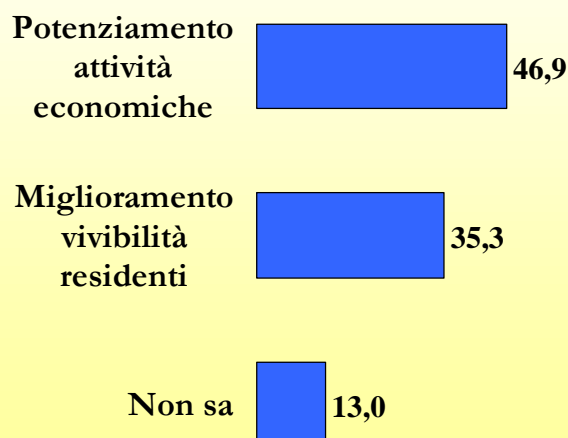


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Scelta di sviluppo per il centro storico

(valori percentuali; n=501)

**Se dovesse scegliere tra le seguenti due politiche per il centro storico, quale sceglierebbe?**



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
<i>n=487</i>	<i>n=456</i>
18,4	25,6
71,2	56,2
8,0	14,0

76

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

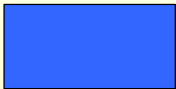



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna


## Scelta di sviluppo per il centro storico

(valori percentuali; n=501)

**Se dovesse scegliere tra le seguenti due politiche per il centro storico, quale sceglierebbe?**

**Potenziamento  
attività  
economiche**  **46,9**

**Miglioramento  
vivibilità  
residenti**  **35,3**

**Non sa**  **13,0**

Alimentari	Non alimentari	Bar/ locali/ asporto	Servizi
<i>n=50</i>	<i>n=254</i>	<i>n=130</i>	<i>n=67</i>
44,0	48,4	50,0	37,3
42,0	31,5	33,8	47,8
12,0	14,6	11,5	10,4

## **Fruizioni e visioni del ‘centro storico’ nei residenti centrali e periferici**

1. Centrali e periferici: due popolazioni. Due diverse composizioni socio-demografiche
2. Il centro vissuto e il centro percepito
3. Le politiche regolative
4. L’offerta commerciale del centro. Proporzioni/prospettive
5. Sicurezza e regolazione: commercianti e residenti a confronto. Un profilo sintetico degli intervistati.
6. Andare in centro e andare ‘per il’ centro. Pratica spaziale e immaginario figurale.
7. Le routines commerciali.
8. Il genius shopping
9. Mappe e percorsi. La T, il ‘Salotto centrale’ e altri luoghi.

### **Tavole relative alle indagini sui residenti**



## **Fruizioni e visioni del ‘centro storico’ nei residenti centrali e periferici.**

### **1. Centrali e periferici: due popolazioni. Due diverse composizioni socio-demografiche**

- Il confronto fra i rilevamenti demoscopici pertinenti alle due popolazioni residenti, quella centrale e quella periferica, porta a una evidenza che più netta non si potrebbe la differenziazione. Sono due popolazioni nettamente marcate: in senso più dinamico ed elitario l'una, quella centrale, in senso più statico e popolare l'altra. Nel centro, infatti, la popolazione è mediamente più giovane (61 % con meno di 55 anni), vanta titoli di studio più elevati (48 % con laurea !) e una più elevata partecipazione al lavoro. Nella compagine professionale si manifesta un'alta incidenza del lavoro autonomo, specie per il ruolo delle libere professioni, e, fra i dipendenti, delle funzioni dirigenti. Inoltre c'è una forte presenza di singles. Nella periferia, di contro, c'è una più alta incidenza degli anziani e dei pensionati in genere. A un minore livello di attività corrisponde una composizione sociale prevalentemente impiegatizia, ma con contingenti di un qualche peso di lavoro autonomo tradizionale (artigiani e commercianti) e di lavoro dipendente.
- Il centro storico è popolato in buona misura da ‘gente nuova’. Infatti più di un quarto dei residenti ha acquisito il titolo negli ultimi dieci anni (di questi più della metà, ovvero il 14 %, nell'ultimo lustro). Un altro 26 % si è trasferito fra la fine dei '70 e la metà dei '90 (con un'anzianità di residenza sotto i 30 anni), mentre la popolazione ‘indigena’, cioè residente da sempre nel centro, è limitata al 30 %. Nel '70 % circa dei residenti provenienti da fuori, oltre la metà viene da altri quartieri di Bologna, il 17 % dalla provincia e dalla regione, il 24 % da altre regioni. I motivi dell'avvenuto trasferimento sono i più vari. Primeggiano quelli funzionali, cioè il lavoro (33 %), l'eredità della casa (21 %) o la vicinanza ai servizi (11 %), ma non sono da meno quelli di ‘scelta di vita’: la casa e l'ambiente (20 %), la vivacità del luogo (12 %) e il suo prestigio (9 %).

In sintesi la popolazione del centro storico riflette, quanto a composizione, la funzione ‘attrattiva’ esercitata dal plesso monumentale almeno a partire dai '70, cioè al seguito delle politiche di restauro conservativo avviate con il Piano del '69. Essenzialmente una ‘nuova borghesia’, spesso di carattere intellettuale, motivata dalla ricerca di uno stile di vita incardinato in via ermeneutica ai valori estetico-simbolici, nonché sociali-conviviali, del centro storico. Un movimento centripeto di carattere selettivo-sostitutivo (che nella letteratura è identificato, con una certa improprietà lessicale, come ‘gentrification’) esattamente speculare all'uscita dal centro, nel periodo precedente, di certe stratificazioni sociali: ‘popolo minuto’, alla ricerca di un ricovero moderno e decoroso, dopo anni trascorsi in alloggi malsani e fatiscenti; ma anche borghesia, anch'essa bisognosa, alla sua scala sociale, di ‘spazi moderni’ e possibilmente ‘segregati’, cioè sottratti alla promiscuità sociale. Questa funzione attrattiva permane, come si desume dall'alta incidenza delle coorti di recente insediamento, ma soprattutto dal fatto che una quota non irrilevante, pari al 17%, dei residenti periferici abiterebbe volentieri nel centro storico. L'effetto ‘magnetico’, dunque, perdura. E tuttavia ci sono diversi motivi che inducono a pensare anche a un movimento inverso. Quasi il 20 %, cioè un residente centrale su cinque, infatti, sarebbe orientato ad abbandonare il centro, mentre un altro 18 % ci ha fatto un pensierino, seppure del tutto superficiale.

E' verosimile che questa ‘inversione libidica’ sia connessa alle criticità che affliggono la condizione residenziale nel centro: la sporcizia (45 %), l'insicurezza (30 %), il traffico (27 %), la carenza di parcheggi (17 %), assieme a tanti altri ‘fastidi’ con impatto non trascurabile – l'inquinamento atmosferico (11 %) e acustico (8,4 %), gli schiamazzi del night-people (7 %), i bivacchi e i graffiti (5 %) ecc.

La stessa qualità delle relazioni vicinali sembra peggiore, nel centro storico, che nel resto della città. Almeno il 18,5 % denuncia rapporti carenti o conflittuali, contro una media periferica che si ferma al 12,8 %.

Ma guardiamo più in dettaglio le diverse popolazioni cittadine.

## 2. Il centro vissuto e il centro percepito

### 2.1. L'interesse civico

- **Centro.** Sono molto interessati alle vicende amministrative, cioè alla politica locale. Nella misura (molto o abbastanza) del 71 % ! Inoltre l'8 %, cifra residuale ma non trascurabile, è stato interessato alla partecipazione 'comitatistica': 2,6 % attualmente, 5,2 in passato.

*Periferia.* Anche gli abitanti periferici vantano indicatori elevati di interesse-partecipazione, anche se con un lieve decalage rispetto ai concittadini del centro: il 64 % ha interesse alle vicende amministrative e il 5,6 ha avuto/ha qualche rapporto con i comitati.

### 2.2 La 'qualità urbana'.

- **Centro.** Hanno un'idea abbastanza depressa della 'qualità urbana' della zona in cui abitano. Atteso che il giudizio sulla 'qualità urbana' non coincide con la 'qualità della vita', ma neppure con la 'qualità architettonica' in sé considerata – più probabile un mix valutativo nel quale la dimensione morfologica è calata nell'ambiente socio-funzionale, con indiretta allusione al 'degrado' – solo il 40 % da un giudizio a pieni voti (da 7 a 10). Da notare l'esistenza di un cleavage abbastanza pronunciato (e che tende a riprodursi su più di un item, dunque con valenza strutturale) demarcato dal decumano della Via Emilia. I quadranti a nord, soprattutto Irnerio, ma anche Marconi, di contro a Galvani e Malpighi, denunciano un gradimento assai più basso della qualità urbana: 58 % di giudizi inferiori al 5 in Irnerio, 35 % in Marconi. In effetti il cleavage si ripete pari pari sull'item relativo ai segni di degrado. Su una media del 69 % nella quale si sommano i giudizi molto e abbastanza, Irnerio tocca il top dell'89 % (di cui per il 42 % 'molto'), mentre Galvani e Malpighi si fermano al 58%.

Fra chi denuncia segni di degrado i fatti più indicati sono la sporcizia (68 %) e le deiezioni (46 %), gli ubriachi (30 %), gli schiamazzi notturni (27,6 %) e i graffiti (23,5 %). Ai primi cinque posti sono dunque segnalate situazioni che vanno ascritte non tanto all'illegalità, ma alla 'maleducazione di massa'. Lo spaccio/consumo di droga e l'insicurezza legale, infatti, vengono al sesto e al settimo posto, con il 20 e il 15 %. More solito, tutti gli indicatori di 'maleducazione' o civica 'negligenza', toccano il massimo nel quadrante Irnerio.

L'evidenza di questo cleavage è dettata, in ultima analisi, dai caratteri storico-morfologici, nonché funzionali, dei diversi 'quartieri' centrali. Marconi è la zona morfologicamente più promiscua dalla via che è diventata, già dall'anteguerra, ma ancor più nel dopoguerra, la parte 'moderna' del centro storico. Cioè, negli stilemi dei '50-'60, alta concentrazione di uffici e residenti, in fabbricati di notevole dimensione. Con il tempo la zona, che era al 'top' nei '60, tanto da ospitare una buona parte della borghesia bolognese, si è svalorizzata, rivelando numerose disfunzionalità (alta densità, assenza di parcheggi, verde, ecc.) tanto quanto si valorizzava la parte storica del plesso centrale. Questi rilievi valgono anche per Irnerio, anche se la parte 'moderna' ha minore rilevanza (tutta la zona a nord della via omonima). Ma ciò che qui è peculiarmente in eccesso è l'Università, con tutte le conseguenze che ne derivano. Le filieres socio-funzionali del caso toccano la massima evidenza nel quadrante fra le piazze Verdi e Aldrovandi e le porte San Donato e San Vitale. I quartieri a sud del decumano, per contro, sono i più compatti morfologicamente; inoltre sono assai meno interessati a funzioni impattanti. Pure lambiti ai margini dai fenomeni che insistono nei quartieri a valle tali quartieri sono quelli nei quali trova maggiore riscontro il modello neo-signorile o 'post-storico' di residenza.

*Periferia.* Circa il centro storico essi hanno idee un poco più depresse degli abitanti: solo il 35 offre un voto di piena promozione alla qualità urbana del centro. Inoltre ben il 76 % riscontra segni di degrado. Una visione che contrasta fortemente con l'autopercezione del proprio spazio residenziale. Infatti i voti tributati alla qualità della vita nella propria zona residenziale sono decisamente più tonici: 69 % di piene promozioni, 12,6 % di sufficienze e



solo il 18,2 % di bocciature. Inoltre le indicazioni di segni di ‘degrado’ si limitano al 31 %, molto meno della metà di quelle riferite al centro storico. E’ vero che questi ‘segni’ coincidono, nella sostanza, con quelli rilevati in centro. Cioè, nell’ordine: sporcizia, insicurezza, bivacchi, schiamazzi, spaccio, graffiti. E tuttavia il più grave di questi ‘segni’, ovvero la sporcizia, non tocca più del 15 % degli intervistati. Va detto che questa autopercezione sostanzialmente positiva della periferia si ripete un poco dovunque, ma con due punte estreme. In positivo, nella zona collinare (da Costa-Saragozza a San Rufillo, passando per i Colli e Murri). Qui i voti di piena promozione alla qualità della vita salgono all’82,3 % mentre le indicazioni di degrado scemano al 24 %. In negativo, nella zona nord, comprendente le zone di Bolognina, Corticella e San Donato. Qui i giudizi negativi sulla qualità della vita e le indicazioni sul degrado passano, rispettivamente, al 32,5 % ed al 50 %. Dunque una sensibile frattura spaziale nella compagine cittadina. Essa ha un carattere storico e ricalca in modo fedele il gradiente collina/pianura. E’ interessante notare come essa sia isomorfa, per quanto assai più pronunciata, al cleavage che attraversa il centro-storico seguendo la partitura nord/sud descritta dal decumano. In larga misura queste fratture riflettono, ognuna nel suo ambito, il dualismo fra la città borghese-residenziale e la città popolare-funzionale.

### 2.3 La percezione ‘critica’: il ‘salotto avariato’.

- **Centro.** Su una batteria indicativa di dieci criticità zonali, la sequenza secondo il gradiente ‘molto e abbastanza’ risulta così articolata (dal massimo al minimo): sporcizia (81), smog (81), parcheggi (75), traffico (73), microcriminalità (64), spaccio di droga (60), vagabondaggio (46), stranieri (36), spopolamento (30), trasporto pubblico (21). Questa scansione precisa e arricchisce le due fondamentali determinanti che influiscono sulla ‘qualità della vita’ nel contesto ambientale del centro storico: la ‘maleducazione di massa’ e l’inquinamento da traffico. In sintesi: ambiente sporco e congestionato. Un contrasto stridente per chi vede il centro storico come il ‘salotto buono’ della città e/o un ordinato ambiente di relazione, emblematico, nello stesso tempo, della ‘comunità civica’, dunque ‘spazio pubblico’ par excellence. Ecco: si potrebbe parlare di una sorta di sindrome, quella del ‘salotto avariato’ o meglio del ‘degrado civico’. Dove l’attributo ‘civico’ vuole rinviare ai comportamenti collettivi degli utilizzatori, piuttosto che a una situazione di abbandono/decadenza. In effetti, nelle città, le zone degradate sono di norma le aree abbandonate, ovvero de-funzionalizzate, che il più delle volte insistono, come ‘maggese sociale’ (aspetto puntualmente segnalato dalla caduta dei valori immobiliari), in ambiti periferici o in anfratti limitati, infra-marginali, del tessuto urbano. Mentre qui il ‘degrado’ viene identificato dall’esperienza comune proprio con la zona centrale, la più delicata e rappresentativa della città, nella quale per definizione, non si registra alcun abbandono o radicale de-funzionalizzazione. Semmai una ‘morbosa’ rifunzionalizzazione. Dunque la questione non è l’abbandono dello spazio, bensì la sua utilizzazione da parte di utenti in larga misura con caratteri ‘sradicati’. Anche su questa batteria si registra con immediatezza il cleavage del decumano, con Irnerio, e in subordine Marconi, a segnalare le massime criticità. In una più puntuale classifica della ‘criticità’ (cumulando i diversi punteggi correlativi ai ‘molto’ in una media generale) Irnerio figura al primo posto con 39,5, seguito da Marconi (con 35,1), Galvani (34,4, ma qui a tirar su la media contribuisce essenzialmente la problematica dei parcheggi) e Malpighi, che con 31,1 sembrerebbe essere la zona ‘meno infelice’ (o più soddisfatta) del centro storico.

**Periferia.** Sostanzialmente identica la batteria di indicazioni dei periferici. Ma con alcune differenziazioni nel peso specifico attribuito alle diverse problematiche. In particolare sono assai più insistenti le segnalazioni pertinenti alla sicurezza legale (85,6 % contro il solo 44 % dei centrali), alla presenza di senzatetto (59 contro 46), allo spaccio e al consumo di droga (80 contro 60), alla presenza di stranieri (52 contro 36). Esce confermata l’impressione di una percezione del centro storico da parte dei bolognesi di periferia assai

*più allarmata. E' verosimile che tale enfasi sia dovuta proprio al contrasto con le condizioni di vita decisamente migliori delle periferie. O anche al fatto – ma c'è ovvia correlazione con l'assunto ipotetico appena espresso – che nel centro si presentano tutti insieme fenomeni che in periferia hanno un impatto normalmente selettivo. In più va considerata la maggiore vulnerabilità dell'utilizzatore periferico alle pratiche predatorie, proprio perché si muove in un contesto estraneo al quale è per definizione meno abituato. Come che uscire dalla propria zona, in sé sostanzialmente tranquilla, per recarsi in centro fosse visto dai bolognesi periferici come una sorta di 'viaggio al termine della notte', o al 'cuore di tenebra' della città. Un singolare 'viaggio-noir' dell'immaginario, che però, come vedremo, non impedisce per niente di continuare a visitare con assiduità il centro storico.*

### 3. Le politiche regolative

#### 3.1. La sicurezza.

- **Centro.** Per ciò che concerne le misure da adottare per limitare l'insicurezza la gente opziona innanzitutto una maggiore presenza di forze dell'ordine (53 %) e interventi più duri e incisivi delle stesse (31,4 %). In subordine non sono pochi quelli che indicano la necessità della prevenzione sociale (25,2 %) e maggiore illuminazione (21,4 %).  
*Periferia.* Indicazioni perfettamente combacianti.

#### 3.2 Il traffico.

- **Centro.** A proposito delle misure auspicabili per migliorare la situazione del traffico e l'accessibilità al centro al primo posto vengono i parcheggi fuori dal centro (39 %), al secondo lo sconto sui biglietti dell'autobus (35), al terzo il miglioramento della mobilità ciclabile (28 %). A seguire il potenziamento del servizio bus (26,4), il miglioramento della mobilità pedonale (13,4 %) e i buoni agevolati per parcheggi (13 %).  
*Periferia.* Anche in tal caso sostanziale coincidenza.
- **Centro.** Ma vediamo più da vicino il consenso tributato ad alcuni momenti salienti della politica amministrativa sul traffico. Consenso elevato, in genere, che si replica su tutti gli item proposti: il consolidamento e l'aumento delle pedonalizzazioni (81 %), della Ztl (72 %), di Sirio (64 %) e della stessa pedonalizzazione della zona universitaria (56 %), a proposito della quale, pure, non manca un gruppo di avversi (25,4, che salgono al 33,6 nella zona più direttamente interessata, cioè Irnerio).  
*Periferia.* Identiche le votazioni dei residenti periferici, e senza alcuna variazione di rilievo fra le diverse zone – a conferma che alcuni elementi di fondo della politica del traffico costituiscono ormai un tratto condiviso dell'intera cittadinanza bolognese, a prescindere dalle opzioni di schieramento politico. Qualche marginale differenza rispetto alle valutazioni dei centrali si spiega per il maggior numero delle mancate risposte (comunque anch'esse su livelli contenuti).

#### 3.3 La vexata quaestio dei locali pubblici.

- **Centro.** Più controverse le opinioni riguardo ai dehors ed al limite di vendita degli alcolici. A proposito dei primi solo il 27 % si dichiara per una linea duramente restrittiva, i più, cioè il 35 %, sono per regole relativamente blande, mentre c'è un 21 % che è avverso a qualsivoglia regola. Quanto agli alcolici la prevalenza di coloro che si dichiarano favorevoli alle misure adottate è di stretta misura: 49,4 contro il 42,2. Il divario aumenta nella zona Malpigli, dove probabilmente è l'esperienza del Pratello a fare da traino, ma rovescia di segno, paradossalmente, in quel di Irnerio, ovvero nel quadrante dove più elevata è la denuncia verso alcoolisti e schiamazzanti.  
Se, dunque, analizziamo questi responsi relativizzandoli alle due fondamentali criticità del centro (gli stress da traffico e da 'maleducazione di massa') ci troviamo davanti a una

conferma e a una paradossale distonia. C'è conferma sulle questioni del traffico: alla denuncia della congestione corrisponde una coerente adesione alle politiche di limitazione. C'è invece, quantomeno, una parziale distonia sulle limitazioni pertinenti ai locali pubblici, ovvero ai centri attrattori di persone con stili di comportamento problematici. In linea di ipotesi le ragioni possono essere di due tipi. Da un lato le misure adottate non sono considerate appropriate da molte persone. Hanno cioè un carattere non chiaro e comunque controverso. Dall'altro lato c'è il gap generazionale che oppone gli anziani (over 50, orientati secondo un approccio restrittivo) ai giovani (orientati secondo un approccio permissivo). Dunque se il centro storico è segnato da una linea generale di conflitto fra residenti ed utilizzatori passanti, ci sono anche delle linee secondarie che attraversano gli stessi residenti. Una parte di essi, la più giovane, cospicua per quanto minoritaria, si è verosimilmente adeguata a certi stili di frequentazione del centro, trovando in essi proprio un motivo d'interesse nell'abitare in centro.

***Periferia.** Anche qui – fatto emblematico – una sostanziale consonanza delle risposte. Nella periferia, come in centro, le mode relative alle risposte in materia di limitazione nella vendita degli alcolici trovano spiegazione nel gap generazionale. Infatti la zona della periferia più favorevole alle restrizioni (nella misura del 66,4 vs. 21 %) è quella situata ad est (zone Mazzini e San Vitale) dove più elevata è l'incidenza della popolazione anziana.*

### **3.4 Il futuro del 'centro': il miglioramento della vivibilità residenziale. Pulizie straordinarie, de-congestione, sicurezza, qualificazione.**

- **Centro.** Fatta astrazione per Innerio, dove la percentuale sale al 36 %, solo una minoranza dei residenti (32 %) reputa un problema la presenza studentesca. Il futuro del centro storico, che continua ad essere riconosciuto soprattutto per l'ambiente storico-architettonico (63 %) nonché per l'offerta culturale (26 %) – un futuro come 'desiderata' – viene identificato essenzialmente con lavori straordinari di pulizia e ripristino dell'ordine: 59 %. Cifra che sale negli spicchi a nord del decumano e che è del tutto conseguente a quell'idea del 'salotto avariato', o del 'tinello a soqqadro', che campeggia nell'attuale percezione. In subordine 'aria pulita' (32 %), più sicurezza (altro 32 %) ed ulteriore qualificazione dell'offerta per il tempo libero (22 %). E comunque, richiesti di pronunciarsi in via dirimente fra una politica di potenziamento economico-ricettivo e una politica a vantaggio della vivibilità residenziale (cioè di ordine, sicurezza e pulizia), la stragrande maggioranza degli intervistati ha opzionato la seconda (71 %).

***Periferia.** Anche in tal caso coincidenza pressoché assoluta con gli orientamenti dei concittadini centrali. Uniche differenze, ma solo d'intensità, non di direzione, la più insistita richiesta di sicurezza (41 vs. 32 %) e la minore incidenza delle scelte pro vivibilità residenziale di contro a quelle di crescita economica (56 vs. 71 %).*

## **4. L'offerta commerciale del centro. Proporzioni/prospettive**

### **4.1 Gli esercizi gestiti da 'stranieri'. Utili, ma troppi.**

- A proposito dei minimarket gestiti da stranieri emerge, soprattutto nei residenti del centro storico (i quali pure si approvvigionano sovente presso di essi), una certa insofferenza: il 45 %, contro il 42,6 di parere avverso, li giudica in eccesso. Meno rilevante, ma pur sempre non trascurabile, la quota di chi giudica in eccesso gli esercizi stranieri di ristorazione veloce. Queste valutazioni si replicano un poco più attenuate nel caso dei residenti periferici. Tali valutazioni non sono evidentemente da porre in relazione a pulsioni xenofobe, quanto a un fatto oggettivo: la proliferazione di un commercio a bassa qualità quanto ridondante ed unidimensionato attorno a poche, scabre ed elementari tipologie. Con un effetto non solo di spaesamento ma anche di dequalificazione.

#### 4.2. Ridondanze e lacune. Un'offerta in eccesso

- Entrambe le popolazioni giudicano largamente soddisfacente l'offerta commerciale del centro. Ma interrogati più a fondo gli intervistati hanno messo in risalto diverse sproporzioni. Più in eccesso, in ogni modo, che in difetto. Fra gli abitanti del centro storico la cifra di coloro che hanno indicato presenze commerciali in eccesso è, con il 55 %, decisamente superiore a quella di coloro che hanno indicato delle carenze. Alla fine facendo un bilancio risulta che prevale una percezione di 'esubero' nel caso del commercio alimentare, non alimentare e dei servizi ricettivi, e di sottodimensionamento per diverse attività di servizio e artigianali. Una situazione che si replica anche nel caso dei periferici, pure con una intensità assai minore. Coloro che marcano una voce in capitolo sono infatti solo il 20 % (nel caso delle carenze) ed il 32,4 % (nel caso dell'eccesso).
- Se si considera che una buona maggioranza relativa, pari al 47 % dei centrali ed al 50 % dei periferici, reputa che le attività commerciali ubicate nel centro sono destinate a diminuire, se ne deduce che questo dato sottende oltre che una 'previsione' anche un probabile 'auspicio'. Se si guarda al livello della fiducia riservata ai commercianti del centro si evidenzia un 66 % di molto/abbastanza, nel caso dei centrali, con una caduta al 58 % nel caso di Galvani, e un 63,4 % nel caso dei periferici. In proposito la prima moda è sull'abbastanza (55 %), la seconda sul 'poco' (20 %), e la terza sui 'non so' (circa il 10 %). Dunque una fiducia dotata di spessore, ma relativamente 'condizionata'.

#### 5. Sicurezza e regolazione: commercianti e residenti a confronto. Un profilo sintetico degli intervistati.

Una analisi delle componenti principali operata simultaneamente sulle risposte agli item più espressivi da parte di tutte e tre le popolazioni campionarie (residenti centrali, periferici e commercianti) permette di porre meglio in risalto affinità e differenze delle diverse popolazioni investigate. La matrice sottostante da conto dell'analisi e permette di individuare con immediatezza tre fattori:

- la **prima componente** è individuata positivamente da una molteplicità di variabili, tutte espressive della nota sindrome da insicurezza/degrado, e negativamente, come logico, dal giudizio sulla qualità della vita. L'effetto sottostante è perciò la **sindrome da insicurezza**;
- la **seconda componente**, invece, mette in relazione positiva tutti gli orientamenti favorevoli alle politiche regolative, soprattutto in materia di traffico (Sirio, Ztl) e pedonalizzazioni (molto meno a proposito dei locali pubblici). Segno positivo, anche se non particolarmente marcato, hanno inoltre gli indici pertinenti alla qualità della vita e all'adozione di politiche di prevenzione sociale in materia di sicurezza. Contenuto segno negativo, invece, per le variabili relative alla sovrabbondanza di esercizi gestiti da stranieri ed all'adozione di politiche economiche per il centro. Qui è evidente come l'effetto individuato coincida con l'**approccio regolativo**: un approccio improntato da una visione 'positiva' del centro, a misura del residente e della qualità di vita, che antepone le 'regole limitatrici' o 'promozionali' (a favore dell'ambiente e della sua vivibilità 'ciclo-pedonale') della politica amministrativa (ambientali e sociali) alla declamazione nevrotica della sindrome securitaria con i suoi tipici derivati repulsivi, in guisa low&order. Nello stesso tempo questa impostazione resta scettica rispetto alle restrizioni ai locali-pubblici, in quanto percepite come limitative della 'socialità', e generalmente ostile rispetto ad atteggiamenti di chiusura verso gli stranieri. Dunque un approccio regolativo ma calibrato su una dimensione ambientale e socializzante.
- la **terza componente**, infine, mette in relazione le preferenze relative all'adozione di regole restrittive sugli esercizi pubblici (dehor e alcolici) e gli atteggiamenti ostili agli esercizi gestiti da stranieri (minimarket, Kebab ecc.). Inoltre è emblematica la correlazione positiva con una percezione problematica circa la presenza degli studenti. Anche qui l'effetto emergente individua un approccio essenzialmente regolativo, ma del tutto indifferente alle problematiche

della qualificazione ambientale, bensì grevemente orientato ad espellere/limitare le presenze giudicate aliene e snaturanti, come quelle degli stranieri e degli studenti, e con esse il loro indotto commerciale (i locali pubblici). L'effetto potrebbe perciò essere denominato come della **chiusura sociale**.

‘Allarme securitario’, ‘approccio regolativo’ e ‘chiusura sociale’ (atteggiamento ‘repulsivo’) sono dunque i tre effetti salienti sottostanti alle diverse risposte degli intervistati. Naturalmente il cittadino insicuro, il cittadino regolativo e il cittadino repulsivo, sono tipi ‘puri’ o ‘ideali’ che emergono in guisa antipodica nell'analisi statistica, ma che difficilmente si ritrovano con eguale nettezza nella realtà esistenziale concreta. Nella soggettività pratica ciò che prevale è piuttosto la sovrapposizione dei diversi effetti, mentre le differenze sono marcate dalla diversa intensità con cui i diversi atteggiamenti ‘puri’ si mescolano.

**Analisi delle componenti sulle variabili espressive. Trattamento simultaneo dei residenti periferici, centrali e dei commercianti. Totale casi: 1501. (Rotated Component Matrix)**

	Componenti		
	1	2	3
Alta qualità della vita nella zona (voto 6-10)	<b>-0,406</b>	<b>0,238</b>	-0,004
Presenza segni di degrado (molti o abbastanza)	<b>0,613</b>	-0,024	0,116
Presenza di stranieri (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,382</b>	-0,134	<b>0,192</b>
Presenza tossicodipendenti e spacciatori (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,762</b>	0,018	0,026
Presenza senzatetto (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,675</b>	-0,058	0,062
Sporcizia (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,640</b>	0,080	0,025
Presenza microcriminalità (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,741</b>	-0,011	0,016
Misura più efficace contro criminalità: più prevenzione marginalità sociale	-0,059	<b>0,334</b>	<b>-0,148</b>
Accordo su Sirio (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,079	<b>0,752</b>	0,092
Accordo su Ztl (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,090	<b>0,754</b>	0,094
Accordo su pedonalizzazioni in genere (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,060	<b>0,627</b>	0,091
Accordo su pedonalizzazione zona universitaria (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,075	<b>0,554</b>	-0,022
Per agevolare circolazione: piste ciclabili/ pedoni	-0,030	<b>0,499</b>	0,040
Opinione su regole dehors: +1 regole restrittive; 0 non sa; -1 no regole;	0,013	<b>0,221</b>	<b>0,312</b>
D'accordo col limite di vendita alcol prima della chiusura	0,011	0,094	<b>0,460</b>
Troppi negozi di alimentari gestiti da stranieri	0,114	<b>-0,208</b>	<b>0,808</b>
Troppi kebab, pizze al taglio ecc. gestite da stranieri	0,095	<b>-0,226</b>	<b>0,809</b>
Concentrazione studenti un problema (molto/ abbastanza)	0,084	0,030	<b>0,373</b>
Preferisce politiche di sviluppo economico per il centro	-0,088	<b>-0,265</b>	0,099

Queste diverse combinazioni concrete sono individuabili attraverso una cluster analisi sugli scores fattoriali totalizzati su tutte e tre le componenti da ognuno degli individui testati (tabella che segue). In effetti, come si può notare l'allarme securitario si fa sentire, seppure con una intensità mediana, su almeno tre cluster, coinvolgendo più del 70 % dei testati. Analogamente anche l'atteggiamento regolativo è ritrovabile in varia misura in almeno il 66 % delle persone. Solo quello repulsivo – obiettivamente il più ‘forte’ e discriminante – è isolato a un terzo circa degli intervistati. Allarme securitario e propensione regolativa costituiscono infatti orientamenti mediani, stratificazioni di una opinione pubblica largamente distribuita nella popolazione, laddove la sindrome repulsiva è assai più caratterizzata (e perciò minoritaria). Ma vediamo più nel dettaglio i diversi gruppi (tenendo presente che le popolazioni di riferimento non sono rappresentative dell'insieme della città, ma solo dei segmenti sociali riferibili al campione tripartito):

- il **primo cluster** comprende il 24 % circa dei testati e si caratterizza per scores positivi su tutte e tre le componenti, ma con una forte accentuazione dell'atteggiamento repulsivo. La gente di questo gruppo, in definitiva, è costituita da persone che avvertono con fastidio la presenza in forze degli immigrati nel settore commerciale e l'eccesso di studenti. Se parlare di intonazione xenofoba è eccessivo è certo che si trova in presenza di persone spaesate a causa dell'eccesso di popolazioni ‘presenti’. E' probabilmente a questo che imputano il

crescere dell'insicurezza. Perciò potremmo definire queste persone come **spaesate o minacciate**, nel senso che si sentono insidiate nel loro ambiente di vita consuetudinario, sino a sentirsi vittime di un paradossale sradicamento, come 'stranieri in patria'. D'onde, come naturale, una certa aggressività/animosità verso chi è considerato 'estraneo' o 'invasivo'.

- Il **secondo cluster** ha consistenza più ridotta (pesa infatti sull'insieme per il 17 %) e si caratterizza in modo molto netto per la tendenza delle persone ivi contenute a non riconoscersi nella sindrome securitaria e negli atteggiamenti repulsivi, mentre c'è una sensibile predisposizione per gli orientamenti regolativi. Queste persone, che definiremo **regolativi-radical**, sono perciò permeate da una visione ambientale e socializzante del centro storico;
- Il **terzo cluster** raggruppa un ristretto numero di persone (9,7 %) ed ha, in effetti, una configurazione abbastanza anomala. Sono molto negativi sia gli indici pertinenti all'allarme securitario, sia quelli relativi all'atteggiamento regolativo, mentre è assai marcata la sindrome repulsiva. Si tratta perciò di individui estranei alla più complessiva sindrome securitaria e fieramente contrapposti ad ogni idea regolativa del centro, ma che si dichiarano ostili alle popolazioni allogene (migranti e studenti) e al loro indotto commerciale. Perciò, paradossalmente, 'laissez faire, laissez passer', ma solo gli amici, cioè tenendo ben fuori gli estranei. Più prosaicamente: sregolazione del traffico e proibizionismo etnico – singolare intruglio di liberismo e protezionismo. Trovando difficile definire in via sintetica questo profilo ci si può accontentare di definirlo con un neologismo improvvisato: **Lib-Prot**.
- Il **cluster 4** è saturato da un forte orientamento regolativo e da una sensibile consistenza della sindrome securitaria, assieme a una netta opposizione verso gli atteggiamenti repulsivi. Il gruppo aduna una consistente quota di persone (24 %) e si potrebbe interpretare come una variante più pragmatica del cluster 2, cioè dei radical-regolativi. In questo senso va infatti interpretato l'elemento differenziale rispetto ai radical, ovvero la sintonizzazione sulla comune sindrome securitaria. Perciò la denominazione potrebbe essere quella di **regolativi**, sans phrase.
- Il **cluster 5** è anch'esso numeroso (25,6 %) e sembrerebbe individuare, rispetto al paradossale cluster 3, un coerente atteggiamento **sregolativo** o **liberistico**. L'indice di atteggiamento regolativo è infatti il più basso in assoluto (-1,035), nel mentre ha una temperata consistenza la sindrome securitaria. In più, tratto qualificante, è negativo anche l'atteggiamento repulsivo. Perciò, in tal caso, 'laissez faire, laissez passer'. Erga omnes.

#### Classificazione degli individui in gruppi definiti secondo gli scores fattoriali medi

Effetti fattoriali	Cluster means					Totale
	1 minacciati	2 reg. radical	3 lib. prot.	4 regolativi	5 sregolativi	
1 allarme securitario	0,391	-1,328	-1,433	0,589	0,497	
2 atteggiamento regolativo	0,245	0,508	-0,912	0,871	-1,035	
3 atteggiamento repulsivo	1,231	-0,513	0,728	-0,625	-0,493	
percento riga	23,8	16,9	9,7	24,1	25,6	100
numerosità gruppi	357	253	145	361	385	1501

Ma vediamo alcune caratterizzazioni socio-demografiche dei diversi cluster.

I **minacciati** sono il gruppo più uniformemente distribuito fra le varie popolazioni, sia del centro che della periferia, sia dei commercianti. Ma la sindrome sottostante è essenzialmente sostenuta dalle femmine, più spesso di età matura-anziana. Inoltre ha una consistenza di rilievo nella zona **Irnerio**, dove pesa per oltre un terzo (34 %). In effetti, come già richiamato, è in questa zona del centro che più acute si presentano le problematiche securitarie poste dalle popolazioni 'passanti'.

I **regolativi-radical**, cioè il gruppo che raduna le persone fortemente interessate alla regolazione ambientale, e del traffico in particolare, insistono soprattutto nel centro-storico e sommamente nelle zone a sud del decumano, ovvero **Malpigli e Galvani**. Le zone più ‘residenziali’ del centro, meno investite dai fenomeni di degrado, insicurezza ed invasività, ma proprio per questo sommamente interessate a promuovere una certa qualità residenziale (attraverso limitazioni al traffico, sviluppo delle pedonalizzazioni e della mobilità ciclabile, più puntuale regolazione delle attività economiche). I regolativi-radical sono perciò soprattutto quelli che risiedono nel ‘salotto buono’ e che, proprio per questo, pensano che il modo più efficace di evitarne l’avariamento è di migliorarne la vivibilità incrementando la regolazione ambientale.

I **liberisti/protezionisti**, ovunque di infima consistenza, guadagnano una entità di qualche rilievo solo nei **commercianti** dove pesano per il 17 % circa. Su 100 appartenenti a questo paradossale raggruppamento ben 60 sono commercianti. Si tratta perciò soprattutto di commercianti totalmente disinteressati alle problematiche di sicurezza ed ostili alla regolazione del traffico, e che avvertono come primo problema la concorrenza arrecata dagli esercizi gestiti dagli stranieri e il disordine prodotto dalle popolazioni passanti (come gli studenti), tanto da vedere con favore le misure repressive verso i de hors e la vendita di alcolici. In subordine alcuni circoscritti gruppi di liberisti/protezionisti si ritrovano anche in Malpigli e Galvani – in tal caso a segnalare il timore di ‘infiltrazioni’ volte a minacciare la qualità della vita di queste zone residenzialmente ‘pregiate’.

I **regolativi**, pure diffusi fra tutte le popolazioni, sono una espressione precipua di quelle **periferiche** (dove pesano quasi per il 40 %). In effetti i visitatori del centro provenienti dalle periferie hanno, rispetto ai residenti centrali (specie delle zone Malpigli e Galvani), una visione più enfatica dei problemi di degrado/sicurezza, nel mentre sono palesemente schierati a favore di una politica regolativa.

Gli **sregolativi**, infine, si ritrovano copiosamente soprattutto nei **commercianti**. Nel mentre accusano l’insicurezza/degrado che affligge il centro, sono sommamente interessati a rompere i ‘lacci’ regolamentari, di ogni ordine e tipo, che a loro modo di vedere ne limitano la potenzialità economica. Per costoro il migliore antidoto all’insicurezza è *laissez faire, laissez passer*.

La classificazione operata, in estrema sintesi, porta ad individuare, al di sotto di elementi indubbiamente convergenti e largamente sintonici costituiti da un avvertito allarme securitario e da un orientamento generalmente favorevole alla regolazione, almeno tre fratture segnate dal prevalere, in ognuna delle popolazioni considerate, di blocchi di opinione/comportamento prevalenti e fortemente coesi/caratterizzati:

- la prima, che è anche la più profonda, è quella che oppone i residenti, sia centrali che periferici, ai commercianti. I primi più orientati in senso regolativo, cioè interessati a politiche di limitazione del traffico e, più in generale, di miglioramento della qualità ambientale e di armonizzazione delle pratiche di utilizzo civico-spaziale del centro, con particolare attenzione alla fruibilità pedonale. I secondi più orientati in senso sregolativo, sia nella variante liberista che protezionista. Qui il cleavage agente è essenzialmente quello segnato dall’opposizione regolazione vs. regolazione.
- la seconda, peraltro secondaria anche in termini di incisività, è quella che differenzia la popolazione centrale da quella periferica, presso la quale, a parità di atteggiamento regolativo, è più avvertito l’allarme securitario. Questa differenziazione è del tutto comprensibile se si pensa che le popolazioni periferiche hanno un rapporto ‘passante’ con il centro. Perciò sono più naturalmente esposte alle pratiche ‘predatorie’, specie nelle aree di maggiore concentrazione/percorrenza. Inoltre le popolazioni periferiche sono portate a segnalare in modo tanto più enfatico l’insicurezza del luogo centrale, quanto più vengono da contesti di residenza caratterizzati da una relativa tranquillità.
- la terza è quella marcata dal decumano centrale e differenzia i residenti centrali siti a nord (specialmente Irnerio, ma anche Marconi) da quelli residenti nel centro ‘alto’ (Galvani e

Malpighi): entrambi con una forte disponibilità regolativa, ma con i primi che si sentono assai più ‘minacciati’ dei secondi.

Composizione delle popolazioni secondo i cluster

Cluster	residenti centro	residenti periferia	commercia nti centro	Totale
1 minacciati	27,2	22,2	22,0	23,8
2 reg.radical	<b>25,6</b>	13,2	11,8	16,9
3 Lib-Prot	8,4	3,0	<b>17,6</b>	9,7
4 regolativi	23,2	<b>37,8</b>	11,2	24,1
5 sregolativi	15,6	23,8	<b>37,5</b>	25,6
Totale	100	100	100	100
Numero casi	500	500	501	1501

Composizione dei cluster secondo le popolazioni

popolazioni	Cluster					Totale
	1 minacciati	2 reg. radical	3 lib. prot.	4 regolativi	5 sregolativi	
residenti centro	38,1	<b>50,6</b>	29	32,1	20,3	33,3
residenti periferia	31,1	26,1	10,3	<b>52,4</b>	30,9	33,3
commercianti centro	30,8	23,3	<b>60,7</b>	15,5	<b>48,8</b>	33,4
Totale	100	100	100	100	100	100
Numero casi	<b>357</b>	<b>253</b>	<b>145</b>	<b>361</b>	<b>385</b>	1501

Composizione dei cluster secondo le popolazioni di zona

Zone	Cluster					Totale
	1 minacciati	2 reg. radical	3 lib. prot.	4 regolativi	5 sregolativi	
centro marconi	13,4	<b>15,5</b>	<b>17,5</b>	13,1	10,2	13,3
centro galvani	12,6	<b>18,6</b>	<b>29,8</b>	6,6	7,6	11,9
centro innerio	<b>18,2</b>	8,8	3,5	13,4	13,2	13,1
centro malpighi	10,9	<b>23,2</b>	<b>22,8</b>	4,9	8,6	11,7
periferia ovest	10,1	10,3	7	<b>16,7</b>	<b>19,8</b>	13,9
periferia nord	12,1	8,8	12,3	<b>16,1</b>	11,7	12,6
periferia est	10,9	5,7	3,5	<b>14,4</b>	13,2	11
periferia sud	11,7	9,3	3,5	<b>14,8</b>	<b>15,7</b>	12,5
Totale	100	100	100	100	100	100
Numero casi	247	194	57	305	197	1000

Popolazioni delle diverse zone cittadine suddivise secondo i cluster

Cluster	zone del centro				zone della periferia				Totale
	marconi	galvani	innerio	malpighi	per. ovest	per. nord	per. est	per. sud	
1 minacciati	24,8	26,1	<b>34,4</b>	23,1	18	23,8	24,5	23,2	24,7
2 reg.radical	22,6	<b>30,3</b>	13	<b>38,5</b>	14,4	13,5	10	14,4	19,4
3 Lib-Prot	7,5	<b>14,3</b>	1,5	<b>11,1</b>	2,9	5,6	1,8	1,6	5,7
4 regolativi	<b>30,1</b>	16,8	<b>31,3</b>	12,8	<b>36,7</b>	<b>38,9</b>	<b>40</b>	<b>36</b>	30,5
5 sregolativi	15	12,6	19,8	14,5	<b>28,1</b>	18,3	<b>23,6</b>	<b>24,8</b>	19,7
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Numero casi	133	119	131	117	139	126	110	125	1000



## 6. Andare in centro e andare ‘per il’ centro. Pratica spaziale e immaginario figurale.

• **Centro.** Esiste una pratica figurale sintetica del centro-storico ? Ovvero un’idea condivisa dello stesso, pure se articolata in una pluralità di emergenze storico-architettoniche e di riconoscibili spazi civici comuni ? Della cosa c’è veramente da dubitare se si prendono in esame le risposte a due batterie di interrogazioni. In una prima è stato chiesto di indicare il luogo di frequentazione più amato nei dintorni dell’area di residenza. In proposito le risposte sono state numerose. Infatti ben 70 intervistati su 100 hanno indicato almeno un luogo preferito. I due luoghi più riconosciuti, in tal senso, sono Piazza Maggiore e Piazza Santo Stefano, con il 19 ed il 18 % delle indicazioni. Da notare, in ogni caso, oltre alla quasi equipollenza delle due piazze (cosa che suona di per sé come un vulnus alla primazia della plaza major come indiscusso centro iconico della città) che le indicazioni non sono poi così pronunciate. Inoltre ci sono notevoli differenziazioni. Trattandosi di gravitazioni ‘vicinali’ ogni quartiere ha la sua filiere privilegiata. I residenti di Marconi gravitano su Piazza Maggiore e in subordine Via Indipendenza, Via San Felice, la Montagnola, e Piazza Santo Stefano. Quelli di Malpigli su Piazza Maggiore, Via Del Pratello, Piazza San Francesco, Via d’Azeglio e, ancora, Piazza Santo Stefano. Galvani su Piazza Santo Stefano, i giardini Margherita e piazza maggiore. Irnerio sulle Piazze Santo Stefano e Maggiore, nonché sulla zona universitaria.

Quando tuttavia si prendono in esame i luoghi più frequentati del centro di scala non vicinale, accade innanzitutto che crolla il numero di coloro che danno almeno una indicazione: dal 70 al 48 %. Inoltre sono solo tre le indicazioni dotate di un peso minimamente apprezzabile: Piazza Santo Stefano (14,4 %), Piazza Maggiore (7,6 %) e i Giardini Margherita (5,6 %)

Ma quanto è radicata la consuetudine di recarsi in Piazza Maggiore ? Prendendo a riferimento l’ultima settimana è risultato che coloro che si sono recati in piazza Maggiore con una frequenza relativamente assidua (più di tre volte) sono pari al 42 %. Il 32 % ha avuto un rapporto più sporadico (una o due volte), il 24 % nessuno. L’assiduità è più elevata fra gli abitanti di Malpigli (55 %), assai meno fra quelli di Marconi (28 %), mentre Irnerio e Galvani stanno nella media.

**Periferia. Andare in centro.** Innanzitutto è bene precisare il livello di frequentazione del centro da parte dei periferici. Ciò che risulta dalle informazioni acquisite è un bicchiere esattamente mezzo pieno. Infatti ha una dimestichezza assidua con il centro (almeno infrasettimanale) il 51 % degli intervistati. In questo ambito, la quota di coloro che hanno una frequentazione giornaliera è esattamente pari a un quarto – cifra non irrilevante perché implica una pendolazione quotidiana di almeno 70.000 individui. La parte restante (pari al 49 %) ha rapporti più sporadici (meno di una volta a settimana e sovente anche meno di una volta al mese, mentre non mancano, nella misura del 6,2 %, coloro che negli ultimi due anni non ci hanno mai messo piede, di norma ‘grandi anziani’).

**I motivi di frequentazione** vedono al primo posto shopping, passeggiate ed acquisti in genere (sull’80 % circa delle indicazioni), più distanziati quelli legati alla fruizione culturale-ricreativa (cinema, teatri, ristoranti ecc.: sul 40 % circa). Di livello analogo le indicazioni relative alle pratiche burocratiche ed alle visite a parenti e amici. Per ultimi i moventi di lavoro/studio (27 %), che però sono anche quelli più sistematici, mentre i precedenti hanno una temporalità necessariamente erratica.

**Fra i mezzi utilizzati per gli spostamenti** l’auto è solo al 14 %. Al primo posto c’è l’autobus (70 %), mentre hanno una certa consistenza sia il traffico pedonale (16,4 %) che la bici (12,4) e lo scooter (11,7 %).

**In piazza maggiore**, nel corso dell’ultima settimana di riferimento, ci si è recato almeno una volta il 44,8 % dei periferici – cifra più bassa di quella relativa ai centrali (74 %), ma per nulla trascurabile.

Dunque la Piazza centrale conserva una centralità indiscussa nella pratica spaziale dell’intera cittadinanza, sia del core storico che periferica. Fra le due popolazioni, nondimeno c’è una

*differenza di rilievo. Se è vero che i centrali si recano spesso in Piazza Maggiore è altresì vero che altri sono i riferimenti iconici preferiti. Aspetto che non si ritrova fra i periferici, nei quali ben il 31,8 % considera la Piazza Maggiore il luogo che più ama frequentare. Di contro Piazza Santo Stefano (che, come visto, è di gran lunga la prima scelta degli abitanti centrali) è indicata dal solo 13,4 %, seguita da Via Indipendenza (11,8 %), che è invece totalmente negletta dai bolognesi del centro storico. Ne deriva che gli abitanti centrali si esprimono secondo uno stile più blasée e differenziante, mentre quelli periferici si attengono più strettamente al repertorio figurale canonico, ovvero uniformizzante. Emblematica sotto questo profilo la funzione simbolica delle due piazze: la piazza maggiore come centro della città, la piazza santo stefano come centro del centro-storico. L'una a portata delle masse, ed agente come un vettore identificativo collettivo, l'altra dell'élite e fruita come sorta di 'salotto esclusivo'. Ma emblematica anche la rilevanza di Via Indipendenza per i periferici: 'vasca' metropolitana di fine settimana, con una capiente sezione di 'massa', succeduta al Pavaglione vetero-cittadino proprio a seguito della sua pedonalizzazione. Le transumanze festive in via indipendenza restituiscono con immediatezza le scansioni e le densità dello shopping-corteo e del 'flaneur' di massa. Quella che si crea è una tipica formazione mobile di massa, omologa nel movimento al corpo di danza che oscilla al ritmo del melting-pot musicale, ma pervasa di una 'solitudine' tipicamente metropolitana.*

*Ma queste differenziazioni hanno anche a che vedere con la diversità delle collocazioni spaziali. Il centro storico si presenta come tale, cioè come un tutto in cui si raggruppa il 'centro' del macro-spazio urbano, essenzialmente per i periferici. Per i centrali il Centro storico è a sua volta una città, come tale necessariamente composita, articolata in rioni e quartieri, con le loro diverse centralità.*

## **7. Le routines commerciali.**

### **7.1 L'interscambio 'alimentare'. L'annona familiare.**

- Oltre la metà dei residenti centrali (51,6 %) si reca fuori dal centro per fare acquisti negli ipermercati. Di questi: il 21 % con una frequenza almeno settimanale, e il 19,4 almeno mensile. Un poco meno (38 %) sono quelli che visitano qualche super fuori mura, di cui il 19 % con scansione almeno settimanale. Sono percentuali che si ripetono in tutti i quartieri, ma con l'eccezione di Marconi, nel quale l'eso-gravitazione commerciale è assai più ridotta, e questo sia per la localizzazione di diversi super-market nel quartiere, sia per la presenza in loco del mercato delle erbe.  
Comparativamente assai di più sono i residenti del centro che si rivolgono a mini-market (77 %, di cui 71 % con frequenza almeno settimanale) e negozi specializzati (75,6 %, di cui 60,2 % almeno una volta la settimana).
- *Situazione arrovesciata, naturalmente, per i residenti periferici. Essi si recano negli iper per il 74,4 % dei casi, di cui il 56,2 con una assiduità settimanale, e nei super per il 77 %, di cui il 65 settimanalmente. Di contro è quasi insignificante l'utilizzazione di super e mini-market del centro storico: solo il 11,4 %. Solo un poco più incidente – 21,6 % - la fruizione dei negozi alimentari specializzati del centro.*
- I negozi alimentari gestiti da stranieri sono ormai entrati nel paesaggio del centro storico e nelle abitudini di acquisto di una parte non residuale dei residenti, sia centrali che periferici. Sono pari al 28 % i residenti del centro che ne varcano la soglia con frequenza almeno settimanale, ma un altro 37 % dichiara di avere fatto qualche puntata. Le cifre si abbassano, rispettivamente al 3,2 % ed all'8,2 %, nel caso dei residenti periferici, in questo caso, verosimilmente, nella veste di city-user's.
- Cionondimeno ben il 45 %, cioè una cospicua minoranza, reputa che i mini-market gestiti da stranieri in centro siano troppi – una percezione di 'invasività' che è assai più attenuata nel caso dei residenti periferici (32 %).

Nel complesso l'interscambio alimentare fra centro e periferia vede una netta passività del centro-storico. Se si guarda agli acquisti di maggior peso nell'approvvigionamento familiare quasi il 40 % dei residenti centrali gravita fuori dal centro-storico, mentre il flusso inverso non tocca che il 3 % dei residenti periferici. Nello stesso centro i negozi alimentari tradizionali e/o specializzati interessano solo il 12 % dei residenti: sorta di complemento di 'lusso' della busta di plastica riempita nei vari ordini di market. Fra i quali ultimi va annoverata anche la componente 'straniera': sorta, in questo caso, di complemento 'marginale' nelle abitudini d'acquisto. Una presenza 'utile' per saturare certi bisogni d'acquisto 'estemporanei', ma considerata da molti come troppo impattante sulla caratterizzazione del centro-storico, nella misura in cui accentua una dimensione cosmopolita che contrasta in modo stridente con il repertorio iconico tradizionale/storico della città.

## 7.2 L'interscambio alimentare. La ristorazione.

- La consuetudine con il sistema della ristorazione 'veloce' è abbastanza elevata fra i residenti del centro. Il 38 % ha uno o più bar preferiti, il 57 % (ma solo il 21,6 % lo fa spesso) si reca in trattorie, ristoranti, pizzerie; il 29,6 % non disdegna pizzerie al taglio e piadinerie; più rado il ricorso alle rosticcerie arabe o indiane (14 %) ed ai Fast food (10 %).

*Queste percentuali si abbassano, naturalmente, nel caso delle popolazioni periferiche. Ma non di tanto e non sempre. Se è vero che gli affezionati ai bar centrali si dimezzano (14,2 %), così come i frequentatori di ristoranti e trattorie (24,6 %), assai più contenuto è il decalage per i luoghi della ristorazione veloce. In ogni caso, fatte le dovute proporzioni, i clienti 'esterni', a confronto di quelli 'interni' incidono in una misura assai superiore.*

In sintesi: per ogni frequentatore di esercizi ristorativi del centro storico ci sono non meno di tre frequentatori esterni. Un dato che conferma il carattere sovra-locale ed altamente 'aleatorio', cioè orientato alla popolazione 'passante', del sistema centrale della ristorazione, soprattutto per la componente 'veloce'.

- A Bologna centro ci sono tre luoghi emblematici della 'mercatura' storica: il mercato delle Erbe in Ugo Bassi, il quadrilatero, la Piazzola. I residenti del centro hanno una buona dimestichezza con questi luoghi. Se si osservano le frequenze minime-settimanali, il 31 % si reca al mercato delle erbe (cifra che sale oltre il 40 % nei casi degli abitanti di Marconi e Malpigli) e il 23,4 % al quadrilatero (con Galvani 10 punti sopra la media), mentre il 14,6 % si reca con una frequenza almeno mensile in piazzola. In tutti e tre i casi, comunque, una buona metà dei residenti non mette piede in questi luoghi.

*Per ciò che concerne i periferici, la frequentazione con una certa regolarità del mercato delle erbe e del quadrilatero è assai sporadica: il 6,2 % ed il 4,2 %. Oltre il 70 % non si reca in tali luoghi neppure occasionalmente. Diverso il caso della Piazzola, per la quale la quota dei frequentatori periferici abituali è quasi pari, con il 9,6, a quella relativa ai 'centrali'.*

## 7.3 Il peso delle clientele. Un quadro sinottico.

Ne deriva, facendo anche in tal caso una ipotesi proiettiva di massima, che il quadrilatero e il mercato delle erbe hanno una forte connotazione 'vicinale', ovvero storica. Per ogni frequentatore residente in centro c'è al massimo un solo frequentatore proveniente da fuori. Di contro la Piazzola funziona come vero mercato 'cittadino', attraendo in pari misura visitatori interni ed esterni.

La tabella che segue ricostruisce il quadro d'insieme che lega i diversi tipi di offerta commerciale alle due clientele, quella centrale e quella periferica.

Se si prende in esame l'area degli esercizi a riferimento familiare (soprattutto di generi alimentari) si nota come ipermercati e supermercati della periferia raccolgano la quasi totalità della clientela potenziale, ivi compresa larga parte di quella 'centrale'. Il rapporto con la clientela che si riversa negli esercizi del centro storico (minimarket e negozi specializzati di alimenti) è superiore di quattro volte circa. Inoltre se è vero che super e mini market del centro nonché negozi specializzati coinvolgono una quota molto pronunciata della clientela centrale, è altresì vero che circa la metà della loro clientela è costituita da residenti periferici. In altre parole, per quanto ne risulti confermato il carattere precipuamente 'locale-vicinale', difficilmente potrebbero vivere senza il contributo di quella parte di residenti periferici che ad essi fa comunque ricorso.

Il rilievo vale anche per i luoghi tradizionali della mercatura: mercato delle erbe, quadrilatero e Piazzola. Se c'è una netta supremazia relativa della clientela centrale, in termini assoluti per ogni cliente del centro c'è anche un cliente della periferia. Solo nel caso della Piazzola si nota una netta prevalenza della clientela periferica.

Ma è nel settore della ristorazione che più si manifesta la capacità dell'offerta commerciale insediata nel centro di catturare clientela periferica – in guisa crescente passando dai classici ristoranti (ivi comprese pizzerie e trattorie) e dai bar alla ristorazione veloce (dalle pizzerie al taglio e piadinerie, ai Kebab ed alle rosticcerie per ottace il massimo con McDonald e fast food in genere). Qui le quote della clientela 'forestiera' stanno in un rapporto fra il doppio e il quintuplo della clientela 'autoctona'. Se dunque il settore commerciale, alimentare e non, del centro storico ha un carattere larvatamente 'autarchico', il settore della ristorazione è nettamente proteso verso le clientele passanti.

Clienti di vari tipi di punti vendita: percentuale sulla popolazione maggiorenne residente, stime di popolazione e rapporto tra numero di clienti residenti in periferia e quelli residenti in centro						
	%		Stima popolazione			
	Centro	Periferia	Totale	Centro	Periferia	Rapporto clienti periferia/ centro
<b>Spese di tipo familiare</b>						
<b>Ipermercato:</b> spesa almeno una volta al mese	40,4	69,2	212.800	19.200	193.600	10,1
<b>Supermercato fuori centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	19,0	65,0	190.900	9.000	181.900	20,2
<b>Supermercato/ minimarket in centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	71,2	7,2	54.100	33.900	20.200	0,6
<b>Negozi specializzati di alimentari in centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	60,2	10,6	58.400	28.700	29.700	1,0
<b>Spese di tipo individuale</b>						
<b>Mercato delle Erbe:</b> almeno una volta a settimana	31,0	6,3	32.400	14.800	17.600	1,2
<b>Mercato del Quadrilatero:</b> almeno una volta a settimana	23,4	4,1	22.600	11.100	11.500	1,0
<b>Mercato della Piazzola:</b> almeno una volta al mese	14,6	10,2	35.500	7.000	28.500	4,1
<b>Ristorazione</b>						
<b>Trattorie, pizzerie al tavolo, ristoranti in centro storico:</b> spesso/ a volte	57,0	24,6	95.900	27.100	68.800	2,5
<b>Bar del centro storico:</b> frequentazione assidua	38,0	14,2	57.700	18.100	39.600	2,2
<b>Pizzerie al taglio, piadinerie in centro storico:</b> spesso/ a volte	29,6	19,8	69.500	14.100	55.400	3,9
<b>Kebab, rosticcerie indiane in centro storico:</b> spesso/ a volte	14,0	7,2	26.900	6.700	20.200	3,0
<b>MacDonald, Spizzico o altri fast food in centro storico:</b> spesso/ a volte	9,4	8,7	28.900	4.500	24.400	5,4

## 8. Il genius shopping

- La pratica (e l'immaginario) geo-commerciale ovvero il luogo del centro preferito per lo shopping, sia pagante che voyeuristico, vede stagliarsi nettamente, per gli abitanti del centro, la classica T costituita da Via Indipendenza (29,2 % di indicazioni), Via Ugo Bassi (21 %), Via Rizzoli (19 %). A seguire altre località segnalate con un qualche rilievo: Galleria Cavour (10 %) e Via Farini (8 %), Il quadrilatero (8,8 %) e il Pavaglione (6,4 %), Via D'Azeglio (12,6 %), Via Marconi (7,4 %) e Via San Felice (5,6 %). Quasi insignificanti le indicazioni relative a Via San Vitale e Strada Maggiore. In sintesi, dunque, la T e le immediate diramazioni, specie in direzione Sud (quadrilatero, Pavaglione, Cavour, Farini, D'Azeglio). Anche in tal caso con certe prevalenze gravitazionali dovute alla vicinanza residenziale. Sono i casi di Marconi e San Felice per i residenti di Marconi, Galleria Cavour e il Pavaglione per Galvani, ancora D'azeglio e San Felice per Malpigli, mentre i residenti di Irnerio appaiono polarizzati in via quasi esclusiva sulla sola T.

*Sostanzialmente analoga la geografia commerciale dei periferici, ma con qualche peculiare accentuazione. Nella T, infatti, l'asta di Via Indipendenza ha uno spessore del tutto straordinario: 47 % di indicazioni ! Un vero fiume di gente. In subordine ha maggior peso il segmento di Via D'Azeglio (16 %). Sicchè quella che si delinea non è tanto la T (e derivati) ma una croce: perfetta nel disegno, anche se asimmetrica nei pesi. Più esattamente la croce disegnata dal decumano di Via Rizzoli/Ugo Bassi e dal cardo di Via Indipendenza/Via d'Azeglio. Con la Piazza maggiore al centro, in quanto luogo civico con valenza maieutica.*

Ancora dunque, come a proposito dei luoghi civici più amati/frequentati, una consistente sovrapposizione fra le preferenze delle due popolazioni, ma anche uno scarto significativo. Più diversificate e puntiformi le traiettorie dei centrali, in certo senso più adagate nel reticolo a-sistematico dell'orditura medioevale, più standardizzate in rigorose geometrie ippodamee quelle dei periferici. In questo ambito è emblematica la forza dell'asse di Via Indipendenza: vera e propria pedo-vasca atta allo scorrimento di massa. Un saliscendi che si replica ad ogni fine settimana e che vede impegnati a piccoli gruppi sciamanti soprattutto i giovani: sia del centro (48 %) che, in particolare, della periferia. Infatti ben il 69,4 % degli under 35 dimoranti in periferia ha dichiarato di andare per vetrine in Via Indipendenza, mentre D'Azeglio e il Pavaglione incontrano il massimo gradimento nelle coorti adulte/anziene, fra i '40 e i '60. Stesso gradiente per quanto riguarda la frequentazione di Piazza Maggiore, che coinvolge ben il 60 % dei giovani contro una media del 45 %. Più in generale, attesa la minore mobilità spaziale della popolazione anziana, la differenziazione che attraversa centrali e periferici è anche una differenziazione plasmata dal cleavage anagrafico. Mentre i giovani under 35 appaiono irresistibilmente attratti dalla concentrazione di massa su Via Indipendenza e Piazza Maggiore, le persone mature si disperdono su percorsi più differenziati e selettivi. Una contrapposizione che si ripete anche a proposito di alcuni luoghi emblematici della 'mercatura' bolognese, con la Piazzola che emerge, da un lato, come indubbio riferimento giovanile, e di contro il mercato delle Erbe e il Quadrilatero che catalizzano di più le persone mature/anziene.

## 9. Mappe e percorsi. La T, il 'Salotto centrale' e altri luoghi.

Dopo avere analizzato le frequenze pertinenti ai luoghi simbolici e commerciali più fruiti/riconosciuti del centro, è interessante interrogarsi se essi siano organizzati attorno a più strutturati cluster di comportamento. Allo scopo è stata condotta una analisi delle componenti sulle due popolazioni campionarie dei residenti (ovvero con esclusione dei commercianti), i cui risultati sono riprodotti nella tabella che segue.

**Analisi delle componenti principali sui luoghi più amati/frequentati dai residenti bolognesi**

	Componenti			
	1	2	3	4
Shopping: via Indipendenza	<b>0,721</b>	-0,082	-0,087	0,145
Shopping: via D'Azeglio	0,058	<b>0,591</b>	-0,041	-0,182
Shopping: Galleria Cavour/ Via Farini	-0,108	<b>0,602</b>	0,044	0,058
Shopping: Quadrilatero/ Pavaglione/ via Clavature	-0,042	<b>0,634</b>	0,052	0,019
Shopping: via Rizzoli/ via Bassi	<b>0,669</b>	0,080	0,043	0,043
Shopping: via Marconi/ via San Felice	<b>0,477</b>	-0,167	0,173	-0,083
Shopping: altri luoghi	-0,155	0,151	<b>-0,256</b>	<b>0,553</b>
Ama frequentare Piazza Maggiore	<b>0,395</b>	<b>0,338</b>	<b>-0,257</b>	<b>-0,239</b>
Ama frequentare Piazza Santo Stefano	-0,001	<b>0,339</b>	0,192	0,147
Ama frequentare Via Indipendenza	<b>0,218</b>	-0,008	<b>-0,385</b>	<b>0,204</b>
Ama frequentare altri luoghi del centro	-0,030	-0,053	<b>0,225</b>	<b>0,569</b>
Frequenta mercato Erbe	<b>0,230</b>	-0,007	<b>0,724</b>	0,040
Frequenta mercato Quadrilatero	-0,001	<b>0,233</b>	<b>0,712</b>	0,134
Frequenta mercato Piazzola	<b>0,230</b>	-0,038	-0,002	<b>0,591</b>

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Dall'analisi sono emersi quattro fattori o componenti.

Il primo (quello con la maggiore varianza spiegata) potrebbe essere interpretato come l'**effetto T**. Esso mette infatti in relazione in modo molto forte alcuni luoghi dello shopping di massa, come Via Indipendenza, Via Rizzoli e Ugo Bassi. In subordine Via Marconi e, dal lato delle abitudini di acquisto, la Piazzola e il mercato delle Erbe – in tutti e tre i casi luoghi situati in prossimità della T. Infine, per ciò che concerne i luoghi più amati/frequentati del centro, Piazza Maggiore e, ancora, Via Indipendenza.

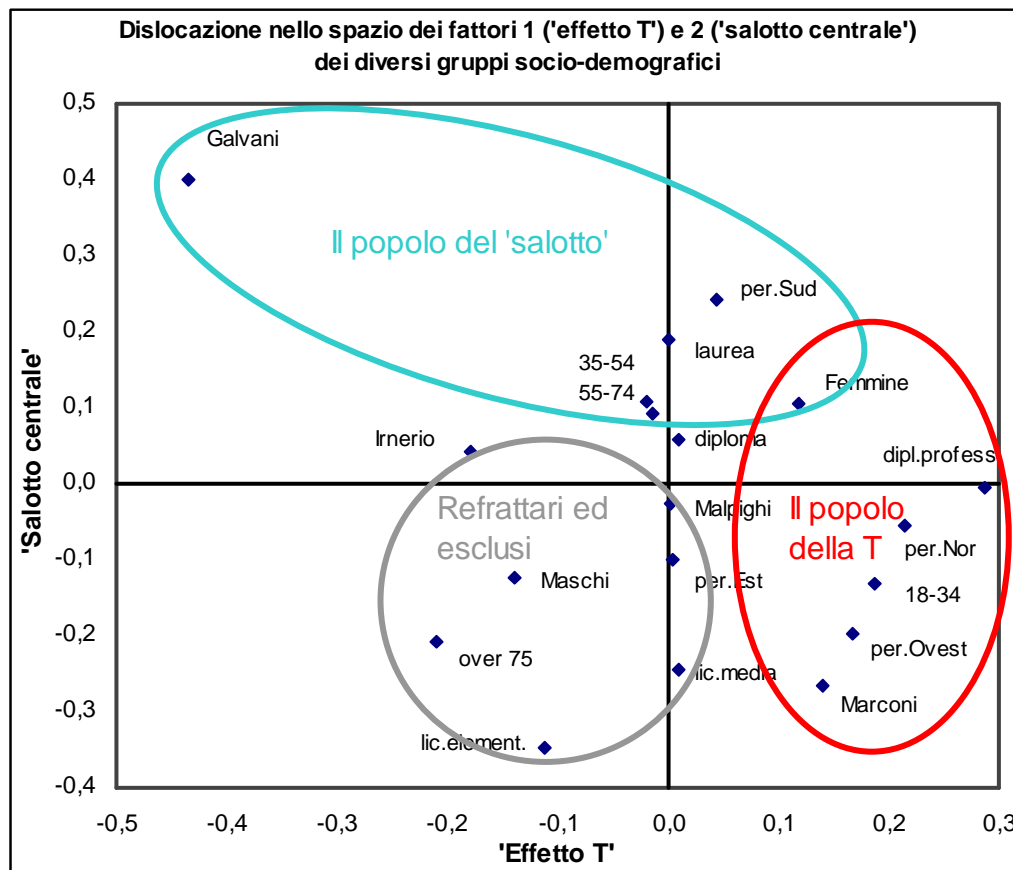
Anche la seconda componente è strutturata in via prioritaria da alcuni luoghi dello shopping collettivo: Via D'Azeglio, Via Farini/Galleria Cavour, Pavaglione/Quadrilatero/Clavature. Una correlazione positiva si evidenzia anche con riferimento al Quadrilatero come centro di mercato, ma soprattutto con le piazze Maggiore e Santo Stefano in quanto luoghi centrali più amati. Qui l'effetto identificante potrebbe essere enunciato come quello del **Salotto centrale**.

In effetti questi due fattori, i più forti della serie, mettono in risalto modelli geo-sociologici antitetici di fruizione del centro. Questa opposizione appare con nettezza ove si consideri il diagramma sottostante, nel quale sono plottati gli scores fattoriali medi dei diversi sotto-gruppi socio-demografici della popolazione. Emergono due 'popoli' ben distinti (ed un terzo di carattere residuale).

Il **popolo della T** è composto essenzialmente di giovani under 35, spesso con diplomi di tipo professionale, e di persone, più spesso femmine, abitanti nel semicerchio periferico di Nord-Ovest. Se si fa astrazione dai residenti di Marconi, i quali insistono direttamente sullo spazio della T, e che perciò ne sono naturali fruitori vicinali, i 'marciatori' che animano la T, andando per vetrine e godendo di un preciso spazio figurale identificante, hanno perciò un carattere marcatamente giovane e popolare. Sulla T insiste infatti una offerta commerciale consustanziale a questo tipo di fruitore-massa: grandi stores vestimentari (che hanno sostituito vecchi contenitori caduti in disuso, come i cinema un tempo 'centrali': Metropolitan e Imperiale), musicali e tecnologici, macro librerie sortite dal vecchio modello 'intellettuale', se non alternativo, come la Feltrinelli, e ristrutturatesi come sedi dell'editoria di massa), un'offerta massiva di ristorazione di massa (dai fast food ai principali self service), una multisala (come il Capitol) con un'offerta di titoli consona al pubblico ivi transitante. Il popolo del Salotto centrale è invece strutturato, normalmente, da persone in età matura (fra i 35 e i 75 anni) e il più delle volte 'titolate' (con la laurea). Atteso che le femmine, per via della naturale predisposizione allo shopping, appaiono maggioritarie su entrambi i circuiti, la composizione dei 'salottieri' è comunque decisamente più élitaria dei 'transumanti' della T. E' un aspetto che

si desume anche dalla netta correlazione che si manifesta nei residenti di Galvani (che sono peraltro gli immediati dirimpettai del 'salotto') e della periferia sud, cioè della Bologna collinare. E' vero che qui gioca la vicinanza geografica, ma è anche vero che queste zone sono le più marcatamente 'borghesi' della città.

Al di sotto dei due popoli dianzi menzionati ci sono, infine, i **'refrattari e/o esclusi'**, generalmente maschi (che dello shopping e del passeggio centrale se ne infischiano), anziani over 75 (per via della mobilità necessariamente inibita) e persone con bassi titoli di studio (poco avvezze alla frequentazione di luoghi simbolici comunque culturalmente caratterizzati). Emblematica, in tal senso, la posizione nello spazio cartesiano dei due fattori dei residenti della periferia est, notoriamente caratterizzati da un elevato tasso di senilità.



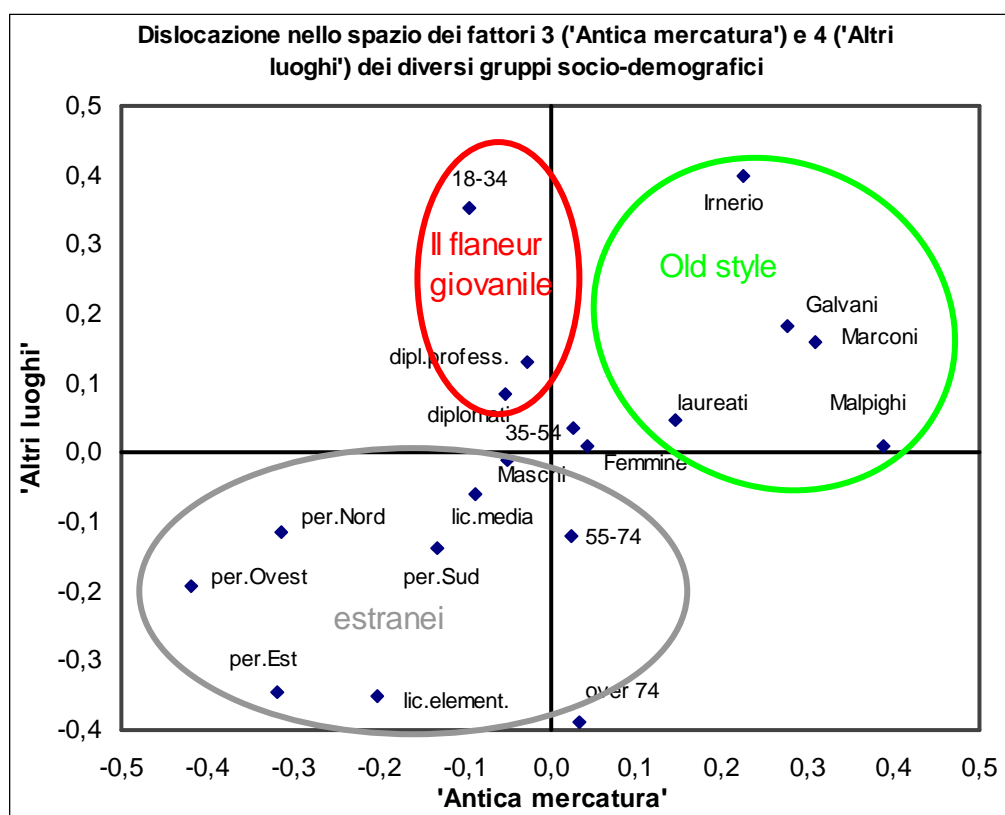
Il cleavage che oppone l'effetto T e il salotto centrale, cioè i due principali modelli di fruizione del 'centro', è dunque di natura geografica e, insieme, sociale. Più precisamente sono due i cleavages che entrano in gioco: quello fra la città collinare e la città 'bassa' (o down-town) – borghese la prima, popolare la seconda – che è anche il più forte; e quello, più debole ma percepibile, fra la città di ponente e la città di levante, con una storia più 'produttiva' la prima, più residenziale, impiegatizia e anziana, la seconda.

Al di sotto di questi due effetti fattoriali, pure se più attenuata, per via della minore varianza spiegata, si affaccia un'altra distinzione: quella segnata dalla terza e dalla quarta componente principale. Qui le variabili strutturanti sono costituite soprattutto dalle consuetudini con i tre più importanti centri tradizionali della 'mercatura' bolognese: la Piazzola, il mercato delle Erbe e il Quadrilatero.

La terza componente è infatti determinata dagli alti indici pertinenti alla frequentazione del mercato delle erbe e del quadrilatero, più in subordine anche dalla frequentazione di Piazza Santo Stefano e di 'altri luoghi' del centro, nonché dallo shopping lungo gli assi San Felice e Marconi, mentre sono di rilievo le correlazioni negative con Piazza Maggiore e Via

indipendenza. In gioco è dunque essenzialmente uno stile di acquisto centrato sui vecchi empori centrali, per il resto nettamente alieno al modello della T quanto sintonico, seppur debolmente, rispetto al ‘salotto centrale’. Perciò questo effetto potrebbe essere denominato come **Old Style**, in quanto segnato da stili commerciali interni alla tradizione vetero-petroniana. In effetti, come mostra la figura sottostante, a presentare scores significativi sono le persone anziane (over 55) e soprattutto i residenti del centro storico. Il percorso Old Style in definitiva identifica stili d’acquisto e traiettorie pedonali peculiari a certe sezioni dei residenti centrali, improntate alla prossimità residenziale. Esso contribuisce a stagliare la distintività del centro storico quale consegue dal modo di vita dei suoi abitanti: da un lato i luoghi centrali dell’antica mercatura, come centroidi commerciali condivisi; dall’altro lato una molteplicità di *genius loci* (le località più amate/frequentate) di scala vicinale che estrinseca l’articolazione in borgate e rioni dello spazio storico centrale. Uno spazio ‘vissuto’, intimamente connesso all’esperienza residenziale degli abitanti e perciò necessariamente distinto rispetto ai grandi centroidi di riferimento delle masse utilizzatrici del centro storico, ovvero la T e il Salotto centrale.

La quarta componente è invece determinata dagli alti indici di saturazione pertinenti a tre variabili: la frequentazione della piazzola, lo shopping e l’apprezzamento figurale verso ‘altri luoghi’. Di qui una denominazione che potrebbe essere fatta coincidere con ‘**Altri luoghi**’. ‘Altri luoghi’ è anch’esso uno spazio tipico del modo di vita dei residenti centrali (specie quelli di Irnerio), quindi una variante dell’Old Style. Ma la sua specificità risiede nel fatto d’essere anche la mescolanza di uno stile tipicamente giovanile ed ultra-locale. Il più alto score di questo effetto si riscontra infatti presso gli under 35 dell’intera città, che si disvelano perciò come la clientela più assidua del mercato della Piazzola e, nello stesso tempo, come interessati a un *flâneur* centrale che dalla T può spaziare su percorsi personalizzati eccentrici rispetto alle grandi percorrenze di massa.



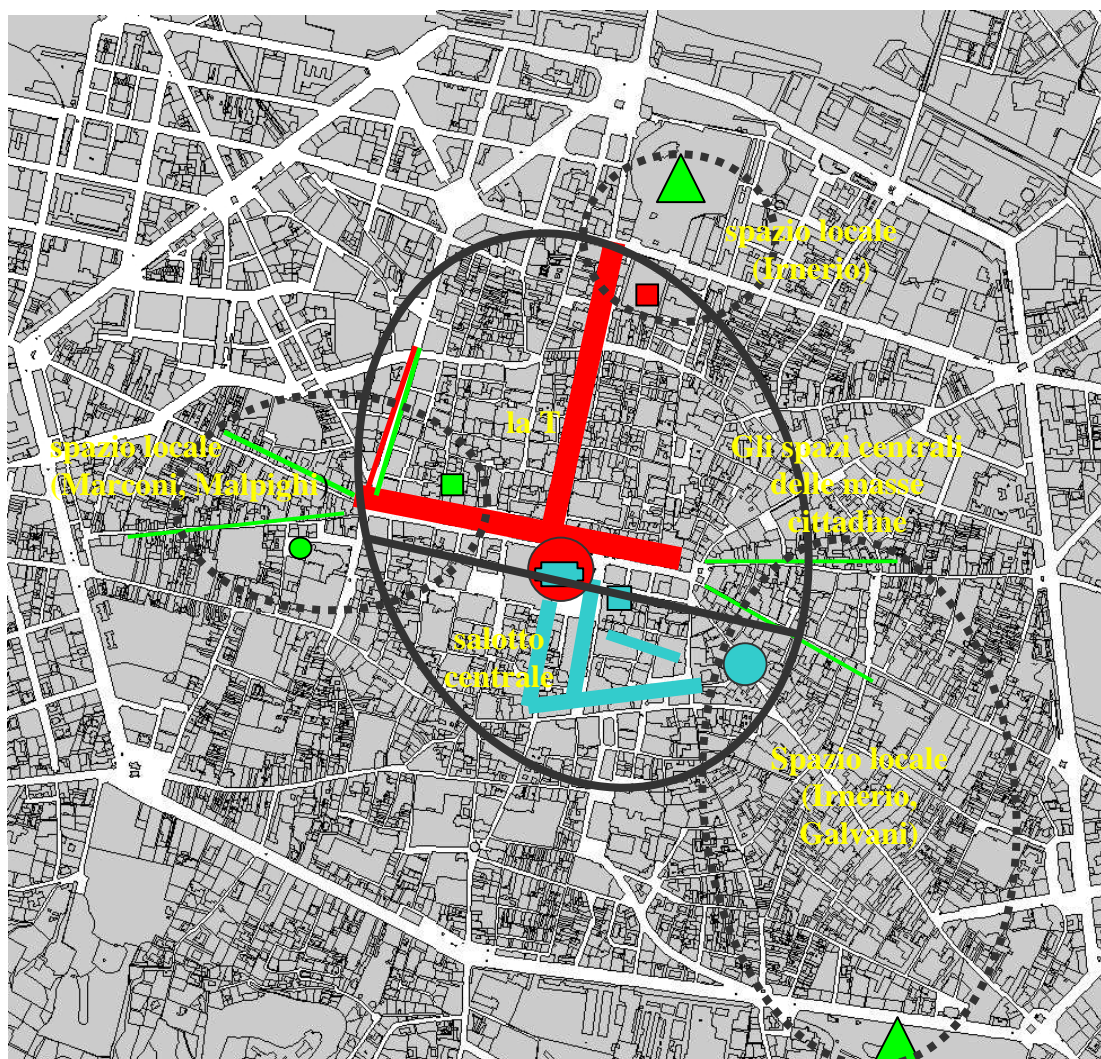
I diversi cluster geo-sociologici pertinenti alla fruizione dell’area centrale (e della sua offerta commerciale, in particolare) possono essere sintetizzati in un disegno d’insieme (come nella carta che segue).



## Il centro nella pratica spaziale delle popolazioni cittadine

Legenda:

- Percorsi commerciali di rilevanza cittadina. La T: Via Indipendenza, Ugo Bassi, Rizzoli, Marconi (parziale).
- Percorsi commerciali di rilevanza cittadina. Il 'salotto centrale': D'Azeglio, Pavaglione, Farini, Galleria Cavour, Clavature.
- Percorsi commerciali di rilevanza vicinale: San Felice, Pratello, Marconi, San Vitale, Strada Maggiore.
- Centralità simboliche di rilevanza cittadina. Piazza Maggiore (cerchio rosso, incardinato prevalentemente al percorso commerciale T) e Piazza Santo Stefano (cerchio turchino, incardinato prevalentemente al percorso commerciale del 'salotto centrale').
- Centralità simboliche di rilevanza vicinale. Piazza San Francesco.
- ▲ Parchi centrali di rilevanza vicinale. Montagnola, Giardini Margherita.
- Luoghi storici di mercato a prevalente rilevanza vicinale: Piazzola (quadrato rosso, perché parzialmente incardinato al percorso della T), Quadrilatero (quadrato turchino, perché parzialmente incardinato al 'salotto centrale'), Mercato delle Erbe (quadrato Verde, di rilevanza locale per i residenti delle zone Marconi e Malpighi).



I tematismi della mappa rendono conto della pluralità di traiettorie che strutturano il ‘centro vissuto’. Lo spazio racchiuso entro i viali di circonvallazione (l’antica cerchia muraria) è invero una realtà composita, sia dal punto di vista morfologico (dove spicca la frattura fra il centro ‘storico’ propriamente detto e quello ‘moderno’ o ‘ricostruito’) che funzionale. Al centro del centro, ovvero entro la cerchia dei ‘Torresotti’ si staglia lo spazio di rilevanza generale cittadina, cioè lo spazio civico-figurale e commerciale condiviso dall’intera popolazione urbana, sia centrale che periferica, con la Piazza Maggiore agente come cerniera fra i due principali percorsi geo-sociologici: quello della T (di più marcata intonazione moderna e di massa) e quello del ‘salotto centrale’ (più legato alla tradizione e più praticato dalle cerchie élitarie). Ai lati una pluralità di centroidi (parchi, piazze, mercati, vie commerciali) di rilevanza rionale, cioè essenzialmente a servizio delle diverse borgate residenziali che articolano il centro storico.

### **Aforismi telefonici**

#### *Voci dalla periferia*

‘il comune dovrebbe occuparsi di tutta la città e soprattutto illuminare Via Bellaria’  
‘l’amministrazione deve occuparsi sia del centro che della periferia, ma del centro non mi interessa niente’

#### *Voci dal Centro*

‘nel mercato delle erbe non ci sono erbe’  
‘quando sono sotto le torri mi sento rinascere’  
‘sono abbastanza contento della città anche perché faccio una vita ritirata’

#### *Scambi seduttivi*

‘complimenti all’intervistatrice’  
‘mi ha fatto piacere essere intervistata’  
‘sono domande stupide, delle cagate, lo scriva !’



## TAVOLE RELATIVE ALLE INDAGINI SUI RESIDENTI

### SCHEDA METODOLOGICA

La Commissione consiliare per le attività produttive del Comune di Bologna ha commissionato al MeDeC la realizzazione di due indagini sul tema del commercio in centro storico rivolti ai cittadini residenti bolognesi. Un primo sondaggio è stato realizzato tra i residenti in centro storico, un secondo tra i residenti in periferia.

I due questionari, molto simili nella struttura e nelle tematiche trattate, sviluppano su circa 80 domande e riguardano:

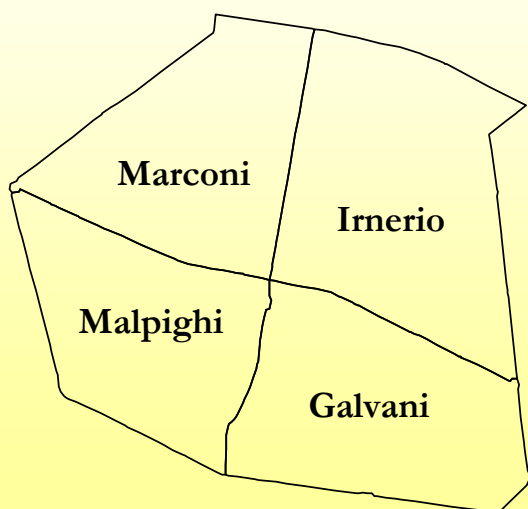
- identikit socio-demografico del rispondente;
- abitudini di acquisto e fruizione commerciale del centro;
- frequentazione del centro e agenda problematica;
- opinioni sulle politiche comunali e sull'offerta commerciale in centro.

2



**Scheda metodologica  
dell'indagine sui residenti  
del Centro Storico**

**47.605 cittadini maggiorenni  
residenti nel Centro Storico del  
Comune di Bologna al  
31/12/2006**



### **500 interviste telefoniche**

Campione rappresentativo casuale,  
stratificato per:

- zona: Galvani, Marconi,  
Irnerio e Malpighi
- genere
- età

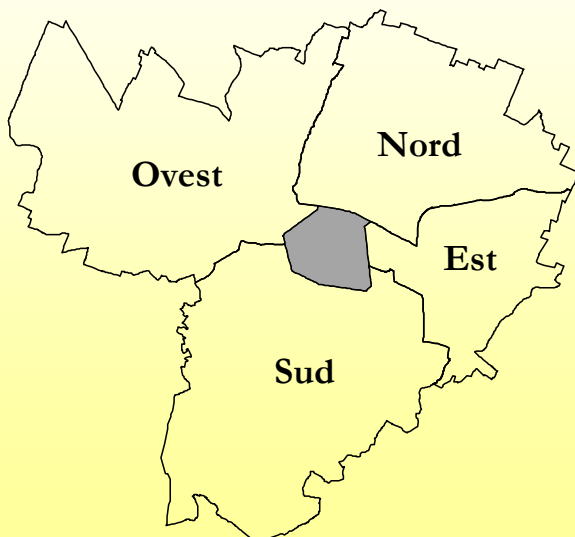
Interviste svolte tra il 31 maggio e  
il 7 giugno 2007

3

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



## Scheda metodologica dell'indagine sui residenti della Periferia



4

Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

**279.780 cittadini maggiorenni  
residenti nella periferia del  
Comune di Bologna al  
31/12/2006**



## 500 interviste telefoniche

Campione rappresentativo casuale,  
stratificato per:

- zona: Sud, Ovest, Nord, Est
- genere
- età

Interviste svolte tra il 6 e il 12  
giugno 2007

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Popolazione maggiorenne residente nel Comune di Bologna

popolazione di riferimento dell'indagine demoscopica (dati anagrafici al 31/12/2006)

### CENTRO STORICO

#### Dati per età e sesso

Età	Maschi	Femmin	Totale
18-34	6.070	5.976	12.046
35-54	8.286	8.771	17.057
55-74	5.477	6.492	11.969
75 e	2.052	4.481	6.533
<b>Totale</b>	<b>21.885</b>	<b>25.720</b>	<b>47.605</b>

#### Dati per zona e sesso

Zona	Maschi	Femmine	Totale
Marconi	5.738	6.892	12.630
Galvani	5.306	6.265	11.571
Imerio	5.827	6.639	12.466
Malpighi	5.014	5.924	10.938
<b>Totale</b>	<b>21.885</b>	<b>25.720</b>	<b>47.605</b>

### PERIFERIA

#### Dati per età e sesso

Età	Maschi	Femmine	Totale
18-34	28.961	27.715	56.676
35-54	46.247	47.025	93.272
55-74	37.198	45.739	82.937
75 e oltre	16.717	30.178	46.895
<b>Totale</b>	<b>129.123</b>	<b>150.657</b>	<b>279.780</b>

#### Dati per zona e sesso

Zona	Maschi	Femmine	Totale
Ovest	36.450	41.448	77.898
Nord	33.082	37.204	70.286
Est	28.398	33.276	61.674
Sud	31.193	38.729	69.922
<b>Totale</b>	<b>129.123</b>	<b>150.657</b>	<b>279.780</b>

5

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## 1. LA STRUTTURA SOCIO-DEMOGRAFICA

7

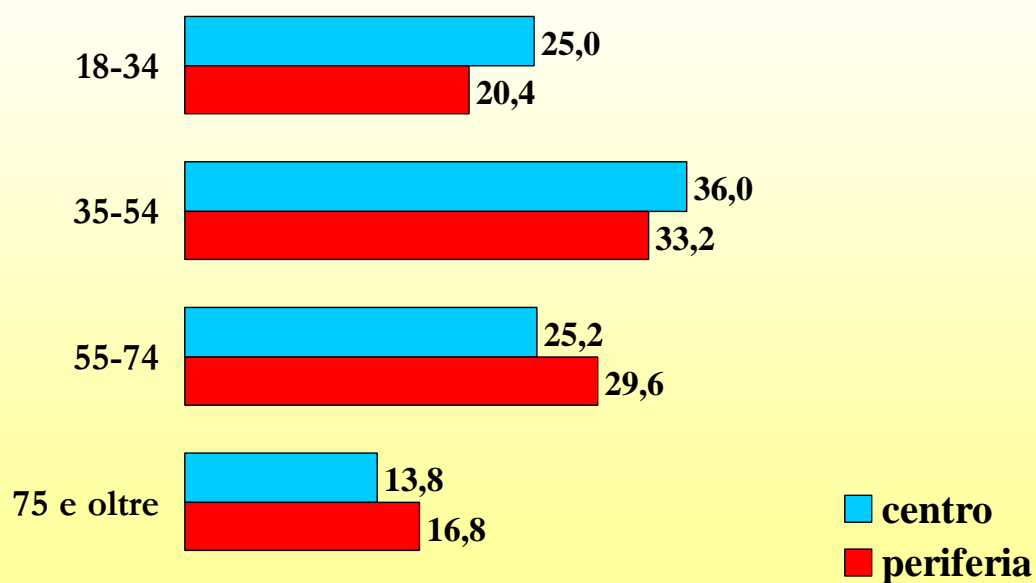
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

### Età dei residenti in centro e periferia

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500 )



8



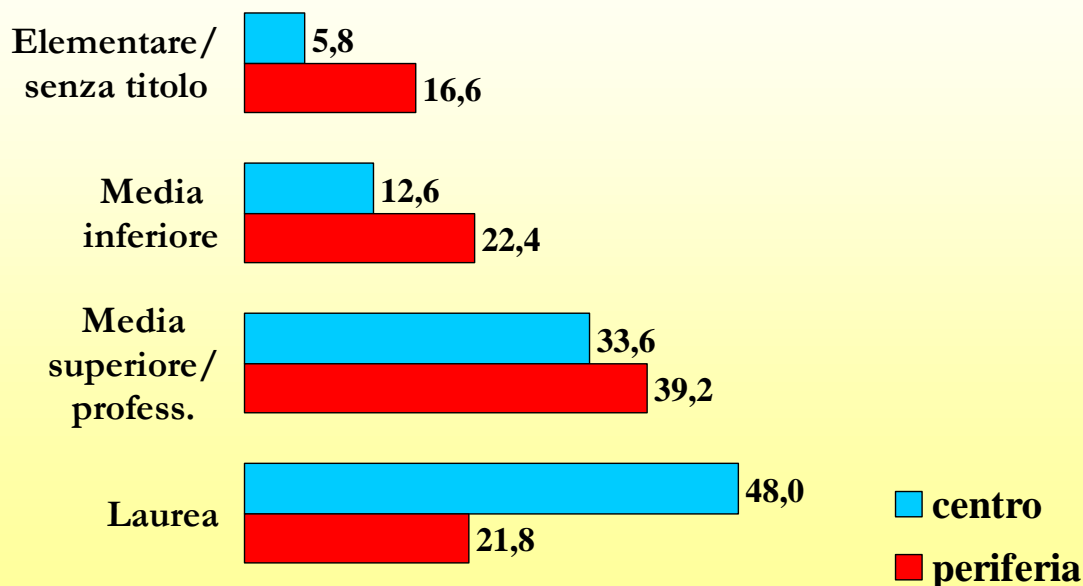
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Titolo di studio dei residenti in centro e periferia

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



9

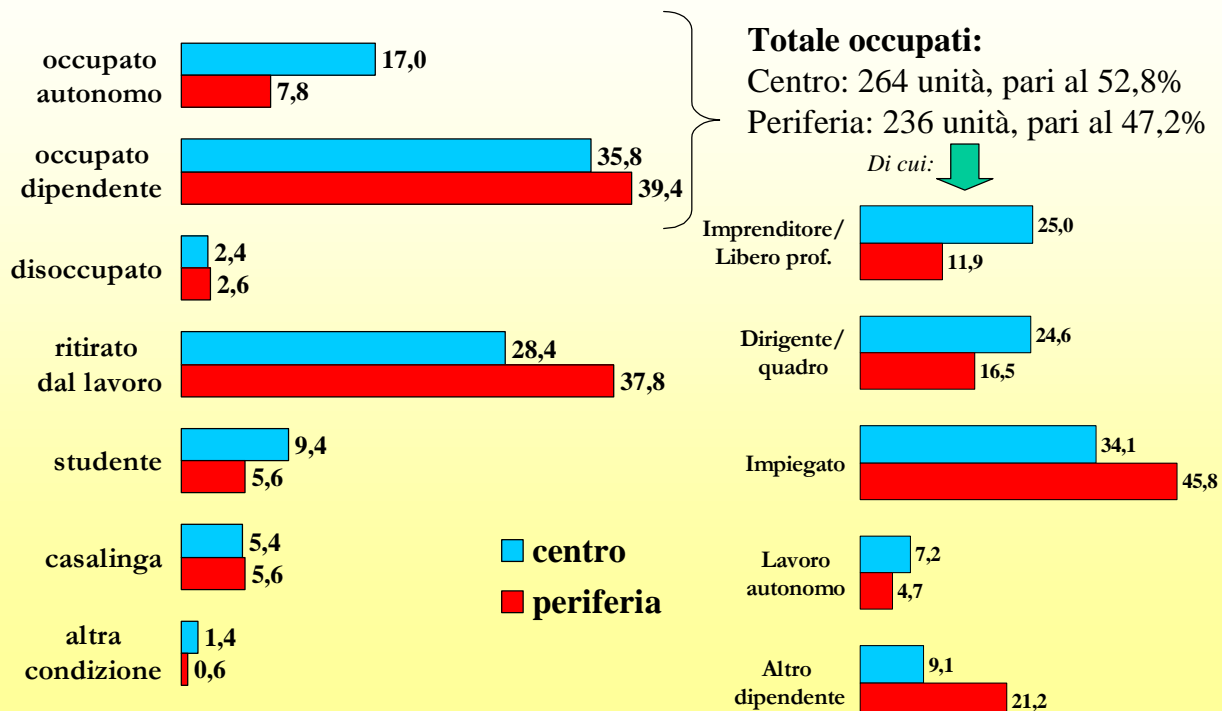
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Condizione e posizione professionale dei residenti in centro e periferia

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



10

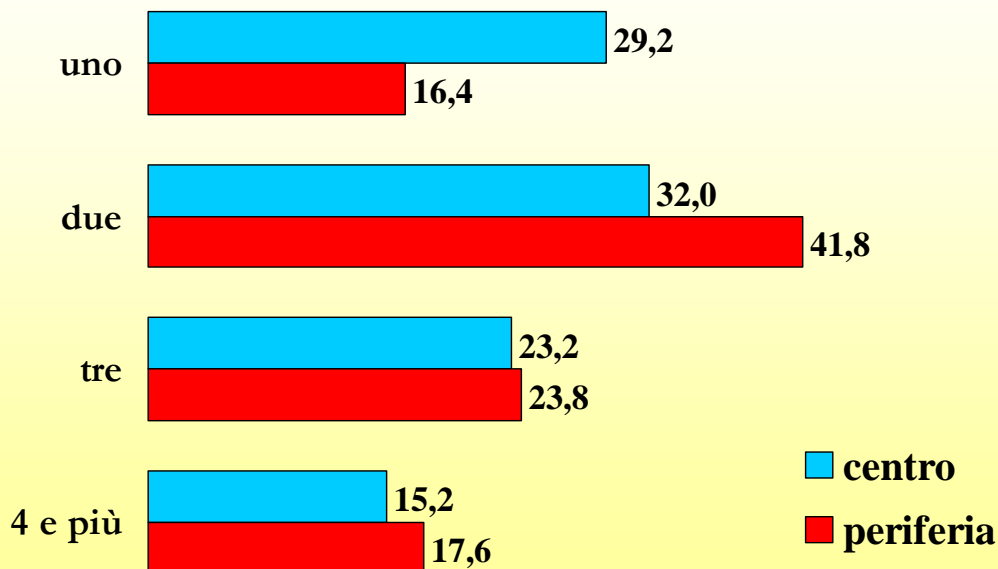
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Numero di componenti della famiglia

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



11

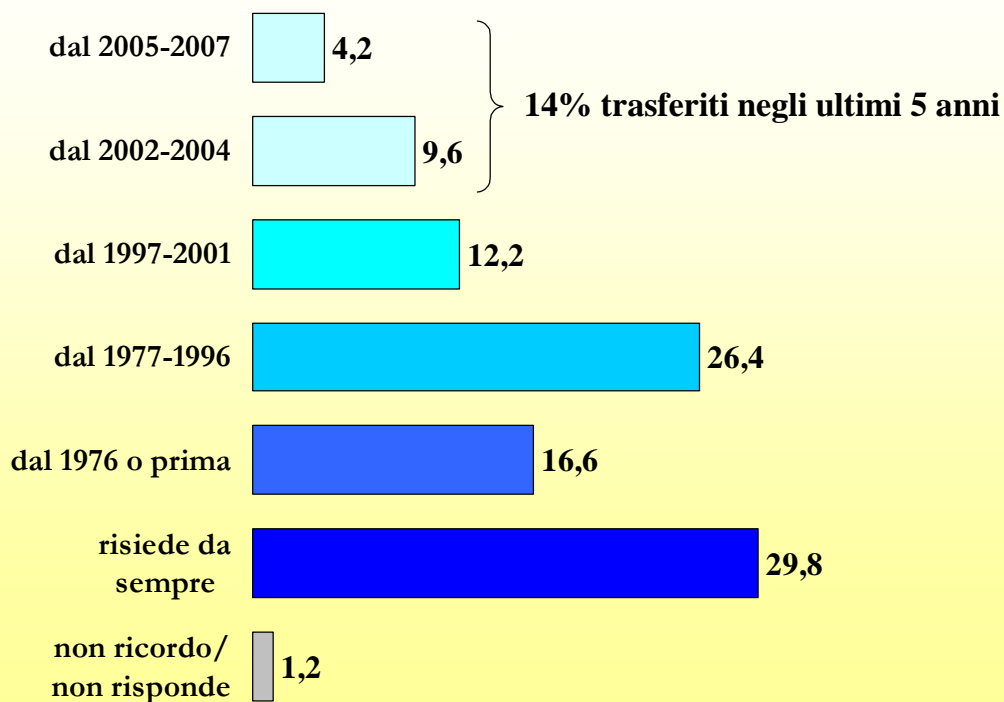
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Anno di trasferimento in Centro Storico

(domanda posta solo ai residenti del Centro Storico; valori percentuali; n=500)



12

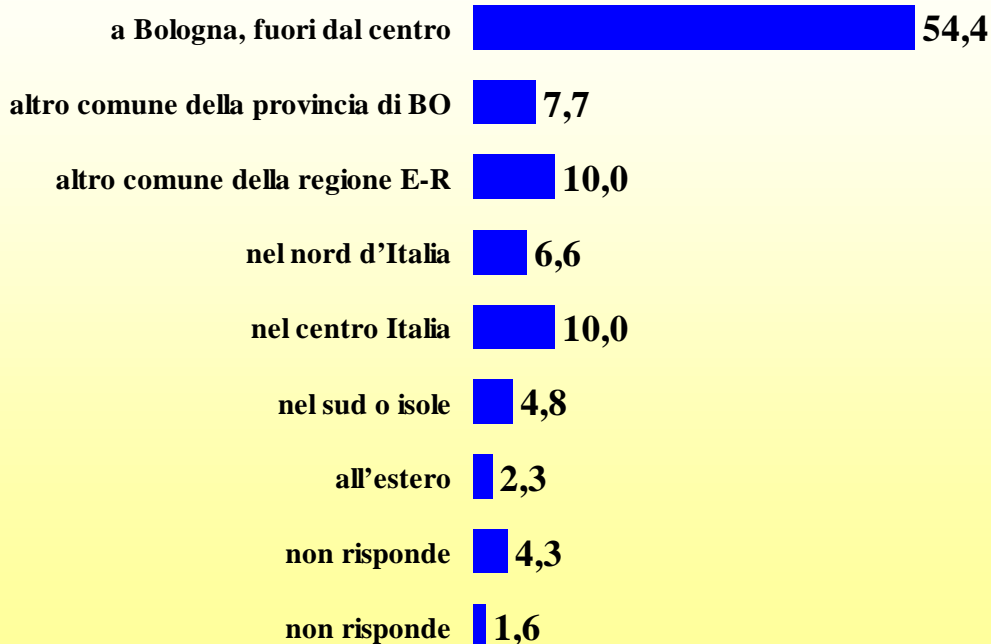
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Luogo di residenza precedente

(domanda posta ai residenti del Centro Storico che non risiedono da sempre in centro; valori percentuali; n=351)



13

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Motivi di trasferimento in Centro Storico

(domanda posta ai residenti del Centro Storico che non risiedono da sempre in centro; valori percentuali; più risposte possibili; rispondenti=351)



14



Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

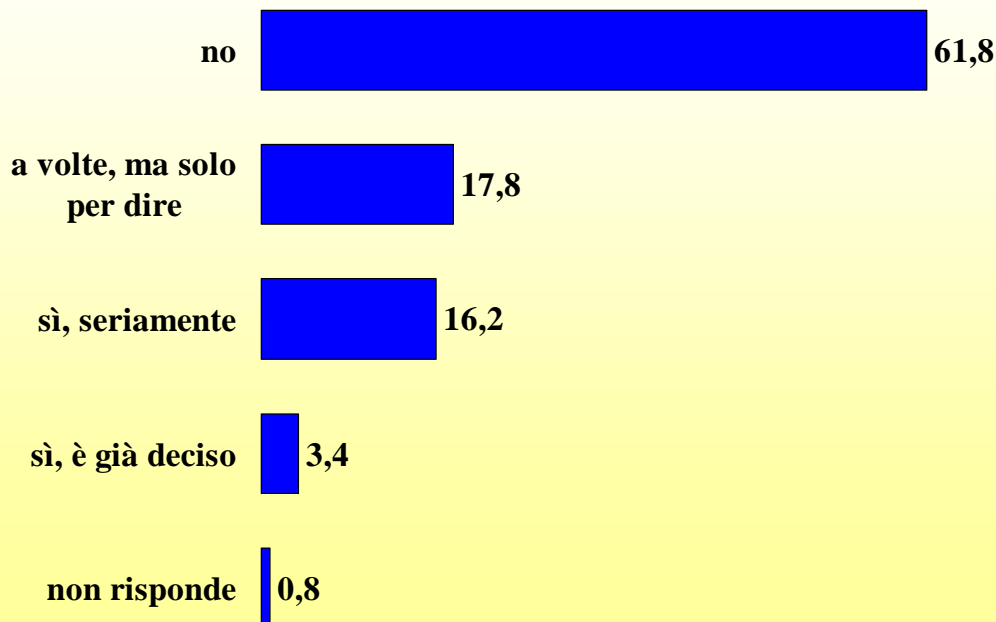


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Propensione ad abbandonare il Centro

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; valori percentuali; n=500)

Ha mai pensato di andare ad abitare da qualche altra parte (fuori dal centro storico di Bologna)?



15

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

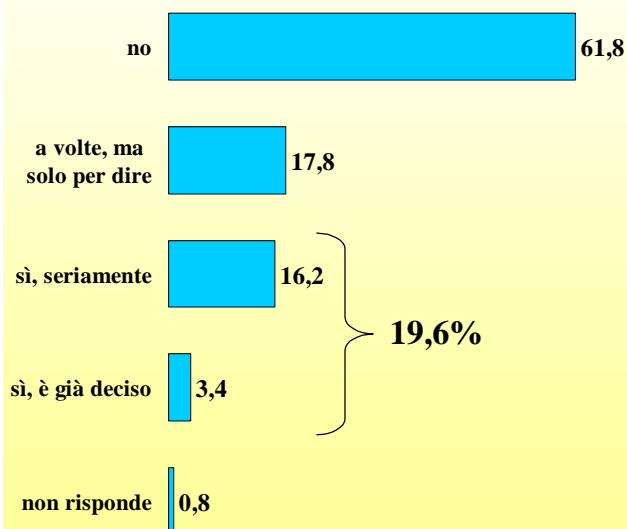


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Funzione repulsiva e attrattiva del Centro (valori perc.; n=500)

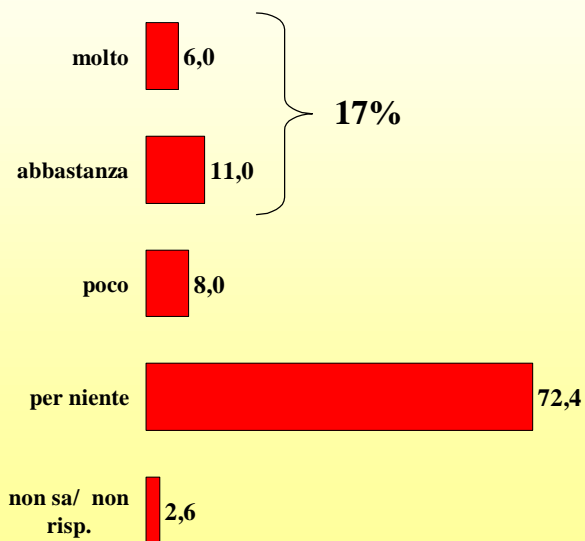
### RESIDENTI DEL CENTRO:

Ha mai pensato di andare ad abitare da qualche altra parte (fuori dal centro storico di Bologna)?



### RESIDENTI DELLA PERIFERIA:

Oggi, le piacerebbe andare ad abitare nel centro storico di Bologna?



16

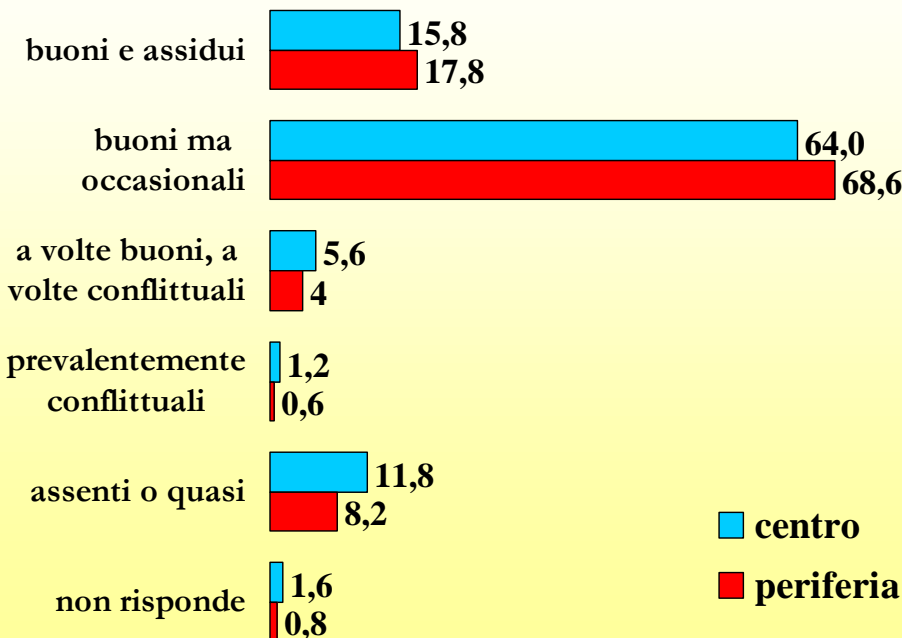
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rapporti condominiali o di vicinato

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



17

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

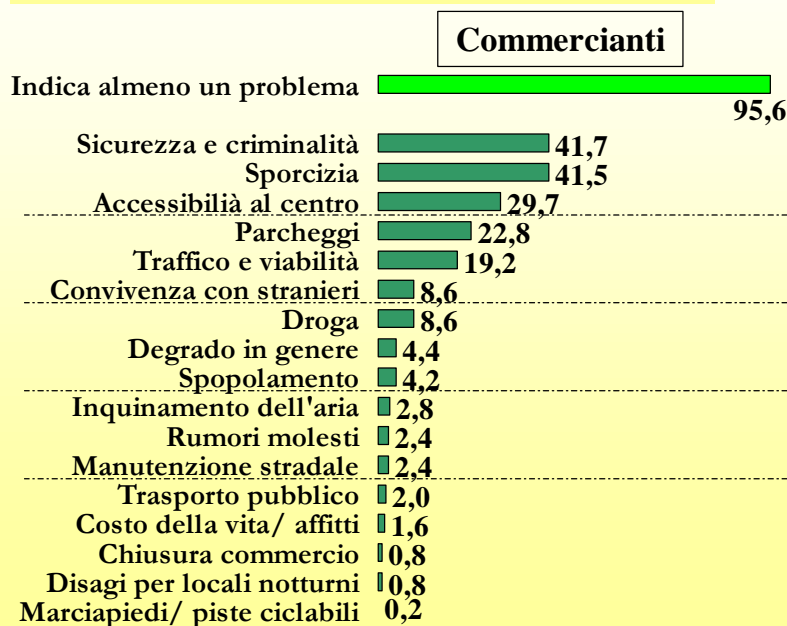


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## I problemi più rilevanti del centro

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

Secondo Lei, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti nella zona del Centro in cui ha l'attività?



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia (**)
n=500	n=500
87,8	83,6
29,6	38,8
45,4	31,2
2,6	9,0
17,4	9,6
26,8	30,6
4,6	7,8
4,4	2,8
5,0	4,2
1,4	1,8
11,8	10,2
8,6	n.r.
3,2	1,4
1,6	4,4
1,6	1,6
2,2	1,8
7,2	1,8
1,0	0,6

(\*): domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*): domanda riferita al centro storico in generale

18

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## 2. IL CENTRO VISSUTO E IL CENTRO PERCEPITO

19

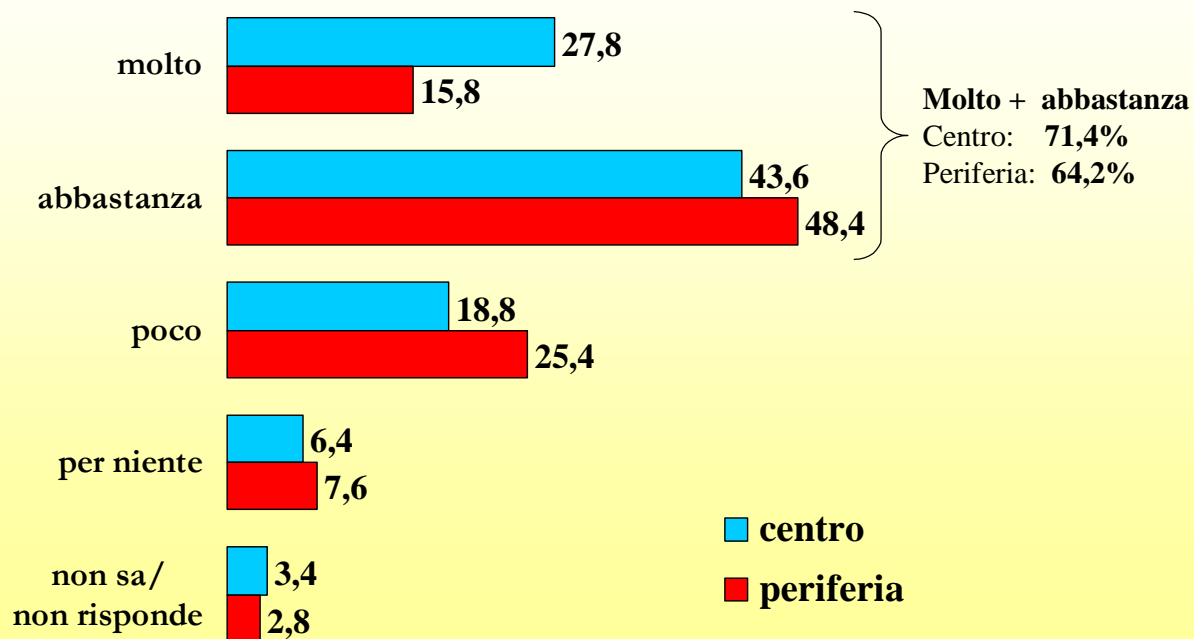
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

### Grado di interesse agli avvenimenti della vita amministrativa del Comune di Bologna

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500 )



20

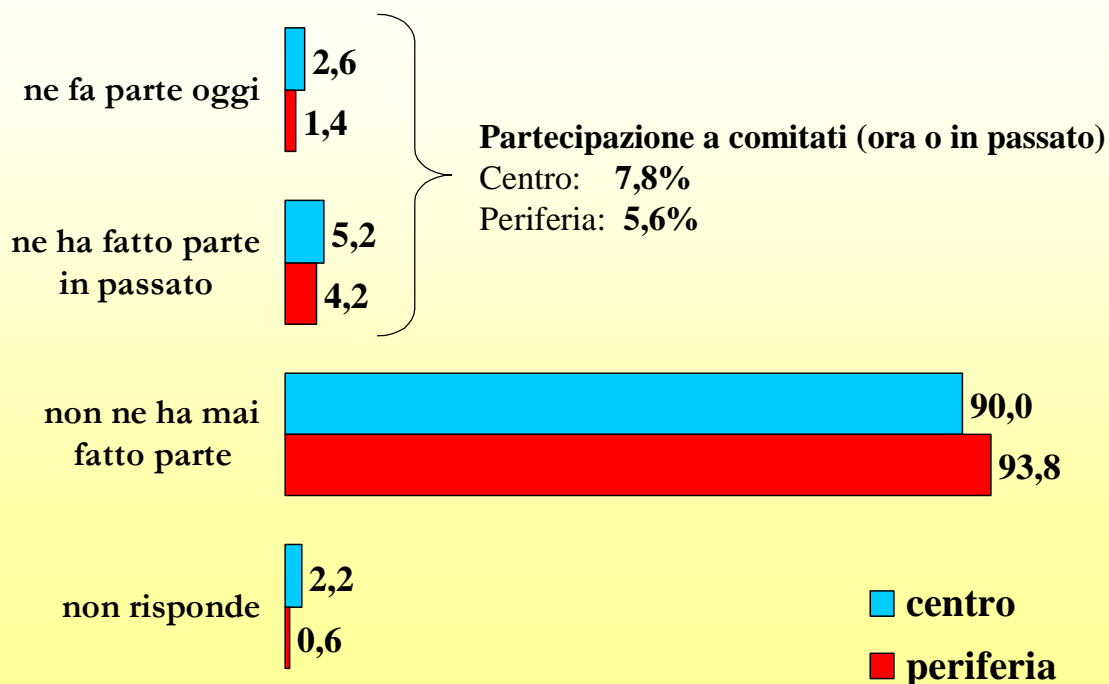
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Partecipazione a comitati di cittadini

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



21

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

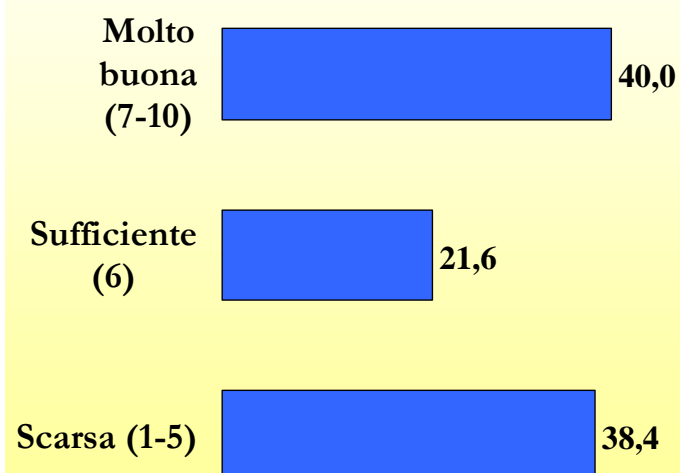


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Qualità urbana della zona del centro storico in cui abita

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; valori %; n=487; percentuali rispondenti=97,4%)

Parliamo ora della zona in cui Lei abita. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona in cui abita, da 1 a 10, che voto darebbe?



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
n=129	n=116	n=128	n=114
36,4	52,6	23,4	50,0
27,9	19,0	17,2	21,9
35,7	28,4	59,4	28,1

22

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007



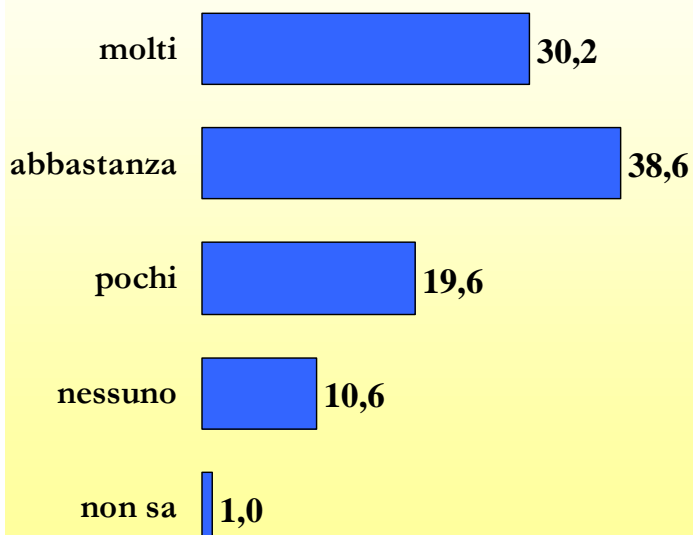
Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Presenza di segni di degrado nella zona del Centro in cui abita

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; valori percentuali; n=500)

Nella zona in cui abita ci sono segni di degrado?



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
<i>n=133</i>	<i>n=119</i>	<i>n=131</i>	<i>n=117</i>
32,3	22,7	42,0	22,2
35,3	36,1	46,6	35,9
22,6	22,7	8,4	25,6
9,8	16,0	3,1	14,5
0,0	2,5	0,0	1,7

23

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

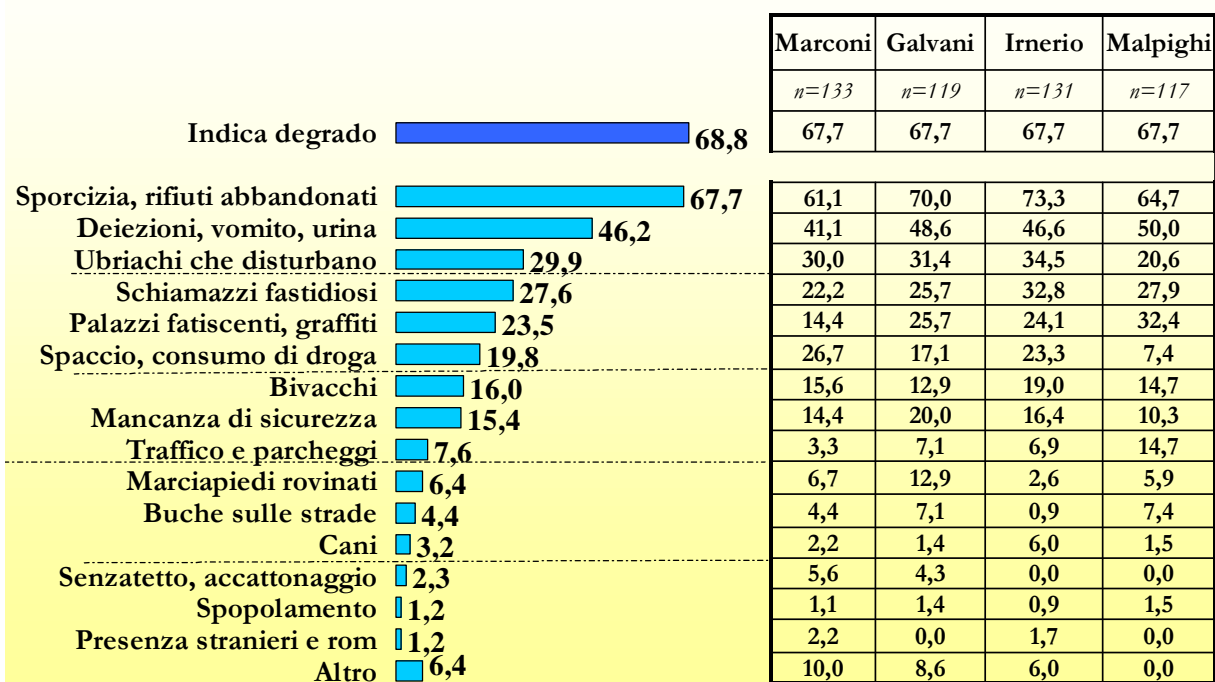


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Segni di degrado indicati nella zona del centro in cui abita

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; risposte aperte; valori percentuali; n=344)



24

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007



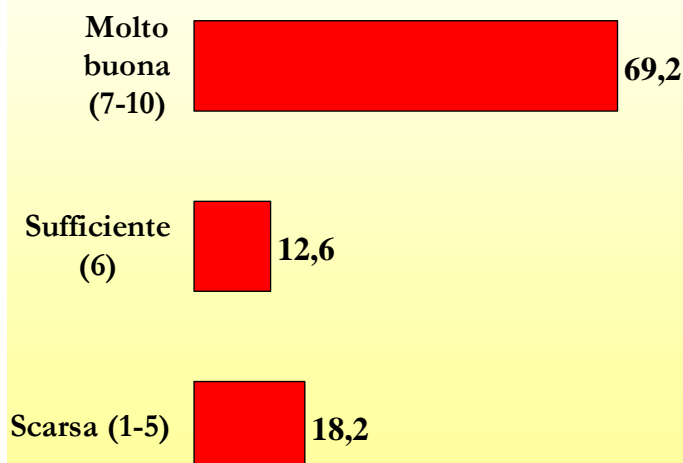
Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Qualità urbana della zona di residenza in periferia

(domanda posta ai residenti della periferia; valori %; n=494; percentuali rispondenti=99,8%)

Parliamo ora della zona in cui Lei abita. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona in cui abita, da 1 a 10, che voto darebbe?



Ovest	Nord	Est	Sud
<i>Risp: 98,6</i>	<i>Risp: 100,0</i>	<i>Risp: 97,3</i>	<i>Risp: 99,2</i>
72,3	49,2	73,8	82,3
11,7	18,3	12,1	8,1
16,1	32,5	14,0	9,7

25

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007



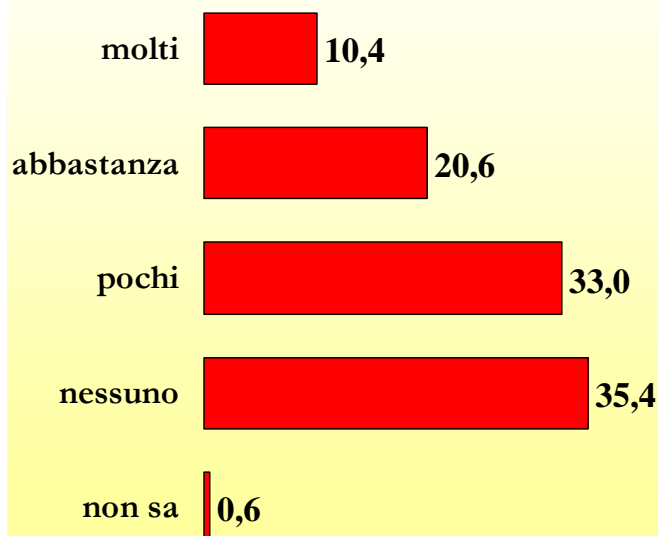
Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Presenza di segni di degrado nella zona di periferia in cui abita

(domanda posta ai residenti della periferia; valori percentuali; n=500)

Nella zona in cui abita ci sono segni di degrado?



Ovest	Nord	Est	Sud
<i>n=139</i>	<i>n=126</i>	<i>n=110</i>	<i>n=125</i>
7,9	20,6	5,5	7,2
18,7	29,4	17,3	16,8
33,1	25,4	32,7	40,8
38,8	24,6	43,6	35,2
1,4	0,0	0,9	0,0

26

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

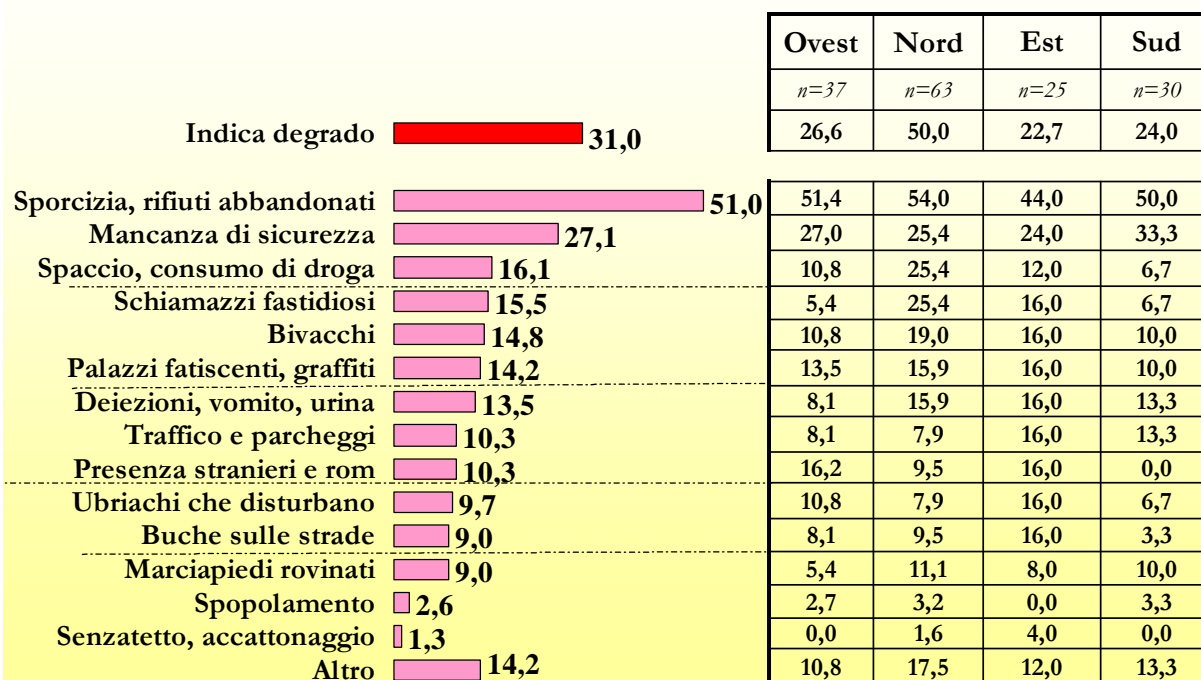


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Segni di degrado indicati nella zona di periferia in cui abita

(domanda posta ai residenti della periferia; risposte aperte; valori percentuali; n=155)



27

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

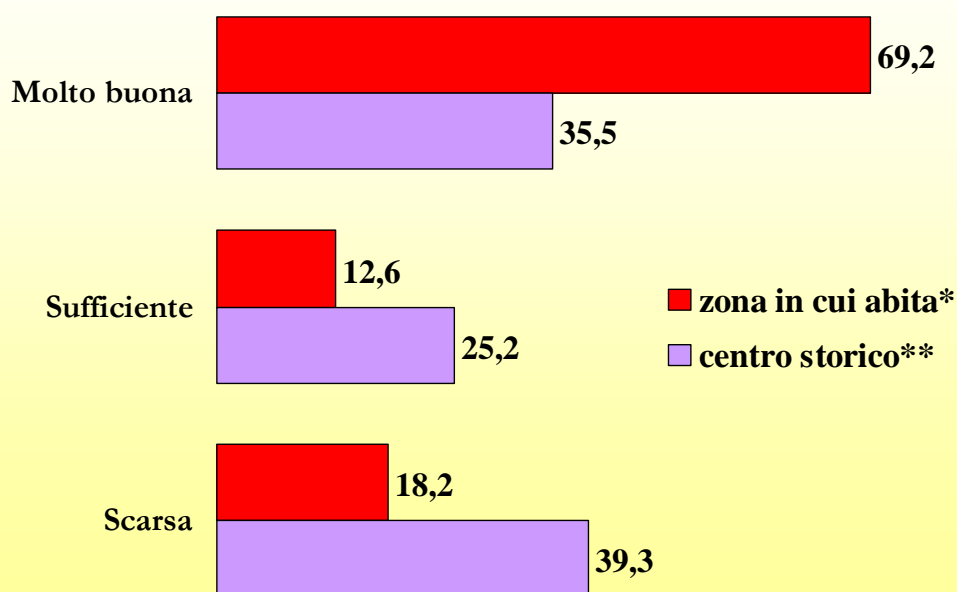


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Residenti in periferia: confronto tra la qualità urbana della propria zona di residenza e del centro storico

(due domande poste ai residenti della periferia; valori percentuali)



(\*) : domanda riferita alla zona di residenza in periferia: n=494

(\*\*) : domanda riferita al centro storico: n=456

28

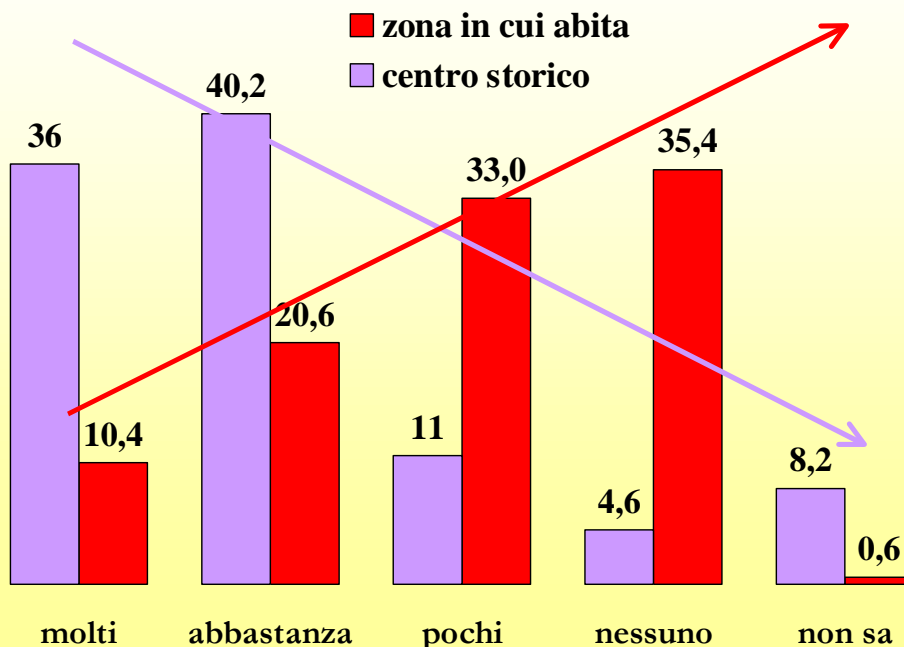
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Residenti in periferia: confronto tra la presenza di segni di degrado nella propria zona di residenza e nel centro storico

(due domande poste ai residenti della periferia; valori percentuali; n=500)



29

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



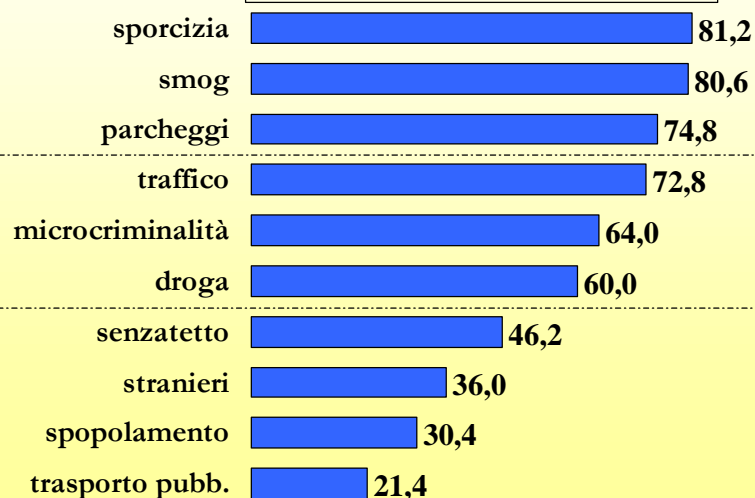
Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rilevanza di alcuni problemi nella zona del Centro in cui abita

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; valori percentuali; n=500)

Nella zona del Centro Storico in cui abita, quanto è un problema?

**molto/abbastanza rilevante**



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
n=133	n=119	n=131	n=117
75,9	79,0	89,3	80,3
79,7	73,9	90,1	77,8
69,2	79,8	71,0	80,3
69,2	72,3	74,8	75,2
66,9	58,0	78,6	50,4
61,7	53,8	80,2	41,9
57,1	42,0	54,2	29,1
47,7	25,4	42,5	26,1
27,8	21,0	30,5	42,7
23,3	21,8	16,8	23,9

30

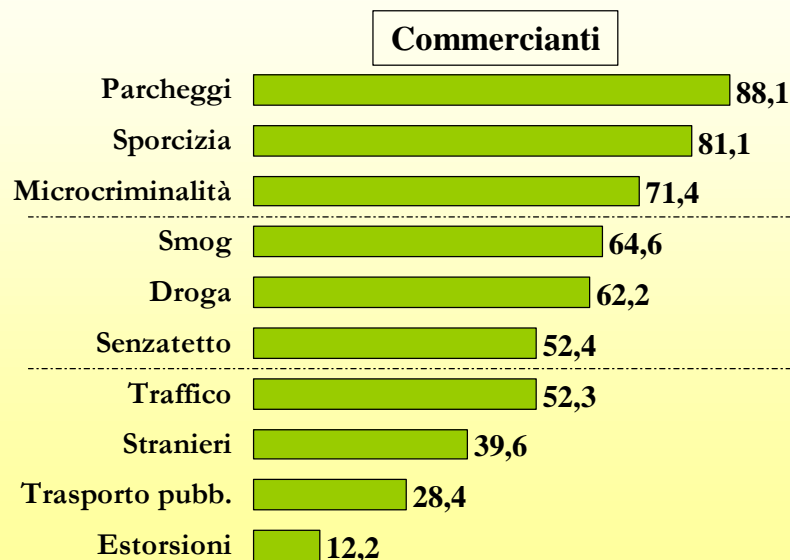




## Rilevanza di alcuni problemi nella zona dell'attività

(indicano il problema molto o abbastanza rilevante; valori percentuali; n=501)

Nella zona della Sua attività quanto è un problema ...



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
74,8	74,4
81,2	81,2
64,0	84,6
80,6	82,4
60,0	79,6
46,2	59,0
72,8	77,4
36,0	51,6
21,4	29,4
n.p.	n.p.

(\*): domanda riferita alla zona di residenza

(\*\*): domanda riferita al centro storico in generale

31



## 3. LE POLITICHE REGOLATIVE

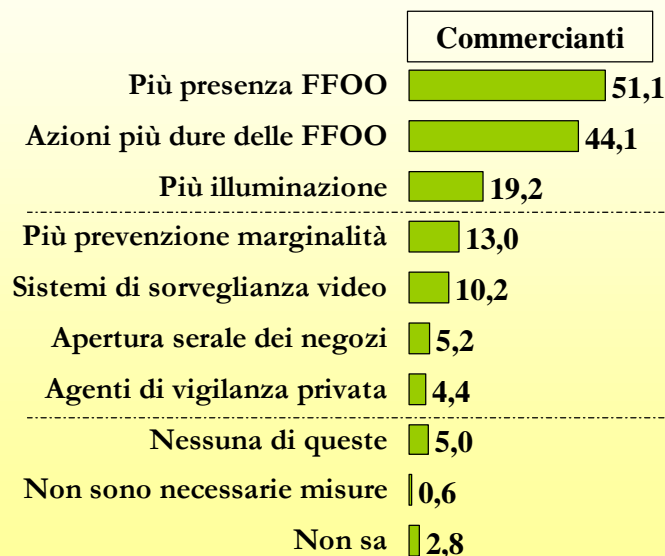
32

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui mezzi di contrasto alla criminalità

(valori percentuali; n=501)

Le leggerò ora una serie di misure da adottare per migliorare la sicurezza. Secondo Lei, quali sono le due più efficaci per contrastare la criminalità?



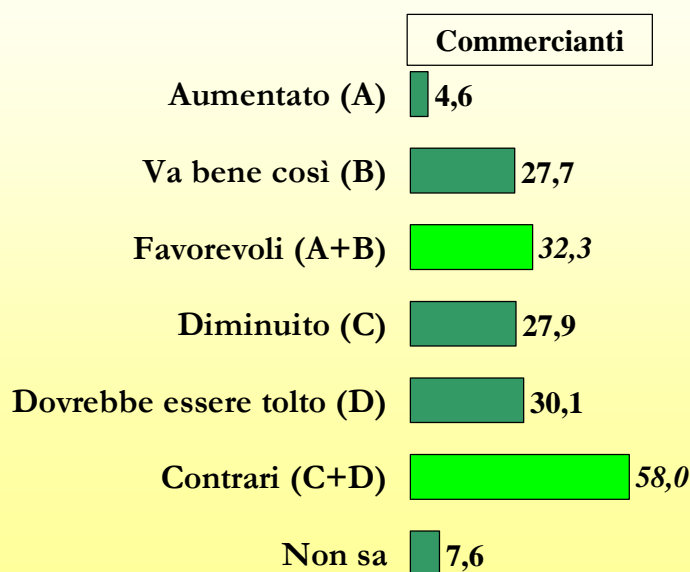
Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
52,6	50,4
31,4	31,6
21,4	22,4
25,2	21,2
15,2	12,2
12,4	9,6
6,2	4,2
1,4	2,8
0,4	0,6
3,2	7,4

33

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione su Siro (valori percentuali; n=501)

In centro storico, Siro dovrebbe essere:



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
22,2	15,4
41,8	40,4
64,0	55,8
11,0	10,4
11,4	13,2
22,4	23,6
12,6	20,2

34

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

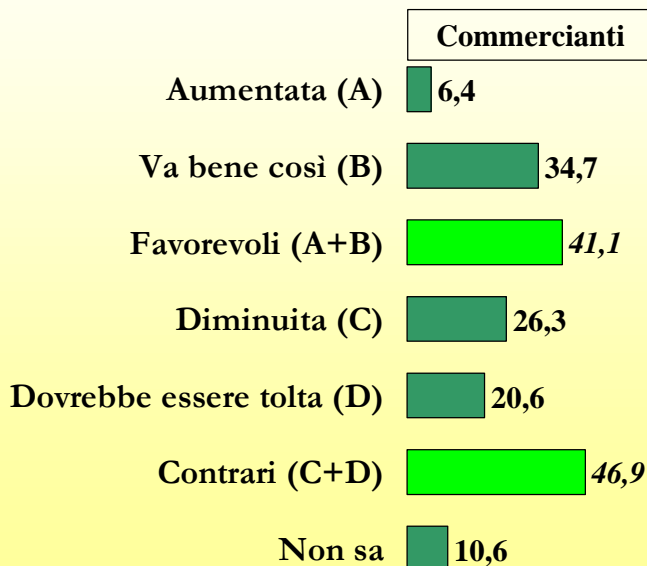


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla zona a traffico limitato (Ztl)

(valori percentuali; n=501)

In centro storico, la ZTL dovrebbe essere:



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
26,6	20,4
45,4	40,4
72,0	60,8
10,4	12,4
6,8	8,8
17,2	21,2
10,4	17,4

35

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

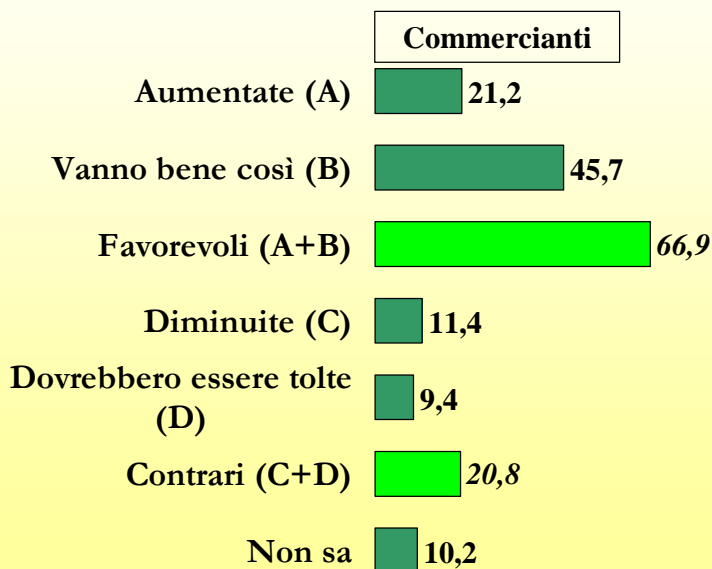


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulle pedonalizzazioni in genere

(valori percentuali; n=501)

In centro storico, le pedonalizzazioni in genere dovrebbero essere:



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
47,8	41,2
33,2	40,0
81,0	81,2
6,0	3,6
3,2	2,0
9,2	5,6
9,6	13,0

36

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

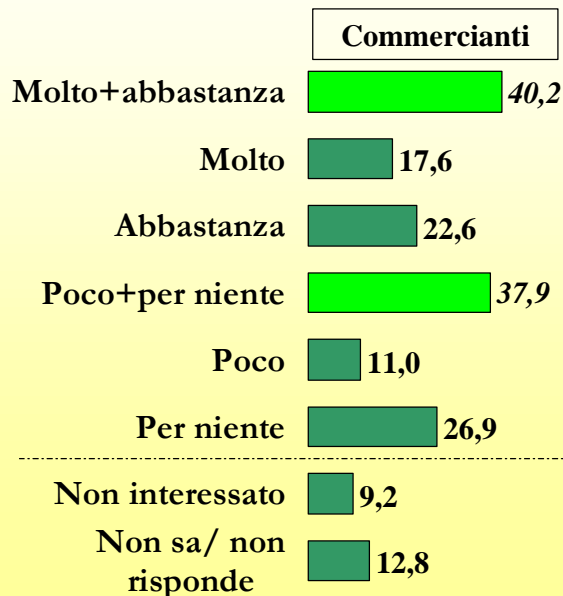


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla pedonalizzazione in zona Università

(valori percentuali; n=501)

In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
55,8	59,6
31,8	34,6
24,0	25,0
25,4	17,4
8,8	7,4
16,6	10,0
6,6	5,8
12,2	17,2

37

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

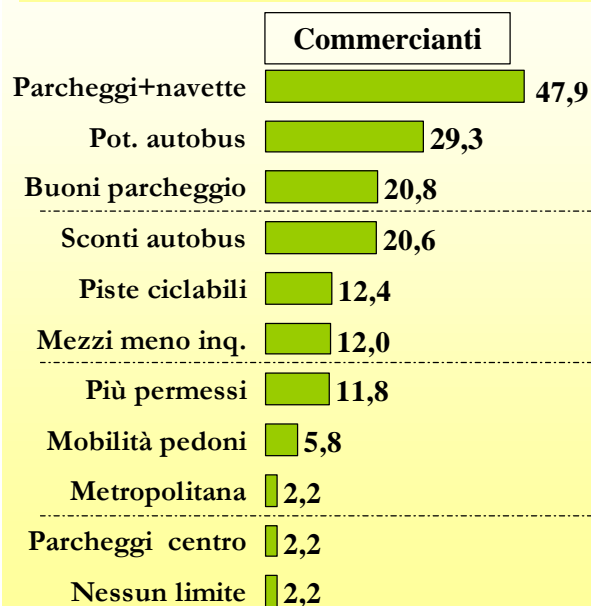


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Le migliori opzioni migliorative del traffico

(3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

Secondo Lei, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti nella zona del Centro in cui ha l'attività?



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia (**)
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
38,8	34,2
24,6	33,4
12,8	10,4
35,2	36,2
27,6	21,8
8,2	6,4
5,2	4,8
13,4	12,8
1,8	0,6
1,4	0,6
0,6	-

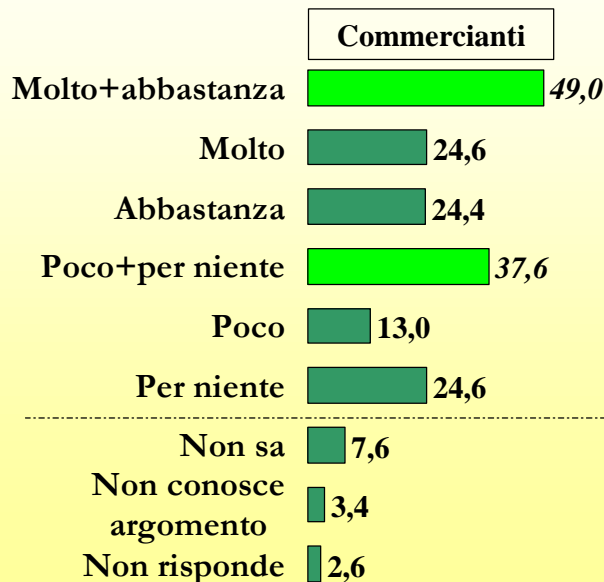
38

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici

(valori percentuali; n=501)

Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?



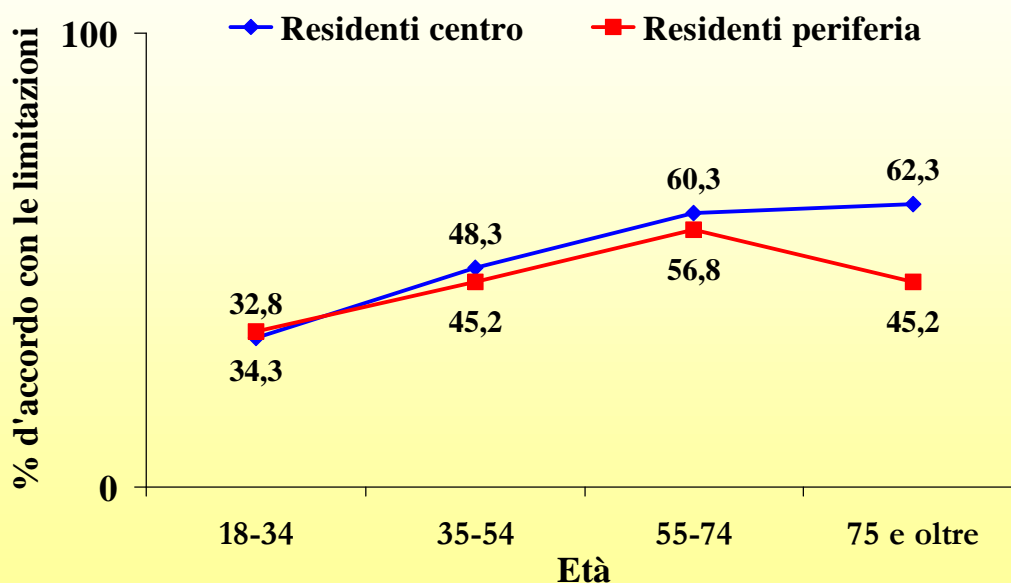
Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
49,4	46,4
30,2	29,8
19,2	16,6
42,2	40,0
14,6	11,6
27,6	28,2
3,8	5,4
3,4	6,6
1,2	1,8

39

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici, per età

(% molto o abbastanza d'accordo con le limitazioni)



40

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

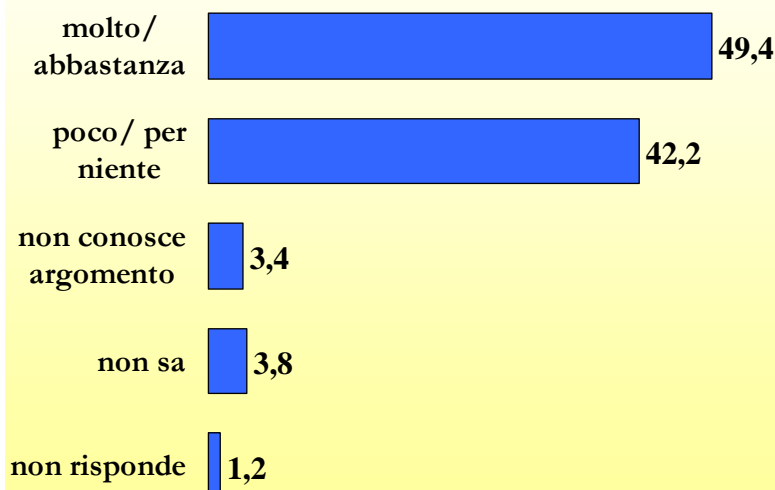


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici

(Residenti del Centro Storico; valori percentuali; n=500)

Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
<i>n=133</i>	<i>n=119</i>	<i>n=131</i>	<i>n=117</i>
51,1	45,4	45,0	56,4
40,6	42,0	49,6	35,9
3,8	6,7	0,0	3,4
3,0	5,0	3,1	4,3
1,5	0,8	2,3	0,0

41

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

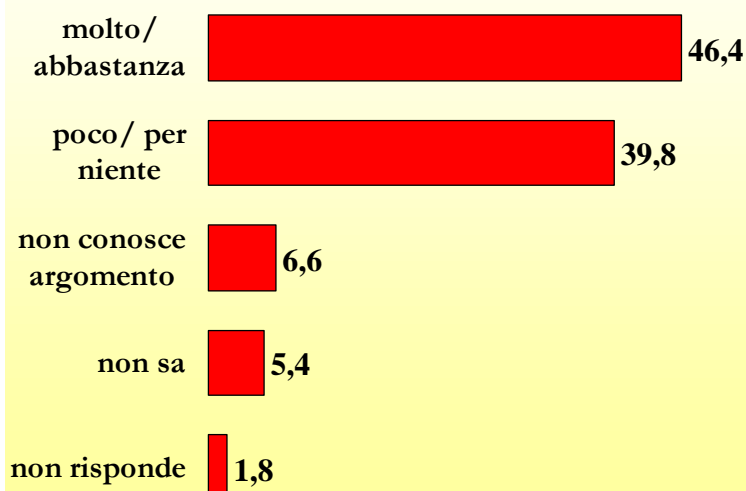


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sui limiti di vendita degli alcolici

(Residenti della periferia; valori percentuali; n=500)

Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?



Ovest	Nord	Est	Sud
<i>n=139</i>	<i>n=126</i>	<i>n=110</i>	<i>n=125</i>
41,7	42,9	66,4	37,6
39,6	47,6	20,9	48,8
10,1	4,0	6,4	5,6
5,8	4,0	4,5	7,2
2,9	1,6	1,8	0,8

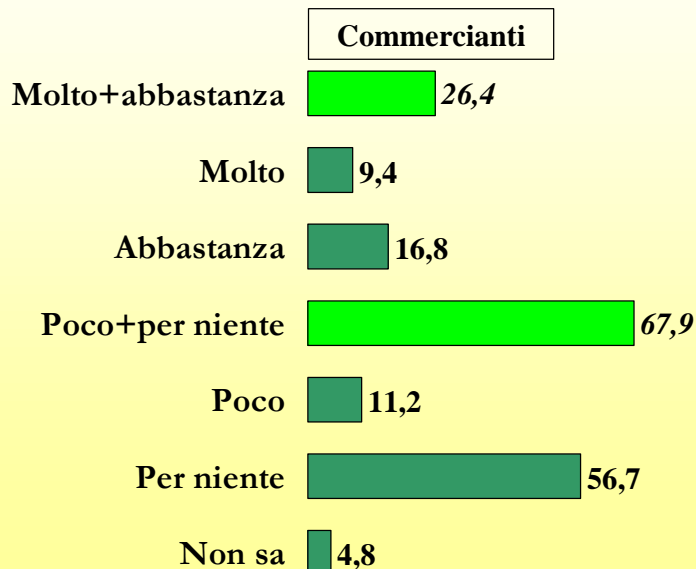
42

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinione sulla presenza degli studenti universitari

(valori percentuali; n=501)

Secondo Lei, la concentrazione in centro storico degli studenti un problema molto, abbastanza, poco rilevante, o non è un problema?



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
32,0	28,2
14,8	12,4
17,2	15,8
62,4	60,4
13,6	13,2
48,8	47,2
5,0	10,2

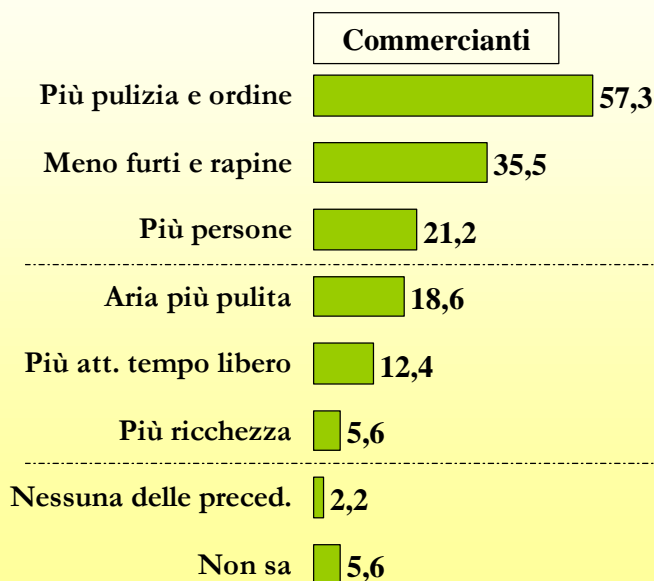
43

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Priorità di rilancio per il centro storico

(due risposte possibili; valori percentuali; 2 risposte possibili; risp 501)

Cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti?



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
58,8	48,6
32,0	41,0
13,2	9,0
32,4	33,6
21,6	19,4
1,8	2,2
2,2	1,4
3,6	8,0

44

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

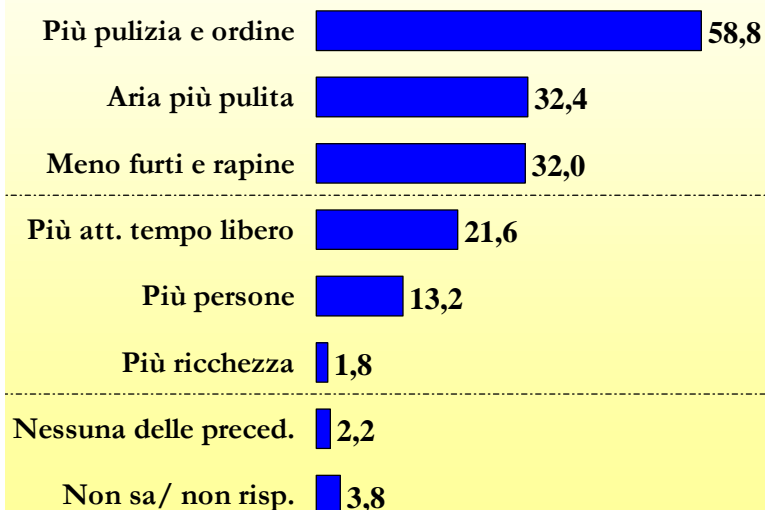


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Priorità di rilancio per il centro storico

(Residenti del Centro Storico; valori percentuali; 2 risposte possibili; risp.=500)

Cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti?



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
<i>risp=133</i>	<i>risp=119</i>	<i>risp=131</i>	<i>risp=117</i>
63,2	53,8	63,4	53,8
27,8	35,3	26,7	41,0
30,8	38,7	34,4	23,9
18,8	28,6	19,8	19,7
13,5	12,6	13,7	12,8
3,0	0,8	1,5	1,7
1,5	0,0	3,1	4,3
4,5	4,2	2,3	4,3

45

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

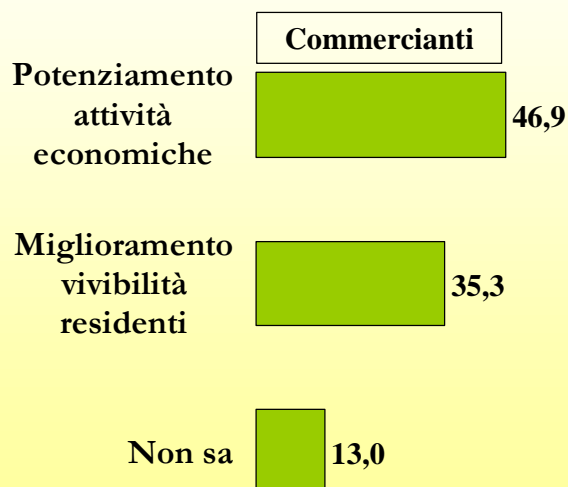


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Scelta di sviluppo per il centro storico

(valori percentuali; n=501)

Se dovesse scegliere tra le seguenti due politiche per il centro storico, quale sceglierebbe?



Cittadini residenti	
Centro(*)	Periferia(**)
<i>n=487</i>	<i>n=456</i>
18,4	25,6
71,2	56,2
8,0	14,0

46





## 4. L'OFFERTA COMMERCIALE DEL CENTRO

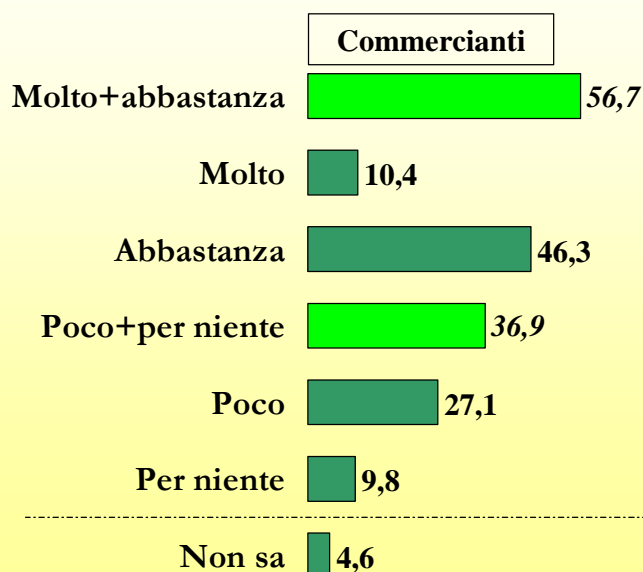
47



### Soddisfazione per la varietà dell'offerta commerciale

(valori percentuali; n=501)

Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale del centro storico è soddisfacente?



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
81,0	71,8
23,2	20,2
57,6	51,6
16,8	13,2
15,6	10,0
1,2	3,2
2,2	13,8

48

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



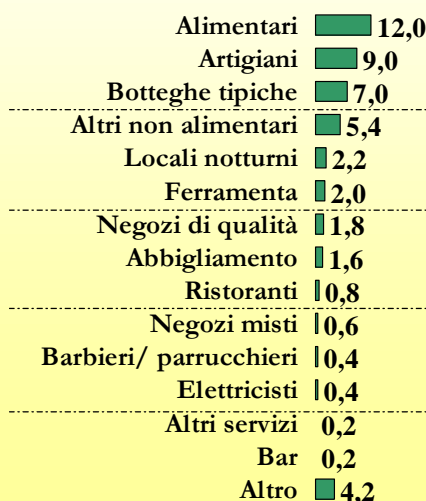
Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinioni sulla carenza di offerta

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; n=501)

Di quali attività commerciali o di servizio ritiene vi sia carenza in centro storico?

Indica almeno una attività **Commercianti** 39,1



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
n=500	n=500
33,4	28,4
6,6	3,6
4,4	4,4
0,6	1,2
8,8	3,0
0,8	0,2
5,4	0,8
0,6	0,4
1,2	1,4
0,4	0,8
5,0	2,6
1,2	-
0,4	-
0,6	-
0,4	-
4,8	4,6

49

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

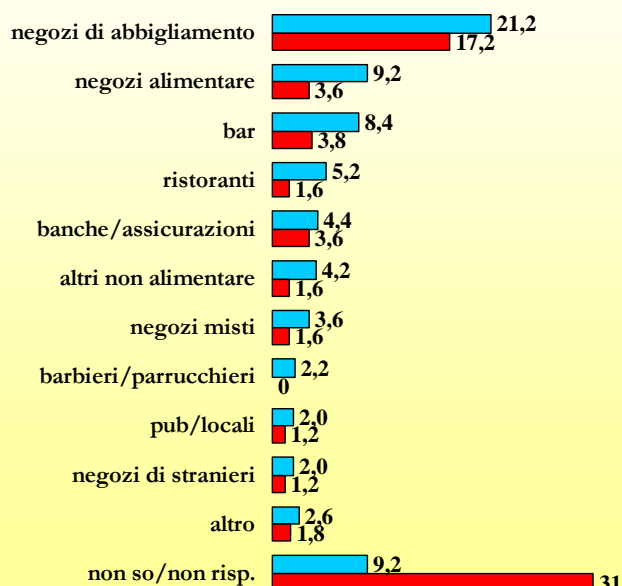


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Opinioni sull'eccesso di offerta commerciale

(risposte aperte; 3 risposte possibili; valori percentuali; Centro: risp.=500; Periferia: risp.=500)

indica almeno una attività 54,6 32,4



Quali attività commerciali o di servizio ritiene siano in eccesso in centro storico?

■ centro  
■ periferia

50

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

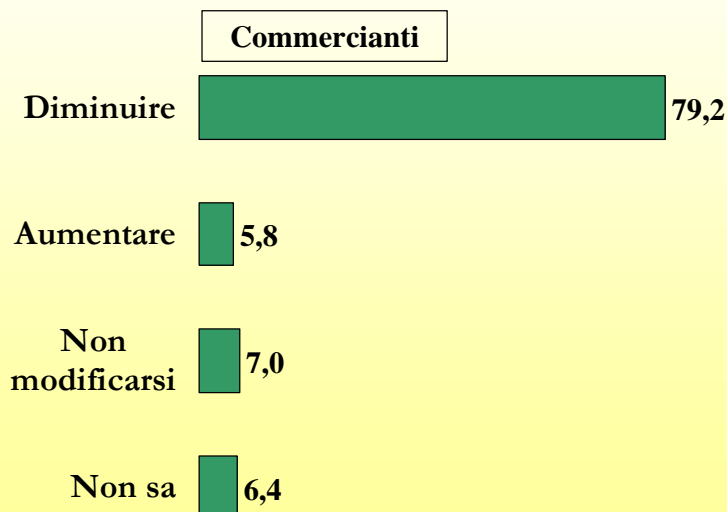


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Il futuro del commercio in centro storico

(valori percentuali; n=501)

Secondo Lei, in centro storico, le attività commerciali e ricettive in generale sono destinate a:



Cittadini residenti	
Centro	Periferia
<i>n=500</i>	<i>n=500</i>
46,8	50,0
14,8	9,4
19,8	20,4
18,4	19,2

51

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007

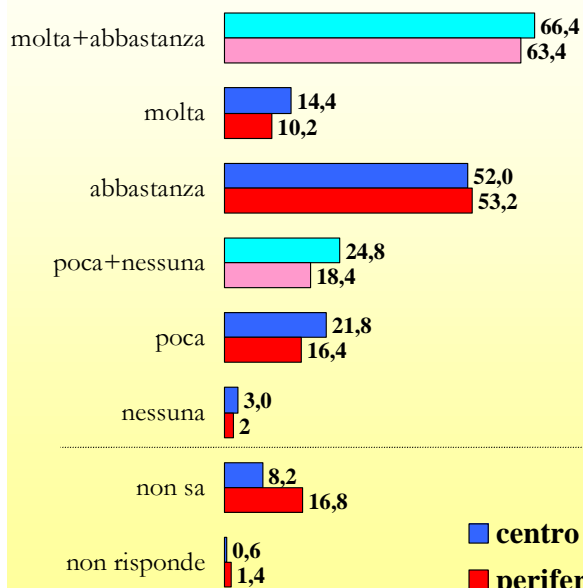


Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

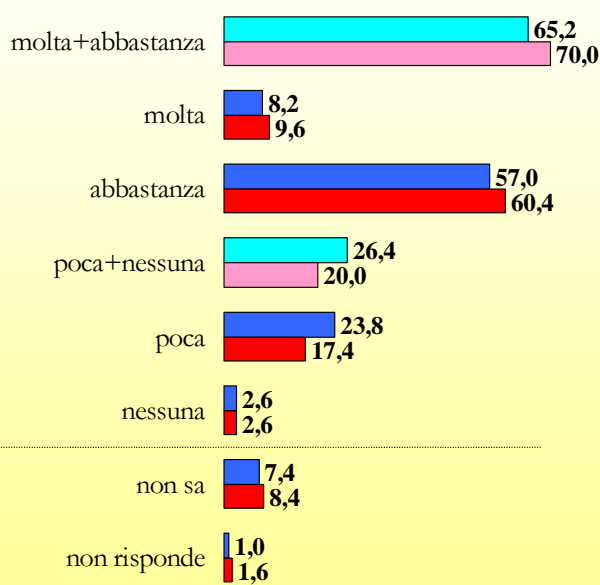
## Grado di fiducia nei commercianti

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)

In generale, Lei quanta fiducia ripone nei commercianti del centro storico di Bologna?



E quanta fiducia ripone nei commercianti in generale?



52



## 5. SICUREZZA E REGOLAZIONE: COMMERCianti E RESIDENTI A CONFRONTO

53



### Analisi delle componenti sulle variabili espressive Trattamento simultaneo dei residenti periferici, centrali e dei commercianti Totale casi: 1501. (Rotated Component Matrix)

	Componenti		
	1	2	3
Alta qualità della vita nella zona (voto 6-10)	<b>-0,406</b>	<b>0,238</b>	-0,004
Presenza segni di degrado (molti o abbastanza)	<b>0,613</b>	-0,024	0,116
Presenza di stranieri (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,382</b>	-0,134	<b>0,192</b>
Presenza tossicodipendenti e spacciatori (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,762</b>	0,018	0,026
Presenza senzatetto (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,675</b>	-0,058	0,062
Sporcizia (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,64</b>	0,08	0,025
Presenza microcriminalità (problema molto/ abbastanza rilevante)	<b>0,741</b>	-0,011	0,016
Misura più efficace contro criminalità: più prevenzione marginalità sociale	-0,059	<b>0,334</b>	<b>-0,148</b>
Accordo su Sirio (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,079	<b>0,752</b>	0,092
Accordo su Ztl (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,09	<b>0,754</b>	0,094
Accordo su pedonalizzazioni in genere (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,06	<b>0,627</b>	0,091
Accordo su pedonalizzazione zona universitaria (ok +1; non sa 0; no -1)	-0,075	<b>0,554</b>	-0,022
Per agevolare circolazione: piste ciclabili/ pedoni	-0,03	<b>0,499</b>	0,04
Opinione su regole dehours: +1 regole restrittive; 0 non sa; -1 no regole;	0,013	<b>0,221</b>	<b>0,312</b>
D'accordo col limite di vendita alcol prima della chiusura	0,011	0,094	<b>0,46</b>
Troppi negozi di alimentari gestiti da stranieri	0,114	<b>-0,208</b>	<b>0,808</b>
Troppi kebab, pizze al taglio ecc. gestite da stranieri	0,095	<b>-0,226</b>	<b>0,809</b>
Concentrazione studenti un problema (molto/ abbastanza)	0,084	0,03	<b>0,373</b>
Preferisce politiche di sviluppo economico per il centro	-0,088	<b>-0,265</b>	0,099

54

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Classificazione degli individui in gruppi definiti secondo gli scores fattoriali medi

Effetti fattoriali	Cluster means					Totale
	1 minacciati	2 reg. radical	3 lib. prot.	4 regolativi	5 sregolativi	
1 allarme securitario	0,391	-1,328	-1,433	0,589	0,497	
2 atteggiamento regolativo	0,245	0,508	-0,912	0,871	-1,035	
3 atteggiamento repulsivo	1,231	-0,513	0,728	-0,625	-0,493	
percento riga	23,8	16,9	9,7	24,1	25,6	100,0
numerosità gruppi	357	253	145	361	385	1501

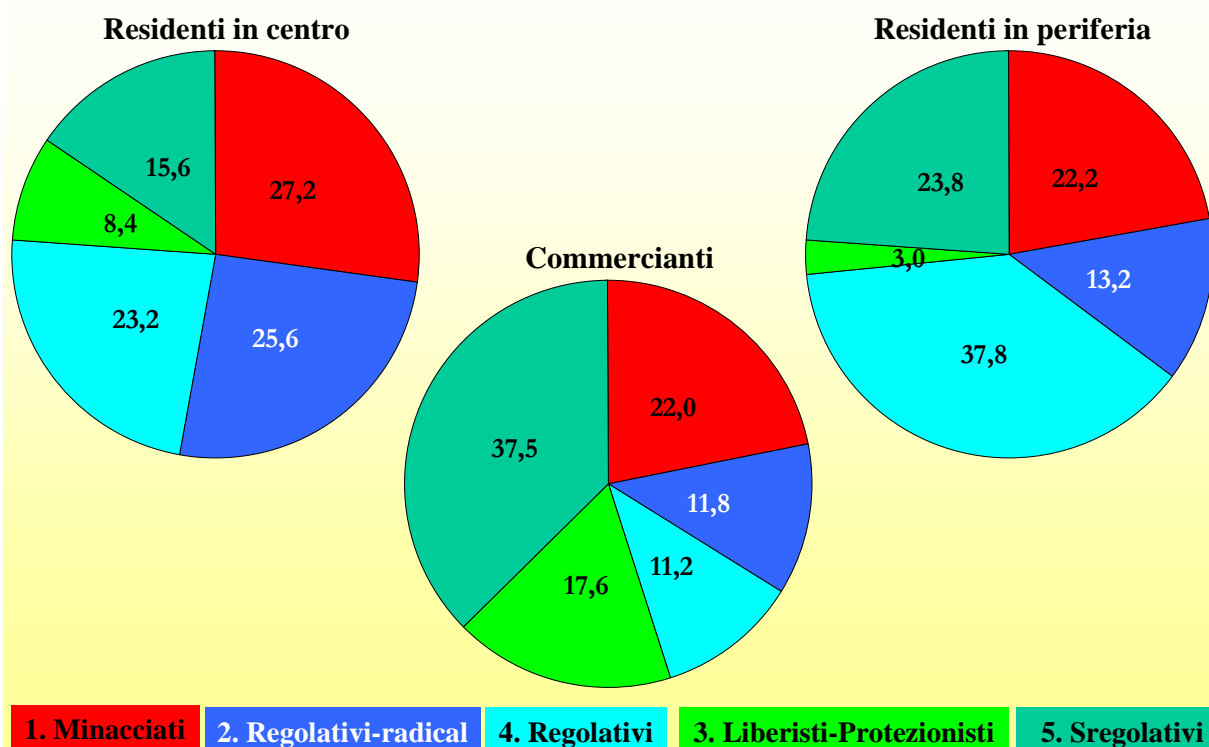
55

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Composizione delle popolazioni secondo i cluster



56

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Composizione dei cluster secondo le popolazioni



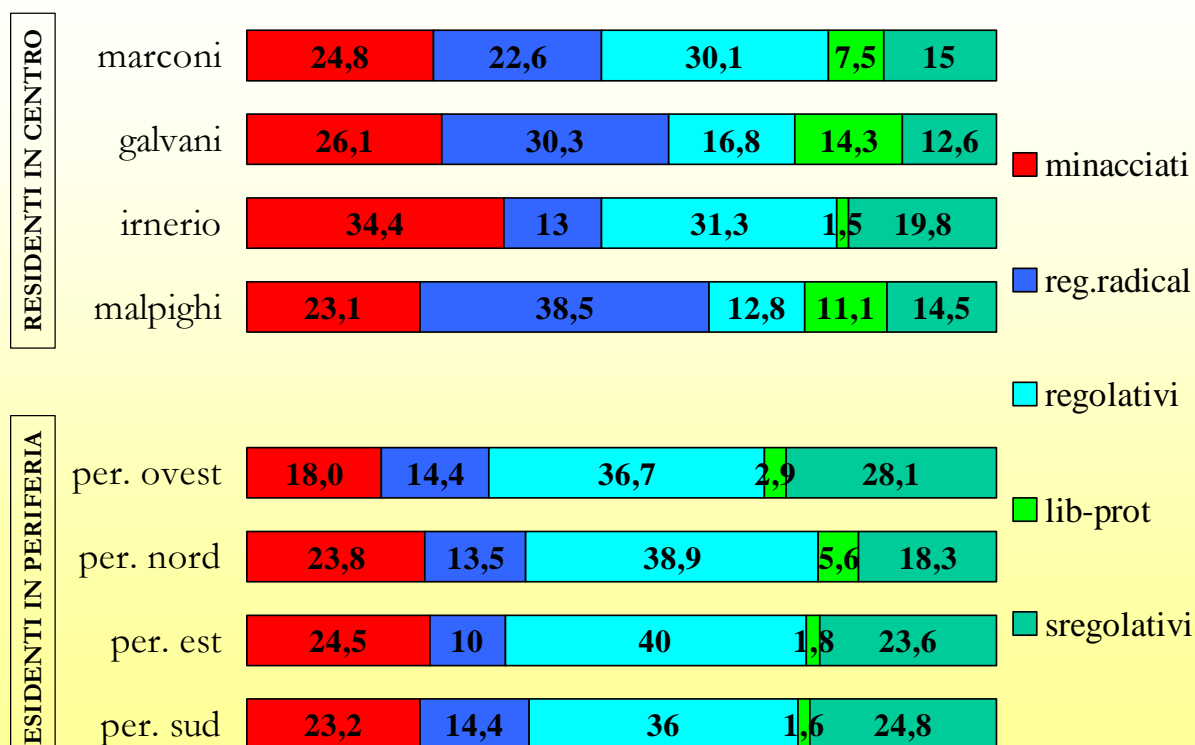
57

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Popolazioni delle diverse zone cittadine suddivise secondo i cluster



58



## 6. ANDARE IN CENTRO E ANDARE 'PER IL' CENTRO. PRATICA SPAZIALE E IMMAGINARIO FIGURALE

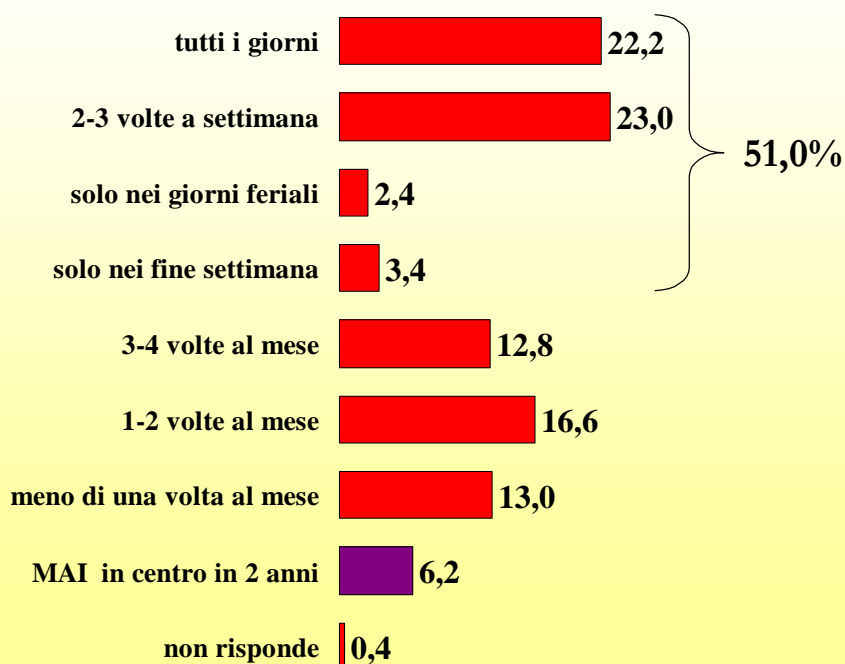
59



### Frequentazione del Centro da parte dei periferici

(valori percentuali; n=500)

Negli ultimi due anni, con quale frequenza abitualmente si reca in centro storico?



60

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

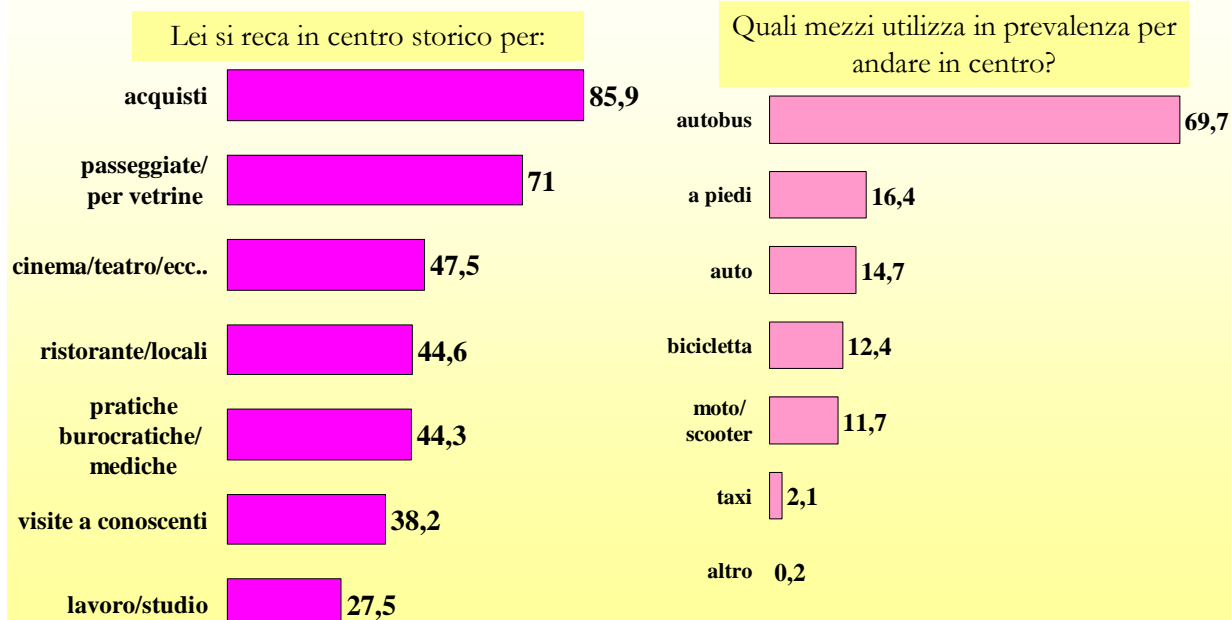


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Motivi e mezzi di frequentazione del Centro da parte dei periferici

(valori percentuali; più risposte possibili; risp.=469)



61

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

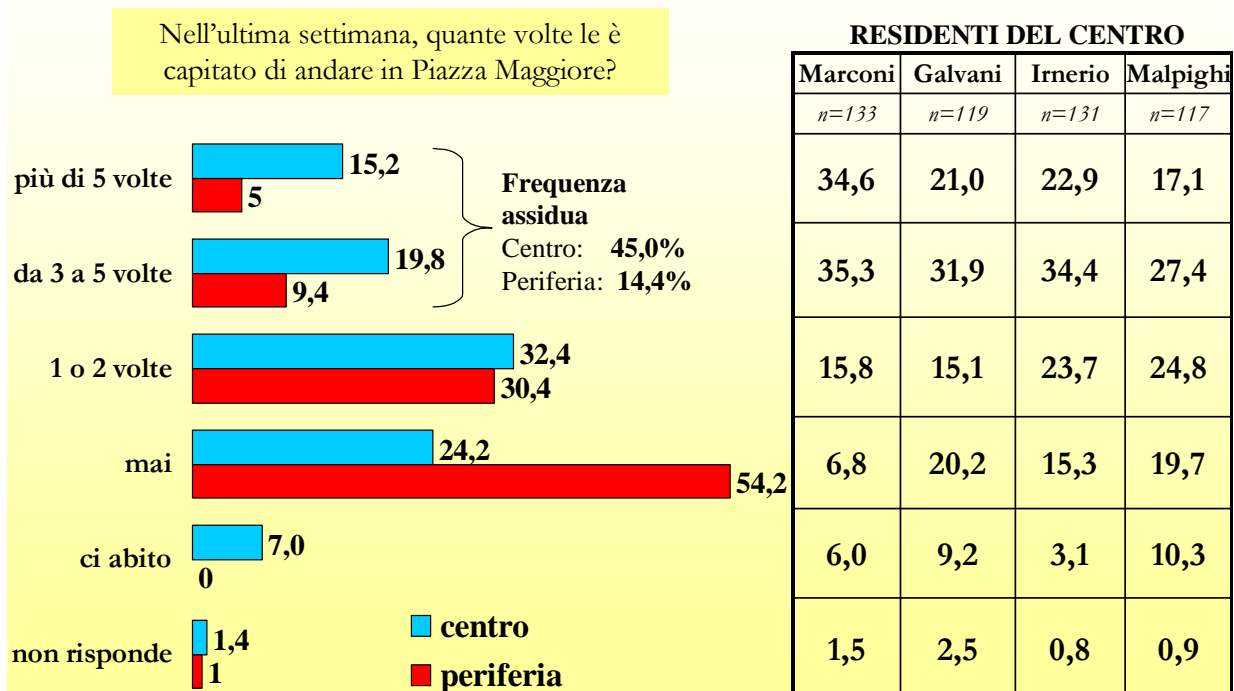


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Frequentazione di Piazza Maggiore

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



62



Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007



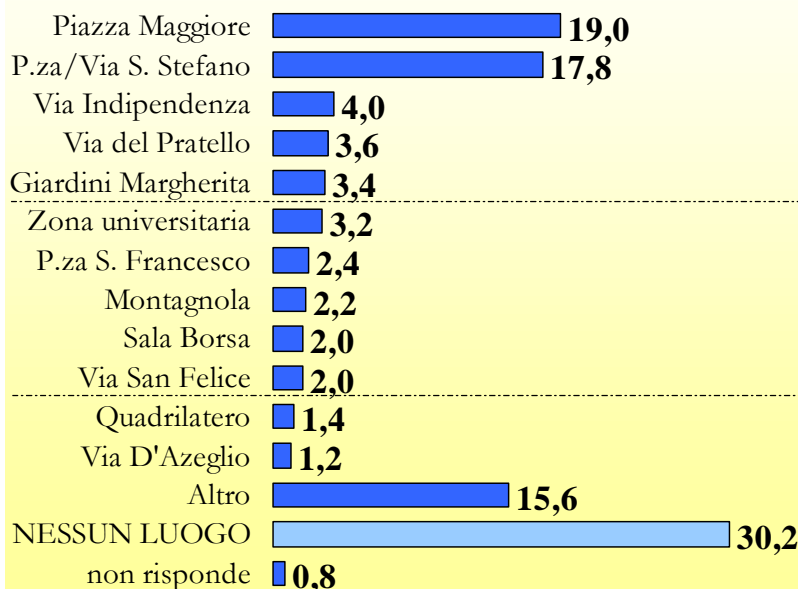
Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Luogo del Centro di frequentazione più amato nei dintorni di casa

(domanda posta ai residenti del Centro Storico; valori percentuali; più risposte possibili; risp.=500)

Qual è il luogo del centro storico che ama frequentare di più nei dintorni di casa sua?



Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
<i>n=133</i>	<i>n=119</i>	<i>n=131</i>	<i>n=117</i>
21,8	16,0	13,0	25,6
6,8	34,5	21,4	9,4
7,5	0,8	3,1	4,3
3,8	1,7	0,8	8,5
0,8	11,8	0,0	1,7
1,5	0,8	7,6	2,6
1,5	0,0	0,8	7,7
6,0	0,0	2,3	0,0
3,0	1,7	0,8	2,6
6,0	0,0	0,0	1,7
1,5	0,0	2,3	1,7
0,0	0,0	0,8	4,3
13,5	20,2	19,1	9,4
30,8	24,4	33,6	31,6
1,5	1,7	0,0	0,0

63

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

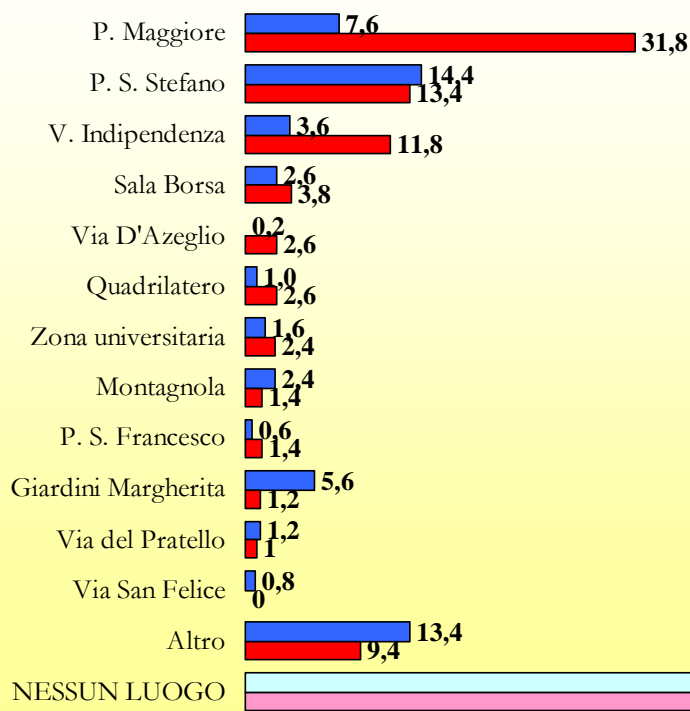


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Luoghi più frequentati del Centro Storico

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



Quale luogo del centro storico ama frequentare maggiormente?  
(\*) per i residenti del centro:  
'non vicino a casa sua'

■ centro\*

■ periferia

64

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## 7. LE ROUTINES COMMERCIALI

65

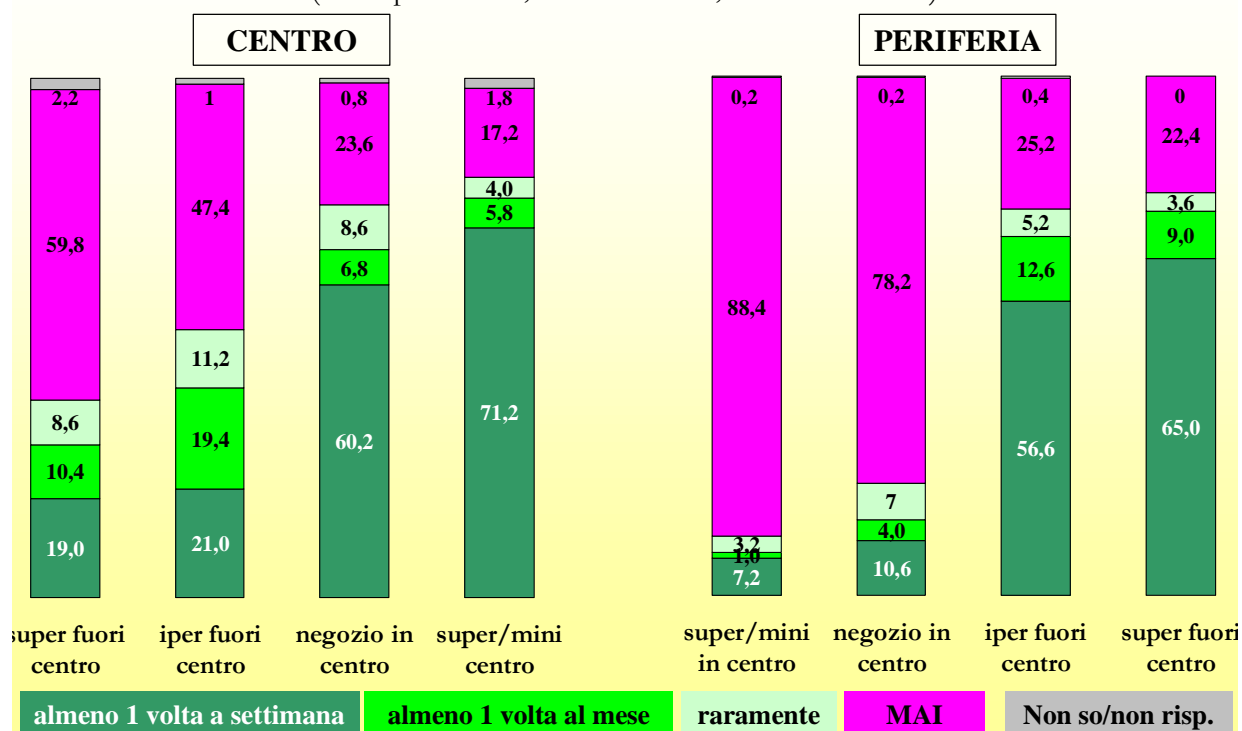
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

### Frequenzazione delle diverse tipologie commerciali

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500 )



66

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

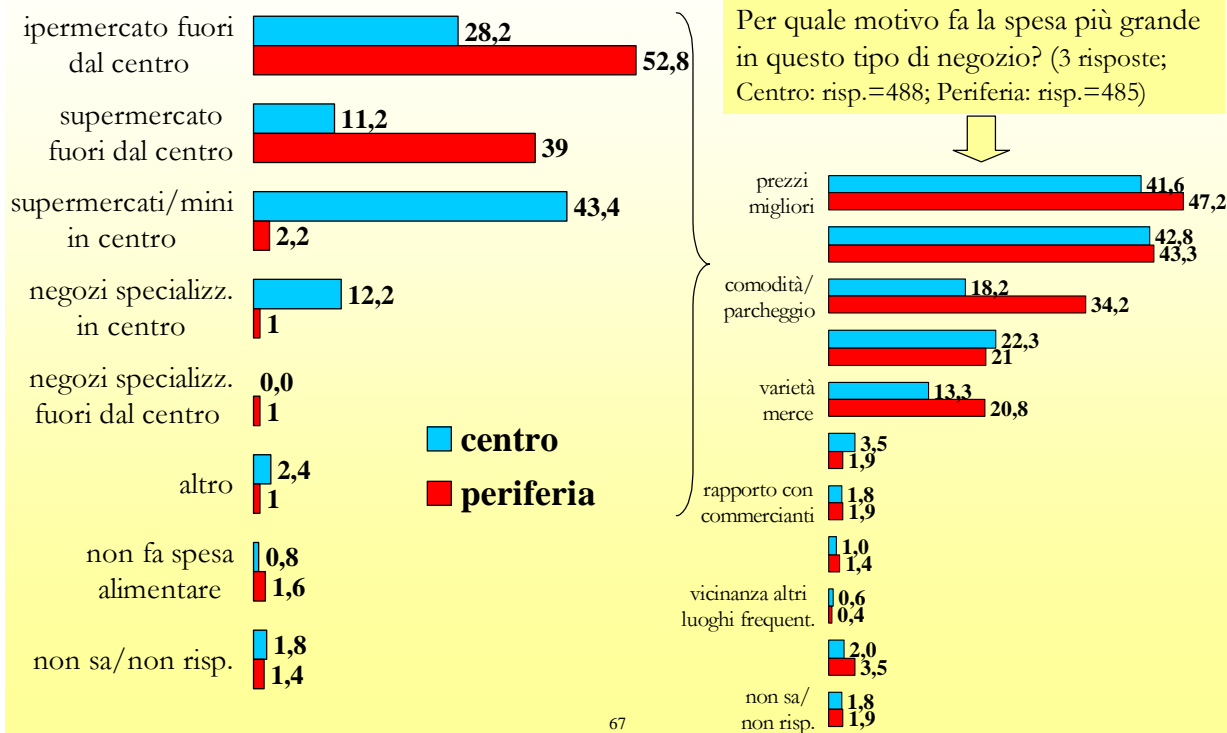


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Tipologia commerciale prevalente e motivi di scelta

(in cui viene fatta la spesa maggiore in termini economici; valori percentuali; Centro/Periferia: n=500)



Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

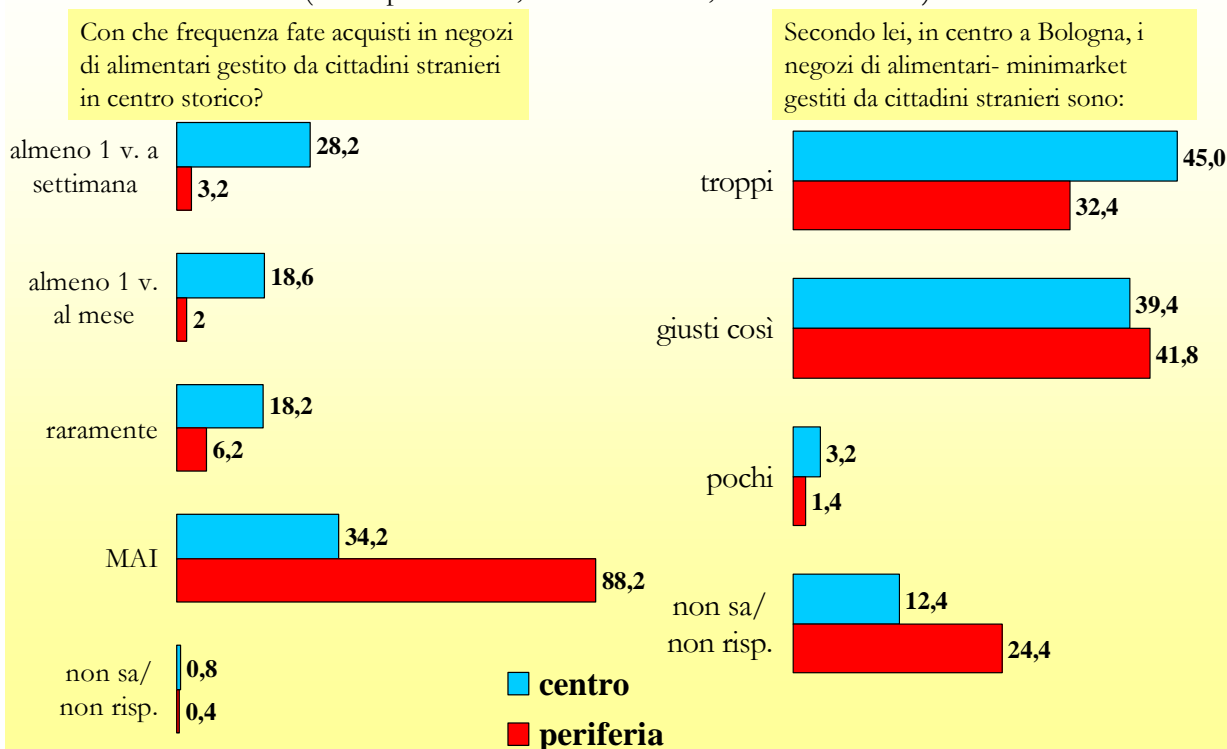


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Rapporto con commercianti stranieri di generi alimentari

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007

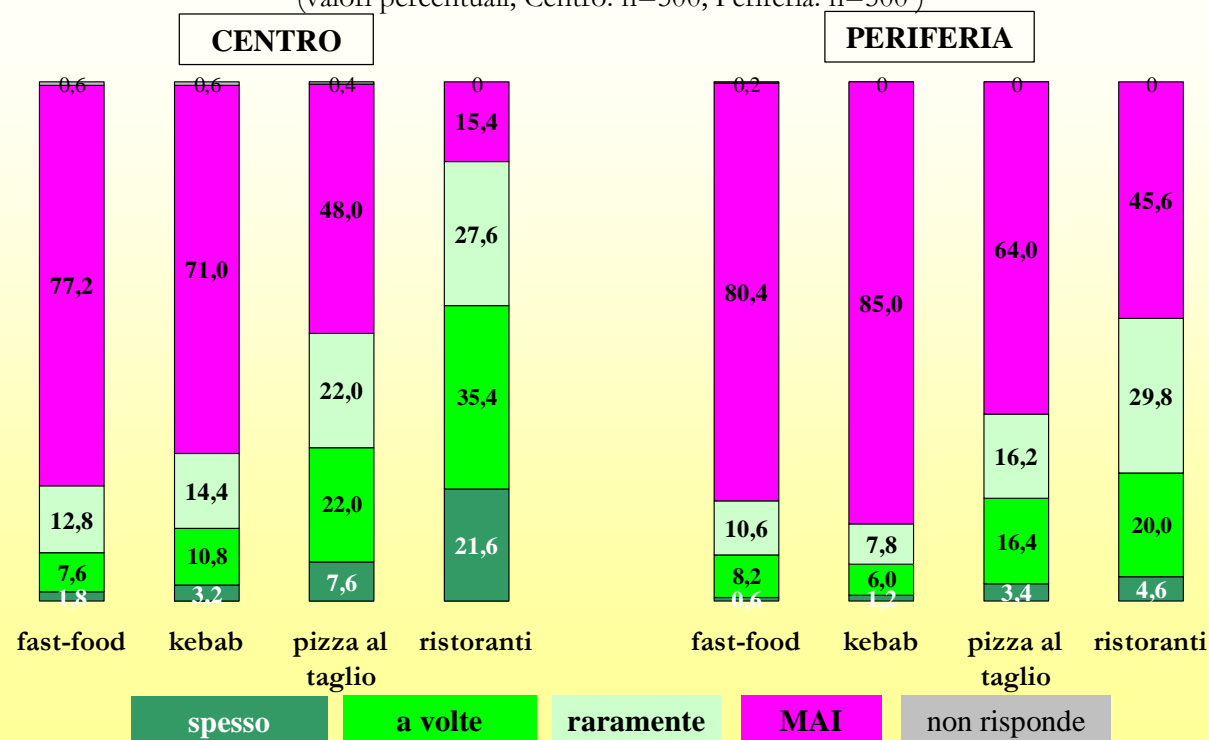


Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## La ristorazione (con che frequenza si reca in centro storico per mangiare in:

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



69

Centro Demoscopico Metropolitano

Ottobre 2007



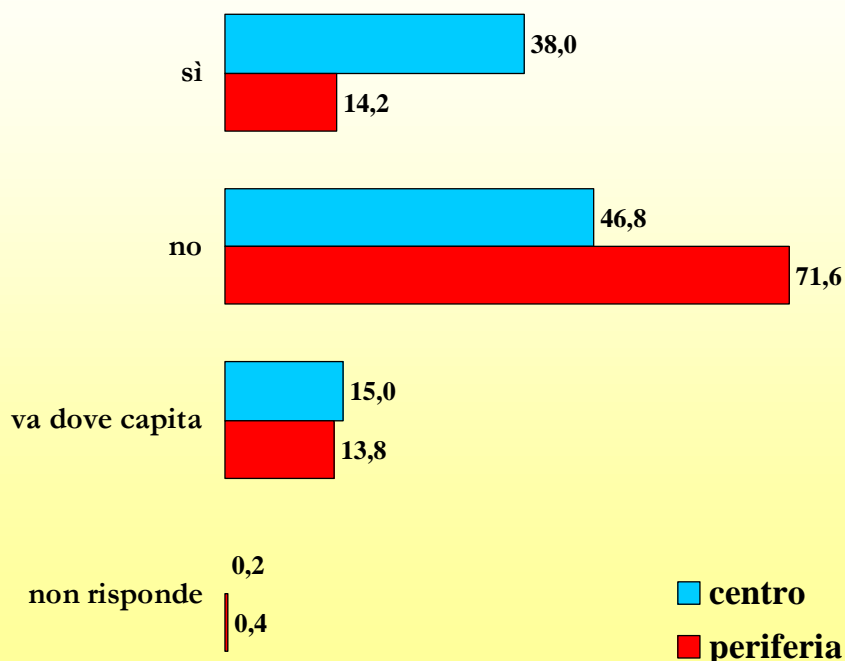
Comune di Bologna

Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Frequentazione dei bar in centro storico

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)

Lei frequenta bar del centro storico alcuni con una certa assiduità?



70

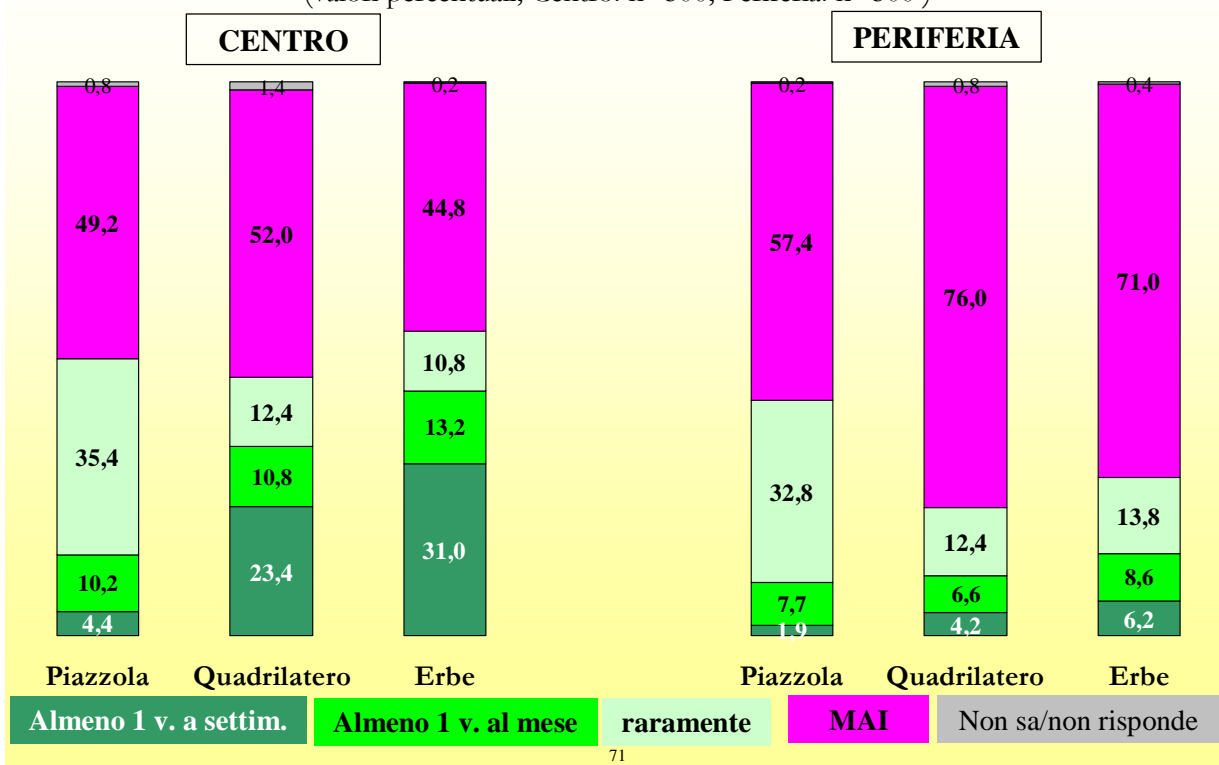
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Frequenzazione dei mercati in centro:

(valori percentuali; Centro: n=500; Periferia: n=500)



71

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## Clienti di vari tipi di punti vendita: stime di popolazione e rapporto tra numero di clienti residenti in periferia e quelli residenti in centro

	%		Stima popolazione			Rapporto clienti periferia/ centro
	Centro	Periferia	Totale	Centro	Periferia	
<b>Spese di tipo familiare</b>						
<b>Ipermercato:</b> spesa almeno una volta al mese	40,4	69,2	212.800	19.200	193.600	10,1
<b>Supermercato fuori centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	19,0	65,0	190.900	9.000	181.900	20,2
<b>Supermercato/ minimarket in centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	71,2	7,2	54.100	33.900	20.200	0,6
<b>Negozi specializzati di alimentari in centro storico:</b> spesa almeno una volta a settimana	60,2	10,6	58.400	28.700	29.700	1,0
<b>Spese di tipo individuale</b>						
<b>Mercato delle Erbe:</b> almeno una volta a settimana	31,0	6,3	32.400	14.800	17.600	1,2
<b>Mercato del Quadrilatero:</b> almeno una volta a settimana	23,4	4,1	22.600	11.100	11.500	1,0
<b>Mercato della Piazzola:</b> almeno una volta al mese	14,6	10,2	35.500	7.000	28.500	4,1
<b>Ristorazione</b>						
<b>Trattorie, pizzerie al tavolo, ristoranti in centro storico:</b> spesso/ a volte	57,0	24,6	95.900	27.100	68.800	2,5
<b>Bar del centro storico:</b> frequentazione assidua	38,0	14,2	57.700	18.100	39.600	2,2
<b>Pizzerie al taglio, piadeinerie in centro storico:</b> spesso/ a volte	29,6	19,8	69.500	14.100	55.400	3,9
<b>Kebab, rosticcerie indiane in centro storico:</b> spesso/ a volte	14,0	7,2	26.900	6.700	20.200	3,0
<b>MacDonald, Spizzico o altri fast food in centro storico:</b> spesso/ a volte	9,4	8,7	28.900	4.500	24.400	5,4

72

Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

## 8. IL GENIUS SHOPPING

73

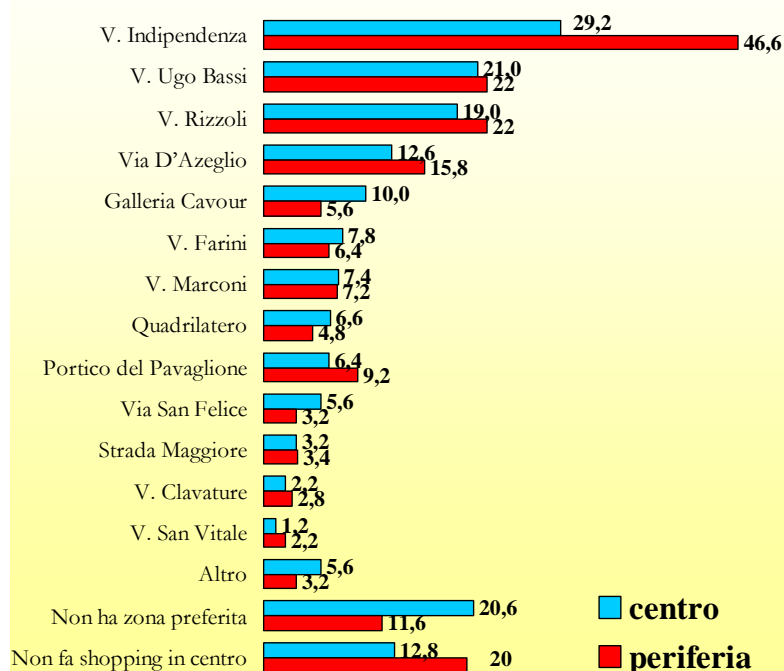
Centro Demoscopico Metropolitano  
Ottobre 2007



Comune di Bologna  
Indagine commercio in centro storico a Bologna

### Luogo del centro preferito per lo shopping

(valori percentuali; più risposte possibili;  
Centro: risp.=500; Periferia: risp.=500 )



### CENTRO

Marconi	Galvani	Irnerio	Malpighi
<i>n=133</i>	<i>n=119</i>	<i>n=131</i>	<i>n=117</i>
32,3	21,8	36,6	24,8
21,8	12,6	21,4	28,2
15,8	16,8	25,2	17,9
5,3	22,7	8,4	15,4
6,0	20,2	6,9	7,7
9,0	9,2	6,9	6,0
17,3	4,2	1,5	6,0
5,3	3,4	9,9	7,7
6,0	10,1	6,1	3,4
9,8	1,7	1,5	9,4
1,5	5,9	3,8	1,7
0,8	4,2	3,1	0,9
0,8	1,7	2,3	5,1
4,5	5,9	6,9	20,5
23,3	13,4	24,4	14,5
8,3	16,0	13,0	24,8

74

# **Considerazioni finali: dalla Civicness al Fitness**

Residenti e commercianti. Un confronto empirico fra identikit

Centro e periferia. Il discrimine dei '70: dalla città industriale a quella post-moderna

L'iper-differenziazione commerciale

Le linee evolutive

Dissonanze cognitive

Da ou-topos a eu-topos





## Dalla Civicness al Fitness

### Residenti e commercianti. Un confronto empirico fra identikit

Proviamo a riassumere le più manifeste risultanze empiriche, cominciando con quelle pertinenti ai residenti bolognesi.

- Il centro storico è guardato con trepidazione dai residenti, sia centrali che periferici. In questo sguardo si alternano due dimensioni valutative. Quella, nettamente prevalente, del ‘degrado’ - fenomeno identificato in numerosi sintomi: la sporcizia, le deiezioni, i graffiti, lo smog, il rumore, la più generale sregolatezza dei comportamenti; qualcosa che viene prima della stessa insicurezza legale. E quella, più sottotraccia, delle presenze aliene che ritrasformano e stressano la qualità simbolica ed ambientale del centro: eccesso di popolazioni presenti, specie etiliche, studenti, esercizi gestiti da stranieri, traffici illegali. Ne deriva un’idea di massima largamente condivisa dai residenti, e tanto più da quelli periferici, i quali appaiono particolarmente impressionati dal confronto fra la situazione del ‘centro’ e quella, assai più tranquilla e ordinata, del loro lotto residenziale. E’ l’idea del ‘salotto avariato’, soprattutto a causa di una virulenta insorgenza di ‘maleducazione di massa’. Estremizzando, il centro come una sorta di ‘buco nero’ della città.
- Questa visione tende a tradursi con immediatezza in una disposizione volta a tenere ferme ed espandere le politiche regolative, specie in materia di traffico (controllo negli accessi, potenziamento della mobilità con mezzi collettivi e dei percorsi ciclo-pedonali) ma anche, pure se non unanimemente, con regolamentazioni pertinenti agli esercizi pubblici (dehors, vendita di alcolici). Si tratta di un approccio regolativo che è condiviso da entrambe le popolazioni: quella centrale e quella periferica. Un approccio di tipo ‘temperato’, in quanto esclude derive estremizzanti, pure presenti, ma per nulla generalizzate, di tipo repulsivo, rivolte agli studenti ed alle minoranze etniche. In generale le politiche regolative sono viste come finalizzate alla qualificazione della vivibilità del centro, sia dal lato residenziale che della frequentabilità. L’idea di fondo, antecedente se non avversa ad ogni visione economicista, cioè ‘sviluppista’, è esattamente speculare alla percezione del ‘buco nero’: quella del centro come luogo di fruizione estetica e socializzante, ovvero del luogo ‘civico’ di eccellenza. Il ‘salotto’ da restaurare-ripristinare.
- Queste due visioni prevalenti e contestuali – l’allarme securitario e l’orientamento regolativo – girano ben alla larga, se non in rotta antitetica, rispetto ad alcuni stereotipi ricorrenti, come lo ‘spopolamento’ o la ‘desertificazione’ del centro. Semmai la preoccupazione prevalente è quella di un centro anche troppo ‘vissuto’, ma in forme perverse. La stessa offerta commerciale del centro è percepita come ‘eccessiva’ e ‘sproporzionata’ e la previsione di un ridimensionamento ulteriore non allarma minimamente le persone. Viene semmai apprezzata come una tendenza ‘naturale’. Dunque centro degradato, ma per nulla spopolato, desertificato, neppure lontanamente identificabile con l’immagine icastica e desolante delle ‘saracinesche abbassate’.
- In effetti, malgrado il pessimismo della visione, il centro storico continua ad essere intensamente vissuto. Sia dal lato residenziale che funzionale. Anche se si nota una certa decompressione libidica la più gran parte dei residenti del centro non hanno intenzione di levare le tende; inoltre continua ad essere una meta residenziale ambita per una buona fetta di coloro che non ci abitano (comunque assai di più di quelli che dal centro vorrebbero secedere). Perciò, pur nella crisi, perdura il ‘magnetismo residenziale’ del centro. Ma ancor più significativi sono i dati relativi alla frequentazione. La metà dei residenti periferici, infatti, si reca in centro almeno una volta la settimana, mentre sono circa 70.000 i visitatori giornalieri, e per i motivi più vari: lavoro, ricreazione, pratiche, ma soprattutto shopping e passeggiate. Quasi sempre in autobus, spesso a piedi o in bici, più raramente in auto o scooter. Perciò il ‘salotto’ per quanto ‘avariato’ attira, e come ! La gente ha ormai organizzato le sue abitudini di fruizione del centro a prescindere dall’auto. Il modello d’acquisto si è strutturalmente sdoppiato: da un lato la ‘spesa motorizzata’ nelle grandi strutture commerciali periferiche, dall’altro lato lo ‘shopping centrale’, ovvero la ‘spesa pedonale’. Per darsi un’idea di questo rinnovato attaccamento al centro basterà ricordare che quasi

la metà sono i cittadini periferici che nel corso della settimana transitano almeno una volta in Piazza Maggiore - cosa che interessa più del 70 % dei residenti centrali, i quali pure si guardano bene dal porla in testa alla loro gerarchia delle preferenze estetiche (dove c'è Piazza Santo Stefano). Dunque una Piazza forse meno amena d'un tempo, ma pur sempre 'centrale', ancora in grado di dispensare una forte e condivisa identificazione figurale. Di fronte a questi dati appare evidente come le politiche di limitazione degli accessi alle auto hanno salvato il 'centro', favorendo un nuovo modello di fruizione. Di contro appare totalmente fuorviante quel senso comune motoristico che ancora alberga, come una vera e propria tara culturale, in una parte non piccola degli esercenti. Viene anzi da chiedersi quale 'vantaggio comparato' avrebbe potuto lucrare la città (e la stessa offerta commerciale) se Sirio fosse entrato in funzione all'atto della sua installazione, cioè quasi dieci anni orsono, superando i cavilli legali e le opposizioni che lo hanno contrastato.

- Nonostante i mutamenti delle abitudini d'acquisto, con la clamorosa riconversione a favore dei super-mercati e degli outlet periurbani, cosa che ha interessato anche gli abitanti del centro, l'attrattività commerciale del centro resta tonica. Se è vero che c'è una rarefazione della clientela per alcuni generi, è altresì vero che gli acquirenti periferici costituiscono un sostegno irrinunciabile per gli esercizi del centro, anche di quelli marginali e più legati a routines vicinali (come i mini-market). Per non parlare dei luoghi tradizionali della mercatura, come il mercato delle erbe, il Quadrilatero e la Piazzola, o, ancor più, del sistema di ristorazione, specie 'veloce'. Ma soprattutto resta fortissima la profilatura dell' Ultra-market centrale, nelle due varianti: quella democratica di massa, della T, e quella élitaria e ricercata focalizzata sul 'salotto centrale' (Farini/D'Azeglio/GalleriaCavour). La creazione di grandi correnti commerciali incanalate dagli svincoli auto-stradali nelle aree periferiche del plesso metropolitano, perciò, non ha per nulla annichilito il grande 'surfing' centrale. Lo shopping al centro, attraverso la formazione di grandi masse pedonali, continua a corrispondere a un bisogno imperioso di auto-rappresentazione, al centro, delle masse residenti urbane. Malgrado le enormi ristrutturazioni dello spazio metropolitano e i mutamenti delle consuetudini collettive e private, esce ancora confermato il carattere essenzialmente centripeto e tendenzialmente mono-centrico del plesso bolognese. Di contro al modello segregato (e tendenzialmente claustrofobico, pure se anch'esso rispondente ai bisogni specifici della 'massa indoor'), il surfing centrale, con il suo ritmo di danza, corrisponde piuttosto al bisogno delle masse urbane di 'fare corteo', in guisa 'aerobica', 'impadronendosi della città' come 'spazio aperto', ovvero 'calpestabile' sotto forma 'pedonale'.

Passando alle risultanze pertinenti al campione dei commercianti esse possono essere sintetizzate nei seguenti punti:

- L'identikit modale dell'esercente centrale ha le fattezze di un maschio in età matura con titoli di studio medio-bassi, poca dimestichezza informatica, mentre il più delle volte risiede in periferia. La categoria dei commercianti come tale è di norma la risultante di più flussi di mobilità: prevalentemente da altri lavori autonomi e non di rado dal lavoro dipendente. La componente 'dinastica', cioè dei 'figli d'arte', è ristretta. Sicché si può parlare di un ceto 'aperto', o 'fluidò', con deboli barriere all'entrata e bassa trasmissione ereditaria. Il 34 % ha costituito l'impresa che conduce ex-novo, il 64 % l'ha rilevata da altri, quasi sempre estranei (cioè non parenti). Si tratta dunque di un ceto di 'nuova generazione', il cui aggregato si ri-forma con sempre nuovi contingenti. L'ereditarietà, già bassa all'ingresso, risulta del tutto annichilita all'uscita, dalla via che è irrisoria la quota di coloro che prevedono di trasmettere l'attività a figli o parenti. Il tratto saliente di queste indicazioni è perciò la caratterizzazione 'situazionale' del ceto commerciale.
- In effetti il turn-over delle imprese è assai elevato: un quinto esatto delle imprese si è impiantato negli ultimi sette anni. L'alta natalità si associa contemporaneamente ad una mortalità ancora più elevata, come segnalata dai dati istituzionali. Il fenomeno del turn-over è inoltre particolarmente pronunciato nei pubblici esercizi, che è anche l'unico comparto graziato da una crescita strutturale.
- Le aspettative dei commercianti sono segnate da una elevata incertezza dalla via che solo un quinto delle imprese è collocato in un trend di crescita duraturo: investimenti, utili, clientela tonica. Un altro quarto, specie le imprese 'solitarie' e 'familiari', è dislocato su una china di scivolamento

al termine della quale si profila, a breve, la chiusura o la cessione. La parte restante dei commercianti, i più, si barcamena in una condizione di stabile ‘turbolenza’. Ne esce un quadro economico-psicologico caratterizzato più dalla ‘resistenza’ che dalla ‘resilienza’, cioè più dal ‘tirare a campare’ (con il correlato dei ‘remi in barca’) che dall’adattamento ottimistico/creativo alle sfide. I motivi all’uscita, in ogni caso, sono di carattere fisiologico: essenzialmente l’età anagrafica e la caduta degli utili.

- Il dilagare di un’indole adattiva gravata dalla passività, peraltro, trova alimento in un acuto stress concorrenziale. Clientela calante/concorrenza crescente, con la conseguenza di una accidiosa paralisi psicologica. Larga parte dei commercianti vede con ostilità la concorrenza, giudicata ‘sleale’, degli esercenti stranieri, ma guarda in ‘cagnesco’ anche i colleghi di comparto, valutati normalmente in eccesso. D’onde il paradosso di una categoria che accusa una contrazione sociale nel mentre si auto-valuta come pletora. E’ il classico ‘dilemma del prigioniero’. L’ampia ostilità all’ormai decennale decreto Bersani lascia trasparire una qualche nostalgia ‘corporativa’ per il passato, quando non c’erano la grande distribuzione né sub-insider stranieri mentre le licenze erano rigorosamente contingentate. Il corporativismo protezionistico, del resto, è la soluzione (puramente logica, quindi realmente illusoria) al dilemma del prigioniero: salvaguarda l’individuo (e il suo privatismo patrimoniale) nel mentre toglie i concorrenti di turno. Si fa ‘gruppo’ (di pressione) senza dover elaborare né gli elementi complessi della socialità-solidale né una coscienza stoicamente adeguata dell’autonomia individuale.

- Questo modo paradossale di ‘fare gruppo’ è testimoniato dall’indice di adesione alle categorie: un esercente su due. Una cifra che può essere guardata in due modi: come un ‘pieno’ (soprattutto nel quadro della più generale crisi di sciabilità che caratterizza la realtà contemporanea), ma anche come una ‘mancanza’, tanto più che i commercianti che ripongono una piena fiducia nelle proprie rappresentanze categoriali sono quattro su 10.

- La visione del ‘centro’ proposta dai commercianti è nera quanto e più di quella dei residenti. Elevatissima è la sindrome securitaria. Più legata, tuttavia, al cosiddetto ‘degrado’ (ancora l’idea del ‘salotto avariato’) che all’illegalità. La stessa esposizione al rischio di vittimizzazione, una volta depurati i micro-reati, come la graffittatura delle saracinesche e il taccheggio, intrinseci all’esercizio dell’attività, è forse al di sotto della media che affligge i residenti. Ma le strategie perorate dai commercianti marcano una netta distinzione rispetto a quelle avanzate prioritariamente dai residenti. Se è vero che non manca una componente ‘regolativa’, coinvolgente almeno un terzo dei commercianti, l’inclinazione prevalente piega verso una aperta ostilità ai provvedimenti regolativi, specie quelli centrati sulle limitazioni al traffico privato. C’è perciò una sensibile quanto paradossale differenza di vedute fra gli esercenti e la loro clientela, sia residente in centro che in periferia. Mentre i residenti, proprio in quanto shopping-men, pensano al commercio in centro all’insegna di una fruibilità in stile slow-soft, cioè a piedi e in condizioni di sicurezza, ovvero in termini di ‘crescita’ della vivibilità, i commercianti pensano prevalentemente in termini di ‘sviluppo’, cioè secondo uno stile hard, desideroso di un accrescimento del reddito attraverso la massima banalizzazione veicolare. In questo contesto si staglia ancor più la rilevanza ‘totemica’ di Sirio. Ma in guisa schizoide: un ‘angelo custode’ per la più gran parte dei residenti, un invisibile occhio panottico per il maggior numero dei commercianti.

Questa frattura che oppone in forme così paradossali e antipodiche i commercianti e la loro clientela sembra rivelare una clamorosa ‘dissonanza cognitiva’. E’ perciò necessario svolgere, in proposito, qualche approfondimento. Prima, tuttavia, è necessario tratteggiare le più rilevanti trasformazioni oggettive intervenute nel periodo medio-lungo. Cos’è, infatti, questa ‘crisi’ del commercio e questa sua supposta coincidenza con la crisi del centro storico ? E’ vera una, è vera l’altra, o sono false tutte e due ? Al di là delle semplificazioni spannometriche, è cruciale domandarsi cosa è cambiato nel tempo.

## **Centro e periferia. Il discrimine dei '70: dalla città industriale a quella post-moderna**

Il punto di discrimine può essere colto negli anni '70. Sino almeno alla metà dei settanta, il commercio a Bologna era articolato su due livelli: la periferia e il centro.

Nella periferia l'offerta commerciale serviva una domanda di carattere rionale/vicinale. Una domanda di consumi in forte crescita al seguito dell'urbanizzazione di massa ed alla formazione delle periferie. La più gran parte degli esercizi, per l'intera gamma merceologica, ivi compresi l'arredamento e i beni tecnologici di massa, dai frigo alle televisioni, era concentrata ai lati delle radiali di accesso alla città: la Via Emilia, levante e ponente, Porrettana, Via Andrea Costa, Murri-Toscana, Massarenti, Galliera ecc. Un aspetto che ancora persiste e conferisce a queste vie una dimensione caotica ed iper-trafficata. La grande distribuzione era ancora assente. Il sistema degli esercizi pubblici seguiva un modello ancora più capillare, soprattutto per quanto riguarda i bar, che allora non servivano una popolazione passante, bensì residente, con una funzione attrattiva legata soprattutto al gioco (le carte e il biliardo). I bar erano distinti in due categorie: i bar-latteria, riservati alle donne, e i bar-case-da-gioco-sala-Tv, regno esclusivo dei maschi (e, in certe sere settimanali, nell'epoca eroica della prima Tv, ovvero di 'Lascia o raddoppia', delle famiglie). Sorta di 'passatempo integrale', come nel modello del Pub, e con grandissima ricorsività vicinale: almeno uno ogni trecento metri. I servizi di ristorazione erano poco sviluppati se non sulle arterie di grande traffico (emblematici i punti di raduno dei camionisti, gli unici che allora mangiavano 'fuori casa' senza ricorrere alla 'gavetta'). I modelli erano quelli della tradizionale trattoria, giacché le pizzerie erano rarissime. L'artigianato di servizio era conforme a una società basata sulla piccola riparazione, rilevantissima nella prima fase dei 'beni durevoli' (riparatori radio-Tv ed altri elettrodomestici, nonché meccanici auto, bici, moto ecc.), ma anche sulla persistenza di una produzione artigianale modulata sugli eventi tipici nella scansione del ciclo di vita (matrimoni, cresime ecc.). Dal ciabattino, al sarto, al falegname. L'artigianato edile era scarso, sia perché non c'era ancora la proprietà diffusa dell'abitazione, sia perché molti lavori (muratura, idraulica, elettricità ecc.), tanto più in una società composta in via prevalente da operai dell'industria di provenienza rurale, dunque armati di una corposa cultura della manualità, erano eseguiti in economia dai diretti interessati o loro conoscenti. I cinema erano scarsi, ma molto numerose, data la disponibilità di spazio, erano le 'arene estive', sovente nei pressi delle sale da ballo e delle case del popolo (a loro volta incorporanti i bar-ritrovi). In una città nella quale le ferie estive erano solo agli inizi, le estati erano 'lunghe' e il sistema del 'tempo libero' o 'dopolavoristico' di scala rionale toccava il top proprio in questi mesi. I bar, come i luoghi di ritrovo in genere, erano consustanziali a una società basata sul lavoro di fabbrica. Ne erano cioè il complemento 'dopolavoristico': un tempo scandito da una precisa organizzazione e da un sistema di regolazione sociale fortemente strutturato. In sintesi l'offerta commerciale e di servizi nella periferia era contestuale a una città industriale in rapida espansione e popolata in larga misura di famiglie nucleari di carattere operaio. Una città in tumultuosa modernizzazione, ma strutturata su precise ripartizioni di ruolo (fra uomini e donne) e peculiari organizzazioni del ciclo di vita. Essa era presidiata da un equilibrio fortemente strutturato fra il 'benessere economico', con i suoi consumi individuali standardizzati nelle tipiche serie lunghe del fordismo, e 'integrazione sociale'. Più in dettaglio, dal lato degli stili di vita, vigeva un equilibrio originale fra le nuove modalità industriali del 'consumo necessario', e pratiche ancora vitali di auto-consumo domestico. Pure se in declino persisteva una domanda 'personalizzata' di prodotti e servizi di serie 'corta', a misura del sistema tradizionale dell'artigianato. Emblematici il vestito da matrimonio o altra cerimonia commissionato al sarto o la 'camera nuziale' eseguita su misura nei laboratori di falegnameria, né vanno dimenticati certi pendolarismi con il vicino Umland rurale ancora popolato da parenti e affini per l'approvvigionamento alimentare. I negozi d'abbigliamento, infine, erano pochi, mentre erano assai numerose le mercerie e i negozi di tessuti.

Il centro, per contro, aveva una caratterizzazione molto promiscua. Era una zona residenziale fortemente 'segregata', spaccata cioè in due componenti di massima (cfr. i lavori di F.Anderlini sul centro storico in *Dopo l'urbanizzazione*, Clueb, Bologna, 2003): la zona storica, in molte parti

fatiscente, abitata dal popolo minuto, sia operaio che autonomo, la zona moderna (quartieri borghesi di fine ottocento-inizio novecento ed edificazioni del dopoguerra nella zona di Nord-Ovest) abitata dalla borghesia. La popolazione studentesca, tutta di estrazione ‘borghese’, sino alla ‘liberalizzazione degli accessi’, era contenuta al di sotto delle 18.000 unità, per metà, in via di stima, fuori-sede. In centro storico, spesso nei palazzi nobiliari de-funzionalizzati, insistevano ancora molte piccole imprese manifatturiere, mentre larga parte del ‘terziario direzionale’ era localizzata nel quadrante Marconi. La struttura commerciale era per una parte a servizio dei residenti centrali, cioè un ‘piccolo commercio’ di rilevanza rionale-vicinale, e per l’altra parte a ‘servizio della città’. I luoghi di questa centralità cittadina erano identificati, allora, più che dalla T odierna, da una sorta di Pi greco arrovesciato, costituito dalle due aste parallele di Indipendenza e Marconi (già Via Roma; entrambe emblematiche della ‘modernizzazione’ d’epoca fascista) e dalla trasversale congiuntiva di Rizzoli-Ugo Bassi, potenziata dai sotto-passi dozziani dei ‘60 – luoghi che assieme ad altri ‘passages’ indoor, assursero, nell’epoca, a modalità letteralmente ‘trendy’. In più dalle centralità dell’antica mercatura: quadrilatero, mercato delle erbe e Piazzola. La gente si recava in centro per acquistare prodotti rari e di qualità, ma anche generi di largo consumo, sia nell’alimentare che nell’abbigliamento. In un mondo basato su una secca divisione dei ruoli familiari (il maschio operaio, la moglie casalinga) l’immagine della massaia in autobus carica di sporte proveniente dal mercato di mezzo era un motivo ricorrente. I pochi grandi stores vestimentari destinati all’acquirente-massa, dalla Standa ad Upim, da Vittadello a Nicoletti (quet’ultimo declamato con il Brandy Stock dalle tribune del Comunale), infatti erano localizzati in centro, prevalentemente in zona Marconi, accanto a esercizi specializzati e rinomati: cappelli, guanti, merceria, pelletteria, tessuti ecc. La ristorazione era articolata nelle tradizionali trattorie popolari e nei ristoranti esclusivi e di grande accreditamento. La fast-ristorazione era circoscritta ad alcuni episodi: un solo self-service (l’attuale Bass8, in realtà datato dai ‘60), le pizzerie da banco di Altero, la birreria Lamma e poco altro. Fatta astrazione da quelli centrali i bar seguivano il modello vicinale tipico di tutta la città, mentre le ‘osterie’ erano veramente tali, cioè luoghi di mescita di vino da sorseggiare assieme a olive e uova sode, e quindi necessariamente rare, cioè localizzate, una tantum, negli addensamenti di popolo minuto (e border-line, come nel Pratello o Mirasole). Osterie di borgata, a servizio di un popolo etilista e della notte, se non trasgressivo, allora veramente circoscritto. Contrariamente a una certa visione agiografica oggi in auge di una old-Bologna godereccia e spensierata a più non posso, in una città industriale dove gran parte della popolazione si levava all’alba per raggiungere le fabbriche, il flaneur notturno era una vera rarità. E comunque seguiva rotte catacombali, più nei bar dove era largamente diffuso il gioco d’azzardo (mitici i grandi gorizianisti che pescavano ‘polli’ girovagando da un bar all’altro) che nei night. Luoghi di grande modernità, urbana e di massa, erano invece i cinema, dalla prima alla terza e quarta visione: grandi strutture ‘magiche’ atte a raccogliere nei fine settimana, convogliate dagli autobus, masse enormi di famiglie e cittadini-voyeurs periferici. Dunque, in sintesi, un centro dimensionato su due caratterizzazioni: città storica con una sua popolazione, socialmente promiscua, ancora articolata in ‘borghi’, e distretto commerciale di scala cittadina: insieme antico e ‘moderno’. Un centro che si pone, insieme, come città antica o storica, città che persiste nella città, e centro di servizio dell’insieme della popolazione residente urbana. Un centro, in altre parole, ‘radicato’ nella nuova città industriale.

Dalla metà dei ‘70 comincia a delinearsi una trasformazione radicale che può dirsi compiuta nei ‘90, ma con effetti dinamici tendenti a crescere in via esponenziale. Prende corpo la città post industriale, basata in prevalenza sull’economia dei servizi. Come conseguenza muta vistosamente il paesaggio urbano, tanto della periferia che del centro.

Nella periferia cominciano a chiudere o a delocalizzarsi le industrie, per essere sostituite da nuovi quartieri residenziali e centri commerciali. Nel mentre scompare quell’artigianato produttivo e di servizio (sarti, ciabattini, falegnami, panettieri, lattonieri, fabbri-ferrai, ecc.) con il quale la ‘città’ si era identificata sin dal suo sorgere. Il modello ‘usa e getta’ e la vendita dei componenti sostitutivi ad opera delle case madri, rende totalmente inservibili le attività di riparazione. In compenso prende

vigore, a fianco di una fiorente sub-fornitura meccanica, un artigianato legato alla diffusione della casa in proprietà (nel giro di venti anni, dal '71 al '91, le famiglie proprietarie passano dal 30 al 60 %) con l'apertura di un vasto mercato delle ristrutturazioni manutentive: imprese edili, idraulici, caldaisti, elettricisti, fontanieri ecc. Del resto, uscite di scena le coorti operaie-contadine con la loro cultura del 'saper fare', la gente (modo sintetico per segnalare un vasto e composito ceto medio impiegatizio) è ormai priva di quelle abilità manuali necessarie per provvedere al proprio patrimonio fisico, se non a diverse attività riproduttive. Peraltro, anche le avesse, sarebbe impedita ad esercitarle per le nuove regolamentazioni basate sulla 'certificazione' professionale. Il commercio vicinale entra in grave sofferenza, per la nascita dei super-market e poi, nell'estrema periferia, degli iper, mentre la vendita dei beni durevoli (dal mobilio agli elettrodomestici, al bricolage ecc.) si localizza nei 'mercato' e negli outlet suburbani. Poco alla volta scompaiono i bar testimoni della grande vita sociale dei '50-'60, assieme ai cinema, alle arene estive, ai dancing ed alle sale da ballo (sostituite, assieme all'orchestra live, dalle discoteche e dai loro Dj, anch'esse localizzate nell'area suburbana – come narrato da A.Mingardi in *Permette un ballo signorina ?*). Unica, residuale, attualizzazione del modello ginnico-seduttivo del 'corpo di ballo', le palestre e gli esercizi del fitness. Si potrebbe quasi dire: dalla 'civiness' al 'fitness', ovvero dalle pratiche civiche di quartiere ad alta densità sociale, cioè basate sulla 'prossimità' sociale, alle pratiche del neo-narcisismo corporeo. Quasi tutte le attività di acquisto e divertimento collettivo sono ormai mediate dall'automobile e radicalmente sganciate da ogni forma trascendente di ritualità sociale. E' piuttosto il consumo stesso, per sé, con le sue cadenze di massa e la sua straordinaria 'proliferazione', a farsi rito collettivo, cioè surrogato generale della socialità perduta - come accade nell'outlet, vero tempio della moderna socialità commerciale. Chi confrontasse la fotografia scattata sulla fine '60 – inizio '70, di un qualsiasi quartiere periferico, con la situazione odierna, resterebbe attonito per il radicale mutamento. Davvero un'altra era geologica. Niente bar da gioco, e case del popolo, poche parrocchie che fanno fatica a resistere, niente cinema e sale da ballo, niente fabbriche, e neppure l'ombra degli artigiani-filosofi proto-socialisti fusi con il popolo (quelli di cui parlava Hobsbawm), oggi sostituiti dalla più prosaica categoria dei 'lavoratori autonomi'. In compenso grandi aree commerciali e residenziali (negli spazi lasciati vuoti dalla dismissione industriale), gelaterie, molte pizzerie, ristoranti orientali, numerosi locali da asporto, bar e snack a servizio di clientele fugaci e dei city user's gravitanti sulle polarizzazioni terziarie. In realtà se per quartiere si intende, seguendo Linck, un aggregato sociale spazialmente determinato e con una conforme coscienza geo-sociologica, oggi i quartieri non esistono più. Ciò che rimane sono scampoli e residui sociali sparsi su un territorio sovente in difetto anche dal lato delle emergenze figurali (perché mancano o perché sono inflazionate). In mancanza d'altro sono semmai i grandi centri commerciali a fungere da luogo di riconoscimento avendo avvocato a sé anche la funzione toponomastico-menemonica delle 'località' – geografiche, come nel 'CentroBorgo' o del 'Centro-Lame', per fare degli esempi; o funzionali, come nelle 'Officine Minganti', dove non si fabbricano torni ma si vendono merci in un contesto assai elegante (e che, quantomeno, ha conservato gli stilemi figurali della vecchia fabbrica, mentre alla Riva-Calzoni il terreno vetero-industriale è stato consacrato al punto da impedire ogni riferimento mnemonico.....). Ciò non significa, beninteso, che i quartieri sono diventati 'anonimi' e 'degradati', cioè mere 'periferie'. Lungi da chi scrive ogni idea 'romantica' (anche se si può aver dato qualche impressione in proposito). Anzi ! La qualità residenziale, ambientale e funzionale è talmente cresciuta nello standard da annichilire totalmente ogni confronto col passato. La partecipazione associativa, pure in un contesto di forte 'individualizzazione', resta tonica. Ci sono le società sportive, di volontariato e i centri anziani. Le stesse pratiche d'acquisto, come nel caso delle coop di consumo, sono spesso implementate da reti di fidelizzazione dispensatrici di identità e con un indotto socializzante che le trascende (come nelle campagne ecologiche o contro la povertà). I centri commerciali, inoltre, hanno per loro natura una dimensione 'democratica' che li pone in un contralto positivo rispetto all'esclusivismo cetuale (e reddituale) della boutique di lusso. Solo un paradossale pregiudizio aristocratico può disprezzare che la 'massa consumatrice', al caso leopardata o in tuta sportiva, sia tale, ovvero servita da

strutture funzionali ‘aperte’, ‘moderne’ e rassicuranti’. Ma ciò che è venuto meno è quella stretta intersecazione dei legami sociali e degli scambi funzionali caratteristica del ‘quartiere’ nell’epoca industriale della città. Il modello molecolare, vicinale e di prossimità, ad altra densità sociale, basato largamente sull’auto-organizzazione e sulla ‘sociabilità’ immediata, è stato sostituito da un modello di organizzazione basato sulla separazione e sulla specializzazione sociale e spaziale (un modello, per riprendere la fortunatissima espressione di Baumann, ‘liquido’, anziché ‘coagulato’). Come conseguenza la formazione di ‘milieu’, con le sue tipiche e riconoscibili atmosfere ambientali, è diventata assai più lasca e rarefatta. Con effetti divergenti. In parte è evaporato nell’etere televisivo, in parte si è riconfigurato nel cyber-spazio, in parte si è cristallizzato come tenace persistenza di minoranze.

Contestualmente a queste trasformazioni il centro-storico è interessato, per citare Thom, ad una evoluzione catastrofica ‘a coda di rondine’. Il centro storico, infatti, diventa il regno di innumerevoli biforcazioni e dualismi. Il primo di questi cambiamenti riguarda soprattutto le popolazioni, con un contrasto vieppiù marcato fra quelle residenti e quelle ‘passanti’ (temporaneamente domiciliate o transumanti). Dopo il piano del ’69, la borghesia, specie quella di estrazione intellettuale, riscopre il centro. Esso diventa un’area residenziale ambita, per la quale molte persone sono disposte a versare (anche con notevoli sacrifici) rendite esose. E’ la cultura della gentrification, cioè un modo neo-barocco, o neo-signorile, di vivere la residenza in quanto inserita inescindibilmente in uno spazio carico di valori simbolici e culturali pre-moderni. Come conseguenza scompaiono i ‘rioni’ centrali. In un senso paradossale, poichè le popolazioni storiche escono definitivamente di scena a misura che vengono ‘salvati/restaurati’ come ambito figurale (oggi nel ‘Ghetto ebraico’, tanto più caratterizzato come tale per la presenza di un lodevole museo della memoria, ci abitano persone che con gli antichi abitanti non c’entrano nulla). Nel contempo sono cambiate e aumentate le popolazioni passanti o temporaneamente dimoranti, sia diurne che notturne. Sono tante e tali che oggi gran parte dei problemi di vivibilità del centro hanno a che vedere con la crisi del controllo territoriale: ovvero con un eccesso di popolazioni passanti e/o utilizzatrici (studenti, avventori dei locali, city user’s, sia consumatori che produttori ecc.) e il conseguente sovraccarico che ne deriva in termini di congestione, manutenzione-pulizia, sicurezza. Ne consegue che appena riattato-restaurato, cioè reso attrattivo dal punto di vista residenziale, il centro storico pare precipitare in una forma di ‘post-degrado’. Non più la vecchia fatiscenza (case cadenti e malsane, assenza di servizi ecc.) e la promiscuità sociale (alta incidenza di ‘popolo minuto’ se non ‘marginale’) ereditata dall’ancien regime e dalla crescita del primo novecento (quando la popolazione intra-mura toccava le 110.000 unità – ma ancora nei ’70 c’erano 80.000 residenti). Bensì un degrado connesso all’eccesso di vitalità delle popolazioni passanti. Il sogno che aveva sospinto la borghesia intellettuale dei ’70, anche dovendo onorare un’esosa rendita fondiaria, ha toccato il suo limite, e per qualche verso si è trasformato in un incubo a occhi aperti (come si vede nelle masse rese isteriche dall’insonnia molesta). La nuova situazione ha cominciato a determinarsi verso la fine dei ’70, ed è poi degenerata con l’arrivo, nell’ultimo decennio, di nuovi utilizzatori marginali (homeless, punk-a-bestia, rom, questuanti, venditori abusivi, spacciatori, etilisti, una varia umanità transumante che vive d’espediti e che staziona più o meno stabilmente, con cadenza stagionale, in talune zone). Paradossalmente il movimento che induce i nuovi residenti a rilocalizzarsi nel centro è lo stesso che ne produce la sofferenza. Se è nei ’70 che cominciano a farsi sentire le politiche di restauro-conservativo, con l’idea romantico-residenziale ad esse connessa, è anche nei ’70 che ‘esplode’ (letteralmente) la popolazione universitaria, passando dalle poco più di 16.000 unità della metà dei ’60, alle 60.000 e oltre nella seconda metà dei ’70 – mentre oggi si viaggia sugli 80.000 circa). Mentre la nuova borghesia intellettuale si accasa nelle casette schierate nei vicoli come nelle salicate del lotto gotico un tempo popolate dalla suburra o nelle più prestigiose dimore affacciate sulle vie storiche, coronando il sogno neo-barocco del ‘ripopolamento’, l’Università si accaparra i palazzi senatori occupando il centro storico e trascinando seco un ‘milieu’ demografico consono alla funzione: certo centri di produzione culturale e di creatività, un ceto accademico e più generalmente élitario che approfitta delle

occasioni di ‘domestication’ offerti dalla compresenza nel medesimo spazio di Studio e centro storico, ma anche affitti elevati, e in nero, e una popolazione giovanile ‘irrequieta’, sospinta da un desiderio di promozione sociale ma anche insidiata dalla sua precoce frustrazione. Un vacuum nel ciclo di vita giovanile nel quale assume via via spessore una condizione eterotopica: il soggiorno universitario come periodo formativo ma anche come interregno, parentesi nella quale abbandonarsi a una vita di bohème, con le naturali derive ludico-trasgressive. E tanto più le nuove popolazioni sono anche ‘consumatori paganti’ (oggi a Bologna gli studenti figli di operai sono ancora più rari che in passato) tanto più si sviluppa un’offerta commerciale e ricreativa consona agli stilemi di una massiva domanda di loisir.

La popolazione del centro storico è sostanzialmente tripartita in tre componenti ‘domiciliari’: la borghesia intellettuale residente, la massa studentesca dei fuori-sede, le popolazioni marginali (extra-comunitari, senza-tetto, *énragée* di vario ordine e tipo...). Tutte si insediano grazie allo stesso ‘inviluppo’ socio-funzionale, ma poi finiscono per dividersi e confliggere. Ognuna con qualche cointeressenza, ma vedente, nell’altra, in sostanza, una limitazione del proprio sogno o ‘viaggio’ promozionale. Il residente vorrebbe veder gratificata una qualità di vita da ‘villaggio storico’, con i suoi servizi e la sua quiete di scala ‘vicinale’, con un milieu in qualche modo riconducibile alla ‘cartolina’ storica. I fuori sede, assieme alla massa aggiunta degli utilizzatori notturni, desidererebbe poter vivere senza vincoli uno stile bohemien e ludico-trasgressivo. I marginali interessati alle magiche transumanze (Bologna ha un ‘nome’ ed è una tappa miliare di tutto un mondo underground), attendati (letteralmente) in certe zone del centro menando una sorta di vita zoofila, in branco, come una ‘riserva indiana’, con la premura di rendere ben visibili le ‘marcature’ spaziali della loro presenza/passaggio (rifiuti, deiezioni, graffiti ecc.). Nell’attrito fra queste tre popolazioni, al netto degli utilizzatori ‘funzionali’ (lavoratori, turisti, uomini d’affari, utilizzatori di servizi centralizzati) si compendia la ‘crisi di territorialità’ che caratterizza odiernamente il centro storico. Una popolazione – quella dei residenti, ma spalleggiata, in questo, anche da diverse sezioni degli utilizzatori ‘funzionali’ – vorrebbe veder riconosciuto il proprio diritto/desiderio di radicamento. Un centro addomesticato come grande appartamento storico: ‘salotto conviviale’, ma anche tinello, cucina, sala di rappresentanza, e, in ultimo, camera da letto insonorizzata con sughero (neanche, per contrappasso, sul denunciato letto di Procuste dovesse alloggiare Marcel Proust). Le altre popolazioni invece caratterizzate da uno stile di vita occasionalistico, cioè, sostanzialmente, ‘extra-territoriale’. Il centro, cioè, come uno spazio da attraversare e nel quale spigolare scampoli di vita situazionale, specie quando servono a marcare l’identità provvisoria del gruppo di appartenenza. In sintesi un ‘uso tribale’ dello spazio, il quale è appropriato solo nell’attimo del consumo immediato nel più assoluto disinteresse circa cosa c’era prima e cosa verrà dopo, come tale totalmente estraneo alle problematiche, tipicamente patrimoniali, della manutenzione e dell’equilibrio conservativo. Il centro, come le città in generale, è sempre stato un luogo nel quale degli estranei vivevano in stretta vicinanza, restando tali. Come tale un sito insidiato dall’inquietudine perché alla compresenza di estranei è intrinseca l’imprevedibilità. Il rischio, tuttavia, era ricompreso in proporzioni delimitate da un certo dosaggio degli elementi orto ed etro-genetici. Tanto più in una città come Bologna, certo aperta verso il sapere e il cosmopolitismo (città quaternaria ante-litteram, come descritta da Farinelli) ma pur sempre fortemente radicata nel proprio ambiente regionale. Le popolazioni ‘radicate’, in sintesi, erano comunque la maggioranza, mentre ora esse hanno la netta impressione d’esser divenute minoritarie. Perciò la crisi territoriale è essenzialmente un problema di proporzioni, ovvero di dismisura dell’insicurezza.

### **L’iper-differenziazione commerciale**

Se si guarda all’offerta commerciale del centro storico, le biforcazioni che si manifestano sono molteplici, talchè il panorama appare assai più complesso di quell’unidimensionamento preconizzato da alcuni (e in larga misura assunto ex-negativo, come rendita finanziaria e speculativa, dai pianificatori dei ’60) e coincidente con una invasione sostitutiva di banche, negozi



extra-lusso, catene di grandi marche con i vituperati McDonald (in sintesi, tutta la compagnia demoniaca avversata da un romanticismo poujadista condiviso dalla destra come dalla sinistra). Da ormai quindici anni, peraltro, il comparto finanziario-assicurativo appare in contrazione, nel centro storico, con un ritmo anche superiore a quello del commercio. E' vero che chiudono o si ritrasformano le trattorie storiche, i negozi vicinali, i locali e i ritrovi tradizionali, i cinema (ma per nulla i teatri). Soffrono le funzioni commerciali legate al vecchio modo, ormai in disuso, di vivere il centro da parte delle periferie. Si rompono certe strutture di lealtà e fidelizzazione commerciale con gli esercizi tradizionali della mercatura. In una realtà dominata dalle clientele 'passanti' il rapporto vis a vis fra esercenti e consumatori è ormai un ricordo del passato, se non altro per l'elevato turnover degli stessi. E tuttavia ciò che interessa il commercio non è solo 'decadenza' del vecchio tessuto ed unidimensionamento attorno alla grande distribuzione. Accade piuttosto una ristrutturazione, secondo il genere e lo spazio. Cruciale è la specializzazione secondo la localizzazione di peculiari modi di consumo. Una specializzazione per contrapposizione, caratterizzata cioè da profonde differenziazioni di stile. Emblematica in tal senso la biforcazione che interessa l'area centrale del plesso storico, con la formazione di due poli d'offerta – la T e il 'salotto centrale' – dedicati a due distinte formazioni pedonali di massa. Da un lato un'offerta orientata alle masse cittadine-periferiche, specie giovanili, che si aggregano nel grande surfing di fine settimana. Sono i 'nuovi barbari' della post-modernità descritti da Baricco ed empiricamente colti da diverse ricerche MeDeC sui gusti/consumi culturali – gente che fa capolino in sala borsa, sosta nelle librerie uscendo con qualcosa di Faletti o Wilbur Smith, e indugia fra i banchi vestimentari prima di entrare in una multisala a godersi Bruce Willis. Dall'altro lato la vetrina dei beni impossibili, ovvero le boutiques esclusive del salotto centrale: spettacolo solo vojeristico per la media dei consumatori, ed alla portata pratica di un'élite di consumatori abbienti, restii a mescolarsi con la volgarità democratica dell'outlet o con la 'movida di massa' che insiste sulla T.

Ma emblematiche anche altre ristrutturazioni, alcune delle quali del tutto singolari. I cinema, ad esempio. Chiudono molti di quelli edificati nei '60 a servizio delle masse periferiche, oggi attratte dall'offerta esuberante e dalla facilità di accesso delle multisale, sovente per trasformarsi in magazzini vestimentari, ma quelli che rimangono tendono a specializzarsi sulla clientela vicinale e/o di gusti più intellettualmente sofisticati. Onde si può dire che gli abitanti del centro storico hanno finalmente i 'loro' cinema.

Se della vecchia tradizione gastronomica alla bolognese (famosa in tutto il mondo e venduta in svariati surrogati) rimane poco o niente (tanto che è più facile imbattersi in una 'cucina alla bolognese', almeno nel logo, a Detroit anziché a Bologna), aumentano a dismisura i luoghi della ristorazione veloce e i locali di ritrovo, talchè il settore ricettivo (alberghi, ristoranti, bar ecc.) è l'unico – per quanto 'caro' e di qualità opinabile - nel quale gli addetti conoscono una certa crescita. Tutti a servizio delle popolazioni passanti: i frettolosi city user's diurni, con le loro pause-pranzo acquistate con i Day (vera e propria 'moneta alimentare' diventata di corso legale), oppure i chiassosi etilisti della notte. Fast food, osterie, birrerie, Doner Kebab ed altri tipi etnici, senza escludere lo spaccio di stupefacenti e altri commerci illegali. Un'offerta contestuale a un pubblico pagante di dimensioni inusitate rispetto al passato. In talune vie del centro (come al Pratello e in Mascarella, ma non solo) si creano densissime filieres di osterie, pub, locali di ritrovo. E assieme al pubblico pagante, quello 'marginale' che si alimenta on the road (come in Giuseppe Petroni, vero e proprio suck di portate da banco) di cibo ed alcool attingendo a un indotto di venditori sovente camuffati dietro casse di frutta e verdura. Anche qui, dunque, una biforcazione sostenuta da uno stesso processo sociale.

Altra trasformazione a due code è quella che interessa i non alimentari, dove ormai è l'oggettistica e la chincaglieria/bigiotteria a prevalere sul più tradizionale abbigliamento. Il settore non alimentare è ormai saturato quasi interamente da profumerie, gioiellerie, oggettistica per tutte le tasche, antiquariato, chincaglierie e bric à brac i più vari (fissi e ambulanti) ecc. Un'offerta che può aggregarsi in certe zone 'storicamente pregiate' (emblematica la zona a sud del torresotto di Castiglione, ai margini del 'salotto centrale'), oppure scadendo decisamente di tono in zone simil-

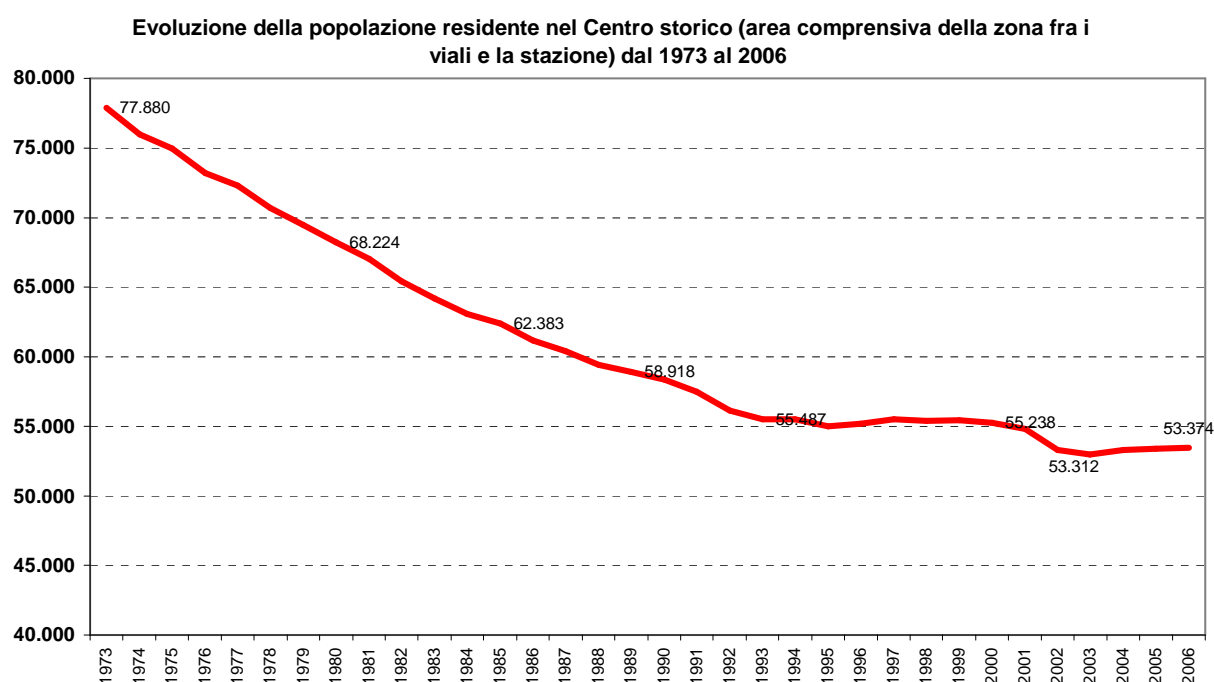
degradata del centro storico moderno. Qui, come a Nord di Via Irnerio, nei dintorni della Piazzola e nei pressi delle stazioni (ferrovia ed autocorriere dirette in provincia o in Romania) può realizzarsi una sorta di sub-commercio dove si alternano, fra l'altro, hard discount, empori cinesi di casalinghi, giocattoli, abbigliamento di stile post-contadino ed oggetti i più vari, sale di fitness, tattoo, call center ecc. Emblematica rifunzionalizzazione di zone progettate per un commercio di 'qualità', con altissima densità, poi degradate nel corso del tempo sino ad assomigliare ai docks in disuso delle aree portuali. Zone emblematiche di una post-modernità hard, 'senza qualità'.

Ma un dualismo che si ripete anche in ambito alimentare: da un lato i negozi alimentari di qualità, custodi della grande tradizione o proponenti di nuove ricercatezze gastronomiche: salumerie e forni nei quali le più svariate misture di farine sono vendute a peso d'oro. Dall'altro lato le filieres degli indo-pakistani: minimarket e spacci di verdura, acqua minerale e birra. Negozi sorti come i funghi in talune laterali alloggiando nelle vecchie botteghe artigianali sopravvissute alla ritrasformazione in garages, oppure subentrati in via cash, come in Piazza Aldrovandi, nei vuoti lasciati dagli autoctoni impegnati in commerci faticosi e poco remunerativi. Zona emblematica di questi tipi etnici, assieme a phone center e Doner Kebab, è quella che insiste fra Irnerio e Galvani, con San Vitale come epicentro.

Dunque un'offerta commerciale che se declina come dimensione, incrementa come varietà, ritrasformandosi a misura delle trasformazioni socio-culturali alle quali è contestuale. La tendenza in atto appare paradossale. Ad un centro storico sempre meno segregato dal punto di vista residenziale, nel senso che accoglie una popolazione vieppiù socialmente omogenea, genericamente élitaria, corrisponde una crescente segregazione commerciale. Un processo che è in linea con la transizione metropolitana. La specializzazione spaziale, infatti, è tanto più necessaria, come in tutte le metropoli, per un rapido orientamento delle clientele 'passanti' e per un più immediato assembramento delle varie 'cerchie' di consumatori: secondo la capacità d'acquisto, gli stili culturali, la matrice etnica, generazionale ecc..

## Le linee evolutive

Se lo stato obiettivamente labile della sicurezza congiura a sostegno dell'idea del cosiddetto 'degrado' del centro storico, quella del 'declino' socio-economico appare totalmente fallace. Allo scopo è sufficiente rifarsi ad alcuni indicatori istituzionali.

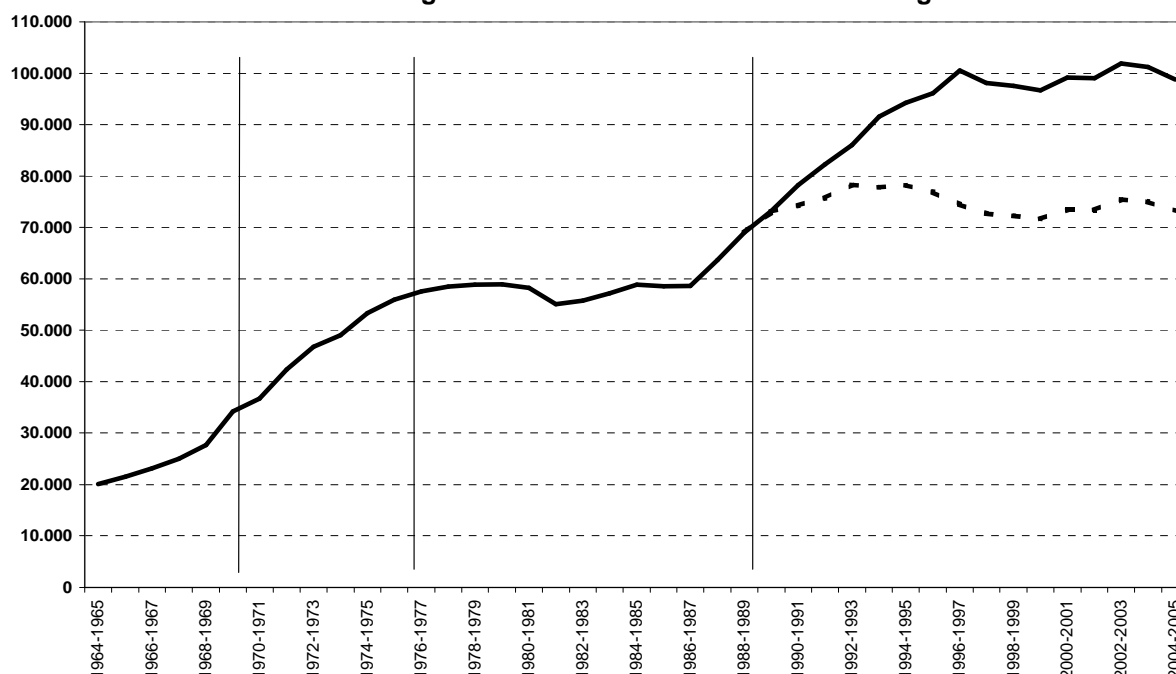


Il primo riguarda l'andamento della popolazione residente. Oggi entro i viali di circonvallazione insistono oltre 51.000 residenti, quasi 53.500 (rilevazione al 2006) se si considerano anche le edificazioni fra i viali e la stazione (Borgo Masini).

Molto curiosamente il dibattito angoscioso sullo spopolamento/declino ha preso il volo nei '90, proprio quando la popolazione del centro storico ha cominciato a stabilizzarsi, dopo un violento declino che la aveva portata dalle circa 80.000 unità d'inizio '70 alle 55.000 sulla soglia dei '90. Malgrado una rinnovata flessione fra il 2000 ed il 2003 (proprio durante il precedente mandato amministrativo), oggi il centro storico è in una condizione di sostanziale equilibrio demografico.

Anche gli studenti iscritti all'ateneo, pur numerosi, sono assestati poco sotto le 80.000 unità da ormai un quindicennio (valore stimato, nel grafico, con la linea tratteggiata), dopo un periodo di crescita ininterrotta esattamente inversa rispetto all'andamento della popolazione residente (gli ultimi dati relativi alle immatricolazioni fanno pensare a un ulteriore ridimensionamento della presenza studentesca). Se si considera che larga parte degli studenti occupano ha il centro storico anche come domicilio temporaneo, oltre che sede delle attività didattiche, i due andamenti mettono bene in risalto quel processo di sostituzione 'passanti'/'residenti' sul quale già ci si è soffermati.

**Andamento degli studenti iscritti all'Università di Bologna**



Nel complesso la popolazione residente nel centro risulta oggi più giovane rispetto alla media cittadina, ma soprattutto ha una composizione marcatamente più élitaria: elevati e crescenti livelli di istruzione e partecipazione al lavoro, altissima incidenza delle posizioni socio-professionali di pregio.

**Residenti in centro storico per dettaglio della condizione socio-professionale al 2001**

	numero	perc.
<b>Ceti Superiori</b>		<b>43,0</b>
Imprenditori	861	
Dirigenti	1.591	
Liberi professionisti	3.264	
Quadri di alto livello	4.793	
<b>Impiegati</b>	<b>7.005</b>	<b>28,7</b>
<b>Ceti Autonomi</b>		<b>18,6</b>
Lavoratori in proprio	3.900	
Socio	354	
Coadiuvante	297	
<b>Operai</b>	<b>2.358</b>	<b>9,7</b>
<b>Totale</b>	<b>24.423</b>	<b>100</b>

**Residenti in centro storico (area entro mura) per condizione socio-professionale ai diversi censimenti**

	<b>1971</b>	<b>1981</b>	<b>1991</b>	<b>2001</b>
Operai	29,8	22,4	16,0	9,7
Impiegati	35,9	45,6	44,2	48,3
Autonomi	23,6	20,3	18,4	18,6
Superiori	10,7	11,7	21,4	23,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Popolazione attiva	29.296	26.879	25.406	24.423
<b>Totale Pop. Residente</b>	<b>77.159</b>	<b>65.782</b>	<b>55.889</b>	<b>51.782</b>
<b>Tasso Attività</b>	<b>38,0</b>	<b>40,9</b>	<b>45,5</b>	<b>47,2</b>

In effetti quasi una persona su due in condizione di attività risulta oggi appartenere ai ‘ceti superiori’: imprenditori, liberi professionisti, quadri di alto livello specialistico (professori, medici, ingegneri, ricercatori ecc.). Nel mentre è cresciuto il tasso di attività sono calati ulteriormente gli operai (ormai ridotti al solo 9 % - erano il 30 % nel '71 e il 16 % nel '91). Gli autonomi ‘tradizionali’ (commercianti e artigiani, aggiunti di coadiuvanti e soci di cooperative) restano infine dimensionati sul 18 %.

**Unità locali e addetti per settore economico, 1991 e 2001 (centro storico delimitato alla città entro le mura)**

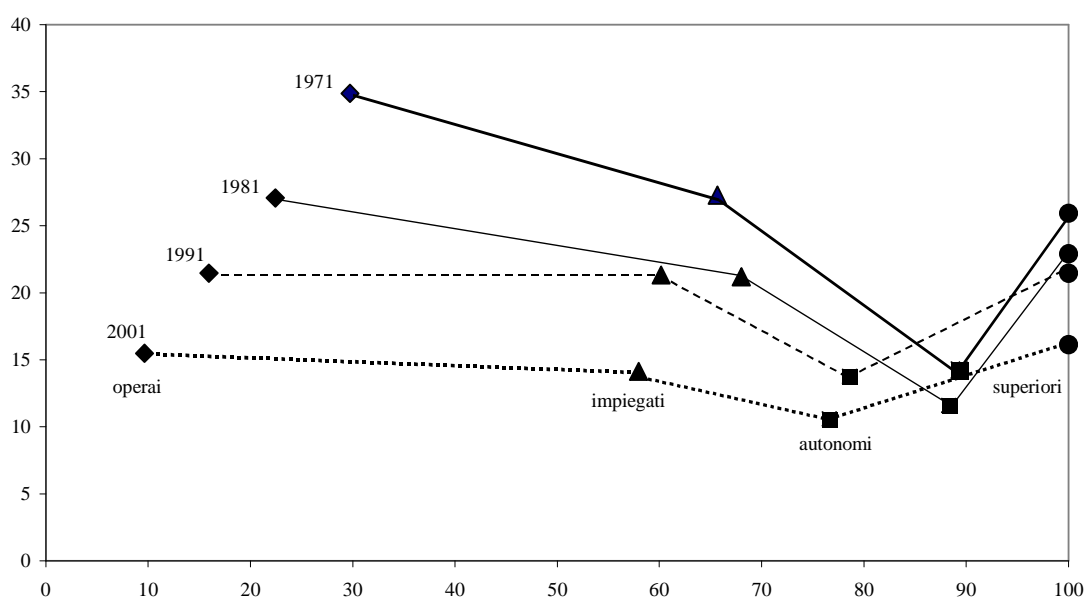
	<b>1991</b>			
	<b>Centro Storico</b>		<b>Totale Comune</b>	
	<b>UL</b>	<b>Addetti</b>	<b>UL</b>	<b>Addetti</b>
Industria	1.045	4.844	4.119	37.627
Costruzioni	423	1.927	2.506	8.976
Commercio al dettaglio	3.114	8.118	8.559	23.043
Commercio all'ingrosso	905	2.624	4.810	14.498
Alberghi e ristoranti	745	3.721	1.783	8.090
Trasporti e comunicazione	261	4.232	1.882	21.962
Servizi alle imprese	4.430	11.218	8.468	26.275
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>3.488</i>	<i>8.745</i>	<i>6.511</i>	<i>17.313</i>
Credito e assicurazioni	689	6.873	1.286	11.416
Amministrazione Pubblica	134	6.639	212	12.334
Istruzione	262	6.833	586	13.613
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>91</i>	<i>752</i>	<i>151</i>	<i>1.347</i>
Sanità e assistenza sociale	1.018	4.357	2.425	19.666
Altro	1.243	4.398	3.430	10.407
<b>Totale Adetti</b>	<b>14.269</b>	<b>65.784</b>	<b>40.066</b>	<b>207.907</b>
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>3.579</i>	<i>9.497</i>	<i>6.662</i>	<i>18.660</i>
	<b>2001</b>			
	<b>Centro Storico</b>		<b>Totale Comune</b>	
	<b>UL</b>	<b>Addetti</b>	<b>UL</b>	<b>Addetti</b>
Industria	700	2.559	3.025	26.479
Costruzioni	453	1.378	2.798	8.938
Commercio al dettaglio	2.316	5.922	6.429	18.464
Commercio all'ingrosso	779	1.451	4.532	10.789
Alberghi e ristoranti	826	4.029	2.080	9.529
Trasporti e comunicazione	261	2.075	1.808	18.172
Servizi alle imprese	6.231	18.263	14.221	45.858
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>4.906</i>	<i>14.916</i>	<i>11.144</i>	<i>31.148</i>
Credito e assicurazioni	645	5.477	1.515	10.771
Amministrazione Pubblica	112	5.800	209	13.391
Istruzione	275	6.196	643	12.813
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>107</i>	<i>714</i>	<i>213</i>	<i>1.125</i>
Sanità e assistenza sociale	1.209	4.142	3.394	21.742
Altro	1.658	3.523	4.508	9.142
<b>Totale Adetti</b>	<b>15.465</b>	<b>60.815</b>	<b>45.162</b>	<b>206.088</b>
<i>di cui terziario avanzato</i>	<i>5.013</i>	<i>15.630</i>	<i>11.357</i>	<i>32.273</i>

Se si guarda all'andamento delle unità locali e degli addetti, il centro si conferma un luogo ad altissima intensità di capitale e valore aggiunto. Fra il '91 e il 2001 c'è stata una contrazione degli addetti di circa 5.000 unità, aspetto che si è ritradotto in una certa diminuzione dei flussi pendolari, sia per studio che per lavoro, e che è l'espressione fisiologica di un necessario 'decentramento'.

Cionondimeno nel centro storico resta concentrato un terzo circa del potenziale economico cittadino: una cifra considerevole e, con ogni evidenza, ancora espressiva di una concentrazione eccessiva. Ma ciò che è di maggior riguardo è la trasformazione qualitativa tutt'ora in corso. Hanno perso peso in modo vistoso diversi comparti (il commercio, l'industria, il credito, i trasporti), in taluni casi, come il commercio al minuto, assecondando il ciclo cittadino, in altri segnalando una rilocalizzazione delle attività (come nel credito). Altre branche hanno conosciuto una lieve flessione (soprattutto il settore istituzionale nel quale rientrano la pubblica amministrazione, la sanità e l'istruzione). Il comparto ricettivo (alberghi, ristoranti, locali pubblici) è invece cresciuto di tono, anche in questo caso assecondando una tendenza cittadina. Ma la più gran parte delle perdite è stata contenuta dall'espansione veramente considerevole dei 'servizi alle imprese': da 4.400 a 6.200 unità locali, con una lievitazione degli addetti da 11.000 a 18.200. A questo proposito va segnalato che parlare dei producer'service significa parlare soprattutto della componente più soft che li anima, ovvero del 'terziario avanzato': dagli ausiliari della finanza alla fornitura di software ed alla elaborazione dati, dalla ricerca & sviluppo alla progettazione, dal marketing e dalle agenzie di stampa alle attività legali, contabili, fiscali, alle attività multimediali ecc. In sintesi significa parlare del settore dell'economia con più elevata concentrazione di innovazione e 'materia grigia'. Un processo che ha investito l'intera economia metropolitana (gli studi collocano Bologna, alla pari con Milano, come l'area a più elevata intensità relativa di 'terziario avanzato') e che trova nel centro storico un ambiente privilegiato di riproduzione. Nel '91, infatti, un addetto di terziario avanzato su due era concentrato in centro e il rapporto si è riconfermato nel 2001.

Bastano questi pochi dati a tratteggiare un'idea d'insieme ed a rispondere a certi interrogativi. Da un lato c'è una qualificazione viepiù elitaria della popolazione residente. Nel mentre si è stabilizzato il peso della compagine demografica la circolazione residenziale ha un carattere socialmente selettivo, portando in risalto una popolazione viepiù istruita e dislocata nelle fasce 'alte' dell'occupazione.

**Indici di segregazione nel centro storico ai quattro censimenti (Ordinata). Nell'Ascissa il peso cumulativo (in %) dei diversi gruppi sociali.**



Nota: l'indice di segregazione misura l'isolamento geo-sociale di una popolazione a partire dall'indice di dissomiglianza. Nel centro storico sono state prese in considerazione 102 areole residenziali invarianti. Per i riferimenti metodologici dell'analisi, cfr. F.Anderlini, *Dopo l'urbanizzazione*, pag. 58, cit.

Ormai, come mostra l'andamento degli indici di segregazione, ormai totalmente 'piatti', nel centro storico non esistono più zone socialmente segregate: è per intero un'area appropriata da ceti medio-alti. Dall'altro lato c'è un riproporzionamento delle attività economiche che però, anche in tal caso, si accompagna ad un cambiamento del mix settoriale a favore dei comparti a maggior concentrazione di sapere e innovazione.

Che i processi siano contestuali è testimoniato dai rilievi sul pendolarismo. Da un lato c'è un marcato ridimensionamento dei flussi verso il centro (sia per lavoro che per studio). Dall'altro lato una parte notevole dei residenti centrali – almeno uno su due – ha il centro come luogo di destinazione lavorativa. Casa–studio–ufficio, in una stretta fusione, spaziale e temporale. Sono i ceti superiori del centro che hanno il 'terziario avanzato' sotto casa. O il settore istituzionale (ovvero la P.A., l'istruzione e la sanità), il quale, va ricordato, è anche il più massivo utilizzatore di forze di lavoro munite di laurea. Quello che si evidenzia è il cosiddetto fenomeno della 'domestication', che tende a rafforzarsi con le trasformazioni in corso: uno stile di vita di scala 'vicinale', con una stretta contiguità spaziale nel risiedere, nel lavorare, nel relazionarsi. E' il centro come 'villaggio glocal', intimamente post-moderno. Una realtà che si espande ed approfondisce. Nello stesso tempo, come già richiamato, l'offerta commerciale si ristrutturava: nel mentre si ridimensiona come massa, si razionalizza e si specializza a livello spaziale. La vita del centro si caratterizza per nuovi flussi di popolazioni 'passanti', nella loro variegata composizione. Se si attenuano i pendolarismi legati alle routines lavorative, crescono altri flussi legati a una diversificata gamma di utilizzatori. A parte studenti, popolazioni dello shopping e del loisir (diurne e notturne), nonché transumanti marginali, il 'terziario avanzato' è un potente moltiplicatore relazionale, di utenti e professional. In quanto settore 'ricco' implica la mobilitazione di consumatori con elevato potere d'acquisto e gusti molto sofisticati. Le stesse tendenze che interessano il settore commerciale hanno poco a che vedere con il cosiddetto 'degrado urbano': contano piuttosto il tenore della domanda e le sue nuove inclinazioni. E se c'è degrado (dove c'è) esso ha piuttosto generato un proprio indotto commerciale, rientrando nel più generale disegno della specializzazione spaziale-funzionale. In ultima analisi, seguendo il motto di J.B.Say, è sempre vero che la 'domanda crea la propria offerta'. L'equazione degrado/saracinesche abbassate è perciò totalmente inconsistente. Ma viene davvero da chiedersi quale sia la consistenza oggettiva di immagini largamente in uso ! Dove sono lo spopolamento e la decadenza economica ? Tutti gli indicatori a disposizione portano infatti a guardare al centro storico più come alla cuspide di una piramide che come a un 'buco nero'. Le tendenze in atto, quantomeno, hanno un carattere ambivalente: ci sono 'dismisure' e gli stridenti dualismi della crisi territoriale, ma ci sono anche riproporzionamenti qualitativi, in larga misura spontanei, ma anche favoriti dalle politiche regolative di salvaguardia del 'centro storico'. Una visione 'razionale' del centro storico dovrebbe perciò sottolineare 'luci' e 'ombre', come si conviene per ogni realtà in corso di evoluzione. E' perciò evidente che molte lamentele sottendono una situazione paradossale, per la quale non c'è nome più appropriato di ciò che Leon Festinger ed Erikson hanno individuato come la 'dissonanza cognitiva'. E' sui caratteri e le motivazioni di questa 'dissonanza', perciò, che è opportuno interrogarsi.

### **Dissonanze cognitive**

Secondo la nota concezione di Festinger (L.Festinger, *Teoria della dissonanza cognitiva*, Angeli, Milano, 1973) la dissonanza cognitiva denota una condizione di incoerenza in cui gli individui possono cadere. Di tipo logico (fra credenze, nozioni e opinioni in contrasto fra loro) o esperienziale (come, ad esempio, comportamenti dissonanti con i precetti morali condivisi o con i costumi culturali prevalenti in un determinato ambiente).

Un esempio di incoerenza è quello che riguarda molti commercianti i quali sono combattuti fra l'interesse a breve e quello strategico. L'interesse a breve è per molti di loro rappresentato come una politica sregolata atta a facilitare l'accesso motorizzato al centro. L'interesse strategico suggerirebbe di mettersi in sintonia con la domanda prevalente nella gente, che è basata su una

fruibilità soft e slow del centro. Analogamente da un lato c'è la denuncia contro il 'degrado' indotto dalla 'maleducazione di massa' o dall'inquinamento da traffico, ma poi si finisce per temere proprio le misure che potrebbero ridurlo.

Ma c'è anche l'incoerenza di molti residenti. La nostalgia colposa per la perdita dei vecchi modi di fruizione dello spazio civico, dovuta prima di tutto a radicali cambiamenti nelle proprie abitudini ('privatizzazione', 'individualizzazione') viene proiettata in via estroflessiva su bersagli esterni: i 'predatori' venuti da fuori che avrebbero scacciato la 'gente' e/o l'amministrazione accusata di non saperli cacciare. Con la parola degrado molte persone stigmatizzano l'occupazione maleducata degli spazi pubblici, ma poi dimenticano che quegli stessi spazi sono stati in gran parte abbandonati e che spesso anche i propri comportamenti contribuiscono a creare le situazioni di disagio. La sensibilità marginale al danno subito è straordinariamente più elevata di quella relativa al danno creato. Si denunciano, ad esempio, il traffico di droga e la prostituzione, ma questi commerci non avrebbero luogo se non ci fossero cospicue clientele che ne consumano i prodotti. Chiedere a gran voce di togliere di mezzo l'offerta può anche essere un modo per nascondersi la questione scabrosa di una vasta domanda.

Sempre seguendo la teoria queste incongruenze producono una sofferenza psicologica, per risolvere la quale l'individuo può adottare diverse misure razionali: cambiare il comportamento, il mondo cognitivo oppure l'ambiente. Cosa però, tutt'altro che semplice. Gli individui infatti si muovono in un contesto di razionalità limitata. Hanno, ad esempio, informazioni scarse e possono essere sopraffatti da opinion makers (cioè da climi d'opinione pilotati/enfatizzati) che hanno interesse a fomentare il loro disagio psicologico. La manipolazione delle paure (assai più che delle speranze) è una costante della politica contemporanea. L'odierna realtà della politica urbana, con le tambureggianti iper-ripresentazioni mediatiche, offre innumerevoli esempi in proposito dalla via che i problemi del degrado e della sicurezza saturano larga parte del confronto polemico. Può perciò accadere che finiscano per riuscire rafforzati proprio alcuni dei pregiudizi cognitivi e morali che sono alla base del disagio psicologico. Emblematico in proposito è il comportamento di alcuni sottogruppi delle popolazioni investigate, i quali tendono a chiudersi in una visione vieppiù autistica ed auto-referente. Una visione così enfaticamente dolente della realtà (del centro) da risultare paralizzante. Molte forme di protesta finiscono per girare su sé stesse come un sintomo nevrotico. Nel mentre si coltivano con ostinazione i 'propri viaggi', vere e proprie utopie. Tutti inseguono il loro ou-topos, cioè un'idea sublimata del centro. Come recita una nota canzone: 'Ognuno' col suo viaggio, ognuno diverso, ognuno in fondo perso dentro i fatti suoi'. Viaggi utopici, peraltro, che non collimano affatto e che nel loro caotico contrapporsi restituiscono l'immagine ennesima (sublimata sino al delirio) della 'crisi di territorialità'.

La visione egemone nei commercianti è ou-topos nel senso letterale della parola: un 'altro luogo' nel quale si vorrebbe realizzata brevi manu quella 'complexio oppositorum', o 'unità degli opposti', che è un attributo specifico della sacralità della Chiesa (come compresenza di unicità ed universalismo). Ovvero, prosaicamente: accesso illimitato (cioè assoluta congestione, caos) e nel contempo assoluta sicurezza (cioè ordine). Attirando a forza clienti motorizzati che non vogliono saperne, cioè costringendoli a comprare come non vogliono. In sintesi l'idea, totalmente improbabile, del centro come uno spazio reso perfettamente isotropo ed omogeneo, cioè invariante rispetto alla direzione, come tale infinitamente e onnilateralmente percorribile. Un aspetto già arduo nella localizzazione dei grandi centri commerciali situati in prossimità dei nodi trans-locali delle direttrici di traffico, ma assolutamente non proponibile, se non come anelito del tutto irrazionale, per realtà intrinsecamente anti-entropiche come sono i centri storici.

I residenti del centro, almeno quella porzione non piccola degli stessi che ha preso sino in fondo il modello neo-signorile o post-storico della residenza, sono invece all'inseguimento di un centro inteso come proiezione utopica dello stile barocco o neo-gotico (a seconda delle propensioni: cattoliche o laico-repubblicane). Ovvero un centro 'romantico' che si pone, insieme, come 'villaggio' di residenza (perfettamente e rigorosamente circoscritto, cioè interdetto agli estranei, come 'città proibita') e come nodo quaternario di una rete cosmopolita (cioè perfettamente fuso nel

mondo). Dunque, ancora una *complexio oppositorum*, anche se va detto che in tal caso essa è l'estremizzazione di una tendenza comunque presente nella dinamica post-moderna. Davvero, per una singolare inversione delle parti, l'utopia della città 'commerciale' tardo-medioevale: miscela straordinaria di ascetismo religioso, sete di guadagno e volontà di sapere. Mentre l'utopia dei 'commercianti' appare assai più prosaica, più da Motor-Show, che 'commerciale'.

Derive outopiche, come si vede bene, assolutamente antitetiche e paradossali, perché l'una vorrebbe spianare il tempo in una nevrotica combustione dromologica, mentre l'altra vorrebbe farlo tornare così indietro da sfondarlo 'in avanti'. Utopie queste, di commercianti e residenti, comunque accomunate da drastiche figurazioni dell'ordine, come in ogni utopia che si rispetti. Ordine che è invece programmaticamente assente nella 'città del sole' che immaginano (e, hainoi, largamente praticano) certe popolazioni passanti - per le quali il centro ou-topico coincide con un arcipelago di territori 'liberati', ovvero governati dall'imperio dei propri comodi. Idee che hanno radici nel nobile antecedente dell'anarchismo settantasettino e che hanno trovato via via, in una crescente banalizzazione, sempre nuovi praticanti. Idee, peraltro, con qualche elemento in comune con il liberismo dromologico di certi commercianti (specie del ricettivo), tanto da configurare un fronte comune (quello dell'Happy hour) nelle mobilitazioni contro i divieti di vendita degli alcolici....

### **Da ou-topos a eu-topos**

Più in generale si potrebbe dire che la dissonanza cognitiva è un tratto caratteristico della 'liquidità' cioè di un modo di vita in cui è andato perso il senso della 'durata', ovvero della continuità temporale dell'esperienza. Come conseguenza di questo schiacciamento su un presente vieppiù instabile e contingente, la meditazione del passato e il calcolo del futuro tendono a proporsi in chiave nevrotica, con una assillante ricerca di modelli pescati dal passato e proiettati nel futuro come utopie identitarie: passatiste e modernizzatrici, permissivistiche e securitarie, insieme. Tutto il dibattito contemporaneo sulla città è impregnato di questi elementi. In un tempo orfano delle grandi narrazioni ideologiche, su tutto domina la retorica cognitiva della 'decadenza': una proiezione del tutto psicologica, perché nessun indicatore (e comunque non tutti) va in questa direzione. Questa decadenza è misurata, per contrappasso, rispetto a un passato di 'grandezza', 'equilibrio', 'crescita' e 'sviluppo', comunque un'età dell'oro. E tanto più è profonda la depressione tanto più ci si appella a un'idea taumaturgica della città, in grado di salvarla dal suo destino. Un'idea rivendicata come levatrice di una città intesa come 'magnus homo', una proiezione progettuale a tutto azimut di 'grande politica'. Oppure, in assenza di progetto, con una politica d'ordine direttamente restaurativa. Del resto, come secondo regola, la specificità della malinconia è l'alternarsi senza misura di depressione ed euforia, mentre l'ossessione identitaria ne è un correlato necessario. Tutta libido in movimento, cosa in sé per nulla negativa. Qui però la rioggettivazione nell'atto creativo stenta assai e tutto sembra stemperarsi in un perdurante e acrimonioso borbottio.

Guardare al passato idillicamente, a fronte di un presente segnato dal 'degrado' e dalla 'decadenza' e ad un futuro trasfigurato come ou-topia, è un tratto caratterizzante dell'attuale congiuntura psicologica. Nel passato recente – guarda caso !- non era così. Allora non c'era la malinconia per la grandezza di un passato perduto, bensì una visione ottimistica del presente, percepito come un futuro benigno in potenza. Nei '50 gran parte degli alloggi del centro erano privi di servizi igienici. I ratti e la muffa la facevano da padroni. Nei dintorni della stazione, ancora nei '60, insistevano edifici diroccati dai bombardamenti. In periferia intere strade erano ancora 'bianche' – come conseguenza, alle prime piogge, divenivano veri e propri pantani. La gente tirava avanti con immani sacrifici: il reddito familiare (come il profitto imprenditoriale) era sostenuto da una immensa economia sommersa (come nel lavoro a domicilio). Le condizioni del lavoro in fabbrica erano dure, e i licenziamenti (anche di massa) una eventualità probabile. La precarietà (del lavoro, del reddito, ma anche della salute) regnava sovrana (in una misura neppure paragonabile con quella presente precarietà di cui ci si lagna con somme grida). Eppure – non c'è dubbio – vigeva un ottimismo di fondo. Perché ? La ragione è semplice. Anche allora, come adesso, la visione della



città (come della realtà e della vita come tale) si costruiva in un rapporto comparativo con il passato. Ma il passato – questo il grande vantaggio, tanto più in una popolazione ‘vitalista’, ovvero non tarata da eccessi culturalistici e riflessivi – era ‘prossimo’ anziché ‘remoto’. E il passato prossimo era un passato vissuto, non un fantasma mnemonico. In questo passato c’era la guerra, con le sue immani sofferenze, ma c’era soprattutto il mondo agrario: duro, faticoso, asservito, ‘sporco’, ‘incivile’. Perciò, anche senza aver letto Weber o consultato il ‘Liber Paradisus’, la gente sentiva che la città rendeva liberi e, soprattutto, civili, ovvero ‘borghesi’. Per quanto malandata essa era incomparabile con la vita nelle letamose dimore agrarie. Venendo dalla guerra, dal fascismo, dalla servitù agraria, nessuno si sarebbe permesso di celebrare il bel tempo antico. Gli stessi abitanti del centro storico volevano sortire dal centro, proprio perché ‘vecchio’, trasferendosi nella ‘città nuova’: quella con le fabbriche e i condomini dotati di bagno e acqua corrente. Anche rispetto al centro non si andava per il sottile: ciò che alla fine dei ‘60 comincia ad essere venerato come ‘antichità’, ‘reperto storico culturale’, ‘bene architettonico di pregio’, era allora visto come un ammasso di vecchie pietre e calcinacci. In effetti il ‘piccone risanatore’ in uso nell’800-’900 era salutato dai coevi con grande giubilo. Saranno piuttosto i contemporanei a soffrire per qualcosa solo immaginato o intravisto nei dagherrotipi.

Oggi, invece, molta gente si abbandona a un passato che non è mai esistito. Dominano il pessimismo e la sfiducia. La soglia di tolleranza si è enormemente abbassata, anche per la minima frustrazione. E questo malgrado l’attuale situazione di benessere, per quanto minacciato, sia incomparabile con il passato. Piazza Verdi e rischi di vittimizzazione a parte, per stare al caso, il centro storico del 2000 è straordinariamente migliore di quello degli ‘80 e dei ‘70, per non dire di prima. Se è vero che l’insicurezza legale e i comportamenti anti-civici sono un problema reale, sconosciuto in passato, almeno nelle forme odierne, è altresì vero che prima c’erano insicurezze d’altro tipo (e forse più gravi). Ogni epoca in definitiva ha i suoi problemi. Ma per risolverli (in attesa che ne vengano altri) è cruciale inquadrarli obiettivamente, cioè uscire dalle dissonanze cognitive e dagli sbarellamenti psicologici. Le utopie, come richiamato, hanno preso una piega nevrotica. Irrancidiscono lo spirito anziché consolarlo. Eppure un eu-topos, cioè un centro (e una città) come ‘buon luogo’ potrebbe essere a portata di mano. Senza abbandonarsi ad iperboli, ma con sano pragmatismo riformatore. Una volta stabilita, nei ‘70, la direzione giusta, l’evoluzione ‘naturale’ del centro storico, come argomentato per i suoi aspetti strutturali, va in senso positivo, mentre buone politiche regolatrici potrebbero favorire proporzionamenti in grado di portare entro soglie accettabili gli attriti e il disagio che segnano le popolazioni. Ovvero: a) scommettere ancora sul potenziamento del ‘terziario avanzato’ come vera vocazione del centro storico; b) sfoltoimento/decentramento della compagine universitaria; c) qualificazione e riproporzionamento del sistema ricettivo secondo modi di fruizione meno invasivi e con una maggiore sintonia rispetto alla domanda che viene dal ‘terziario avanzato’; d) potenziamento dei ‘camminamenti centrali’, attraverso un salto ulteriore nella fruibilità pedonale; e) un adeguamento delle politiche di sicurezza con una pressione calibrata sui comportamenti devianti; f) lo sviluppo di vere e proprie campagne di rieducazione civica.



# **Appendice**

# **Questionari**

**QUESTIONARIO AI COMMERCianti DEL CENTRO STORICO DI BOLOGNA****a01. Genere:**

- [1] maschio
- [2] femmina

**a02. Mi può dire la sua età?**

- [1] età:
- [99] Non risponde

**a04. Qual è il suo titolo di studio?**

- [1] laurea/diploma universitario
- [2] diploma di scuola media superiore
- [3] diploma professionale
- [4] licenza di scuola media inferiore
- [5] licenza elementare
- [6] senza titolo
- [99] Non risponde

**a05. Quando Lei è nato, in che comune abitava?**

- [1] nel comune di BOLOGNA
- [2] in un altro comune della provincia di Bologna: SPECIFICARE
- [3] in un'altra provincia dell'Emilia Romagna
- [4] in una regione del Nord Italia
- [5] in una regione del Centro Italia
- [6] in una regione del Sud Italia e isole
- [7] all'estero
- [99] Non risponde

**a05\_1. Qual è la sua nazionalità?**

- [1] italiana
- [2] europea comunitaria
- [3] europea extracomunitaria
- [4] non europea
- [5] non risponde

**a06. Attualmente dove abita?**

- [1] nel Centro Storico di Bologna, nelle vicinanze del negozio
- [2] nel Centro Storico di Bologna, NON nelle vicinanze del negozio
- [3] nel comune di Bologna, fuori dal Centro Storico, nelle vicinanze del negozio
- [4] nel comune di Bologna, fuori dal Centro Storico, NON nelle vicinanze del negozio
- [5] in un altro comune della provincia di Bologna (specificare)
- [6] in un altro comune della regione Emilia-Romagna
- [7] altrove
- [99] Non risponde

**a11. Parliamo ora della zona del Centro in cui lei ha l'attività. Secondo Lei, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti in questa zona?**

**possibili 3 risposte NON LEGGERE NE' SUGGERIRE LE RISPOSTE**

- [01] costo della vita
- [02] problema della casa
- [03] spopolamento (abbandono del centro da parte dei residenti)
- [04] chiusura delle strutture commerciali
- [05] locali notturni (schiamazzi, confusione,..)
- [06] convivenza con immigrati stranieri
- [07] sicurezza e criminalità (borseggi, aggressioni, furti,..)
- [08] droga
- [09] scarsa presenza o cattiva manutenzione del verde
- [10] inquinamento atmosferico
- [11] sporcizia
- [12] rumori molesti (inquinamento acustico)
- [13] trasporti pubblici
- [14] traffico e viabilità
- [15] carenza di piste ciclabili e pedonabili
- [16] accessibilità al centro storico
- [17] parcheggi
- [18] manutenzione delle strade
- [19] altro problema
- [20] NESSUNO in particolare
- [88] non so
- [99] non risponde

**b01. Le farò ora qualche domanda sulla sua attività. La sua attività principale è ..**

- [1] negozio alimentare
- [2] negozio misto (alimentare e non alimentare)
- [3] negozio non alimentare
- [4] ristorante/ pizzeria/ trattoria
- [5] bar
- [6] pub, osterie, locali notturni, ecc...
- [7] barbieri, parrucchieri, centri estetici
- [8] altri servizi: viaggi, palestre, giochi, lavanderie
- [88] altro: specificare
- [99] non risponde

**b03. Nella suo negozio al dettaglio, cosa vende? (possibili 5 risposte)**

- [01] Beni alimentari e non alimentari, misto
- [02] ALIMENTARI: non specializzato
- [03] ALIMENTARI: frutta e verdura
- [04] ALIMENTARI: carni (macelleria, polleria, ecc.)
- [05] ALIMENTARI: pesce
- [06] ALIMENTARI: pane, pasticceria, dolci
- [08] ALIMENTARI: latteria, drogheria, torrefazione
- [09] ALIMENTARI: altri specializzati
- [10] NON ALIMENTARI: non specializzato
- [11] NON ALIMENTARI: tabacchi e monopolio
- [12] NON ALIMENTARI: farmacia/ sanitario
- [13] NON ALIMENTARI: profumeria, cosmetici, igiene personale, erboristerie
- [14] NON ALIMENTARI: tessile, stoffe, biancheria
- [15] NON ALIMENTARI: abbigliamento
- [16] NON ALIMENTARI: calzature, pelletteria
- [17] NON ALIMENTARI: mobili, illuminazione
- [18] NON ALIMENTARI: elettrodomestici, radio, tv
- [19] NON ALIMENTARI: ferramenta, vernici
- [20] NON ALIMENTARI: libri, giornali, cartoleria
- [21] NON ALIMENTARI: gioielleria, oggetti d'arte
- [22] NON ALIMENTARI: giocattoli, articoli sportivi
- [23] NON ALIMENTARI: ottica, fotografia
- [24] NON ALIMENTARI: altri specializzati
- [99] Non risponde

**b05. Qual è il titolo di godimento dei locali utilizzati?**

- [1] Proprietà
- [2] Affitto
- [3] Altro titolo
- [9] Non risponde

**b06. Secondo Lei, quanto incide l'affitto dei locali sul suo giro d'affari?**

- [1] moltissimo, al limite della tollerabilità
- [2] abbastanza, ma permette di lavorare
- [3] incide in modo equo, senza fronti ripercussioni sui guadagni
- [4] incide poco (guadagni alti e affitto basso)
- [9] non risponde

**b21. Con riferimento all'attività da lei gestita...**

- [1] è stata iniziata da lei (e prima non esisteva)
- [2] è stata iniziata da altri (e Lei l'ha rilevata o ricevuta)?
- [9] Non risponde

**b22. (se ha iniziato l'attività) In che anno ha iniziato questa attività?**

- [1] Anno: \_\_\_\_\_
- [9] Non risponde

**b23. (se ha rilevato l'attività) In che anno ha rilevato o ricevuto questa attività?**

- [1] Anno: \_\_\_\_\_
- [9] Non risponde

**b25. Da chi ha rilevato o ricevuto l'attività?**

- [1] acquistata/ ricevuta da genitori
- [2] acquistata/ ricevuta da parenti (non genitori)
- [3] acquistata da un precedente socio (lavorava già qui)
- [4] acquistata dal precedente padrone (di cui era dipendente)
- [5] acquistata da un amico
- [6] acquistata da terzi
- [8] altro
- [9] non risponde

**b30. Prima di gestire questa attività, Lei cosa faceva?**

- [1] prima non ho mai fatto altri lavori/ gestito altre attività
- [2] lavoravo come autonomo, in una attività simile
- [3] lavoravo come autonomo, in una attività diversa
- [4] lavoravo come dipendente con un posto fisso
- [5] lavoravo come dipendente stagionale/ precario/ senza posto fisso
- [6] lavoravo nella stessa attività come coadiuvante, ecc.
- [8] altro
- [9] non risponde

**b42. Attualmente, quanti suoi familiari collaborano nella sua attività (sia a tempo pieno che a tempo parziale)?**

- [1] nessuno
- [2] Numero collaboratori familiari: (da 1 a 10)
- [9] non risponde

**b44. Esclusi i familiari, quanti dipendenti lavorano nella sua attività (sia a tempo pieno che a tempo parziale)?**

- [1] nessuno
- [2] Numero dipendenti: (da 1 a 50)
- [9] non risponde

**c01. Parliamo ora dell'andamento della sua attività. Nell'ultimo anno, la sua attività ...**

- [1] è andata bene
- [2] ha avuto alcune difficoltà ma è riuscita a cavarsela
- [3] ha avuto notevoli difficoltà che l'hanno messa in seria crisi
- [9] Non risponde

**c02. Per quanto possibile, lei prevede che la sua attività nel prossimo anno...**

- [1] andrà bene
- [2] avrà delle difficoltà ma riuscirà a cavarsela
- [3] avrà delle notevoli difficoltà che la metteranno in seria crisi
- [4] avrà delle difficoltà tali che potrebbe chiudere
- [5] è già deciso che l'attività chiuderà entro l'anno (non leggere)
- [8] non sa(non leggere)
- [9] non risponde (non leggere)

**c03. Nei prossimi 5 anni, Lei pensa che, probabilmente ...**

- [1] proseguirà nella gestione dell'attuale attività
- [2] cederà questa attività ad altri
- [3] chiuderà questa attività senza cederla a nessuno
- [8] non sa
- [9] non risponde

**c03\_1. Per quale motivo cede o sposta o chiude l'attività? (possibili più risposte)**

- [01] anzianità
- [02] difficoltà economiche
- [03] affitti alti e costo della vita alto
- [04] manca parcheggio
- [05] inadeguatezza del trasporto pubblico
- [06] tasse
- [07] sicurezza
- [08] degrado
- [09] inquinamento
- [10] manca clientela
- [77] Altro: specificare
- [88] non sa
- [99] non risponde

**c04. A chi la cederà?**

- [1] Al figlio/a
- [2] Alla moglie/ convivente
- [3] ad altri parenti
- [4] a terzi
- [8] non sa
- [9] non risponde

**c06. Ha mai pensato di spostare l'attività fuori dal Centro Storico?**

- [1] sì
- [2] no
- [9] non risponde

**c10. E, negli ultimi 5 anni avete fatto investimenti nell'attività?**

- [1] Sì, grandi investimenti anche strutturali
- [2] Sì, ma solo di mantenimento e di manutenzione
- [3] No
- [8] Non sa
- [9] Non risponde

**c12. Per il futuro, ha previsto di fare investimenti nell'attività?**

- [1] Sì, grandi investimenti anche strutturali
- [2] Sì, ma solo di mantenimento e di manutenzione
- [3] No
- [8] Non sa
- [9] Non risponde

**d02****La sua clientela...**

- [1] è in prevalenza fissa (con pochi clienti occasionali)
- [2] in buona parte fissa ma anche con clienti occasionali
- [3] fissa e occasionale in parti uguali
- [4] in parte fissa ma in maggior parte occasionale
- [5] in prevalenza occasionale (con pochi clienti fissi)
- [9] non risponde

**d04. Tra i suoi clienti prevalgono:**

- [1] i residenti del Centro Storico
- [2] residenti di Bologna, ma NON del Centro Storico
- [3] turisti
- [4] ALTRO:
- [5] non c'è un tipo di clientela prevalente
- [8] non sa
- [9] non risponde

**d15 (se straniero) Si sente svantaggiato rispetto ai commercianti o esercenti italiani che lavorano nel suo stesso ambito (o settore)?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente svantaggiato
- [8] non sa
- [9] non risponde

**d16. (se straniero) Per quale motivo si sente svantaggiato? (possibili 3 risposte)**

- [1] Discriminato dai clienti
- [2] Discriminato dai colleghi
- [3] Discriminato dai residenti
- [4] Difficoltà burocratiche (permessi, licenze,...)
- [5] Problemi con la lingua
- [6] Antipatia da parte dei clienti
- [7] Diffidenza da parte dei residenti
- [77] Altro:
- [88] Non sa
- [99] Non risponde

**d17. (se italiano) Lei si sente svantaggiato rispetto ai commercianti o esercenti stranieri che lavorano nel suo stesso ambito (o settore)?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente svantaggiato
- [8] non sa
- [9] non risponde

**d18. (se italiano) Per quale motivo si sente svantaggiato? (3 risposte possibili)**

- [1] i commercianti stranieri sono molti
- [2] i commercianti stranieri sono più uniti tra loro
- [3] i commercianti stranieri hanno meno difficoltà ad iniziare un'attività
- [4] i commercianti stranieri fanno orari continuati e serali/notturni
- [77] Altro:
- [88] Non sa
- [99] Non risponde

**d20. Per la sua attività possiede un indirizzo di posta elettronica?**

- [1] sì
- [2] no
- [9] non risponde

**d21. La sua attività ha un sito internet?**

- [1] sì
- [2] non ancora, ma lo sto creando
- [3] non ancora, ma ci sto pensando
- [4] no
- [9] non risponde

**d30. Lei fa parte o ha fatto parte in passato di comitati di cittadini o comitati di negozianti?**

- [1] ne fa parte tutt'ora
- [2] ne ha fatto parte in passato
- [3] non ne ha MAI fatto parte
- [99] non risponde

**d31. E' iscritto ad una associazione di categoria?**

- [1] sì
- [2] no
- [3] non risponde

**d32. In generale, Lei quanta fiducia ripone nelle associazioni di categoria?**

- [1] Molta
- [2] Abbastanza
- [3] Poca
- [4] Nessuna
- [88] No sa
- [99] Non risponde

**d40. Le elencherò ora alcuni aspetti che potrebbero costituire un problema per la sua attività. Per ognuno mi dovrebbe dire se è un problema molto, abbastanza o poco rilevante, oppure se non è un problema.**

- [1] *E' un problema molto rilevante*
- [2] *Abbastanza rilevante*
- [3] *Poco rilevante*
- [4] *Non è un problema*
- [88] *Non sa*
- [99] *Non risponde*

**d40\_01. Diminuzione della capacità di acquisto dei clienti****d40\_02. Concorrenza dei supermercati/grande distribuzione/outlet****d40\_03. Troppi esercizi commerciali simili al suo in Centro Storico****d40\_04. Concorrenza di esercizi a basso prezzo e bassa qualità in Centro storico****d40\_05. Esercizi gestiti da cittadini stranieri****d40\_06. Presenza di venditori abusivi****e01. Parliamo ora della zona in cui è presente la sua attività. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona della sua attività, da 1 a 10, che voto darebbe?**

- [01] 1
- [02] 2
- [03] 3
- [04] 4
- [05] 5
- [06] 6
- [07] 7
- [08] 8
- [09] 9
- [10] 10
- [88] NON SO
- [99] NON RISPONDE

**e02. Nella zona della sua attività ci sono segni di degrado?**

- [1] molti
- [2] abbastanza
- [3] pochi
- [4] nessuno
- [88] non sa
- [99] non risponde



**e03. Quali segni di degrado? possibili più risposte ; NON LEGGERE le risposte**

- [01] Sporizia in genere/ rifiuti abbandonati
- [02] Deiezioni/ vomito/ urina
- [11] Bivacchi
- [12] Ubriachi che disturbano
- [13] Schiamazzi fastidiosi/ notturni
- [21] Mancanza di sicurezza
- [22] Spopolamento
- [23] Spaccio/ consumo di droga
- [31] Buche sulle strade
- [32] Marciapiedi rovinati
- [33] Traffico
- [34] Palazzi fatiscenti/ graffiti
- [66] altro: specificare
- [99] non risponde

**e12\_10. Le elencherò ora alcuni aspetti che potrebbero essere o no un problema nella zona in cui lei ha l'attività. Per ognuno mi dovrebbe dire se è un problema molto rilevante, abbastanza rilevante o poco rilevante, oppure se non è un problema.**

- [1] *E' un problema molto rilevante*
- [2] *Abbastanza rilevante*
- [3] *Poco rilevante*
- [4] *Non è un problema*
- [88] *Non sa*
- [99] *Non risponde*

**e12\_12. la presenza di stranieri****e12\_13. il traffico****e12\_14. lo smog****e12\_15. i parcheggi****e12\_17. carenza di trasporto pubblico****e12\_22. la presenza di tossicodipendenti e spacciatori****e12\_23. la presenza di senzatetto (barboni)****e12\_24. la sporcizia****e12\_25. la presenza di microcriminalità: furti, borseggi, aggressioni,..****e12\_26. le estorsioni****e12\_5. Nell'ultimo anno le è successo di restare vittima di: possibili più risposte**

- [01] Aggressioni o violenze
- [02] Truffe
- [03] Atti di vandalismo o danneggiamento contro il negozio/l'esercizio
- [04] Furti con scasso
- [05] Taccheggio
- [06] Rapine senza armi
- [07] Rapine a mano armata
- [08] Estorsioni
- [77] Altro genere di reato:
- [88] NESSUN REATO
- [99] non risponde

**e13. Le leggerò ora una serie di misure da adottare per migliorare la sicurezza in Centro Storico. Secondo Lei, quali sono le due più efficaci per contrastare la criminalità? (2 risposte possibili)**

- [01] Più presenza di forze dell'ordine
- [02] Sistemi di video-sorveglianza
- [03] Più prevenzione della marginalità sociale
- [04] Più illuminazione
- [05] Agenti di vigilanza privata
- [06] Apertura dei negozi oltre il normale orario
- [07] Interventi più duri e incisivi da parte delle forze dell'ordine
- [77] Nessuna di queste (NON LEGGERE)
- [78] Non è necessaria alcuna misura (NON LEGGERE)
- [88] Non sa      [99] Non risponde

**f11. Ora le elencherò alcune misure di limitazione del traffico in Centro Storico. Per ognuna le chiedo se, a suo parere, dovrebbe essere aumentata (intensificata), se va bene così, se dovrebbe essere diminuita o se dovrebbe essere tolta:**

- [1] *aumentata*
- [2] *va bene così*
- [3] *diminuita*
- [4] *dovrebbe essere tolta*
- [88] *non so*      [99] *non risponde*

**f11\_1. Sirio (controllo elettronico degli accessi al Centro)****f11\_2. ZTL (Zona a traffico limitato, include quasi tutto il Centro Storico)****f11\_3. pedonalizzazioni in genere**

**f12. In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] non gli/ le interessa
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f15. Secondo lei, quali interventi si potrebbero fare per agevolare la circolazione in Centro dopo gli interventi di limitazione al traffico? possibili 3 risposte**

- [01] più parcheggi fuori dal centro storico (con navette di collegamento)
- [02] potenziare il servizio di autobus (anche con più mezzi ecologici)
- [03] sconti sui biglietti dell'autobus per chi si reca in Centro
- [04] L'entrata in Centro per i veicoli meno inquinanti (a metano, gpl, Euro4 )
- [05] Più permessi per entrare in Centro
- [06] Migliorare la mobilità ciclabile
- [07] Migliorare la mobilità pedonabile
- [08] Buoni agevolati per parcheggi vicini
- [66] nessuno di questi
- [77] altro : SPECIFICARE
- [88] non sa
- [99] non risponde

**f21. Parliamo di un tema di grande attualità: i dehors. Secondo Lei, sarebbe necessario:**

- [0] eliminarli
- [1] utilizzare regole molto restrittive (solo tavoli e sedie, limitati)
- [2] utilizzare regole poco restrittive (anche ombrelloni e pedane, più flessibilità)
- [3] non utilizzare alcuna regola (ovunque e come si vuole)
- [4] non mi interessa il tema (NON LEGGERE)
- [5] non sa dare indicazioni (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f22. Lei come vorrebbe modificare gli orari di apertura della sua attività? possibili più risposte**

- [01] tenere aperto di più
- [02] avere più flessibilità
- [03] tenere aperto la sera/ la notte
- [04] tenere aperto la domenica
- [05] fare l'orario continuato
- [66] altro : SPECIFICARE
- [77] va bene così, non vuole cambiare gli orari
- [88] non sa
- [99] Non risponde

**f24. Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] conosce il tema ma non sa dare un giudizio (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f25. Dal 1998, con il decreto Bersani (decreto 114/98), è iniziata la liberalizzazione del commercio. A quasi 10 anni da questa innovazione, lei pensa che l'effetto del decreto Bersani (del 1998) sia stato:**

- [1] molto positivo
- [2] abbastanza positivo
- [3] né positivo né negativo
- [4] abbastanza negativo
- [5] molto negativo
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g01. Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale del Centro Storico è soddisfacente per i clienti e i residenti?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g02. Di quali attività commerciali o di servizio ritiene vi sia carenza in Centro Storico?****possibili 3 risposte      non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [10] ferramenta
- [66] altro: specificare
- [77] non c'è carenza di nessun tipo di attività
- [88] non so
- [99] non risponde

**g03. Sempre secondo Lei, quali attività sono invece in eccesso in Centro Storico?****possibili 3 risposte      non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [66] altro: specificare
- [77] non ci sono attività in eccesso
- [88] non so
- [99] non risponde

**g031. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di alimentari/ minimarket gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g032. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di kebab/ pizzerie al trancio/ rosticcerie gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g04. Secondo Lei, in Centro Storico, le attività commerciali e gli esercizi pubblici in generale sono destinate a:**

- [1] diminuire
- [2] aumentare
- [3] non modificarsi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h11. Secondo Lei, la concentrazione in centro storico degli studenti universitari è un problema molto, abbastanza, poco rilevante, o non è un problema?**

- [1] è un problema molto rilevante
- [2] è un problema abbastanza rilevante
- [3] è un problema poco rilevante
- [4] non è un problema
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h22. In definitiva, quale cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti? possibili 2 risposte**

- [01] l'aumento delle persone presenti
- [02] l'aumento della ricchezza
- [03] un'aria più pulita e respirabile
- [04] meno furti e rapine
- [05] più spazio alle attività per il tempo libero
- [06] più pulizia ed ordine nelle strade e nelle piazze
- [77] nessuna delle precedenti (NON LEGGERE)
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h25. Se dovesse scegliere tra le seguenti 2 politiche per il Centro Storico, quale sceglierebbe?**

- [1] politiche di potenziamento delle attività economiche e del turismo
- [2] politiche di miglioramento della vivibilità per i residenti
- [88] non sa/ nessuna delle precedenti
- [99] non risponde

**QUESTIONARIO AI RESIDENTI DEL CENTRO STORICO DI BOLOGNA****a01. Sesso**

- [1] maschio
- [2] femmina

**a02. Mi può dire la sua età in anni compiuti?**

- [1] età: \_\_\_\_\_
- [99] non risponde

**a03. Qual è il suo titolo di studio?**

- [1] laurea/diploma universitario
- [2] diploma di scuola media superiore
- [3] diploma professionale
- [4] licenza di scuola media inferiore
- [5] licenza elementare
- [6] senza titolo
- [99] non risponde

**a04. Lei è:**

- [1] occupato autonomo
- [2] occupato dipendente a tempo indeterminato
- [3] occupato dipendente a termine
- [4] studente
- [5] casalinga
- [6] ritirato dal lavoro (pensionato)
- [7] disoccupato
- [8] altra condizione
- [99] Non risponde

**a04a. Ed è occupato come (lavoro autonomo):**

- [1] imprenditore
- [2] artigianato o familiare coadiuvante
- [3] commerciante o familiare coadiuvante
- [4] Coltivatore diretto o agricoltore
- [5] libero professionista
- [6] altro autonomo
- [9] non risponde

**a04b. ed è occupato come (lavoratore dipendente):**

- [01] dirigente
- [02] docente o insegnante scuola superiore
- [03] insegnante di scuola media, elementare o materna
- [04] quadro/direttivo/funzionario/funzionario tecnico
- [05] impiegato pubblico
- [06] impiegato privato
- [07] operaio dell'industria o dei servizi
- [08] operaio agricolo
- [09] altro dipendente
- [99] NON RISPONDE

**a05. LEI COMPRESO/A, quante persone vivono nella sua famiglia?**

- [1] 1 SOLO COMPONENTE (single)
- [2] 2 componenti
- [3] 3 componenti
- [4] 4 componenti
- [5] 5 componenti
- [6] 6 componenti o più
- [99] Non risponde

**a06. Com'è composta la sua famiglia?**

- [1] coppia senza figli (ed eventuali altri conviventi)
- [2] coppia con figli (ed eventuali altri conviventi)
- [3] genitore singolo con figli (ed eventuali altri conviventi)
- [4] più nuclei familiari conviventi
- [5] individui conviventi legati da vincoli parentali
- [6] individui conviventi non legati da vincoli parentali
- [99] non risponde

**a07. Lei è cittadino/a italiano/a?**

- [1] Sì, è cittadino italiano
- [2] No, è cittadino di: \_\_\_\_\_
- [3] Altra nazione: \_\_\_\_\_ [99] Non risponde

**a11. Nella zona del centro storico in cui Lei abita, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti?****3 risposte possibili NON LEGGERE NE' SUGGERIRE LE RISPOSTE**

- [01] costo della vita
- [02] problema della casa
- [03] spopolamento (abbandono del centro da parte dei residenti)
- [04] chiusura delle strutture commerciali
- [05] locali notturni (schiamazzi, confusione,...)
- [06] convivenza con immigrati stranieri
- [07] sicurezza e criminalità (borseggi, aggressioni, furti,...)
- [08] droga
- [09] scarsa presenza o cattiva manutenzione del verde
- [10] inquinamento atmosferico
- [11] sporcizia
- [12] rumori molesti (inquinamento acustico)
- [13] trasporti pubblici
- [14] traffico e viabilità
- [15] carenza di piste ciclabili e pedonabili
- [16] accessibilità al centro storico
- [17] parcheggi
- [18] manutenzione delle strade
- [19] altro problema
- [20] NESSUNO in particolare
- [88] non so
- [99] non risponde

**a21. Da che anno risiede nel centro storico di Bologna?**

- [01] dal 2007 (da quest'anno)
- [02] dal 2006 (dall'anno scorso)
- [03] dal 2005 (da due anni)
- [04] dal 2004 (da tre anni)
- [05] dal 2002-2003 (da 4-5 anni)
- [06] dal 1997-2001 (da 6-10 anni)
- [07] dal 1977-1996 (da 11-30 anni)
- [08] dal 1976 o prima (da più di 30 anni)
- [09] Risiede da sempre nel centro storico di Bologna (dalla nascita)
- [88] NON RICORDO
- [99] NON RISPONDE

**a22. Dove abitava prima di venire nel centro di Bologna?**

- [1] a Bologna, fuori dal centro
- [2] in un comune della provincia di Bologna (specificare)
- [3] in un comune della regione Emilia-Romagna
- [4] in un comune nel nord d'Italia
- [5] in un comune del centro Italia
- [6] in un comune del sud Italia o delle isole
- [7] all'estero
- [99] Non risponde

**a23. Per quale dei seguenti motivi ha scelto di venire ad abitare in centro storico (e non, per esempio, in periferia)?****possibili 2 risposte**

- [1] per la vicinanza al lavoro/studio
- [2] per abitare in un luogo di prestigio
- [3] per abitare in un luogo vivace ed esuberante
- [4] perché mi/ ci è piaciuta la casa
- [5] perché avevo/ avevamo la casa in proprietà
- [6] per la vicinanza ai servizi
- [66] altro: specificare
- [88] non sa
- [99] non risponde

**a24. Ha mai pensato di andare ad abitare da qualche altra parte (fuori dal centro storico di Bologna)?**

- [1] no
- [2] sì, a volte, ma solo per dire
- [3] sì, seriamente
- [4] sì, è già deciso
- [99] non risponde

**a26. Lei o la sua famiglia ha rapporti condominiali/di vicinato:**

- [1] prevalentemente buoni e con frequentazione assidua
- [2] prevalentemente buoni ma con frequentazione occasionale
- [3] a volte buoni, a volte conflittuali
- [4] prevalentemente conflittuali
- [5] assenti o quasi inesistenti
- [99] Non risponde

**a31. In generale, in che misura gli avvenimenti della vita amministrativa del Comune di Bologna la interessano?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] non sa
- [6] non risponde

**a32. Lei fa parte o ha fatto parte in passato di comitati di cittadini?**

- [1] ne fa parte tutt'ora
- [2] ne ha fatto parte in passato
- [3] non ne ha MAI fatto parte
- [99] non risponde

**b11. Parliamo ora di dove fa la spesa la sua famiglia. Lei (o la sua famiglia) fate la spesa:**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b11\_1. in un ipermercato fuori dal centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_2. in un supermercato fuori dal centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_3. in un supermercato/ minimarket dentro il centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_5. in centro storico, in un negozio specializzato di alimentari? (Se sì) Quanto spesso?****b12. Complessivamente, in quale tipo di negozio/ negozi fa la spesa più grande? (si intende il "tipo" di negozio in cui spende più soldi)**

- [01] ipermercato/i fuori dal centro storico
- [02] supermercato/i fuori dal centro storico
- [03] supermercati/ minimarket dentro il centro storico
- [05] negozi di alimentari in centro storico
- [66] altro: specificare
- [77] non fa/ non fanno spese
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b13. Per quale motivo fa la spesa più grande in [b12]?  
3 risposte possibili; non leggere le risposte**

- [01] per i prezzi migliori
- [02] per la migliore qualità
- [03] per la comodità del parcheggio
- [04] per la vicinanza a casa
- [05] per la vicinanza al lavoro
- [06] per la vicinanza ad altri luoghi di frequentazione (casa di parenti, scuola dei figli, palestra, ecc.)
- [07] per il rapporto con il commerciante/ i commessi
- [08] per il piacere di fare una passeggiata
- [09] per la varietà della merce/ assortimento
- [66] altro: specificare
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b131. Lei o la sua famiglia fate acquisti in negozi di alimentari gestito da cittadini stranieri in centro storico? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b14. Con che frequenza Lei o la sua famiglia fate acquisti di prodotti non alimentari in centro a Bologna?**

- [1] spesso
- [2] a volte
- [3] raramente
- [4] mai
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b211. Lei personalmente fa acquisti al mercato delle Erbe, in centro a Bologna? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b212. E al mercato del quadrilatero? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b22. Lei personalmente fa acquisti al mercato della Piazzola ? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, tutte le settimane
- [3] sì, 1-3 volte al mese
- [4] sì, ogni tanto
- [5] sì, ma molto di rado
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b23. Per le esigenze della sua famiglia, come modificherebbe gli orari di apertura dei negozi alimentari?  
3 risposte possibili; non leggere le risposte**

- [01] più aperture serali
- [02] orari continuati
- [03] anticipo dell'apertura al mattino
- [04] apertura notturna
- [05] evitare il giorno di chiusura
- [06] apertura domenicale
- [66] altre modifiche
- [77] vanno bene così come sono adesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b31. Quanto spesso si reca in trattorie, pizzerie al tavolo o ristoranti nel centro storico di Bologna?**

- [1] spesso
- [2] a volte
- [3] raramente
- [4] mai
- [99] non risponde

**b32. Parlando invece di bar, Lei ne frequenta alcuni con una certa assiduità in centro storico?**

- [1] sì
- [2] no
- [3] va dove capita, cambia spesso (NON LEGGERE)
- [99] non risponde

**b33. E, sempre in centro storico a Bologna, Le capita di mangiare:**

- [1] spesso
- [2] a volte
- [3] raramente
- [4] mai
- [99] non risponde

**b33\_1. In pizzerie al taglio/ piadinerie****b33\_2. In kebak/ rosticcerie indiane da asporto****b33\_4. In fast food come Mac Donald, Spizzico o altri****c12. In quale zone del centro preferisce fare shopping o andare per vetrine? non leggere le risposte;  
possibili più risposte**

- [01] Galleria Cavour
- [02] Il quadrilatero (Orefici-Drapperie-Clavature)
- [03] Portico del Pavaglione
- [04] Strada Maggiore
- [05] Via Clavature
- [06] Via D'Azeglio



- [07] Via Farini
- [08] Via Indipendenza
- [09] Via Marconi
- [10] Via Rizzoli
- [11] Via San Felice
- [12] Via San Vitale
- [13] Via Ugo Bassi
- [66] Altro indicare:
- [77] Non ha una zona preferita (anche se fa shopping)
- [78] Non fa shopping né va per vetrine in centro
- [99] non risponde

**c24. Nell'ultima settimana, quante volte le è capitato di andare in Piazza Maggiore?**

- [1] Indicare il numero di volte in cui è stato in piazza Maggiore nell'ultima settimana:
- [2] mai
- [3] ci abito / abito nelle immediate vicinanze
- [99] non risponde

**c31. Qual'è il luogo del centro storico che ama frequentare di più nei dintorni di casa sua?**  
**NON LEGGERE LE RISPOSTE;**

- [11] Piazza Maggiore
- [12] Piazza Santo Stefano
- [13] Via Indipendenza
- [14] Montagnola
- [15] Sala Borsa
- [16] Zona universitaria (generico)
- [21] Giardini Margherita
- [66] Indicare in modo sintetico ma chiaro:
- [77] non c'è nessun luogo che ama frequentare nei dintorni di casa sua
- [99] non risponde

**c32\_1. C'è un altro luogo del centro storico che ama frequentare (oltre a quello indicato nella domanda precedente)? anche non vicino a casa sua**

**NON LEGGERE LE RISPOSTE**

- [11] Piazza Maggiore
- [12] Piazza Santo Stefano
- [13] Via Indipendenza
- [14] Montagnola
- [15] Sala Borsa
- [16] Zona universitaria (generico)
- [21] Giardini Margherita
- [66] Indicare in modo sintetico ma chiaro:
- [77] non c'è nessun luogo che ama frequentare in centro storico oltre a quello indicato nella domanda precedente
- [99] non risponde

**c32\_2. E c'è un luogo del centro storico che ama frequentare (anche non nei dintorni di casa Sua)? anche non vicino a casa sua**

**NON LEGGERE LE RISPOSTE**

- [11] Piazza Maggiore
- [12] Piazza Santo Stefano
- [13] Via Indipendenza
- [14] Montagnola
- [15] Sala Borsa
- [16] Zona universitaria (generico)
- [21] Giardini Margherita
- [66] Indicare in modo sintetico ma chiaro:
- [77] non c'è nessun luogo che ama frequentare in centro storico
- [99] non risponde

**e01. Parliamo ora della zona in cui Lei abita. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona in cui abita, da 1 a 10, che voto darebbe?**

- [01] 1
- [02] 2
- [03] 3
- [04] 4
- [05] 5
- [06] 6
- [07] 7
- [08] 8
- [09] 9
- [10] 10
- [88] NON SO
- [99] NON RISPONDE

**e02. Nella zona in cui abita ci sono segni di degrado?**

- [1] molti
- [2] abbastanza
- [3] pochi
- [4] nessuno
- [88] non sa
- [99] non risponde

**e03. Quali segni di degrado? possibili 2 risposte; NON LEGGERE le risposte**

- [01] Sporczia in genere/ rifiuti abbandonati
- [02] Deiezioni/ vomito/ urina
- [11] Bivacchi
- [12] Ubriachi che disturbano
- [13] Schiamazzi fastidiosi/ notturni
- [21] Mancanza di sicurezza
- [22] Spopolamento
- [23] Spaccio/ consumo di droga
- [31] Buche sulle strade
- [32] Marciapiedi rovinati
- [33] Traffico
- [34] Palazzi fatiscenti/ graffiti
- [66] altro: specificare
- [99] non risponde

**e12. Le elencherò ora alcuni aspetti che potrebbero costituire un problema nella zona in cui vive. Per ognuno mi dovrebbe dire se è un problema molto, abbastanza o poco rilevante, oppure se non è un problema.**

- [1] *E' un problema molto rilevante*
- [2] *Abbastanza rilevante*
- [3] *Poco rilevante*
- [4] *Non è un problema*
- [88] *Non sa*
- [99] *Non risponde*

**e12\_07. lo spopolamento della zona in cui vive****e12\_08. la presenza di stranieri****e12\_13. il traffico****e12\_14. lo smog****e12\_15. i parcheggi****e12\_17. carenza di trasporto pubblico****e12\_22. la presenza di tossicodipendenti e spacciatori****e12\_23. la presenza di senzatetto (barboni)****e12\_24. la sporcizia****e12\_25. la presenza di microcriminalità: furti, borseggi, aggressioni,...****e13. Le leggerò ora una serie di misure da adottare per migliorare la sicurezza. Secondo Lei, quali sono le due più efficaci per contrastare la criminalità? possibili 2 risposte**

- [01] Più presenza di forze dell'ordine
- [02] Sistemi di video-sorveglianza
- [03] Più prevenzione della marginalità sociale
- [04] Più illuminazione
- [05] Agenti di vigilanza privata
- [06] Apertura dei negozi oltre il normale orario
- [07] Interventi più duri e incisivi da parte delle forze dell'ordine
- [77] Nessuna di queste (NON LEGGERE)
- [78] Non è necessaria alcuna misura (NON LEGGERE)
- [88] Non sa
- [99] Non risponde

**f11. Ora le elencherò alcune misure di limitazione del traffico in Centro Storico. Per ognuna le chiedo se, a suo parere, dovrebbe essere aumentata (intensificata), se va bene così, se dovrebbe essere diminuita o se dovrebbe essere tolta:**

- [1] *aumentata*
- [2] *va bene così*
- [3] *diminuita*
- [4] *dovrebbe essere tolta*
- [88] *non so*
- [99] *non risponde*

**f11\_1. Sirio (controllo elettronico dei varchi al Centro)****f11\_2. ZTL (Zona a traffico limitato, include quasi tutto il Centro Storico))****f11\_3. pedonalizzazioni in genere**

**f12. In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] non gli/ le interessa
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f15. Secondo lei, quali interventi si potrebbero fare per agevolare la circolazione in Centro dopo gli interventi di limitazione al traffico? possibili 3 risposte**

- [01] più parcheggi fuori dal centro storico (con navette di collegamento)
- [02] potenziare il servizio di autobus (anche con più mezzi ecologici)
- [03] sconti sui biglietti dell'autobus per chi si reca in Centro
- [04] L'entrata in Centro per i veicoli meno inquinanti (a metano, gpl, Euro4 )
- [05] Più permessi per entrare in Centro
- [06] Migliorare la mobilità ciclabile
- [07] Migliorare la mobilità pedonabile
- [08] Buoni agevolati per parcheggi vicini
- [66] nessuno di questi
- [77] altro : SPECIFICARE
- [88] non sa
- [99] non risponde

**f21. Parliamo di un tema di grande attualità: i dehors (verande esterne dei locali). Secondo Lei, sarebbe necessario:**

- [0] eliminarli
- [1] utilizzare regole molto restrittive
- [2] utilizzare regole poco restrittive
- [3] non utilizzare alcuna regola
- [4] non mi interessa il tema (NON LEGGERE)
- [5] non sa dare indicazioni (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f24. Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] conosce il tema ma non sa dare un giudizio (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**g01. Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale del Centro Storico è soddisfacente?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g02. Di quali attività commerciali o di servizio ritiene vi sia carenza in Centro Storico? possibili 2 risposte; non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [10] ferramenta
- [66] altro: specificare
- [77] non c'è carenza di nessun tipo di attività
- [88] non so
- [99] non risponde

**g03. Sempre secondo Lei, quali attività sono invece in eccesso in Centro Storico?  
possibili 2 risposte; non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [66] altro: specificare
- [77] non ci sono attività in eccesso
- [88] non so
- [99] non risponde

**g031. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di alimentari/ minimarket gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g032. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di kebab/ pizzerie al trancio/ rosticcerie gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g04. Secondo Lei, in Centro Storico, le attività commerciali e ricettive in generale sono destinate a:**

- [1] diminuire
- [2] aumentare
- [3] non modificarsi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g211. In generale, Lei quanta fiducia ripone nei commercianti del centro storico di Bologna?**

- [1] molta
- [2] abbastanza
- [3] poca
- [4] nessuna
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g212. E quanta fiducia ripone nei commercianti in generale?**

- [1] molta
- [2] abbastanza
- [3] poca
- [4] nessuna
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h11. Secondo Lei, la concentrazione in centro storico degli studenti universitari è un problema molto, abbastanza, poco rilevante, o non è un problema?**

- [1] è un problema molto rilevante
- [2] è un problema abbastanza rilevante
- [3] è un problema poco rilevante
- [4] non è un problema
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h22. In definitiva, quale cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti?  
possibili 2 risposte**

- [01] l'aumento delle persone presenti
- [02] l'aumento della ricchezza
- [03] un'aria più pulita e respirabile
- [04] meno furti e rapine
- [05] più spazio alle attività per il tempo libero
- [06] più pulizia ed ordine nelle strade e nelle piazze
- [77] nessuna delle precedenti (NON LEGGERE)
- [88] non sa      [99] non risponde

**h25. Se dovesse scegliere tra le seguenti 2 politiche per il Centro Storico, quale sceglierebbe?**

- [1] politiche di potenziamento delle attività economiche e del turismo
- [2] politiche di miglioramento della vivibilità per i residenti
- [88] non sa/ nessuna delle precedenti
- [99] non risponde

**h26. A suo parere, cosa rende il Centro Storico di Bologna un luogo d'eccellenza?**  
**possibili 2 risposte**

- [01] negozi
- [02] teatri, cinema, musei, eventi musicali
- [03] ristoranti, bar e pub
- [04] ambiente architettonico e storico
- [05] passeggio della gente, vitalità
- [06] Altro: specificare
- [77] il centro storico di Bologna non è un luogo di eccellenza (NON LEGGERE)
- [88] non sa
- [99] non risponde

**QUESTIONARIO AI RESIDENTI DELLA PERIFERIA DI BOLOGNA****a01. Sesso**

- [1] maschio
- [2] femmina

**a02. Mi può dire la sua età in anni compiuti?**

- [1] età: \_\_\_\_\_
- [99] non risponde

**a03. Qual è il suo titolo di studio?**

- [1] laurea/diploma universitario
- [2] diploma di scuola media superiore
- [3] diploma professionale
- [4] licenza di scuola media inferiore
- [5] licenza elementare
- [6] senza titolo
- [99] non risponde

**a04. Lei è:**

- [1] occupato autonomo
- [2] occupato dipendente a tempo indeterminato
- [3] occupato dipendente a termine
- [4] studente
- [5] casalinga
- [6] ritirato dal lavoro (pensionato)
- [7] disoccupato
- [8] altra condizione
- [99] Non risponde

**a04a. Ed è occupato come (lavoro autonomo):**

- [1] imprenditore
- [2] artigianato o familiare coadiuvante
- [3] commerciante o familiare coadiuvante
- [4] Coltivatore diretto o agricoltore
- [5] libero professionista
- [6] altro autonomo (agente di commercio, rappresentante, parasubordinato)
- [9] non risponde

**a04b. ed è occupato come (lavoratore dipendente):**

- [01] dirigente
- [02] docente o insegnante scuola superiore
- [03] insegnante di scuola media, elementare o materna
- [04] quadro/direttivo/funzionario/funzionario tecnico
- [05] impiegato pubblico
- [06] impiegato privato
- [07] operaio dell'industria o dei servizi
- [08] operaio agricolo
- [09] altro dipendente
- [99] NON RISPONDE

**a05. LEI COMPRESO/A, quante persone vivono nella sua famiglia?**

- [1] 1 SOLO COMPONENTE (single)
- [2] 2 componenti
- [3] 3 componenti
- [4] 4 componenti
- [5] 5 componenti
- [6] 6 componenti o più
- [99] Non risponde

**a06. Com'è composta la sua famiglia?**

- [1] coppia senza figli (ed eventuali altri conviventi)
- [2] coppia con figli (ed eventuali altri conviventi)
- [3] genitore singolo con figli (ed eventuali altri conviventi)
- [4] più nuclei familiari conviventi
- [5] individui conviventi legati da vincoli parentali (zio/nipote, nonno/nipote, fratello/sorella, cugini,...)
- [6] individui conviventi non legati da vincoli parentali (studenti, lavoratori, amici,...)
- [99] non risponde

**a07. Lei è cittadino/a italiano/a?**

- [1] Sì, è cittadino italiano
- [2] No, è cittadino di: \_\_\_\_\_
- [3] altro: \_\_\_\_\_ [99] Non risponde

**a11. Secondo Lei, nel centro storico di Bologna, quali sono oggi i tre problemi più rilevanti?****Possibili 3 risposte****NON LEGGERE NE' SUGGERIRE LE RISPOSTE**

- [01] costo della vita
- [02] problema della casa
- [03] spopolamento (abbandono del centro da parte dei residenti)
- [04] chiusura delle strutture commerciali
- [05] locali notturni (schiamazzi, confusione,...)
- [06] convivenza con immigrati stranieri
- [07] sicurezza e criminalità (borseggi, aggressioni, furti,...)
- [08] droga
- [09] scarsa presenza o cattiva manutenzione del verde
- [10] inquinamento atmosferico
- [11] sporcizia
- [12] rumori molesti (inquinamento acustico)
- [13] trasporti pubblici
- [14] traffico e viabilità
- [15] carenza di piste ciclabili e pedonabili
- [16] accessibilità al centro storico
- [17] parcheggi
- [18] manutenzione delle strade
- [19] altro problema
- [20] NESSUNO in particolare
- [88] non so
- [99] non risponde

**a16. Lei ha mai abitato in centro storico a Bologna? per centro storico si intende la zona di città entro i viali di circonvallazione**

- [1] Sì, ha abitato in centro storico a Bologna
- [2] No, non ha mai abitato in centro storico a Bologna
- [99] non risponde

**a18. E oggi, le piacerebbe andare ad abitare in centro storico?**

- [1] Molto
- [2] Abbastanza
- [3] Poco
- [4] Per niente
- [88] Non sa
- [99] Non risponde

**a26. Lei o la sua famiglia ha rapporti condominiali/di vicinato:**

- [1] prevalentemente buoni e con frequentazione assidua
- [2] prevalentemente buoni ma con frequentazione occasionale
- [3] a volte buoni, a volte conflittuali
- [4] prevalentemente conflittuali
- [5] assenti o quasi inesistenti
- [99] Non risponde

**a31. In generale, in che misura gli avvenimenti della vita amministrativa del Comune di Bologna la interessano?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] non sa
- [6] non risponde

**a32. Lei fa parte o ha fatto parte in passato di comitati di cittadini?**

- [1] ne fa parte tutt'ora
- [2] ne ha fatto parte in passato
- [3] non ne ha MAI fatto parte
- [99] non risponde

**a35. Parliamo ora della zona in cui Lei abita. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana della zona in cui abita, da 1 a 10, che voto darebbe?**

- [01] 1
- [02] 2
- [03] 3
- [04] 4
- [05] 5
- [06] 6
- [07] 7
- [08] 8
- [09] 9
- [10] 10
- [88] NON SO
- [99] NON RISPONDE

**a36. Nella zona in cui abita ci sono segni di degrado?**

- [1] molti
- [2] abbastanza
- [3] pochi
- [4] nessuno
- [88] non sa
- [99] non risponde

**a37. Quali segni di degrado? Possibili più risposte; NON LEGGERE le risposte**

- [01] Sporczia in genere/ rifiuti abbandonati
- [02] Deiezioni/ vomito/ urina
- [11] Bivacchi
- [12] Ubriachi che disturbano
- [13] Schiamazzi fastidiosi/ notturni
- [21] Mancanza di sicurezza
- [22] Spopolamento
- [23] Spaccio/ consumo di droga
- [31] Buche sulle strade
- [32] Marciapiedi rovinati
- [33] Traffico
- [34] Palazzi fatiscenti/ graffiti
- [66] altro: specificare
- [99] non risponde

**a40. Negli ultimi 2 anni, le è capitato di recarsi in centro, almeno una volta, per qualsiasi motivo (acquisti, cinema, ristoranti, pratiche, passeggiate, visite, ecc.)?**

- [1] sì, si è recato in centro almeno una volta negli ultimi 2 anni
- [2] no, NON è mai stato in centro a Bologna negli ultimi 2 anni
- [99] non risponde

**a41. Abitualmente, con quale frequenza si reca in centro storico?**

- [01] tutti i giorni
- [02] solo nei giorni feriali
- [03] solo nei fine settimana
- [04] 2-3 volte a settimana
- [05] 3-4 volte al mese
- [06] 1-2 volte al mese
- [07] meno di una volta al mese
- [99] non risponde

**a42. Lei si reca in centro storico per:**

- [1] sì
- [2] no
- [99] non risponde

**a42\_1. motivi di lavoro/ studio****a42\_2. fare acquisti di beni/ servizi****a42\_3. andare al ristorante/ pub/ locali/ pizzeria/ ecc.****a42\_4. andare al cinema/ teatro/ biblioteca/ museo ecc. (consumi culturali)****a42\_5. fare passeggiate/ andare per vetrine****a42\_6. visite ad amici/ parenti****a42\_7. pratiche burocratiche/ viste mediche****a42\_8. altro (indicare):****a43. Quali mezzi utilizza in prevalenza per andare in centro?**

- [1] a piedi
- [2] bicicletta
- [3] moto/ scooter
- [4] auto
- [5] autobus
- [6] taxi
- [66] altro
- [99] non risponde



**b11. Parliamo ora di dove fa la spesa la sua famiglia. Lei (o la sua famiglia) fate la spesa:**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b11\_1. in un ipermercato fuori dal centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_2. in un supermercato fuori dal centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_3. in un supermercato/ minimarket dentro il centro storico? (Se sì) Quanto spesso?****b11\_5. in centro storico, in un negozio specializzato di alimentari? (Se sì) Quanto spesso?****b12. Complessivamente, in quale tipo di negozio/ negozi fa la spesa più grande? si intende il "tipo" di negozio in cui spende più soldi**

- [01] ipermercato/i fuori dal centro storico
- [02] supermercato/i fuori dal centro storico
- [03] supermercati/ minimarket dentro il centro storico
- [05] negozi di alimentari in centro storico
- [66] altro: specificare
- [77] non fa/ non fanno spese
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b13. Per quale motivo fa la spesa più grande in [b12]? Possibili 3 risposte, non leggere le risposte**

- [01] per i prezzi migliori
- [02] per la migliore qualità
- [03] per la comodità del parcheggio
- [04] per la vicinanza a casa
- [05] per la vicinanza al lavoro
- [06] per la vicinanza ad altri luoghi di frequentazione (casa di parenti, scuola dei figli, palestra, ecc.)
- [07] per il rapporto con il commerciante/ i commessi
- [08] per il piacere di fare una passeggiata
- [09] per la varietà della merce/ assortimento
- [66] altro: specificare
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b131. Lei o la sua famiglia fate acquisti in negozi di alimentari gestito da cittadini stranieri in centro storico? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b15. A parte gli alimentari, quali (altri) prodotti acquista in centro storico? multipla**

- [01] abbigliamento
- [02] calzature/ accessori
- [03] profumeria/ igiene
- [04] farmacia/ prodotti sanitari/ erboristeria
- [05] libri/ musica/ video/ giornali/ cartoleria
- [06] articoli sportivi/ giocattoli
- [07] cellulari/ pc/ elettronica/ ottica/ foto
- [66] altro : SPECIFICARE
- [77] Non acquista prodotti non alimentari in centro storico
- [99] non risponde

**b16. A suo parere, quali sono i vantaggi di acquistare i prodotti in centro? Possibili 3 risposte**

- [01] i negozi di fiducia
- [02] il piacere di passeggiare
- [03] prodotti di qualità
- [04] ambiente piacevole
- [05] varietà dei prodotti
- [06] vicinanza al lavoro
- [66] Altro (NON LEGGERE)
- [77] Non ci sono vantaggi a fare acquisti in centro (NON LEGGERE)
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b211. Lei personalmente fa acquisti al mercato delle Erbe, in centro a Bologna? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b212. E al mercato del quadrilatero? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, 5 volte a settimana o più
- [3] sì, 3-4 volte a settimana
- [4] sì, 1-2 volte alla settimana
- [5] sì, 1-3 volte al mese
- [6] sì, meno spesso
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b22. Lei personalmente fa acquisti al mercato della Piazzola ? (Se sì) Quanto spesso?**

- [1] no, mai
- [2] sì, tutte le settimane
- [3] sì, 1-3 volte al mese
- [4] sì, ogni tanto
- [5] sì, ma molto di rado
- [88] non sa
- [99] non risponde

**b31. Quanto spesso si reca in trattorie, pizzerie al tavolo o ristoranti nel centro storico di Bologna?**

- [1] spesso
- [2] a volte
- [3] raramente
- [4] mai
- [99] non risponde

**b32. Parlando invece di bar, Lei ne frequenta alcuni con una certa assiduità in centro storico?**

- [1] sì
- [2] no
- [3] va dove capita, cambia spesso (NON LEGGERE)
- [99] non risponde

**b33. E, sempre in centro storico a Bologna, Le capita di mangiare:**

- [1] spesso
- [2] a volte
- [3] raramente
- [4] mai
- [99] non risponde

**b33\_1. In pizzerie al taglio/ piadinerie****b33\_2. In kebak/ rosticcerie indiane da asporto****b33\_4. In fast food come Mac Donald, Spizzico o altri****c12. In quale zone del centro preferisce fare shopping o andare per vetrine?****non leggere le risposte; Possibili più risposte**

- [01] Galleria Cavour
- [02] Il quadrilatero (Orefici-Drapperie-Clavature)
- [03] Portico del Pavaglione
- [04] Strada Maggiore
- [05] Via Clavature
- [06] Via D'Azeglio
- [07] Via Farini
- [08] Via Indipendenza
- [09] Via Marconi
- [10] Via Rizzoli
- [11] Via San Felice
- [12] Via San Vitale
- [13] Via Ugo Bassi
- [66] Altro indicare:
- [77] Non ha una zona preferita (anche se fa shopping)
- [78] Non fa shopping né va per vetrine in centro
- [99] non risponde

**c24. Nell'ultima settimana, quante volte le è capitato di andare in Piazza Maggiore?**

[1] Indicare il numero di volte in cui è stato in piazza Maggiore nell'ultima settimana:

[2] mai

[99] non risponde

**c32. C'è un luogo del centro storico che ama frequentare?****NON LEGGERE LE RISPOSTE**

[11] Piazza Maggiore

[12] Piazza Santo Stefano

[13] Via Indipendenza

[14] Montagnola

[15] Sala Borsa

[16] Zona universitaria (generico)

[21] Giardini Margherita

[66] Indicare in modo sintetico ma chiaro:

[77] non c'è nessun luogo che ama frequentare in centro storico

[99] non risponde

**e01. Se dovesse dare un voto complessivo alla qualità urbana del centro storico, per quello che sa o ha sentito dire, da 1 a 10, che voto darebbe? voto: 1=bassa 10=alta;**

[01] 1

[02] 2

[03] 3

[04] 4

[05] 5

[06] 6

[07] 7

[08] 8

[09] 9

[10] 10

[88] NON SO

[99] NON RISPONDE

**e02. A suo parere, in centro storico ci sono segni di degrado?**

[1] molti

[2] abbastanza

[3] pochi

[4] nessuno

[88] non sa

[99] non risponde

**e12. Le elencherò ora alcuni aspetti che potrebbero costituire un problema in centro storico. Per ognuno mi dovrebbe dire se, secondo Lei, è un problema molto, abbastanza o poco rilevante, oppure se non è un problema.**

[1] E' un problema molto rilevante

[2] Abbastanza rilevante

[3] Poco rilevante

[4] Non è un problema

[88] Non sa

[99] Non risponde

**e12\_07. lo spopolamento del centro storico****e12\_08. la presenza di stranieri****e12\_13. il traffico****e12\_14. lo smog****e12\_15. i parcheggi****e12\_17. carenza di trasporto pubblico****e12\_22. la presenza di tossicodipendenti e spacciatori****e12\_23. la presenza di senzatetto (barboni)****e12\_24. la sporcizia****e12\_25. la presenza di microcriminalità: furti, borseggi, aggressioni,..****e13. Le leggerò ora una serie di misure da adottare per migliorare la sicurezza in centro storico. Secondo Lei, quali sono le due più efficaci per contrastare la criminalità? Possibili 2 risposte**

[01] Più presenza di forze dell'ordine

[02] Sistemi di video-sorveglianza

[03] Più prevenzione della marginalità sociale

[04] Più illuminazione

[05] Agenti di vigilanza privata

[06] Apertura dei negozi oltre il normale orario

[07] Interventi più duri e incisivi da parte delle forze dell'ordine

[77] Nessuna di queste (NON LEGGERE)

[78] Non è necessaria alcuna misura (NON LEGGERE)

[88] Non sa

[99] Non risponde

**f11. Ora le elencherò alcune misure di limitazione del traffico in Centro Storico. Per ognuna le chiedo se, a suo parere, dovrebbe essere aumentata (intensificata), se va bene così, se dovrebbe essere diminuita o se dovrebbe essere tolta:**

- [1] aumentata
- [2] va bene così
- [3] diminuita
- [4] dovrebbe essere tolta
- [88] non so
- [99] non risponde

**f11\_1. Sirio (controllo elettronico degli accessi al Centro)**

**f11\_2. ZTL (Zona a traffico limitato, include quasi tutto il Centro Storico)**

**f11\_3. pedonalizzazioni in genere**

**f12. In particolare, è d'accordo sulla pedonalizzazione della zona universitaria?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] non gli/ le interessa
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f15. Secondo lei, quali interventi si potrebbero fare per agevolare la circolazione in Centro dopo gli interventi di limitazione al traffico? possibili 3 risposte**

- [01] più parcheggi fuori dal centro storico (con navette di collegamento)
- [02] potenziare il servizio di autobus (anche con più mezzi ecologici)
- [03] sconti sui biglietti dell'autobus per chi si reca in Centro
- [04] L'entrata in Centro per i veicoli meno inquinanti (a metano, gpl, Euro4 )
- [05] Più permessi per entrare in Centro
- [06] Migliorare la mobilità ciclabile
- [07] Migliorare la mobilità pedonabile
- [08] Buoni agevolati per parcheggi vicini
- [66] nessuno di questi
- [77] altro : SPECIFICARE
- [88] non sa
- [99] non risponde

**f21. Parliamo di un tema di grande attualità: i dehors. Secondo Lei, sarebbe necessario:**

- [0] eliminarli
- [1] utilizzare regole molto restrittive (solo tavoli e sedie, limitati)
- [2] utilizzare regole poco restrittive (anche ombrelloni e pedane, più flessibilità)
- [3] non utilizzare alcuna regola (ovunque e come si vuole)
- [4] non mi interessa il tema (NON LEGGERE)
- [5] non sa dare indicazioni (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**f24. Quanto è d'accordo con il limite di vendita degli alcolici prima della chiusura degli esercizi?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [5] conosce il tema ma non sa dare un giudizio (NON LEGGERE)
- [88] non sa di cosa si tratta
- [99] non risponde

**g01. Secondo Lei la varietà dell'offerta commerciale del Centro Storico è soddisfacente?**

- [1] molto
- [2] abbastanza
- [3] poco
- [4] per niente
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g02. Di quali attività commerciali o di servizio ritiene vi sia carenza in Centro Storico?****Possibili 3 risposte; non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [10] ferramenta
- [66] altro: specificare
- [77] non c'è carenza di nessun tipo di attività
- [88] non so
- [99] non risponde

**g03. Sempre secondo Lei, quali attività sono invece in eccesso in Centro Storico?****Possibili 3 risposte; non leggere le risposte**

- [01] negozi alimentare
- [02] negozi misto (alimentare e non alimentare)
- [03] negozi di abbigliamento
- [04] altro tipi di negozi non alimentare
- [05] ristoranti/ pizzerie/ trattorie
- [06] bar
- [07] pub, osterie, locali notturni, ecc.
- [08] barbiere/parrucchiere
- [66] altro: specificare
- [77] non ci sono attività in eccesso
- [88] non so
- [99] non risponde

**g031. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di alimentari/ minimarket gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g032. Secondo lei, in centro a Bologna, i negozi di kebab/ pizzerie al trancio/ rosticcerie gestiti da cittadini stranieri sono:**

- [1] troppi
- [2] giusti così
- [3] pochi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g04. Secondo Lei, in Centro Storico, le attività commerciali e ricettive in generale sono destinate a:**

- [1] diminuire
- [2] aumentare
- [3] non modificarsi
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g211. In generale, Lei quanta fiducia ripone nei commercianti del centro storico di Bologna?**

- [1] molta
- [2] abbastanza
- [3] poca
- [4] nessuna
- [88] non sa
- [99] non risponde

**g212. E quanta fiducia ripone nei commercianti in generale?**

- [1] molta
- [2] abbastanza
- [3] poca
- [4] nessuna
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h11. Siamo alle ultime domande. Secondo Lei, la concentrazione in centro storico degli studenti universitari è un problema molto, abbastanza, poco rilevante, o non è un problema?**

- [1] è un problema molto rilevante
- [2] è un problema abbastanza rilevante
- [3] è un problema poco rilevante
- [4] non è un problema
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h22. In definitiva, quale cosa ritiene più importante per il futuro del centro di Bologna tra le seguenti? Possibili 2 risposte**

- [01] l'aumento delle persone presenti
- [02] l'aumento della ricchezza
- [03] un'aria più pulita e respirabile
- [04] meno furti e rapine
- [05] più spazio alle attività per il tempo libero
- [06] più pulizia ed ordine nelle strade e nelle piazze
- [77] nessuna delle precedenti (NON LEGGERE)
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h25. Se dovesse scegliere tra le seguenti2 politiche per il Centro Storico, quale sceglierebbe?**

- [1] politiche di potenziamento delle attività economiche e del turismo
- [2] politiche di miglioramento della vivibilità per i residenti
- [88] non sa/ nessuna delle precedenti
- [99] non risponde

**h26. A suo parere, cosa rende il Centro Storico di Bologna un luogo d'eccellenza? Possibili 2 risposte**

- [01] negozi
- [02] teatri, cinema, musei, eventi musicali
- [03] ristoranti, bar e pub
- [04] ambiente architettonico e storico
- [05] passeggio della gente, vitalità
- [06] Altro: specificare
- [77] il centro storico di Bologna non è un luogo di eccellenza (NON LEGGERE)
- [88] non sa
- [99] non risponde

**h27. Secondo Lei, l'Amministrazione comunale dovrebbe occuparsi più del centro storico o più delle periferie?**

- [1] Di più del centro storico
- [2] Di più delle periferie
- [88] non sa
- [99] non risponde