



ft2∞

fiesole toscana 2028

capitale italiana della cultura
città candidata

Incontro operatori commerciali

Incontro di presentazione del percorso di
Candidatura, riservato agli operatori commerciali del
territorio

REPORT DEI CONTRIBUTI EMERSI

Introduzione

Il presente documento riporta una sintesi di quanto emerso dall'**incontro di presentazione** del percorso di Candidatura della Città di Fiesole a Capitale italiana della cultura 2028, **riservato agli operatori commerciali del territorio**.



L'incontro si è aperto con un benvenuto e un ringraziamento per la **partecipazione** da parte di **Cristina Scaletti**, Sindaco di Fiesole, che ha espresso tale confronto come un momento utile e rilevante per apprendere le criticità e le opportunità del settore commerciale ed immaginare insieme possibili e potenziali progettualità da considerare per la redazione del Dossier di candidatura per Fiesole a Capitale italiana della cultura 2028. Ciò, infatti, è stata designata come opportunità estremamente significativa per restituire al settore economico e commerciale di Fiesole maggiore visibilità ed allargare interazioni e collaborazioni, quindi contribuire attivamente allo sviluppo locale del territorio.

Il Sindaco ha poi condiviso alcune informazioni relative alle tempistiche inerenti i tempi di consegna della proposta e di nomina a capitale italiana (rispettivamente settembre 2025 e marzo 2026) e i relativi soggetti coinvolti a supporto del processo. Quest'ultimi sono: la Regione Toscana, l'Ente Cassa di Risparmio, Fondazione CR Firenze, la Città Metropolitana, la Diocesi di Fiesole, l'Università Europea, l'Università degli Studi di Firenze.

Infine, ha espresso il suo ringraziamento alle numerose fondazioni culturali, sia fiesolane che regionali coinvolte e a Silvia Borsotti per il suo impegno nel processo, così come all'intera Giunta e al Consiglio Comunale per l'interesse e l'attiva partecipazione, riconoscendo questa come un'occasione fondamentale per Fiesole e per tutta la Regione toscana.

Successivamente è stato introdotto **Paolo Verri**, responsabile scientifico della candidatura e della presentazione del dossier, che ha condiviso la cruciale importanza di consi-

derare il commercio come settore rilevante nel mondo culturale, in quanto, soprattutto nel corso della storia Toscana, ha determinato la socialità e la vitalità dei paesi e ha permesso da sempre l'apertura di luoghi, ma anche e soprattutto la trasmissione di valori e tradizioni di antiche lavorazioni artigiane.

Il Dottor Verri ha poi condiviso la genesi del progetto "**Capitale italiana della cultura**", illustrandone l'importanza e offrendo una panoramica sintetica delle potenzialità e del ritorno in termini economici, sociali e culturali che hanno avuto le città vincitrici.

Il progetto della Capitale della cultura nasce nel 1985 da una nobile intuizione di Melina Merkouri, politica e attrice, che ha visto nella cultura uno strumento per unire l'Europa e promuovere un differente e rinnovato sviluppo in termini sociali, politici ed economici. Infatti, nel corso del tempo si è osservato che le risultate vincitrici, hanno registrato un'enorme crescita economica, maggiore attrattività, e attivato in parallelo processi di costruzione di comunità più attive e coese.

Le prime capitali della cultura sul panorama europeo sono state: Atene nel 1985, Firenze nel 1986, e nel 1998 Glasgow. Quest'ultima è un caso emblematico perché, seppur priva di un patrimonio storico-artistico di rilevante importanza, ha vinto il titolo mettendo a valore la storia e le tradizioni commerciali, utilizzandole come elementi fondanti ed identificativi per un progetto culturale mirante allo sviluppo dell'intera città.

Utilizzare la cultura come vettore trasformativo è rimasta nel tempo una grande intuizione che ha portato alle città che ne hanno capito l'importanza ricchezza e notorietà. Come testimonia infatti, la stessa vittoria di Matera a capitale italiana della cultura, o quella di Volterra o infine l'esperienza della città di Ivrea

nominata Capitale Italiana del libro nel 2022.

Nello specifico, per l'esperienza di Volterra è stato registrato un raddoppiamento del numero delle notti di permanenza e riportata in auge la manifattura dell'alabastro volterrano, grazie anche alla collaborazione della designer Luisa Bocchietto che, durante la settimana della Milano Design Week, ha portato alla vittoria le creazioni degli artigiani dell'alabastro.

A Ivrea, invece, si è assistito al coinvolgimento di un artista locale che ha portato alla trasformazione in opere d'arte di piccoli elementi di arredo urbano. I cestini della patumiera sono divenuti libri che hanno anche assolto la funzione di insegne per gli esercizi commerciali. A scala locale, al fine di disincentivare l'acquisto presso i negozi di più grande distribuzione.

A fronte di tali considerazioni, il Dottor Verri ha poi concluso l'intervento invitando le/i partecipanti a osservare e a riflettere sulla straordinarietà di Fiesole, sul suo incantevole paesaggio naturale, patrimonio storico, sulla sua cultura materiale con la lavorazione della pietra serena e l'antica lavorazione della paglia, al fine di ambire ad una Fiesole del futuro che non sia solo immagine ed emblema delle colline fiorentine, ma luogo identitario, di connessione con tutto il paesaggio naturale e l'Appennino, con le aree limitrofe di Caldine e Compiobbi.

In conclusione, ha sollecitato il tavolo a restituire una visione complessiva dello stato dell'arte degli esercizi commerciali e sul riflettere il possibile ruolo, funzione che potrebbero assumere per diffondere la bellezza del patrimonio culturale.

Si riporta di seguito, una sintesi dei contributi emersi.

Principali temi emersi

Il tavolo ha visto la partecipazione di sette **rappresentanti di diverse categorie commerciali del territorio di Fiesole**, le/i quali hanno avuto l'opportunità di condividere criticità e potenzialità del tessuto commerciale e, al tempo stesso, offrire possibili e potenziali soluzioni per ri-leggerlo come parte integrate di un nuovo modello di far cultura sul territorio.

La discussione ha evidenziato le criticità del contesto fiesolano attribuite ad una mancanza di attrattiva generale e a problemi specifici (es: arredo urbano, programmazione, parcheggio, vincoli strutturali), esacerbate da una percepita scarsa collaborazione e partecipazione dei vari attori. Al contempo però, consci del valore e della bellezza del contesto fiesolano, c'è la volontà e l'interesse di proporre idee concrete per lo sviluppo di progettualità di cura, di benessere e per un abitare di qualità.

Le difficoltà degli esercizi commerciali

Opinione condivisa all'unanimità è la **grave difficoltà economica** affrontata dai commercianti locali, in totale circa una decina, nel continuare ad esercitare il proprio lavoro. Tale condizione è anche aggravata dalla mancanza di politiche e da un adeguato sistema di finanziamenti da parte dell'Amministrazione locale. Attualmente il sostentamento degli esercizi commerciali viene maggiormente dai residenti piuttosto che dai turisti, i quali non soggiornando per più giorni, perché non trovano la città attrattiva, non attivano altri canali economici di vendita se non quello dei beni alimentari. Ultimamente però, si sta registrando una consistente perdita anche della percentuale di residenti che preferiscono per disponibilità di offerta, convenienza e facilità di fruizione supermercati o esercizi di più grande scala nelle località limitrofe, come ad esempio Pontassieve.

Per un progetto di rilancio e generazione di attrattività

Per invertire dunque, suddetta tendenza è necessario attuare un processo "di risveglio" di Fiesole. In merito, diverse sono state le prospettive condivise che hanno indagato differenti approcci e soluzioni, a partire da progetti di riqualificazione fisica del tessuto urbano circostante, come ad esempio:

- la progettazione di un **percorso di landmark**, che prevede l'installazione di dispositivi/elementi artistici su percorsi pedonali e ciclabili, finalizzati alla messa in rete degli esercizi commerciali che non godono della vicinanza gli uni agli altri, e anche a una maggiore conoscenza degli spazi e dei luoghi del territorio fiesolano;
- la realizzazione, nella località di Compiobbi, di **aree di sosta e/o parcheggio** adeguate che, sebbene non sembrano rappresentare il problema principale correlato alla situazione commerciale, contribuiscono negativamente al sostentamento della microeconomia locale. Inoltre, anche a causa dei limiti territoriali presenti (il fiume Arno, la ferrovia e la via Aretina), scarseggiano parcheggi tali da permettere una sosta "per acquisti veloci", per cui le persone

sono ulteriormente incentivate a raggiungere le località più vicine;

- la conduzione di **lavori di manutenzione per la rete stradale, le piazze e i principali luoghi pubblici**. Riguardo a questi ultimi, è stato proposto lo sviluppo di un progetto simile a quello realizzato presso l'Hundertwasser Village di Vienna, che ha fatto dell'uso del colore un espediente per decorare superfici verticali e orizzontali, rendendo così lo spazio urbano più vivace, stimolante e capace di trasmettere un senso di cura e rispetto verso il luogo abitato. Inoltre, come condiviso da una partecipante, tale tipologia di progetti potrebbe godere del supporto, soprattutto, di soggetti privati stranieri che, innamorati della bellezza di Fiesole, potrebbero mettere a disposizione dell'amministrazione locale risorse materiali tali da promuovere la tutela e la rigenerazione di luoghi degradati;
- la progettazione di **spazi aperti verdi e di spazi chiusi**, per incentivare l'aggregazione e l'incontro di una "comunità che vive il territorio", nonché di spazi a supporto di mamme e bambine/i, affinché possano restare a Fiesole senza cercare servizi altrove, e quindi contribuire all'economia del commercio locale. Per fare ciò, ad esempio, si potrebbe ricorrere alla **realizzazione di aree giochi** che si ispirano a opere come le macchine combinatorie di Munari;
- la valorizzazione delle **potenzialità esistenti** come il percorso panoramico che gode della "vista più bella su Firenze", e che porta alla frazione di Borgunto o la via di San Francesco, attraverso opere architettoniche qualificanti, installazione di design urbano e anche un adeguato sistema di illuminazione.

Contribuire a rendere Fiesole un luogo attrattivo in cui restare passa anche attraverso una programmazione efficace di eventi e iniziative, soprattutto nei mesi di bassa stagione. Le/i commercianti segnalano infatti che, tra ottobre e marzo, l'afflusso turistico cala drasticamente e l'atmosfera si fa più spenta, rendendo il sostentamento economico più difficoltoso.

A tal proposito, una partecipante al tavolo ha proposto, ad esempio, l'installazione di una pista di pattinaggio su ghiaccio per sei settimane durante l'inverno, nella piazza principale di Fiesole, trasformandola in una sorta di "Winter Wonderland". Alcune/i partecipanti hanno però espresso dubbi riguardo alla fattibilità dell'iniziativa, evidenziando la precarietà strutturale della piazza, legata alla capacità di sopportazione e scarico dei carichi. Tale criticità ha influenzato anche l'attuale conformazione del mercato, che oggi conta solo tre banchi, spingendo la popolazione fiesolana a fare acquisti altrove.

Altre proposte emerse, con l'obiettivo di arricchire la programmazione culturale, includono:

- **festival o eventi** della durata di tre giorni, sul modello di quelli organizzati all'Impruneta, durante i quali il centro viene chiuso al traffico e le/i commercianti partecipano attivamente all'organizzazione;
- **iniziative artistiche**, come un corso di street art finalizzato alla realizzazione di murales in aree designate, coinvolgendo artisti di fama nazionale e internazionale, prendendo esempio dal modello di Pietrasanta, città rinata e riconosciuta "grazie all'arte", a partire dall'installazione delle sculture di Botero;
- **percorsi tematici**, da percorrere a piedi o in bicicletta, per far scoprire anche alle/ai più giovani la bellezza naturale del territorio in cui vivono.

Turismo “mordi e fuggi” vs “il tipo di turismo che si vuole”

Le/i commercianti presenti al tavolo hanno concordato sulla volontà di non fare di Fiesole una vittima del “turismo mordi e fuggi”, poiché ritenuto dannoso e tossico per le economie locali e l’attuale sistema commerciale.

A differenza di Firenze, che si è “adeguata al turismo” perdendo il proprio stile e incentivando la diffusione di negozi in franchising, Fiesole dovrebbe “governare il tipo di turismo che desidera attrarre”, puntando su un **turismo di qualità**, che significa:

- **intercettare le persone che abitano nelle vicinanze** ed invogliarle a restare, fermarsi a Fiesole;
- **organizzare eventi**, o “qualcosa di attrattivo che non sia spot, ma che abbia una natura ciclica e anche sia in grado di attrarre flussi da località prossime, ma anche fuori regione.

Collaborazione vs Individualismo

Due partecipanti hanno segnalato le difficoltà incontrate nell’**organizzazione di iniziative** e nel **reperimento delle risorse** necessarie. Sebbene nel tempo siano stati ideati e realizzati diversi eventi, il denominatore comune è rimasta la scarsa partecipazione da parte delle/i commercianti. È emerso, infatti, che la maggior parte di loro si è ritirata una volta compreso che l’impegno richiesto non garantiva ritorni economici immediati e che comportava la necessità di sottrarre tempo alla gestione della propria attività.

Emergono dunque criticità legate a un approccio individualista: commercianti e ristoratori, pur avendo idee e proposte, tendono a non impegnarsi in progetti collettivi né a partecipare attivamente a iniziative di interesse comune.

Resta quindi da capire come costruire una **rete di supporto che coinvolga stakeholder e volontarie/i**, favorendo una **collaborazione stabile e condivisa**.

Sebbene sia stato riconosciuto il ruolo centrale dell’Amministrazione, il successo delle iniziative e dei progetti dipenderà in larga misura dal **grado di partecipazione e coinvolgimento degli attori** ingaggiati e dalla risposta partecipativa della collettività.



ft2∞

fiesole toscana 2028

capitale italiana della cultura

città candidata

ai

documento redatto da Avventura Urbana S.r.l.

Società incaricata dal Comune di Fiesole per la conduzione e la gestione del processo partecipativo.

giugno 2025