

La lente sul commercio



Tempo di Covid per il commercio sfida digitale e sostenibilità

Chiappa: «Non più solo una semplice transazione ma un'esperienza capace di offrire intermediazioni con le persone»

● Confcommercio fa una fotografia del panorama commerciale italiano, per capire le nuove abitudini di consumo degli italiani nell'era post Covid-19. «L'avvento del Coronavirus - spiega Raffaele Chiappa - ha totalmente sconvolto il commercio globale. Alcuni settori sono stati colpiti più di altri, basti pensare al turismo o agli esercizi commerciali, ma anche all'industria automobilistica o dei macchinari. Altri settori, invece, hanno registrato una notevole crescita, come quello alimentare, quello delle forniture mediche o degli articoli per l'igiene e DPI». Le aziende hanno dovuto adeguarsi alle esigenze della situazione, introdurre nuovi strumenti, incrementare i servizi offerti e aumentare la presenza online. «Il

digitale - prosegue Chiappa - ha assicurato alla maggior parte delle imprese di poter continuare a lavorare anche sotto pandemia e di ampliare, in alcuni casi, il proprio raggio d'azione e Confcommercio è stata ed è al loro fianco». Nel 2020 le imprese sono diminuite di oltre 300mila, di cui 240mila per colpa della pandemia e si stima che un'impresa su quattro chiuderà i battenti, soprattutto nel settore della ristorazione e degli alloggi. «Da un lato - prosegue Chiappa - occorre sostenere le imprese più colpite dai lockdown e introdurre finalmente una giusta web tax. Dall'altro è necessario mettere in campo un urgente piano di rigenerazione urbana per favorire la digitalizzazione delle imprese e rilanciare i valori identitari delle



Il presidente Raffaele Chiappa

nostre città». Per sostenere i propri associati, a livello nazionale Confcommercio ha portato avanti importanti progetti e collaborazioni, come «Compro sottocasa perché mi sento a casa», l'accordo con Shopify, Edi e la convenzione con eBay. «Ci troviamo di fronte ad un radicale cambiamento delle abitudini dei consumatori post pandemia - sottolinea Chiappa - comprare online è diventato sempre più semplice, ma anche più comodo». «Possiamo affermare - sottolinea il presidente - che è anche cambiata la domanda dei consumatori e a fronte di questi nuovi bisogni le imprese si sono adeguate. Per prima cosa hanno aumentato la loro presenza online, of-

frendo nuovi servizi digitali e soluzioni di consegna. Si sono poi impegnate per accrescere la propria visibilità attraverso soluzioni creative con collaborazioni tra settori diversi. Si sono anche impegnate per aumentare la sicurezza sia del personale che dei propri clienti, adottando misure igieniche e strumenti per la sanificazione degli spazi. È anche aumentata l'attenzione verso la sostenibilità: packaging non inquinanti, prodotti che rispettano l'ambiente, iniziative solidali. La pandemia ha quindi trasformato il commercio: non più solo una transazione commerciale, ma un'esperienza fisica e digitale capace di offrire intermediazioni con le persone».

— testi a cura di Laura Carabia e Daniela Scotti

Piacenza Vettrine Vive ecco i primi risultati presto una riapertura

Successo dell'iniziativa partita nel mese di giugno promotori soddisfatti

● Dal centro di Piacenza è partita nel mese di giugno l'iniziativa "Piacenza Vettrine Vive" promossa dall'Associazione Commercianti "Vita in Centro a Piacenza", in collaborazione con il Comune di Piacenza, Unione Commercianti, Confesercenti, Cna e sotto la supervisione e il coordinamento organizzativo di Iscom Group Emilia Romagna.

Ideata per contrastare il fenomeno dello spopolamento commerciale cittadino, e contemporaneamente per valorizzare l'immagine delle vie dello shopping a cominciare da quelle del centro storico della città "Piacenza Vettrine Vive" a poco più di un mese dalla sua partenza, ha già ottenuto un primo tangibile risultato. Infatti, una delle vetrine, messe a disposizione dai proprietari degli immobili, allestita e arredata dalla vetrinista professionista Elena Osi, con strutture di design ed oggetti e prodotti forniti da alcuni commercianti del centro, dopo esser stata oggetto, come pure un'altra, in altra parte del centro, di lusinghieri commenti da parte di chi vi passava, anche solo frettolosamente innanzi, è stata restituita a "nuova vita" commerciale, mediante l'impe-



gnolo per un'apertura a breve, di una nuova attività commerciale. Il tutto con ovvia reciproca soddisfazione del comitato organizzatore e della proprietà del negozio. «Abbiamo così già raggiunto uno dei principali scopi che ci eravamo prefissati» afferma la presidente di Vita in centro a Piacenza, Eugenia Maserati, «e ringraziamo per questo tutti gli attori che si sono spesi nella preparazione ed attuazione di tale bella iniziativa, che hanno costituito un team, vincente ed affiatato». «In modo particolare voglio ringraziare il presidente di Unione commercianti Raffaele Chiappa ed il direttore Gianluca Barbieri, che hanno voluto e collaborato fortemente a questa iniziativa». L'auspicio è che ora questo successo, risulti "contagioso" per chi fosse interessato ed abbia una vetrina vuota da mettere a disposizione e che lo si possa al più presto replicare, non solo nel centro storico della nostra città.

Imprenditoria femminile, via al fondo regionale

● Nuove imprese "rosa" nascono, innovano, si sviluppano, grazie al supporto economico del "Fondo regionale per l'imprenditoria femminile e women new deal", attivato per favorire l'avvio, la crescita e il consolidamento di attività imprenditoriali a conduzione femminile, con la maggioranza dei soci donne e professioniste. Uno strumento innovativo con l'obiettivo di sostenere con contributi a fondo perduto

(fino a un max di 30mila euro) le micro e piccole imprese, anche in forma associata e le singole partite Iva che operano sul territorio regionale da non più di 5 anni. L'istruttoria e la selezione dei progetti sono affidati ad Artigiancredito, verranno valutati in base a una serie di criteri come le ricadute positive in termini occupazionali; la rilevanza della componente femminile e giovanile; la valorizzazione dei mestieri

di della tradizione, la conciliazione dei tempi di vita e lavoro e la condivisione delle responsabilità di cura familiari; lo sviluppo dei percorsi di inclusione sociale e lavorativa di donne a rischio di fragilità sociale; il contenuto innovativo dei progetti. L'aiuto non potrà superare il 40% dei costi ammessi, per la parte non coperta dal finanziamento agevolato eventualmente ottenuto attraverso i fondi Microcredito o Starter.

I progetti dovranno prevedere un costo totale ammissibile non inferiore a 8.000 euro e tra le spese ammissibili figurano quelle per ristrutturazioni edilizie, acquisto di macchinari, attrezzature, impianti, hardware e software, arredi, brevetti, iniziative promozionali e partecipazione a fiere ed eventi, consulenze specialistiche e spese per formazione. Per info 0523 461863 sviluppoaziende@cafimpreses.com.

Due nuovi corsi di formazione per rappresentanti e alimentari

● Iscom E.R sede di Piacenza, ente di formazione di Confcommercio Piacenza segnala l'avvio di due nuovi corsi di formazione. Corso per agente e rappresentante di commercio 2019-13233 / RER PR2 ED2 in modalità video conferenza a partire dal 5 ottobre. Corso professionale per il commercio e la somministrazione di alimenti e bevande (SAB) 2019-13232 / RER PR 1 ED2 in modalità video confe-

renza a partire da mercoledì 22 settembre. Le lezioni si terranno in orario pomeridiano o serale in base al numero maggiore di preferenze che perverrà da parte dei corsisti (nei moduli di iscrizione viene richiesta la disponibilità). Per iscriversi, o avere informazioni è possibile contattare gli Uffici di Iscom E.R. sede di Piacenza al numero 0523 461812/52 oppure scrivere a iscomercp@unionecommerciantipic.it.

MERCATO EUROPEO PIACENZA

TANTI VOLTI PER UN UNICO MERCATO!

UN VIAGGIO TRA ARTIGIANATO, PRODOTTI TIPICI E STREET FOOD
ALLA SCOPERTA DI COLORI, SAPORI E PROFUMI DALL'EUROPA E DAL MONDO
CON ESPOSITORI PROVENIENTI DA PIÙ DI 30 PAESI

PUBBLICO PASSEGGIO 17-18-19 SETTEMBRE

DALLE 9.00 ALLE 24.00

SEGUICI SU

www.mercatieuropei.com

@mercatieuropei.fiva

@mercatoeuropeofiva