

Allarme di Confesercenti che chiama in causa il commercio on line: "Riflettiamoci con lo spettacolo Ci Amazon"

Chiudono 300 negozi ogni anno

di **Alessandro Bindi**

AREZZO

Confesercenti si mobilita in difesa del commercio tradizionale. L'associazione di categoria sponsorizza la commedia "Ci Amazon" in programma ad Anghiari dal 10 al 19 agosto nell'ambito di Tovaglia a Quadri e coglie l'occasione per analizzare il fenomeno del commercio online che sempre più pesa su quello tradizionale. In Valtiberina lancia anche le vetrofanie con il logo dello spettacolo per far riflettere i consumatori. Ieri mattina il direttore di Confesercenti, Mario Checcaglini, e la responsabile di Confesercenti Valtiberina, Chiara Cascianini, hanno presentato i dati sulla mortalità delle imprese negli ultimi sette anni. Nel territorio provinciale sono 2.422 i negozi che hanno abbassato le saracinesche dal 2011 al 2017. L'anno nero è il 2016 con 384 chiusure.

La media annuale di aziende che hanno gettato la spugna è di più di 300. Molteplici le ragioni che sono alla base della chiusura di un esercizio commerciale ma per Confesercenti è importante iniziare a riflettere sul perché lo shopping a portata di click è in crescita e soprattutto quali sono le ripercussioni sul territorio non solo dal punto di vista economico ma anche sociale nei vari borghi della nostra provincia.

"Lo spettacolo teatrale 'Ci Amazon', nell'ambito di Tovaglia a Quadri ad Anghiari - spiega Checcaglini - è stato il miglior spunto per accendere i riflettori sul commercio elettronico. Confesercenti è d'accordo all'introduzione di una tas-



sa significativa sul volume di affari del commercio elettronico affinché non ci sia un vantaggio competitivo dovuto ad una minor pressione fiscale". I dati della crescita online dell'e-commerce in Italia contenuti nel report di Casaleggio Associati del maggio 2018 indicano crescita annuali a due cifre. Nel 2011 il fatturato sfiora i 19 miliardi di euro (+32%); nel 2012, 21 miliardi (+12%); nel 2013, 22 miliardi (+6%); nel 2014, 24 miliardi (+8%); nel 2015,

quasi 29 miliardi (+19%); nel 2016 oltre 31 miliardi (+10%); nel 2017 ben 35.133.577.104 (+11%). "E' chiaro - commenta la responsabile di Confesercenti Valtiberina, Chiara Cascianini - che sono anche le abitudini del consumatore ad essere cambiate. Se sugli assetti fiscali dovrà essere lo Stato a porgere l'attenzione, per quanto riguarda invece i comportamenti del consumatore, Confesercenti ha voluto condividere l'iniziativa di Tovaglia a

Quadri che con il sorriso ha focalizzato le difficoltà dei negozi tradizionali mettendo in scena la commedia Ci Amazon". "La nostra associazione di categoria - spiega ancora Cascianini - ha predisposto anche le vetrofanie da attaccare nei negozi con il messaggio: Qui ci Amazon. Saranno distribuite in tutta la Valtiberina e non solo ad Anghiari". La vetrofania ha già catturato l'attenzione di molti consumatori e ha già dato in po-

Tovaglia a Quadri
La commedia quest'anno punta i riflettori sul mondo del web. L'iniziativa dell'associazione di categoria

che ore spunti per la riflessione. Di sicuro lo spettacolo "Ci Amazon" scritto dal regista e direttore artistico del Teatro di Anghiari Andrea Merendelli e da Paolo Pennacchini, riuscirà ancor di più a far riflettere i consumatori. C'è quindi attesa di assistere alla commedia che andrà in scena tra le tavole del centro storico di Anghiari organizzata dall'associazione Tovaglia a Quadri presieduta da Mirian Petruccioli.

"Sono sicuro - puntualizza il direttore di Confesercenti Mario Checcaglini - che l'iniziativa riuscirà a far riflettere. Non è una voce dei commercianti che può apparire una lamentela; è uno spettacolo che ha saputo affrontare un tema serio e il messaggio può arrivare dritto nelle orecchie dei consumatori. Acquistare online significa infatti impoverire i nostri centri storici. Ogni saracinesca abbassata è un servizio che si allontana. La popolazione invecchia e avrà minor dimestichezza con tablet e pc".

"Per questo Confesercenti - sottolinea ancora Checcaglini - ritiene che la salvaguardia dei negozi tradizionali debba essere un sentimento comune in quanto c'è bisogno del negozio sotto casa e non per provarsi solamente un capo, toccarlo con mano, e capire se è quello giusto per poi andare ad acquistarlo online. È lo stesso commercio elettronico ad aver capito l'importanza del rapporto se inizia a sentire la necessità di aprire store da affiancare alle vetrine virtuali. E chissà che prima o poi non si inizi a registrare un'inversione di tendenza. È quello che Confesercenti si augura".

Confesercenti e Tovaglia a Quadri
In alto Chiara Cascianini con una delle vetrofanie che saranno esposte nei negozi di Anghiari e della Valtiberina