



**LEGAMBIENTE**  
**PIEMONTE E VALLE D'AOSTA**  
*Onlus*

*INFORMACIRCOLI N. 314 – Progetto Mediapolis e Stati Generali del Canavese*

Il 20 e 22 gennaio si svolgeranno a Ivrea gli Stati Generali del Canavese.

Ci si aspetterebbe un momento di confronto partecipato sul futuro di quest'area. Ma non è così: l'incontro è chiuso, blindato, non c'è spazio per soggetti portatori di interessi diffusi, come Fai, Legambiente, Pro Natura e WWF. E così le associazioni che da tempo riflettono sulle grandi questioni del Canavese si vedranno costrette a "volantinare", come carbonai, documenti che richiederebbero ben altro spazio.

Segue il documento che si volantinerà per l'occasione.

**"STATI GENERALI DEL CANAVESE"**  
**APPUNTI SUL PROGETTO MEDIAPOLIS**  
*( a cura di FAI, Italia Nostra, Legambiente, Pro Natura, WWF)*

Gennaio 2005

### **Premessa**

Abitualmente si minimizza la portata delle critiche e delle obiezioni di merito al progetto del "parco a tema" di Mediapolis, già Millenium Canavese, sostenendo che siano posizioni minoritarie, genericamente "ambientaliste", finalizzate esclusivamente alla conservazione dello status quo del paesaggio e del tutto indifferenti alle esigenze di modernità e di sviluppo che ogni territorio, e il Canavese in particolare, ha diritto di perseguire.

Naturalmente, non è vero; ma è vero che nel caso di Mediapolis, non ci sia mai stato un luogo di analisi e di dibattito commisurato all'importanza dell'argomento e che, soprattutto, non ci sia mai stato un momento istituzionale di incontro e di ascolto dei cittadini interessati, e noi tra questi.

I temi aperti, che chiamano in causa la responsabilità degli Enti territoriali preposti alle decisioni di merito da prendere, sono molti e di grande rilevanza per i cittadini tutti, oltre che per il corretto uso delle risorse pubbliche.

Con gli **Stati Generali del Canavese**, è però arrivato il momento e la sede per aprire il confronto sui contenuti del progetto, per rendere più visibili le nostre ragioni e per metterle apertamente a confronto con quelle di chi, invece, sostiene con convinzione il progetto.

Secondo Mediapolis, i vantaggi dei quali potrebbe giovare l'economia del territorio canavesano sono elevati e comunque commisurati all'entità dei finanziamenti già ottenuti con il Patto Territoriale, e a quelli, sempre pubblici, che dovrebbero intervenire direttamente o indirettamente per consentire la realizzazione dell'iniziativa. Vediamo più in dettaglio questi aspetti e le obiezioni e gli interrogativi che proponiamo:

### **L'aspetto occupazionale**

Il punto di forza principale su cui fa e ha fatto leva Mediapolis per convincere cittadini e pubblici amministratori è l'incremento occupazionale, ma questo dato è uno dei più aleatori ed incerti: a seconda dei contesti si è parlato di 600, 1000, anche 1500 persone, ma sul sito di Mediapolis, che pure è ricco di informazioni suggestive, questo dato prudentemente non compare.

Compare invece, **sull'atto di stipula definitiva<sup>1</sup>, il numero di 148 unità come “incremento occupazionale” assicurato dall'investimento.**

Noi temiamo che l'occupazione aggiuntiva sia costituita da poche decine di persone, a bassa qualifica, (per lo più temporanee) e, in gran parte, sottratte ad altre attività già esistenti.

Come è noto, infatti, una delle principali iniziative del parco<sup>2</sup> (72,3 M€ su 168 M€) è costituita da un centro commerciale di 50.000 mq che avrà come clienti le persone (circa 400.000) che vivono entro un raggio di 30 minuti, più quelle (circa 2.450.000) che abitano in un raggio tra i 30 e i 60 minuti. Entrambe queste provenienze, ciascuna con una specifica intensità di frequentazioni (molto maggiore la prima, che genererà circa 4.000.000 di visite !) sono già, evidentemente, in gran parte costituite da clienti di esercizi commerciali attualmente ubicati in Canavese e ai quali sarà sottratta la corrispondente quota di vendite realizzata nella nuova struttura: quindi, incremento occupazionale pressoché nullo; molte criticità aziendali e personali pressoché certe!

Ad aggravare il rischio, si tenga anche presente che oltre ai 50.000mq del centro commerciale, sono previsti altri 34.000mq di “superfici utili lorde di aree commerciali”.

Come foglia di fico di questa iniziativa si cita la possibilità di ospitare anche spazi per “prodotti tipici ed artigianato locale”, cosa senza dubbio utile, a condizione che utilizzi i necessari strumenti culturali ed informativi di promozione e di valorizzazione territoriale e solo in subordine l'aspetto commerciale. Per le altre iniziative: il parco all'aperto, per sua natura, darà luogo ad occupazione temporanea, il parco a tema e l'albergo, lasciano immaginare l'esigenza di occupazione non altamente qualificata, non aderente alle aspettative delle scolarità medie dei nostri giovani.

In conclusione, sembra opportuna una valutazione più approfondita delle prospettive occupazionali e della capacità di rispondere alla domanda complessiva che emerge dal territorio.

## L'aspetto economico e finanziario

Attualmente la previsione di Mediapolis<sup>3</sup> è di una spesa complessiva di 168 M€ superiore di quasi ¼ di quella inizialmente prevista (137,5M€)<sup>4</sup> e sulla quale, si suppone, è stata a suo tempo valutata la fattibilità del business plan e la finanziabilità del Patto Territoriale.

Sui 137,5 M€ iniziali, erano considerati 81,6 M€ di “investimento agevolabile” e 12,2 M€ di “onere per lo Stato”, i “mezzi propri”, cioè di Mediapolis, erano dichiarati in 41,2 M€ pari a circa il 30% dell'intero investimento.

La convenienza privata dell'intera operazione sembra rimanere ancora in buona misura dovuta alle agevolazioni pubbliche e ad una distribuzione di rischi e di garanzie delle quali non si ha al momento visibilità.

Rischi e garanzie attribuiti alla parte “pubblica” sono invece secondo noi fondamentali per valutare il vantaggio per la collettività degli interventi che, a parte i finanziamenti già ottenuti da Mediapolis (5,5M€+ 3,4M€), comportano anche una spesa per infrastrutture di 26 M€, dei quali solo 9 M€ a carico di Mediapolis stessa.

La parte “pubblica” dovrà pertanto investire nell'operazione 12,2+17 = 29,2M€

Grandi investimenti dunque e rischi commisurati, ma di fronte ai quali per la società Mediapolis c'è “solo”, così sembra al momento, un capitale sociale di 3.517.615,35 € (il 2% dell'investimento previsto!), più la disponibilità<sup>5</sup> di un “sovrapprezzo azioni” di 1.943.602,72€ corrisposto da Olivetti Multiservice S.p.A. al momento della sua entrata nel capitale, contemporaneamente alla vendita a Mediapolis<sup>6</sup> dei terreni di Albiano (per complessivi 5.164.568,99€). Sempre nella stessa occasione, Olivetti Multiservice S.p.A ha poi concesso a Mediapolis un prestito di 2.869.204,00€ per la cui garanzia di restituzione ha conservato un'ipoteca<sup>7</sup> sul terreno venduto

In tale situazione finanziaria è assai probabile che la prima iniziativa a partire (però solo dopo che gli enti pubblici avranno sottoscritto l'impegnativo “*Accordo di Programma*”) sia quella meno a rischio e meno onerosa (per Mediapolis). Potrebbe cioè essere il solo “Centro commerciale”<sup>8</sup>, per il quale sembra già individuata la

<sup>1</sup> Patto Territoriale del Canavese – Atto di stipula definitiva – Ivrea, 6 dicembre 1999

<sup>2</sup> Informazioni tratte dal sito ufficiale di Mediapolis alla data del 28/12/2004

<sup>3</sup> Idem

<sup>4</sup> Patto Territoriale del Canavese – Atto di stipula definitiva – Ivrea, 6 dicembre 1999

<sup>5</sup> Assemblea straordinaria degli azionisti di Mediapolis – Ivrea, 6 giugno 2002

<sup>6</sup> Atto di compravendita - Ivrea, 18 giugno 2002

<sup>7</sup> Costituzione di ipoteca – Ivrea, 18 giugno 2002

<sup>8</sup> Informazioni tratte dal sito ufficiale di Mediapolis alla data del 28/12/2004

partnership con il Gruppo Policentro che si caricherà di tutti gli allestimenti interni. Inoltre, Mediapolis non esclude che venga ceduta “una porzione immobiliare” (quale? quando?) per finanziare gli interventi successivi. Oggi, a cinque anni dal progetto iniziale, la situazione “visibile” sul sito ufficiale, è ancora questa e non sembra sufficiente a garantire che gli investimenti ed i contributi pubblici, se erogati, possano conseguire i conclamati benefici per la collettività. Difficile sostenere che un Centro commerciale rappresenti un investimento innovativo e foriero di progressivo sviluppo, oltretutto senza alcuna garanzia di completamento!

La situazione esposta e le prospettive di sostanziale incertezza che ne emergono impongono a nostro avviso almeno due adempimenti decisivi per la valutazione del progetto: un impegnativo programma di esecuzione delle opere previste, per capire sia come e quando la iniziativa proposta realizzerà i contenuti dichiarati (alcuni dei quali tra l'altro molto indefiniti), sia l'uso delle risorse private e pubbliche previste, onde valutarne urgenza ed opportunità. Su questi temi ci pare che la responsabilità degli Enti territoriali debba essere esercitata appieno, con la piena informazione dovuta ai cittadini.

## L'aspetto ambientale

A tutti gli abitanti del Canavese è nota la singolarità della Serra che con la sua linea quasi perfetta delimita una parte del loro abituale orizzonte. Forse è meno nota l'importanza che questo ambiente riveste dal punto di vista geologico e come “il grande apparato glaciale della Serra d'Ivrea”<sup>9</sup> sia universalmente considerato una delle più rilevanti tipologie ambientali da conservare. Di eguali in Europa non ce ne sono, ed è solo la particolare storia del Canavese che ha permesso di conservarne sostanzialmente intatta la configurazione e la bellezza.

L'anfiteatro morenico, infatti, è sfuggito, almeno finora, a “quel processo di snaturamento che investe i territori e le città sottoposte ad un eccesso di frequentazione ...che hanno trasformato la cultura in un'alienante industria dell'intrattenimento”<sup>10</sup>.

E' un luogo che merita altra attenzione e altre indicazioni per valorizzarne l'attrattività turistica e le potenzialità economiche: tra queste il PROGETTO INTEGRATO DI AREA CANAVESE – BIELLESE<sup>11</sup> costituisce un buon esempio di analisi e di proposte e nel quale proprio la citazione di Mediapolis appare come del tutto posticcia e largamente incoerente con l'impostazione generale.

Oltre che per il danno sul paesaggio, grande preoccupazione suscita la scelta del sito anche dal punto di vista delle compatibilità fisiche, tre in particolare: la elevata fertilità del suolo, la alluvionabilità della zona e l'individuazione di tale area come “zona di ricarica delle falde”, da parte del Piano Territoriale Regionale.

I terreni agricoli sono ormai nel nostro paese una risorsa scarsa e sempre più preziosa e vanno quindi preservati da altri usi, tanto più quando la loro facilità di inondazione (la zona si chiama Guadalungo!) li rende anche più onerosi per gli impieghi di edificazione.

Si consideri che la pur sofferta approvazione da parte della Regione della Variante di PRG del Comune di Albiano per rendere edificabile l'area non ha permesso di preservarla dalle esondazioni.

Gli interventi di salvaguardia da finanziare attraverso il già richiamato “Accordo di Programma” permetteranno di ridurre da 50 a 20 cm il livello delle acque di esondazione in caso di eventi alluvionali analoghi a quello dell'ottobre 2000, ma non impediranno certo alla proprietà di richiedere ingenti risarcimenti per danni.

Evidentemente il valore (5.164.568,99€) del contratto di compravendita del terreno e del contemporaneo finanziamento consentono a entrambi i contraenti di mettere in conto le opere necessarie conservando ancora la convenienza dell'iniziativa.

Ci sono però altri costi diretti e indiretti che, a parte quelli per le infrastrutture (già evidenziati con l'aspetto economico), non sono mai stati valutati e che rappresentano invece una forte maggiorazione del carico ambientale e, in definitiva, un peggioramento della qualità di vita della zona. Ci riferiamo all'approvvigionamento idrico e al trattamento e smaltimento delle acque (bianche, grigie e nere), alla raccolta ed allo smaltimento dei rifiuti solidi, all'inquinamento gassoso ed acustico, ma anche alla maggior pressione su alcuni servizi pubblici, sanità in primo luogo.

Infatti, sempre con riferimento ai dati di Mediapolis<sup>12</sup>, si può calcolare che l'insediamento del Centro Commerciale e del Parco a tema equivalga ad un nuovo paese di 2.600 persone, che producono rifiuti, usano i servizi igienici, richiedono prestazioni di pronto soccorso, ecc., pur considerando solo<sup>13</sup> le persone che provengono da una distanza superiore ai 60 minuti.

<sup>9</sup> Touring Club Italiano – Il Paesaggio Italiano- Milano, 2000

<sup>10</sup> Idem

<sup>11</sup> PAYS-SAGE - Progetto Integrato d'Area dell'Anfiteatro Morenico della Serra – 2001/2002

<sup>12</sup> Informazioni tratte dal sito ufficiale di Mediapolis alla data del 28/12/2004

<sup>13</sup> (660.000 + 235.000 + 38.000)/360

In realtà l'impatto effettivo sarà anche (e di molto) superiore perché non ci sarà una distribuzione uniforme lungo tutto l'anno, ma una concentrazione nei fine settimana e nel periodo estivo.

E saranno proprio questi momenti di concentrazione a produrre quei fenomeni di degrado qualitativo che ben conosciamo quando sperimentiamo le code, gli intasamenti, gli affollamenti rumorosi nei tanti luoghi che assomigliano sempre a se stessi, in ogni parte del mondo.

Anche per questi aspetti ci pare che le analisi condotte, i cui risultati sono sino ad ora ignoti, siano state superficiali e manchevoli, mentre il valore del contesto interessato avrebbe dovuto motivare approfondimenti e una discussione pubblica sul tema. Richiamiamo perciò la doverosa attenzione degli Enti territoriali su questi problemi, che ci pare mettano in discussione la localizzazione del progetto.

### **L'aspetto giuridico formale**

Come è noto, l'iter amministrativo di Mediapolis non si è ancora (*per fortuna*) concluso e alcune decisioni importanti devono ancora essere formalmente assunte dagli Enti competenti, principalmente Regione, Provincia e Comuni.

Gli Stati Generali del Canavese sono una importante occasione (però forse l'ultima), per dare trasparenza e motivazione agli atti, prima che divengano definitivi, per rispondere alle obiezioni e agli interrogativi su dei punti non del tutto chiari, non solo per noi, ma per moltissimi cittadini.

Il primo interrogativo risale al Patto Territoriale nel quale sito, progetto, dimensione e contesto erano diversi e, da allora, non si è mai avuta una verifica pubblica di merito sulla validità del progetto. Il sito individuato era nel Comune di Pavone, poi bocciato a causa "della classificazione di fertilità dei suoli", la stessa che all'epoca era anche assegnata all'area di Albiano.

La legge regionale prevedeva infatti, e prevede tuttora, che i siti ad alta fertilità non siano edificabili, proprio a tutela del maggiore pubblico interesse al loro uso agricolo.

Analogamente, la classificazione in Fascia C avrebbe dovuto porre un vincolo pressochè ineludibile alla edificabilità dell'area.

La Regione, invece, non tenendo conto delle indicazioni contrarie della propria Commissione Urbanistica (per la prima volta nella storia di questo Ente!), modificando la classificazione dei terreni e "inventando" una nuova categoria, ha dato il via libera alla modifica del PRG di Albiano, anch'esso predisposto a misura delle esigenze di Mediapolis.

Su questa vicenda è pendente un ricorso al TAR Piemonte e ci sembrerebbe prudente per un Ente pubblico attenderne la decisione e condizionare Protocollo di Intesa e Accordo di Programma ad una sentenza di conferma delle delibere contestate, prima di assumere impegni economici.

Un altro aspetto non ancora chiaro è il parere che compete alla Regione Valle d'Aosta prima che la Regione Piemonte accordi le licenze per il Centro Commerciale di Mediapolis e che, al momento, sembra non sia stato richiesto da alcuno.

A questo proposito esiste anche un'interrogazione regionale<sup>14</sup> all'Assessore al Turismo, che così ha risposto: *"Finora il Sindaco di Albiano di Ivrea non ha risposto alla lettera (dell'assessore Caveri). O meglio lo ha fatto, ma solo sugli organi di informazione. La Valle d'Aosta, ai sensi del Decreto Bersani, dovrà esprimersi sulla parte commerciale del progetto. Da quanto ne sappiamo ed apprendiamo consultando il sito della società "Mediapolis" si tratta di un grande centro commerciale e ricreativo su cui abbiamo varie preoccupazioni. (Riccarand)"*.

Non ci paiono questi elementi trascurabili per le Amministrazioni Pubbliche chiamate ad esprimersi su questo progetto, che presenta lati di dubbia trasparenza e correttezza.

---

<sup>14</sup> interrogazione n. 61/04

## L'aspetto strategico

Per molti amministratori forse la vicenda Mediapolis ha percorso troppa strada, anche con il loro consenso (non sempre di merito), per dichiararsi oggi dissenzienti o anche solo perplessi.

C'è tutto il peso di uno schieramento forte, di partiti e di Enti che hanno affrontato il problema quasi esclusivamente in sedi interne e le cui ragioni sembrano alla fine ridursi alla coerenza al Patto Territoriale, senza avere il realismo di constatare la palese insufficienza di quel patto e la grave mancanza di reattività in presenza di fatti nuovi e di derive ben più drammatiche di quelle inizialmente previste. Sembra che Mediapolis sia di fatto l'unica, salvifica soluzione, anche in mancanza di una più precisa e aggiornata analisi dei cambiamenti che si sono verificati sul territorio e nelle condizioni di vita e di lavoro.

Gli Stati Generali del Canavese, per il solo fatto che sono stati proposti, evidenziano invece un bisogno profondo di riflessione e di verifica, che ha come obiettivo la ricerca di linee strategiche di medio e lungo periodo, raccordate però alle numerose emergenze occupazionali e imprenditoriali che possono richiedere interventi urgenti, o prospettive migliori.

E' cambiato il mondo dal 1999! Il problema che si pone oggi, in tutta la sua evidenza, è quello di dare ad ogni nazione, ad ogni regione e ad ogni territorio la forza e la ragione di una loro specifica capacità di competere sullo scenario locale, su quello nazionale e su quello internazionale.

Per ogni area c'è l'esigenza di utilizzare ed accrescere i saperi più consolidati e di valorizzare le caratteristiche più specifiche, non riproducibili e non suscettibili di localizzazioni indifferenti.

E questo processo non può che partire dalla difesa attenta dei valori che ancora caratterizzano i singoli territori, senza metterli a rischio con decisioni avventate e sbagliate. La storia è piena di processi di industrializzazione improponibili (chimica in Sardegna), di scempi di bellezze territoriali senza ritorno (costa campana), di urbanizzazioni e di congestioni assurde in luoghi naturalmente dedicati ad altra vocazione (esempi infiniti).

Un cammino difficile, ma non impossibile, per ridare identità e valore al Canavese di oggi.

Mediapolis è un macigno su questo cammino, estraneo com'è ad ogni tradizione e ad ogni cultura locale, riproducibile, e con maggiore valore sociale anche per i sostenitori di questo tipo di iniziative, ovunque ci sia un incrocio di strade ed un pacchetto di soldi.

A noi pare che occorra concentrarsi in Canavese su processi che producano ricchezza e non solo su modelli di consumo di massa, che non risolvono la necessità di ricostruire fonti di sviluppo compatibile che ridiano al territorio una prospettiva e un futuro.

Su questi aspetti gli Stati Generali possono e devono essere una sede competente per una discussione e per proposte di merito.

Invia questa e-mail ad amici o conoscenti che ritieni possano essere interessati alle tematiche ambientali trattate.

Controlla con periodicità gli aggiornamenti sul sito [www.legambientepiemonte.it](http://www.legambientepiemonte.it), segnala il sito di legambiente ai tuoi conoscenti e diffondi le informazioni.

Grazie!

Per nuovi inserimenti nella mailing list, inviare una e-mail a [presidente@legambientepiemonte.it](mailto:presidente@legambientepiemonte.it) con oggetto "iscrizione mailing list".

**Informativa ai sensi del D. Lgs. n° 196/2003.** L'utilizzo degli indirizzi e mail presenti nell'archivio di Legambiente Piemonte e Valle d'Aosta sono autorizzati dai possessori o legittimati dall'appartenenza a pubblici registri, elenchi, atti o documenti conoscibili da chiunque. Gli indirizzi e mail verranno utilizzati esclusivamente per i servizi informativi di Legambiente e non verranno assolutamente resi visibili nelle liste di distribuzione, nè tantomeno saranno utilizzati e diffusi presso terzi. In conformità all'art. 3 l'utilizzo dei dati personali da parte di Legambiente Piemonte e Valle d'Aosta non si configura come trattamento dei dati personali in quanto vengono utilizzati anonimamente o con modalità che non ne permettano l'identificazione. Ai sensi dell'art. 7 ogni destinatario ha il diritto di conoscere, aggiornare, rettificare o cancellare i propri dati od opporsi all'utilizzo degli stessi, se trattati in violazione della legge. Per cancellarsi inviare una e-mail con oggetto "rimuovi". In caso contrario viene legittimata la prosecuzione del servizio. **Per queste ragioni e per il fatto di non contenere pubblicità commerciale, questo messaggio non può essere considerato spam.**

Nell'eventualità di variazioni di indirizzo o di necessità di invio ad uno nuovo, preghiamo di segnalarcelo con un messaggio. Segnalateci pure, e scusateci per il disguido, eventuali duplici invii di e-mail. Titolare del trattamento è [presidente@legambientepiemonte.it](mailto:presidente@legambientepiemonte.it).