



for a living planet®

WWF Caserta www.wwfcaserta.org
Sede Legale postmaster@wwfcaserta.org
Via F.lli Correrà,8 caserta@wwf.it
81100 Caserta
Sede Operativa
Via P. Harris, 8
81020 San Nicola
la Strada

Al Sindaco di Caserta
Dott. Pio Del Gaudio
p.c. agli Organi di Informazione

Lettera Aperta del WWF: Action plan per la ZTL a Caserta.

Gentile Sig. Sindaco,

a seguito dell'incontro presso la Casa Comunale relativamente alla problematica in oggetto, tenutosi in data 9 ottobre u.s. , Le trasmettiamo le nostre proposte, a bassissimo impatto economico, al fine di valorizzare la ZTL a Caserta con l'obiettivo di coniugare salute, economia e vivibilità.

Premessa

- La nostra posizione non è "ideologica": la salute dei cittadini, nelle zone urbane ad alta densità di traffico, è continuamente messa a rischio dallo smog, dalle polveri sottili, dal benzene e dal rumore.
- I **PQU (Piano di Qualificazione Urbana)** di molte città italiane ed europee, al di sopra dei 40.000 abitanti, fondano la valorizzazione e lo sviluppo socio-economico dei centri urbani, partendo da un'isola pedonale e/o ZTL efficiente ed efficace.
- Se **Caserta** è una **città a vocazione turistica**, è indispensabile attivare, insieme all'EPT, un'azione promozionale al fine di far inserire la ns. città - non solo la Reggia - nei **Circuiti Turistici Integrati (CTI)**. Con ciò si intende una modalità organizzativa con la quale tutte le risorse, le aziende e le attività di potenziale interesse turistico di un territorio vengono coordinate in modo da formare un unitario sistema d'offerta che aggrega più soggetti minori. Lo scopo è coinvolgere il territorio in tutti i suoi aspetti economici, sociali e culturali facendoli interagire e confluire verso il comune obiettivo di stimolare e sostenere i flussi turistici della zona grazie alla valorizzazione di tutte le risorse ivi presenti.

A tal fine bisogna caratterizzare la Città di Caserta con la realizzazione di un circuito commerciale nel centro storico che preveda la creazione di un marchio/logo che lo identifichi come garanzia di qualità e "località". Sarebbe interessante proporre un bando di idee tra gli studenti e gli artisti casertani per la sua realizzazione con la premiazione dell'autore/i Il vincitore con una borsa di studio (vd. l'Istituto "Mattei" o l'Istituto d'Arte di San Leucio).

- Caratterizzazione del centro storico e del relativo commercio: attualmente, al di là delle "solite firme importanti", non c'è caratterizzazione del marketing del centro storico. Per esempio, le sete di San Leucio sono famose in tutto il mondo; nel centro storico non c'è un info point o un punto commerciale di questo prodotto unico oltre che famoso. Idem dicasi per i prodotti enogastronomici casertani e dell'artigianato.
- Gli orari di apertura degli esercizi commerciali dovrebbero meglio rispondere alle esigenze dei potenziali clienti: analogamente a quanto avviene nei centri commerciali - Campania, Vulcano Buono, etc.- ; bisognerebbe adottare fasce orarie di apertura flessibili, giorni festivi inclusi, in modo da decongestionare anche il traffico nelle ore di punta (apertura e chiusura degli uffici e delle scuole).

A completamento sarebbe auspicabile un adeguato arredo urbano (panchine, fioriere, ecc.) per



La missione del WWF è costruire un mondo in cui l'uomo possa vivere in armonia con la natura. La gestione dei Soci e del Tesseramento WWF è certificato ISO 9001:2000 (cert. n. 03.845) Associazione ONLUS costituitasi il 26 giugno 2008 e registrata presso gli Uffici Finanziari di Caserta il 30 giugno 2008 - CF. 93066670618

Lo scopo finale del WWF è fermare e far regredire il degrado dell'ambiente naturale del nostro pianeta e contribuire a costruire un futuro in cui l'umanità possa vivere in armonia con la natura.



CF. 93066670618
costituitasi il 26 giugno 2008
e registrata presso gli
Uffici Finanziari di Caserta
il 30 giugno 2008
Iscritto al Registro Regione Campania
del Volontariato
Decreto n.19 del 17.02.2011



WWF *for a living planet*®

rendere ancora più accogliente il “salotto buono” di Caserta. Sarebbe utile posizionare le rastrelliere per le bici in prossimità delle telecamere onde scoraggiare eventuali furti

- La buona riuscita della ZTL non può prescindere da una sinergia tra le istituzioni le cui competenze si intrecciano: Comune, commercianti, aziende, associazioni di categoria, ecc che devono “semplicemente” armonizzare le proprie attività uscendo dalla logica del “tanto peggio tanto meglio”, per costruire un team ove si vince e si perde insieme, ma dove le individualità sociali e commerciali non si deprimono, si esaltano e chi si oppone al cambiamento in un mondo che cambia vorticosamente, vuol dire che non ama la sua città.

ACTION PLAN

1. **I turisti della Reggia nella ZTL:** attualmente per i pochissimi turisti che, oltre a visitare il Parco e le stanze della Reggia, si affacciano “timidamente” nel centro storico di Caserta, c’è un livello di accoglienza vicina allo zero. Per far diventare Palazzo Reale davvero parte integrante della città, dovrebbero essere istituite navette il cui biglietto deve essere incluso in quello d’ingresso alla Reggia; le suddette navette devono condurre i turisti nelle strade “vanvitelliane” di Caserta, a completamento del percorso storico-culturale, in modo da concludere la visita della ns. città con una piacevole passeggiata-shopping. Un’alternativa simpatica, per chi preferisce passeggiare, potrebbe essere quello di suggerire l’uscita dal Parco su via Giannone, ovviamente senza abbandonare i turisti a se stessi; a tal fine, si potrebbe immaginare di realizzare una mappa della città da distribuire presso la biglietteria, che riporti le indicazioni di un percorso storico, culturale, gastronomico, di eventi, commerciale e organizzare una cooperativa di giovani che organizzino visite guidate nelle stradine e negli angoli caratteristici di Caserta.
2. **Cultura, musica, sport ecologia:** bisogna arricchire di eventi la ZTL, iniziando con la calendarizzazione delle giornate ecologiche, in modo da consentire ai cittadini casertani, e ai i turisti che attualmente “sfiorano” la città, di entrare nel centro storico per poter poi usufruire delle opportunità commerciali e ricreative che esso offre.

Ad esempio, si possono organizzare :

- in collaborazione con il CONI, una maratona – inizialmente amatoriale - con partenza ed arrivo nel centro storico di Caserta e che passi attraverso la reggia vanvitelliana (Firenze, Roma, Milano ed altre città, con questo evento attirano decine di migliaia di persone che accompagnano gli atleti);
 - pomeriggi musicali con la partecipazione delle varie accademie e scuole musicali, non solo di Caserta;
 - manifestazioni enogastronomiche a Km “0” per la valorizzazione delle eccellenze casertane;
 - mercatini e rassegne di libri con espositori studiati e progettati dall’Ordine degli Architetti, non “improvvisati”;
 - mercatini etnici regolamentati;
 - la settimana dello “sbarazzo” in cui i commercianti possono esporre la merce, in giacenza da troppo tempo, a prezzi particolarmente interessanti.
3. **Gli artisti nella ZTL :** realizzare degli artist-point, partendo da piazza Carlo III per continuare negli angoli più caratteristici del centro storico, dove i talenti casertani possono esibirsi ed allietare lo shopping (trasformare la ZTL = traffico a traffico limitato in una ZTL = Zona Talenti Locali). Per esempio realizzare una mostra estemporanea di pittura ed una di disegno amatoriale sia per artisti professionisti che per adolescenti e ragazzi (sul modello di Piazza di Spagna a Roma , Ponte Vecchio a Firenze, Plaza Mayor a Madrid, Monmatre a Parigi, etc.)
 4. **Mobilità e Parcheggi periferici:** dal punto di vista della mobilità, a Caserta, pur essendoci finalmente una rete di bus pubblici, viene tuttora preferita quasi esclusivamente l’autovettura privata. Si suggeriscono tariffe agevolate per taxi e servizi navetta. Per incentivare la mobilità collettiva, è necessario innanzitutto aggiornare la cartellonistica con orari e corse – **attualmente ancora scandalosamente inesistente.**
- La cartellonistica luminosa agli ingressi di Caserta potrebbe aiutare i turisti a trovare facilmente i



WWF

for a living planet

parcheggi periferici dimenticati, evitando così di ingolfare inutilmente il centro storico. I parcheggi, a loro volta, devono essere collegati con navette che, viste le ridotte dimensioni della parte storica della città, potrebbero fare il giro del centro e condurre alla Reggia o viceversa, senza soluzioni di continuità. Le tariffe, per chi fa acquisti, potrebbero essere rimborsate dai commercianti, parzialmente per i taxi e/o totalmente per i bus.

- Sconti “**extra**” per chi va a fare shopping in bici.

Questa progettualità non può prescindere dalla chiusura al traffico anche di tutta Via San Carlo, strada più antica di Caserta, a storica vocazione pedonale anche perché priva di marciapiedi, oltre ad essere quella che meglio caratterizza le tradizioni commerciali della nostra città.

Certi di un Suo cortese riscontro, porgiamo distinti saluti.

Il Panda Team del Wwf Caserta

Caserta, 20 ottobre 2012