

## **TERNI 2026: PIANO DI EMERGENZA E CONTROMISURE PER IL RILANCIO URBANO**

Contromisure immediate per il commercio, l'artigianato e la residenzialità

Documento a cura di Confartigianato Terni

### **CAPITOLO 1. L'EMERGENZA: UNA CITTÀ CHE CONSUMA SÉ STESSA**

Terni vive una crisi di identità funzionale che nasce dal fallimento del suo storico modello di sviluppo. Senza una nuova strategia, la città ha iniziato a "consumare sé stessa", erodendo il proprio valore economico e sociale e non riesce più a sostenere modelli di distribuzione ormai saturi.

#### **1.1 Il declino del valore aggiunto e il ritardo strategico**

La fine del primato industriale: La città ha mantenuto per decenni un sistema economico eccessivamente incentrato sui grandi poli industriali, senza attuare una reale diversificazione. Con la riduzione quantitativa e qualitativa delle produzioni di base, il sistema non è più in grado di generare l'indotto economico e occupazionale del passato.

Mancanza di Distretti Innovativi: Mentre i territori limitrofi hanno costruito ecosistemi tecnologici e terziari moderni, Terni è rimasta ancorata a un modello "pesante" che fatica a trattenere ricchezza e competenze sul territorio.

L'isolamento del Centro: Questo ritardo strategico ha trasformato il centro cittadino da luogo di scambio e produzione di valore a area di semplice transito, sempre più scollegata dalle dinamiche produttive reali della provincia.

#### **1.2 La trappola dei bassi salari e il divario con Perugia**

L'aggiornamento sulla capacità di spesa (Dati CCIAA Marzo 2026): Il vero motore del degrado del centro cittadino non è il reddito lordo, ma l'erosione del potere d'acquisto reale. Secondo gli ultimi dati ufficiali della Camera di Commercio dell'Umbria (Comunicato 21/03/2026), il reddito disponibile pro capite a Terni è di soli 20.660 euro, contro i 23.155 euro di Perugia. Questo significa che ogni cittadino di Terni ha mediamente 2.495 euro in meno all'anno da spendere rispetto a un abitante del Capoluogo: una "tassa occulta" di oltre 200 euro al mese sottratta ai consumi nel commercio di vicinato.

Il superamento dei dati storici: Questo dato recente evidenzia una criticità che le vecchie rilevazioni fiscali non riuscivano a cogliere appieno. Se infatti il rapporto AUR (Luglio 2024, pag. 27) mostrava ancora una distribuzione dei redditi mediamente solida grazie alle posizioni consolidate (pensioni e industria), il dato del

2026 certifica che Terni sta perdendo terreno velocemente: mentre Perugia cresce in linea con la media nazionale (+3,24%), Terni segna il passo (+2,52%).

Il paradosso educativo e il "mismatch": Lo smantellamento delle filiere industriali nobili ha sostituito stipendi alti con un terziario a basso salario. Il paradosso educativo è confermato dall'incrocio dei dati AUR: a fronte di livelli di istruzione superiori alla media regionale (Tab. 5, pag. 15), si registra una quota di figure apicali (dirigenti, professionisti, quadri) ferma ad appena il 4,5% (Tab. 7, pag. 17). Questo mismatch tra l'alta preparazione dei residenti e la scarsa offerta di funzioni qualificate negli impieghi locali non solo umilia le aspirazioni dei giovani, ma priva il commercio cittadino di quel segmento di consumatori ad alto reddito essenziale per la tenuta del centro storico.

Contrazione dei consumi discrezionali: La riduzione del potere d'acquisto reale sposta la spesa delle famiglie esclusivamente verso i beni di prima necessità e i costi fissi (utenze e affitti).

L'effetto "scarsità": In un contesto di redditi fermi, nel quale si evidenziano fenomeni di forte concorrenzialità tra le stesse imprese della GDO a Terni, il commercio di vicinato non può sostenere la concorrenza della grande distribuzione e dell'e-commerce. Se non si abbattano i costi fissi delle imprese (in primo luogo tramite un intervento del Comune per la riduzione TARIC), queste non hanno più margine per assorbire il calo della domanda interna.

### **1.3 Il Turismo: tra risorsa e rischio "alibi"**

Un asset da non isolare: Confartigianato Terni considera il turismo una risorsa strategica per Terni, ma rifiuta l'idea che possa diventare l'unico ammortizzatore del declino industriale. Come confermato dal Rapporto AUR (luglio 2024, pag. 9), nonostante la crescita post-pandemia, il settore pesa solo per il 4,4% sulle presenze regionali: un dato che dimostra quanto sia fuori bersaglio chi presenta le potenzialità inesprese del comparto, che ci sono, come la soluzione dell'intera economia cittadina.

Il rischio "alibi": Senza un recupero strutturale dei redditi e nuove direttrici di sviluppo manifatturiero e del terziario innovativo, il turismo rischia di essere un alibi politico per ignorare l'impoverimento dei residenti. Una città non può vivere solo di flussi turistici occasionali o più propriamente escursionistici (come quelli tendenzialmente "mordi e fuggi" della Cascata) soprattutto se perde i consumi quotidiani dei propri cittadini. In questo modo sarebbe una città destinata a svuotarsi di servizi e identità.

La vera sequenza dello sviluppo: Per Confartigianato Terni, la gerarchia è chiara:

- Rigenerazione del lavoro: Bisogna tornare a produrre reddito privato di qualità (residenti con capacità di spesa).
- Tenuta del Centro: Il reddito dei residenti tiene in vita le imprese commerciali e artigiane 365 giorni l'anno.
- Attrattività Turistica: Solo un centro vivo, sicuro e pieno di servizi diventa una "destinazione" appetibile.

Senza il punto 1 (reddito), il punto 3 (turismo) rimane al di sotto delle sue potenzialità e non genera indotto.

### **1.4 L'ipersaturazione centripeta e la "Città che consuma sé stessa"**

Il dato dell'ipersaturazione (AUR 2026, pag. 30): Il modello di sviluppo urbanistico degli ultimi decenni ha spinto l'offerta della Grande Distribuzione oltre ogni punto di equilibrio sostenibile. I dati certificano che la provincia di Terni ha una dotazione di Grandi Strutture di Vendita pari a 643,1 mq per 1.000 abitanti, un valore che supera di circa l'11,4% la media nazionale (577,4 mq) e distacca nettamente quella regionale (555 mq).

La differenza con Perugia (711 mq ogni 1000 abitanti) non è affatto rassicurante se si considerano anche i dati qualitativi. Perugia può contare su flussi turistici rilevanti e su due poli universitari che attirano studenti fuori

---

## **Confartigianato - Imprese Terni**

Via L. Casale n.9 – 05100 – Terni – Tel. 0744 613311 Fax. 0744 300013  
www.confartigianatoterni.it – info@confartigianatoterni.it

sede da fuori città. Il dato dei residenti Terni invece, è verosimilmente sovrastimato se si tiene conto del fatto che la città possiede un polo universitario molto debole scarsamente attrattivo rispetto ai territori vicini. Il fenomeno di giovani formalmente residenti a Terni, ma di fatto domiciliati nelle città principalmente del centro Italia per ragioni di studio è purtroppo evidente. A questo si deve aggiungere la debolezza dei flussi turistici. Ma ancora più impattante è l'analisi della gravitazione commerciale dei poli della GDO, che a Perugia sono tendenzialmente dislocati sulle grandi vie di comunicazione stradale e quindi attraggono clienti da tutta la regione e dal centro Italia, mentre a Terni praticamente nessun polo commerciale è direttamente collegato con il raccordo autostradale e sono tutti orientati a servire la popolazione residente nel Comune. Se si aggiunge che anche il collegamento stradale con Spoleto è di pessima qualità, anche la gravitazione commerciali dei poli di Terni in quella direzione è sostanzialmente preclusa. In questo senso è facile concludere che la ipersaturazione di strutture della GDO impatta sul territorio ternano ancora più pesantemente di quanto i numeri facciano supporre.

La polarizzazione dei flussi (AUR 2026, pag. 45): Quindi questa "struttura distributiva pesante" non riesce a generare una reale attrazione extra-territoriale, ma agisce con una forza centripeta che si limita a drenare i consumi locali. In un contesto di redditi calanti, la GDO non crea nuova ricchezza ma frammenta e sposta quella esistente.

L'effetto "barriera" e l'invisibilità del Centro: All'ipersaturazione fisica si aggiunge un mutamento antropologico dei consumi. La popolazione residente nelle periferie e nei comuni di cintura, soprattutto dal Covid in poi, ha stabilizzato comportamenti d'acquisto che escludono a priori il cuore della città. La combinazione tra l'espansione dell'e-commerce e l'assedio dei centri commerciali lungo le arterie d'accesso quartieri-centro (il "fronte" di Borgo Rivo, Cospea, Maratta) ha reso il Centro Storico economicamente invisibile. Per il cittadino medio, l'opzione di "superare la barriera" delle grandi strutture per raggiungere il centro non viene nemmeno più considerata: il Centro è passato da destinazione naturale a luogo percepito come scomodo o superfluo per gli acquisti di necessità.

La desertificazione del Centro Storico (AUR 2024 "Terni una città in trasformazione" , pag. 9): I numeri confermano questo travaso di risorse: tra il 2013 e il 2023, Terni ha perso il 19% degli esercizi di commercio al dettaglio. Il dato più allarmante riguarda il cuore della città: 80 imprese commerciali hanno chiuso nel solo centro storico, segno che l'effetto di spiazzamento della GDO è stato più violento proprio dove il presidio sociale è più necessario.

La diagnosi: Ogni nuova espansione o autorizzazione nelle "zona intermedia" o comunque a ridosso del centro città (Cospea, Via Gramsci, piazzale Bosco, Stadio, ecc.) non fa che alimentare questa ipersaturazione. È l'immagine plastica di una città che "consuma sé stessa": lo spostamento della spesa verso la periferia lascia il centro svuotato di funzioni, decoro e identità, trasformandolo da luogo di scambio ad appendice superflua.

### **1.5 L'emorragia demografica: una città che rimpicciolisce**

Il crollo dei volumi (Dati Istat, ricerca AUR 2024 pg. 11): Nell'ultimo decennio (2014-2024), il Comune di Terni ha perso oltre 5.000 residenti, scendendo dai 111.500 a circa 106.600 abitanti. Questa contrazione fisica del mercato interno equivale alla scomparsa di un intero quartiere, riducendo drasticamente la massa critica necessaria a sostenere le attività di vicinato.

L'invecchiamento baricentrico: Con un'età media di 48,3 anni e un indice di vecchiaia tra i più alti d'Italia (275,2) — dati Istat — la popolazione superstite ha una struttura demografica "statica". Come rilevato dall'AUR (Luglio 2024, pag. 11), la perdita dei "City Users" più giovani e dinamici (fascia 20-34 anni) priva il centro storico della sua linfa vitale.

Le rotte della fuga: I dati sui flussi migratori confermano che la "fuga dei cervelli" segue direttrici documentabili verso Roma, i distretti industriali del Nord Italia e l'Estero, a causa del già citato mismatch tra alta scolarizzazione e basse funzioni lavorative locali.

Il circolo vizioso: Lo spopolamento non è solo una conseguenza del declino, ma ne diventa la causa: meno residenti producono meno domanda, portando alla chiusura dei negozi; il centro meno servito diventa meno attrattivo per nuove famiglie, alimentando un ciclo di svuotamento che trasforma il cuore della città in un guscio per una popolazione sempre più anziana.

## CAPITOLO 2. LE CONTROMISURE: LA CITTÀ "FACILE"

La proposta di Confartigianato Terni per arginare la crisi non è un semplice restyling, ma una rivoluzione dell'usabilità urbana. Terni deve trasformarsi nella Città Facile: un luogo progettato per eliminare gli attriti, facilitare il lavoro e rendere piacevole ogni momento della giornata. Vivere in centro non deve essere una scelta di sacrificio, ma una situazione di comodità e qualità. Dobbiamo rendere il centro il luogo più efficiente della città, superando la barriera dei poli commerciali di periferia.

### 2.1 Lo "Shock di Fruibilità": Rendere il Centro Facile da Usare

Per competere con la "falsa gratuità" della GDO, il Comune deve abbattere le barriere d'accesso al cuore della città.

Non basta "chiudere" o "aprire" la ZTL; serve rendere l'accesso al centro facile e intuitivo. Proponiamo l'introduzione di tecnologie di controllo e gestione di flussi veicolari orientati a facilitare l'esperienza di utilizzo. Inoltre, occorre recuperare un equilibrio che riaffermi la concezione del centro non solo come residenzialità (dormitorio), ma come vivibilità ed ecosistema favorevole all'impresa, obiettivo che si raggiunge riallacciando i fili interrotti della composizione virtuosa degli interessi delle diverse categorie di utenti del centro città: imprese, cittadini residenti, cittadini residenti nei quartieri, professionisti, turisti, escursionisti, ecc. con servizi e opportunità che devono dare risposte su misura a ogni categoria.

Logistica "Friendly" per le Imprese: Rendere facile il lavoro degli artigiani e dei commercianti con una piattaforma logistica urbana per l'ultimo miglio. Le merci arrivano in un hub di smistamento (es. piastra logistica regionale attualmente inutilizzata a Maratta) e vengono consegnate in centro con mezzi agili, eliminando il caos dei furgoni e facilitando i rifornimenti.

La "Fascia Shopping Facilitato": Confartigianato Terni propone l'istituzione della sosta gratuita in tutti i parcheggi di superficie e nel parcheggio comunale di attestazione dalle ore 18:00 alle 20:00. Questa misura "rompe la barriera" psicologica del costo del parcheggio proprio nell'orario di punta del commercio di vicinato, incentivando il rientro dei flussi verso il centro nel post-lavoro.

Sicurezza e decoro come preconditione: non esiste "facilità d'uso" senza percezione di sicurezza. Chiediamo un piano straordinario di illuminazione emozionale e funzionale delle vie commerciali e dei vicoli, un rafforzamento del presidio umano e interventi immediati sul decoro urbano. Incremento della videosorveglianza in tutti i punti critici del centro città. Il centro deve essere un ambiente "amichevole" (friendly) dove camminare è un piacere, non una sfida.

### 2.2 Una città "Facile da Vivere": La Residenzialità e il Benessere

Il Centro "Sotto Casa": Promuovere la Città dei 15 minuti. Sfruttando la planarità di Terni, ogni servizio (scuola, spesa, sport, cultura) deve essere raggiungibile a piedi o in bici in un quarto d'ora. Questa "facilità" è l'unico vero antidoto alla dipendenza dall'auto che rende il centro difficile e spinge verso i centri commerciali.

Sicurezza e Decoro come "Interfaccia Utente": Una città con strade pulite, illuminazione intelligente e presidio umano è una città "user-friendly". Il decoro non è solo un canone estetico, è la garanzia che lo spazio pubblico

---

## Confartigianato - Imprese Terni

Via L. Casale n.9 – 05100 – Terni – Tel. 0744 613311 Fax. 0744 300013  
www.confartigianatoterni.it – info@confartigianatoterni.it

sia accogliente per tutti, dai bambini agli anziani. Occorre ricreare una cultura del decoro sia attraverso incentivi mirati, che attraverso eventi che alimentino la promozione del decoro.

Metodologie e merceologie: il decoro e la promozione turistica si ottengono anche pianificando e valorizzando le imprese che utilizzano metodologie e merceologie "amiche" del decoro. Gli ormai eccessivi e incontrollati locali di vendita automatica di bevande anche alcoliche in centro città troppo spesso sono centri problematici per la sicurezza e il decoro, discorso simile potrebbe essere fatto per il fenomeno del dilagare degli alimentari etnici-bazar.

## **2.2 Shock Fiscale per la Tenuta delle Imprese**

Rendere la città "facile" significa anche alleggerire il carico che grava su chi produce in modo da rendere l'area urbana un ambiente più favorevole a chi vuole fare impresa.

La leva fiscale: Le vicende del dissesto hanno impedito per lunghi anni l'utilizzo della leva fiscale ai fini dello sviluppo urbano e i risultati purtroppo si vedono. Occorre mettere in campo al più presto la leva fiscale per combattere la desertificazione commerciale e artigianale del centro città. La Taric rappresenta oggi un costo fisso insostenibile per le microimprese artigiane e commerciali, certamente non commisurato alla reale produzione di rifiuti almeno per quanto riguarda le imprese localizzate nel centro città, che sono o commerciali o artigianali, ma con piccole lavorazioni. Chiediamo una forte riduzione dell'aliquota per le attività del centro storico, legandola a premialità per chi contribuisce al decoro della propria via. Inoltre, il passaggio alla raccolta porta a porta è stato presentato come un modo per ridurre il carico Taric; invece, il nuovo sistema è enormemente costoso, di certo è un business per i fornitori e gestori del servizio, ma i costi sugli utenti, imprese e cittadini, sono aumentati costantemente e considerevolmente di anno in anno, nonostante le attese e le promesse. Ci sono città che hanno mantenuto il vecchio sistema dei cassonetti, hanno una situazione ambientale del tutto paragonabili e costi Taric molto più bassi. In aggiunta il Comune di Terni ha deliberato aumenti molto importanti sia dei diritti di segreteria delle pratiche comunali, sia del canone unico. Vale solo la pena di ricordare che è parziale e non adatto alla dimensione delle PMI commerciali e artigianali del centro città il meccanismo del credito d'imposta della zes.

## **2.3 La Strategia della "Restanza" e dell'Attrazione (Roma-Terni)**

Se la base dei consumatori locali è schiacciata (Cap. 1.2), dobbiamo importare nuovi residenti con maggiore capacità di spesa.

Terni, Quartiere Verde di Roma: Dobbiamo puntare sull'area romana per attirare nuovi cittadini. Grazie alla fibra ottica e ai collegamenti ferroviari (da potenziare), Terni deve proporsi come la scelta naturale per chi lavora a Roma ma cerca una città "facile da vivere", meno costosa e più sicura. In questo senso, chiediamo di ampliare le politiche già in atto di attrazione dei residenti, di predisporre pacchetti di comunicazione delle stesse nei confronti soprattutto dell'area romana, di sollecitare e coordinare le medesime politiche anche riguardo i comuni della conca ternana.

La competizione dei territori: mentre ci domandiamo se le prime timide politiche di sconti fiscali per l'attrazione della residenzialità che sono state attivate abbiano o no un'efficacia, i nostri territori vicini aumentano e arricchiscono i loro pacchetti di attrazione della residenzialità: Rieti punta sui contributi all'affitto e sull'ecosistema per gli smart-workers e Viterbo sulle esenzioni IMU per ristrutturazioni e sulla promozione degli studentati. È importante tenere ben presente la dimensione della competizione territoriale anche su queste politiche.

## **2.4 Ricentrare i servizi: Riportare la vita dove batte il cuore della città**

### **Confartigianato - Imprese Terni**

---

Via L. Casale n.9 – 05100 – Terni – Tel. 0744 613311 Fax. 0744 300013  
www.confartigianatoterni.it – info@confartigianatoterni.it

Il Centro Storico è stato privato dei tradizionali motivi per essere frequentato durante il giorno. Confartigianato Terni chiede di invertire la rotta: basta delocalizzare, è ora di ricentrare i servizi.

Il ritorno degli Uffici e dei Servizi Pubblici: Oltre ad avere un minore patrimonio di servizi la città ha perso molti centri decisionali che ne hanno ridotto il ruolo e le prospettive. Chiediamo che gli uffici pubblici restino o tornino nel perimetro urbano, utilizzando il patrimonio di edifici dismessi (ex banche, palazzi storici vuoti).

L'Università come polmone economico e fattore di sviluppo: Portare l'Università e gli ITS nel cuore di Terni significa immettere migliaia di giovani che consumano, vivono e animano le strade 365 giorni l'anno. È la forma più potente di rigenerazione urbana: trasformare il centro in un campus a cielo aperto.

## **2.5 Promozione Turistica**

A causa della complessità del tema in questo documento citiamo solo la necessità di una nuova politica turistica di valorizzazione esperienziale del centro città e la pianificazione di sinergie commerciali tra Centro-Cascata, Centro-polo eventi, Centro-principali strutture sportive, Centro-polo sanitario.

## **2.6 Eventi a Ricaduta Diretta**

Basta eventi "mordi e fuggi" che non lasciano nulla sul territorio. Le risorse vanno indirizzate verso eventi di qualità che abbiano la possibilità e l'ambizione di attrarre flussi nazionali o comunque dai territori vicini. Su questo si richiama la proposta sulle politiche degli eventi presentata da Confartigianato Terni al Comune in audizione presso la seconda commissione consiliare.

Comunicazione Integrata: La promozione degli eventi deve essere fatta con largo anticipo e con canali digitali moderni, puntando sul target romano e del centro Italia. Una quota rilevante del budget degli eventi sostenuti e patrocinati deve riguardare la comunicazione, segnatamente verso l'area romana e i territori vicini.

Un centro a misura di evento: pianificare gli arredi urbani e l'intero centro città per favorire la realizzazione di eventi di qualità e secondo gli standard di sicurezza, abbattendo i costi di realizzazione.

## **PROPOSTE OPERATIVE: Protocollo di emergenza Centro città"**

Premessa le proposte seguenti sono prioritarie e immediatamente cantierabili. Si precisa che le misure che prevedono riduzioni di tariffe o gratuità della sosta non devono essere considerate dal Comune semplicemente come un "costo", ma come un investimento per la tenuta del gettito fiscale. La rinuncia a una quota di incassi immediati (es. parcometri) è la condizione necessaria per evitare il crollo del gettito TARIC/Addizionale comunale IRPEF/Diritti di segreteria/Canone Unico Patrimoniale derivante dalle chiusure definitive delle attività. Inoltre, rianimare un centro già desertificato assorbirebbe risorse pubbliche in termini di costi diretti ben più elevate rispetto a quelle necessarie oggi per il suo mantenimento in vita.

Confartigianato Terni chiede di rendere operative le seguenti misure entro 3 mesi:

### **1. Shock di Accessibilità**

Fascia Shopping: Sosta gratuita dalle 18:00 alle 20:00 nei parcheggi di superficie e di attestazione (S. Francesco/Rinascita) tutti i giorni della settimana.

Moratoria GDO: utilizzo di criteri ben più approfonditi e stringenti sull'impatto concreto (VIA/VAS) dei progetti di nuovi insediamenti della GDO nella fascia intermedia e comunque non collegati con la direttrice del raccordo Terni Orte. Modifica dell'atto di programmazione commerciale con utilizzo degli strumenti disponibili (aree sature) Sospensione di nuove varianti urbanistiche per medie e grandi strutture di vendita fino alla redazione del nuovo atto.

### **2. Shock Fiscale (Sostenibilità)**

---

## **Confartigianato - Imprese Terni**

Revisione Coefficienti TARIC: Ricalcolo delle tariffe per le utenze non domestiche del centro (PMI commercio e Artigianato) che tengano conto della reale esigua produzione di rifiuti, con una riduzione obiettivo di almeno il 20%.

Sportello "Benvenuto a Terni": Attivazione di un ufficio unico (fisico e digitale) che promuova i pacchetti di esenzione fiscale per i nuovi residenti, e altre opportunità territoriali, con una campagna media mirata all'area di Roma Nord.

### **3. Funzioni e Decoro (Metodo "Cantiere")**

Mappatura Immobili Dismessi: Censimento entro 60 giorni dei locali pubblici vuoti in centro da rendere oggetto di progettazione per la destinazione a servizi al cittadino e/o laboratori universitari. Liberare e mettere a disposizione per corsi e attività universitarie la foresteria di Corso Tacito.

Piano Luce e Sicurezza: Installazione di 100 nuovi punti luce e 30 telecamere nei "vicoli ciechi" del commercio in area urbana, individuati insieme alle associazioni di categoria.

Sblocco degli interventi per il decoro inspiegabilmente fermi, come ad esempio lo smontaggio/trasferimento dell'installazione della "vela" in piazza dell'Olmo, per la parte residua dopo il crollo, anche ai fini della sicurezza.

### **4. Logistica Maratta**

Promozione di un Tavolo operativo per l'"Ultimo Miglio" con la Regione Umbria mirante all'avvio della sperimentazione per l'uso della piastra logistica di Maratta come hub per le merci del centro, con connesso bando di incentivi per gli investimenti coordinati delle imprese locali.

### **5. Gestione delle "Luci Spente": Rigenerazione delle Vetrine Sfitte**

L'ordinanza per il decoro delle vetrine sfitte non sta funzionando. Individuare le cause e risolvere il problema. Studiare anche un sistema di tassazione inversa per l'incuria (o comunque di agevolazione fiscale condizionata al decoro)

Emanare un bando comunale di incentivi per l'utilizzo delle vetrine ai fini della promozione urbana (mostre d'arte, messaggi pubblicitari sociali, vetrine informative, showroom del territorio, ecc.) al fine di mantenere la continuità visiva del commercio, illuminare le vie e ridurre il senso di abbandono.

### **6. tavolo ZTL**

Apertura immediata di un tavolo "ZTL/flussi del centro città" per realizzare un piano operativo immediato al fine di valutare l'effetto concreto degli interventi in atto, studiare e proporre eventuali riduzioni del perimetro e/o degli orari ZTL, connessi alla valorizzazione delle aree pedonali e dei servizi di supporto non a specifiche zone, ma all'intero centro città.

## **CONCLUSIONI: UN PATTO PER LA SOPRAVVIVENZA**

Il presente documento non è una lista di desiderata, ma l'ultima chiamata per evitare che il centro storico di Terni diventi un guscio vuoto. La crisi è strutturale e il tempo delle analisi è scaduto: il calo del reddito disponibile certificato anche dalla CCIAA e l'emorragia demografica richiedono decisioni coraggiose e immediate.

\\192.168.6.242\ArchivioSegretel\Confart\TERNI 2026 -rilancio urbano.docx

---

### **Confartigianato - Imprese Terni**

Via L. Casale n.9 – 05100 – Terni – Tel. 0744 613311 Fax. 0744 300013  
www.confartigianatoterni.it – info@confartigianatoterni.it