



# STADIO di PARMA

Quaderno degli attori  
**FRANCESCO TERZI**

Presentato il  
19 gennaio 2023

# **CONTRIBUTI AL DIBATTITO PUBBLICO SU STADIO TARDINI**

## **1. Concessione e Localizzazione alternativa**

La contrarietà al progetto “ristrutturazione stadio Tardini” è diffusa non solo fra i residenti del quartiere, ma è estesa agli abitanti di Parma.

Fra i numerosi problemi argomento di discussione (caos nei giorni di gara, assenza di parcheggio, ecc.), si vuole qui concentrarsi sui due punti seguenti:

- a) **Concessione** (per 90 anni)
- b) **Localizzazione alternativa** (in strada dei Mercati)

### **A) CONCESSIONE**

Il vincolo temporale richiesto dal proponente appare eccessivo: da qui la necessità di ottenere un quadro chiaro su questo aspetto, sia per quanto riguarda le motivazioni, sia per quanto riguarda le conseguenze, considerando che in caso di prosecuzione del progetto viene prevista una concessione per 90 (novanta) anni, vincolo di per sé improprio, probabilmente illegittimo.

Il punto essenziale da evidenziare è il comportamento cui deve attenersi una società *privata* (*Parma Calcio*) nel chiedere, ed una *istituzione* (Comune) nel concedere, in particolare per quanto attiene ai vincoli da rispettare (da parte *Parma Calcio*) e far rispettare (da parte del Comune).

Si deve invece constatare che il progetto proposto rappresenta una vera e propria speculazione, e come tale deve essere valutato e giudicato, approfondendo:

. situazione dello stadio: struttura acquisita al patrimonio comunale, di cui costituisce parte non trascurabile, con un vincolo di utilizzo per eventi sportivi, e solo parzialmente per attività commerciali, di spettacolo, di ristorazione.

. concessione per 90 anni: il motivo della richiesta da parte dello sponsor per un periodo così lungo di tempo appare oscuro, irrealistico, non giustificato neppure dalla norma che recita “la durata è determinata dal tempo utile per il ritorno dell’investimento dell’imprenditore”. E’ proprio l’istituto della concessione che in questo caso deve essere rifiutato, in quanto in contrasto con l’interesse della comunità.

Sorge allora la domanda: per quale ragione, per quale reale motivazione sussiste questa richiesta? A chi lo sponsor e proponente vorrà lasciare in eredità questa situazione? A un Fondo estero? Quali garanzie ci sono per escludere o proteggersi da una bancarotta? Ricordiamo, a tale proposito, l’esperienza della gestione precedente.

I cittadini di Parma non intendono lasciare questa pesante eredità ai loro figli, ai nipoti ed ai figli dei loro nipoti, con conseguenze ad oggi non note, ma intuibili se si pensa alla cronaca di questi giorni a causa di speculazioni analoghe, con la differenza che tali conseguenze non si vedranno dopo 90 anni, ma pressoché immediatamente.

. posizione del Comune: e' legittimo che lo sponsor persegua il proprio interesse nel business, ma altrettanto legittimo ed anzi doveroso che l'ente istituzionale opponga forti ragioni nell'interesse collettivo.

L'ente Comune è tenuto infatti a garantire che il patrimonio comunale non venga depauperato da una cessione economicamente non conveniente, quindi non gli è consentito di cedere gratuitamente un bene facente parte del patrimonio, è anzi tenuto a proteggersi da una alienazione inopportuna ed a utilizzare tale bene a beneficio dell'ente stesso e della comunità, ed a rendere conto del suo uso ai competenti organi.

Su questo punto chiediamo trasparenza, completa chiarezza, e precise garanzie.

Si è allora presentata una nuova idea, finora non presa in considerazione: se ci fosse uno sponsor *diverso* ad occuparsi del Parma Calcio, questo progetto di "demolizione e ricostruzione" dello Stadio Tardini non esisterebbe, le scelte del Comune in merito sarebbero diverse e non così passive e supine su questo progetto, non avendo mai prima ipotizzato di demolire e ricostruire lo stadio.

A questo punto, riprendendo l'idea menzionata sopra, si può immaginare un'altra situazione? Una situazione diversa, in cui un diverso sponsor del *Parma Calcio* promuova un intervento limitato ad una leggera ristrutturazione solamente per eliminare alcune criticità e apportare alcune migliorie, ma lasciando la struttura così com'è, senza proporre e imporre un così massiccio intervento con un rifacimento ed un ampliamento invasivo e ridondante, e soprattutto senza pretendere una concessione addirittura di 90 anni.

Lo stadio Tardini rimarrebbe nella sua funzione esistente e dedicata ad offrire uno spazio idoneo per attività sportive.

Ove invece si volesse erigere altrove un nuovo stadio, con attività *addizionali* di tipo commerciale, per spettacoli, per eventi e concerti, per ristorazione, si può considerare il punto successivo, e cioè una localizzazione alternativa.

## B) LOCALIZZAZIONE ALTERNATIVA

L'opzione di una diversa localizzazione dello stadio è nata dal fatto che la sua posizione attuale è ormai divenuta troppo centrale, inserita in un tessuto abitativo, stradale, quotidiano che di fatto corrisponde ad un centro urbano, perdipiù nei pressi di un grande incrocio. Praticamente in centro città.

La scelta razionale che ne è scaturita consiste nella collocazione in una zona più periferica, ma ancora connessa alla città e ben servita, individuata in strada dei Mercati (ex mercato bestiame – zona Cornocchio).

Risulta quindi evidente la opportunità di comparare le due collocazioni in termini obiettivi e concreti, cioè tenendo conto e valutando in modo puntuale e preciso i vantaggi e gli svantaggi di ciascun aspetto delle due soluzioni, basandosi su fatti senza pregiudizi e preclusioni, per arrivare a definire la soluzione migliore fra:

- Progetto revisionato proposto da Parma Calcio e Comune in zona Petitot
- Progetto nuovo stadio proposto dal Comitato in strada dei Mercati.

I **vantaggi** rilevati per la collocazione in strada dei Mercati sono:

. vaste dimensioni dell'area atte a contenere sia il manufatto dello stadio, sia altri manufatti di arredo urbano o utili a completamento del parcheggio

. area libera, con vasti spazi all'intorno destinabili a parcheggio di automobili, di pullman e bus, e di altri autoveicoli, con assenza o scarsa e rada presenza di abitazioni civili.

. elevata capienza di parcheggio, non confrontabile con la situazione esistente nelle vie attorno al Petitot. *La capienza di parcheggio è parametro determinante per l'ubicazione degli stadi, a beneficio soprattutto dei tifosi*

. vicinanza a strutture di comunicazione: circonvallazione cittadina con ingressi/uscite ai/dai vari quartieri, casello autostradale, tangenziale, stazione ferroviaria, Fiera, aeroporto, con percorso/fermate di autobus urbani

. buona viabilità e regolazione del traffico, con vari svincoli per la eliminazione del rischio di ingorghi stradali

. idoneità per cantiere, che consente di operare con minor difficoltà di gestione e movimentazione rispetto a zona centrale stretta in mezzo alle abitazioni

. costruzione ex novo, quindi senza le difficoltà e le complicazioni connesse ad una demolizione e ricostruzione

. minori vincoli per limiti all'inquinamento acustico e ambientale, con limitato o nessun impatto su quartieri residenziali e/o abitazioni circostanti

. dotazione di piste ciclabili collegate e continue fino a destinazione (distanze e tempi di percorrenza equiparabili a quelli per raggiungere la zona Petitot)

Nel rivolgerci al Coordinatore del Dibattito Pubblico affinché assicuri imparzialità, si chiede che le argomentazioni di entrambe le parti siano ascoltate e valutate *con pari dignità*, per arrivare a conclusioni rispettate e condivise.

Le dichiarazioni del proponente circa la non disponibilità a prendere in considerazione la collocazione alternativa non deve costituire un argomento di discussione, semmai un simile atteggiamento di chiusura o di rifiuto da parte dello sponsor proponente sarebbe una ulteriore conferma che si tratta di *interesse privato*, che si oppone ad una soluzione di **interesse pubblico**.

Su questo punto Il Comune sembra associarsi e non si oppone, come dovrebbe, ad un simile condizionamento, posto quasi come prerequisito per la prosecuzione del progetto, mentre è suo dovere espletare la propria funzione di analisi di alternative. Non si può ammettere che il Comune non abbia capacità di effettuare una scelta in autonomia e non abbia libertà di eventualmente recedere, sempre nell'interesse collettivo.

La collocazione del nuovo stadio in strada dei Mercati non è più una ipotesi od una illazione da trascurare, sminuire, ostacolare, ma è divenuta e costituisce una opzione reale, possibile, concreta, positiva, fattibile, e con i molteplici vantaggi indicati.

Non appena la collocazione alternativa potrà essere considerata seriamente dallo sponsor e gli si presenti nella sua realtà come una scelta ottimale, di buon senso ed opportuna sotto vari aspetti, scelta che avrebbe già fatto spontaneamente avendone individuato la maggior convenienza e potenzialità per sé stesso come imprenditore, apprezzabile e ben accolta dal Comune, dagli altri imprenditori locali, dai tifosi e dalla cittadinanza tutta, si convincerà a realizzare l'opera del nuovo stadio in questa zona più adeguata, più ricettiva e più aperta ad una ottica di sviluppo futuro.

Al termine del dibattito e della comparazione emergerà in maniera evidente che la soluzione "strada dei Mercati" presenta vantaggi ("PRO") in maggior numero e di gran lunga più validi (in una parola: migliore) rispetto alla soluzione "zona Petiot" che presenta invece forti e numerosi svantaggi ("CONTRO") e perpetua problemi e disagi già noti.

Si deve essere in grado di effettuare una scelta nella giusta prospettiva, e rendersi conto **che i cittadini di Parma non vogliono più lo stadio in centro città.**

## **2. Il Progetto - punto per punto**

La presentazione del Progetto Stadio di Parma da parte del Parma Calcio (proponente) inizia con la dichiarazione che esso risponde a molteplici esigenze, di natura sportiva, ma anche sociale, ambientale, e urbanistica, derivanti dai fabbisogni

- a) del Parma Calcio
- b) della città
- c) della tifoseria
- d) dei residenti nell'area oggetto di intervento.

Già fin da questa iniziale dichiarazione, ed anzi proprio in virtù di essa, appare evidente che tutta l'impostazione dell'iniziativa trae origine da un presupposto che non ha corrispondenza né riscontro nella realtà. Infatti nessuna delle entità citate presenta esigenze di un rifacimento (demolizione e ricostruzione) dello stadio nello stesso luogo:

- a) non il Parma Calcio, che incontrerebbe grandi difficoltà per un intervento così massiccio, in uno spazio limitato e stretto, addossato agli edifici circostanti, che ha comportato anche la necessità di uno studio approfondito sulla mobilità per tentare di trovare improbabili soluzioni anche con modifiche viarie, e con impatti sulla logistica, sui tempi, sui costi dei lavori di demolizione e ricostruzione
- b) non la città, che è già attualmente penalizzata dagli ingorghi di traffico, dall'aumento di inquinamento in tutta l'area metropolitana, (che il Comune cerca di ridurre con la limitazione all'uso di veicoli personali e con la lotta al pm10) e dalla necessità di impiegare ingenti forze dell'ordine, e che vorrebbe evitare simili criticità in futuro
- c) non la tifoseria, che continuerebbe a trovarsi di fronte alla assenza totale di parcheggio nei pressi dello stadio e aumentata congestione di traffico
- d) non dei residenti (per i quali la frase somiglia più ad una beffa) già da tempo costretti a subire e a soffrire situazioni di grande disagio, che si aggraverebbero ulteriormente a seguito dell'intervento prospettato. Ma il proponente Parma Calcio afferma che migliorerà la vivibilità dell'area circostante interessata...

La dichiarazione iniziale è quindi ambigua, errata, volutamente accattivante. Meglio sarebbe limitarsi al solo settore sportivo, considerando che i settori sociale, ambientale, urbanistico sono di competenza degli organi istituzionali preposti, e risulta fortemente inopportuna questa indebita appropriazione del ruolo da parte di una società calcistica privata.

Proseguendo l'esame del testo, si rilevano vari punti discutibili, alcuni qui riportati:

. *“prospettiva ampia, ...con una nuova armonia..., e nuove opportunità di benessere”*: frasi stereotipate, retoriche, slogan volti a ricercare e catturare un generico consenso più che a fornire vere soluzioni, solo proclamate ma difficili da trovare

. *“migliorare la fruibilità degli spazi cittadini”*: ritorna ancora l'accento agli spazi che, si ripete ancora una volta, non ci sono, né per parcheggio, né per aree esterne, né per area a verde, né per una fluida circolazione di veicoli

. *“nuovo polo del Tardini”*: si assiste qui alla rivelazione della vera vocazione, infatti è chiamato non più solo stadio, ma *polo*, inteso come punto di aggregazione, con servizi commerciali, ecc.

. *“rafforzare il rilievo di Parma”*: è doveroso sottolineare subito e a gran voce che il rilievo ed il valore di Parma nel mondo dipende da altri fattori, ben definiti e riconosciuti in ambito internazionale, e cioè da bellezze artistiche, castelli e dimore storiche, eccellenze gastronomiche, tradizioni di grande musica e teatro, cultura, turismo, tutti decisamente più rilevanti della notorietà della squadra di calcio locale. Lo sponsor tenta di auto-assegnarsi le eccellenze del “marchio” Parma, e se ne ammanta come di un merito proprio

. *“nuovi spazi commerciali”*: queste parole sono ripetute più e più volte, con forte reiterazione per inculcare una visione in chiave positiva e autoreferente

. *“il Tardini è al suo posto da cento anni ed è un’icona”*: questo è vero, ed è per questo che va lasciato così, come simbolo da non modificare, stravolgere, e deturpare, lasciando anche il nome storico, anch’esso un simbolo per gli abitanti di Parma. Inoltre Le condizioni al contorno sono molto cambiate, la località non si presta ad un obiettivo volto a procurare afflussi ingenti di autoveicoli e di folla, ed è incomprensibile l’insistenza su una demolizione e ricostruzione in loco, con i molteplici problemi evidenti e già valutati, a fronte degli innegabili vantaggi di una localizzazione in un’area disponibile e spaziosa

. *“aree esterne”*: si riducono alla sola strada di passaggio fra gli edifici ed il muro dello stadio, ma Parma Calcio asserisce che “potrà ospitare attività ludico creative temporanee”

. *“aree a verde”*: la definizione è fuorviante perché viene riferita ad un muro ricoperto di piante rampicanti: basterebbe questa palese contraddizione per capire che anche il senso delle parole vengono distorte, se una parete di fogliame viene promossa ad Area Verde.

. *“uno stadio ex novo in una zona periferica ...creerebbe un vuoto urbano difficilmente colmabile”*: se il nuovo stadio con questo progetto fosse costruito in una zona che si presti, per ampiezza di spazi atti a contenere sia il manufatto sia altre strutture di contorno per altri servizi, con area verde attrezzata, dotata di ampio parcheggio, potrebbe divenire un **polo attrattivo**, proprio come si propone di realizzare il Parma Calcio ed il suo sponsor.

Va infine detto che nel dossier non compaiono riferimenti ad aspetti importanti, e neppure accenni seri alle problematiche legate a parcheggio e congestione del traffico. Tutto ciò viene completamente trascurato.

.

### **3. NUOVO STADIO DI PARMA**

Il titolo stesso della presentazione del progetto lo dichiara espressamente: “**Nuovo stadio di Parma”, non stadio Tardini, non restyling stadio Tardini, non ricostruzione stadio Tardini.**

Il titolo allude ad una novità, scopre e si riferisce ad una nuova e diversa struttura, che può essere intesa come lo stadio *principale* della città, rispetto ad uno stadio pre-esistente, divenuto ormai obsoleto, sia pur rimasto funzionante, e che deve mantenere il proprio nome storico.

Affrontando quindi l’argomento in questa visione innovativa, dove potrà essere posizionato questo nuovo stadio? L’ipotesi considerata è: in una zona periferica, né dentro la città, né fuori, ma ai margini, in una area vicina, facilmente raggiungibile e ben servita..”

L’obiezione che sorge è: “*uno stadio ex novo in una zona periferica creerebbe un vuoto urbano difficilmente colmabile*”. Su questo punto è stato anche affermato che i tifosi non andrebbero più allo stadio se fosse distanziato anche di pochi km. E’ vero? Lo chiediamo ai tifosi. E’ una frase dettata dal malumore, ma *non* è così, semplicemente *non* è così. Il Tifo è un entusiasmo che fa fare cose di cui non ci si credeva capaci, è una passione che spinge a partecipare, per la quale si è disposti a saltare il pasto, ad acquistare biglietti in piena notte, a sopportare ore e ore di pullman in trasferta, a prendere treno o aereo per ogni meta, pur di andare a sostenere la propria squadra ed a godere lo spettacolo. Il tifo non dipende dalla distanza, non fa questione di chilometri.

D’altronde lo studio descritto nella Relazione sulla Mobilità, molto approfondito e dettagliato, e che propone persino modifiche all’assetto viario esistente, non sembra poter ottenere soluzioni al grande problema della congestione del traffico, delle code e degli ingorghi, delle deviazioni, che portano infine al blocco e alla chiusura di gran parte della città e dimostra anzi quanti e quali sono gli ostacoli che si frappongono: tutte le criticità presenti nella località attualmente sede del Tardini non trovano soluzione nel progetto presentato da Parma Calcio, in quanto mancano e continueranno a mancare gli spazi indispensabili. La vera soluzione consiste solamente e chiaramente in una diversa allocazione dello stadio, che da sola non solo allevierebbe ma appianerebbe e risolverebbe in modo semplice, naturale ed ottimale tutti i problemi citati.

Volendo effettuare una comparazione assegnando un “punteggio” a ogni aspetto delle due collocazioni ipotetiche (piazza Petitot e strada dei Mercati) la valutazione potrà attenersi alle scelte di fondo, poiché la validità del progetto tecnico del manufatto come tale è salvaguardata, essendo i dettagli tecnici coerenti e accettabili in entrambe le localizzazioni (es. stazioni a vista per bici, ecc.), e si potrà definire uno schema con tabella di confronto reale dei vari aspetti (una bozza è qui allegata, come esempio).

Si arriverebbe così ad una valutazione condivisibile, che potrà soddisfare :

. i tifosi, che potranno arrivare tranquillamente fino allo stadio, mettere in sosta le auto o i motorini nel parcheggio nei pressi (attrezzato, numerato, con colonnine di ricarica, ecc.), accedere all’interno in modo ordinato e sicuro. Al termine della partita, potranno defluire oppure trattenersi negli spazi esterni corredati di arredo urbano. Si può arrivare a ipotizzare che siano i tifosi stessi a richiedere allo sponsor una simile localizzazione.



. gli imprenditori locali, che avranno l'occasione e l'opportunità di avviare nuove e diverse attività aggiuntive (ristorazione, intrattenimento, ecc.), servizi complementari (servizi alla persona, ecc.), servizi vari innovativi (colonnine di ricarica, ecc.), rendendo l'intero quartiere vivo e più frequentato

. i cittadini, che potranno disporre e godere di un luogo piacevole in una zona non trafficata, tranquilla, raggiungibile con pista ciclabile sicura, con parcheggio, in una area verde attrezzata, con alberi, aiuole, panchine, vialetti interni, giochi per bambini

. il Parma Calcio, che al termine dei lavori di costruzione resi più facili dal luogo stesso per le sue caratteristiche di libera ampiezza, potrà disporre di una località dedicata alla squadra, dotata di una struttura nuova, moderna, tecnologicamente all'avanguardia come quella progettata, in un quartiere davvero riqualificato. E' perfino ipotizzabile che lo sponsor stesso, avendo considerato la cosa in tutti i suoi aspetti, non intenda più essere costretto a procedere ad un intervento di demolizione e ricostruzione in zona Petitot, reso difficoltoso e pressochè irrealizzabile dalla mancanza di spazi in una zona densamente abitata, ma intenda costruire precisamente in strada dei Mercati.

Riferendosi infine a quanto detto a proposito di *polo*, e chiedendo scusa per le ripetizioni (ma Repetita luvant), ove si provasse ad averne la visione, quindi a considerare seriamente, a valutare e riconoscere le potenzialità, le opportunità e le occasioni di sviluppo offerte dalla *costruzione ex novo* di uno stadio eretto in area adatta, con terreno pubblico disponibile, in una periferia ai margini ma vicina, ben servita e facilmente raggiungibile da tangenziale, autobus urbani e piste ciclabili, con ampi parcheggi e spazi liberi, adeguata a contenere sia il manufatto sia numerose attività commerciali, di ricreazione e intrattenimento, di ristorazione, di servizi alla persona, si andrebbe veramente a costituire un ***polo attrattivo***, ed un nuovo punto di riferimento, anche per altri imprenditori locali, che si presterebbe ad essere rappresentato in modo simbolico dallo stadio della squadra di calcio locale.

In tal caso la nuova struttura potrebbe avere diritto ad essere chiamata **Stadio Krause**.

### 3 bis. TABELLA DI COMPARAZIONE

<u>Fattori di scelta</u>	A) <u>zona Petitot</u>	B) <u>zona Mercati</u>
. parcheggi	NO (160 <u>riservati</u> )	SI, estesi
. spazi circostanti	NO (edifici)	SI, liberi
. accessibilità viaria	DIFFICILE (1)	semplice
. lavori necessari    ---→	1. demolizione	no
----→	2. trasporto macerie	no
---→	3. ricostruzione	costruzione ex novo
. congestione traffico	alta (1)	no (tangenziale, ecc.)
. inquinamento aria	alto (2)	-
. inquinamento acustico	vincoli stringenti (3)	-
. piste ciclabili	SI (1,7 Km. Da centro)	SI (2,7 km. da centro)
. aree esterne	<u>non</u> sufficienti (4)	ampie, da definire
. area a verde	NO, solo muro (4)	SI, alberata
. servizi comm.li	SI (limitati)	SI, estendibili
. capienza	21.000	30.000
. durata cantiere	3 anni	2 anni
. partite durante i lavori	NO (trasferte)	SI
. introiti periodo cantiere	NO	SI (5)
. presenza forze ordine	alcune centinaia	alcune decine
. conflittualità abitanti	elevata, permanente	scarsa

Note:

(1) ved. Relazione studio Mobilità

(2) ved. lotta per ridurre pm 10

(3) max. 65 dB

(4) ved. Presentazione Progetto

(5) utili per “punto di pareggio” (break-even) del Piano Finanziario

## **4. Il Tardini in campagna elettorale**

La decisione del Comune di mantenere la localizzazione attuale per il progetto dello Stadio è stata confermata in varie occasioni con affermazioni quali “*lo stadio resta dov'è*”, oppure “*lo stadio non si sposta da lì*”, ovvero “*non è in discussione la posizione dello stadio*”.

La motivazione principale a supporto di questa decisione è stata esplicitata dalla dichiarazione fatta dal Sindaco, e cioè che il progetto del rifacimento in loco dello stadio era presente e palesemente evidenziato nella presentazione della campagna elettorale, durante la quale era anche stata prevista una revisione del progetto per renderlo più accetto, a fronte delle perplessità sollevate e delle contrarietà emerse nella cittadinanza.

Questa dichiarazione, che menziona la presenza nella campagna elettorale come elemento decisivo per procedere, viene propugnata dal Comune come ragione sufficiente per mantenere le proprie posizioni, in quanto sarebbe dimostrativa della coerenza e della chiarezza delle intenzioni dell'Amministrazione esposte dal Comune alla cittadinanza e da quest'ultima recepite, per di più rinforzate dalla promessa della revisione. Tale dichiarazione viene quindi considerata dal Comune come un argomento solido ed ineccepibile, e connesso anche con il consenso ottenuto.

Considerare questa dichiarazione come prova di sufficiente motivazione e come valida argomentazione significa dar segno di disinvoltura più che di rigore amministrativo, anche per il carattere piuttosto incauto della affermazione. Ancor più incauta quella successiva, purtroppo ripetuta, che spiega come tutto sia derivato dalla volontà espressa dallo sponsor proponente, che a questo punto diviene sponsor “imponente”, nel senso che impone al Comune una propria iniziativa e induce o costringe il Comune ad eseguirla, pilotando di fatto il processo. Questo è molto grave.

L'argomento addotto perde inoltre la sua validità se si tiene conto di questi fatti:

- . l'approccio seguito per il percorso partecipativo assomiglia a quello di chi riconosce come “interlocutore perfetto” in una trattativa solo colui che dà sempre ragione e non controbatte: il Comune intende così chiudere a priori ed in anticipo ogni discussione ed impedire un reale dibattito

- . oltre a ciò, nel rapporto fra sponsor e Comune si assiste ad uno svelamento di una inammissibile imposizione di un privato su un ente istituzionale, con una pressione tale da prevalere su tutto

- . la revisione promessa nel progetto definitivo di fatto non esiste, in quanto essa verte esclusivamente sui dettagli tecnici del progetto (materiali del muro, colori delle pareti, ecc.) e non sugli elementi di fondo

- . il progetto rimane identico nella sua impostazione e visione originale, con le stesse caratteristiche di prima (servizi commerciali aggiuntivi, maggior frequenza di eventi, aumento numero posti a sedere, ecc.) e con le stesse criticità note (assenza di parcheggio pubblico, ingorgo traffico cittadino, spazi insufficienti, carenza aree esterne, assenza di area verde pubblica, oneroso servizio d'ordine). Inoltre, il progetto non consiste in una ristrutturazione od un restyling, ma si tratta di una demolizione e ricostruzione, come risulta dalla documentazione presentata.

L'impressione è che con questo approccio i principi di trasparenza vengano messi in totale indifferenza da parte del Comune, e vengano anzi calpestati, senza lasciare spazio al dibattito. Si auspica un sempre possibile ripensamento da parte del Comune, per un dialogo vero.