

COMMERCIO**ACCOGLIENZA**

«DOBBIAMO INVESTIRE NELLA QUALITÀ DELLE PROPOSTE E DELLE OFFERTE TURISTICHE»

FORMAZIONE

«I FONDI UE VANNO USATI ANCHE PERCHÉ LE PMI POSSANO AGGIORNARSI»

«Lotta all'abusivismo e all'illegalità E più sostegno alle piccole imprese»

Gli auspici di Roberto Manzoni (Confesercenti Emilia Romagna)

di LUCA ORSI

L'ANNO appena concluso «è stato un anno ancora difficile» anche per il mondo del commercio. E, in parte, anche per quello del turismo. «Confidiamo che nel 2015 si arresti la china discendente, con uno stop nel calo di consumi e fatturati, e che si possa finalmente parlare di un anno di ripartenza», af-



«Il primo settore di rilancio è il turismo, una leva che mette in moto l'economia, creando lavoro e crescita del reddito disponibile»

ferma Roberto Manzoni, presidente di Confesercenti Emilia-Romagna.

Presidente, va bene ripartire, ma da dove?

«Il primo settore di rilancio è il turismo, una leva che mette in moto l'economia, creando lavoro e crescita del reddito disponibile».

Che cosa si può fare per il turismo?

«Crederci. Investire nella qualità delle proposte e dell'offerta, mettendo in valore sempre più le eccellenze e le tipicità dei territori, sostenendo l'innovazione, le infrastrutture anche digitali, la promozione all'estero, la destagionalizzazione».

Quali misure, invece, per sostenere il commercio?

«La politica deve prendere atto delle funzioni e del ruolo delle nostre piccole e medie imprese. Dell'importanza – anche sociale: in termini di qualità della vita, sicurezza, pulizia delle nostre città – delle reti di negozi di vicinato».

Finora, pare di capire, non è stato così.

«Diciamo che si sono privilegiate solo le grandi imprese, dimenticandosi la miriade di piccole, che sono la spina dorsale del Paese».



SPRONE
Roberto Manzoni striglia la politica

PROSPETTIVE

«Confidiamo che nel 2015 si arresti la china discendente e si veda la ripartenza»

In concreto, cosa chiede?

«Serie programmazioni di urbanistica commerciale, uno sviluppo di qualità del territorio, azioni atte a garantire una mag-

giore vivibilità e accessibilità dei centri storici, tenuto conto della funzione attrattiva della nostra rete di negozi. E anche formazione e informazione».

Che significa?

«Per stare sul mercato, il piccolo imprenditore commerciale o turistico deve avere il supporto di formazione e informazione. Il piccolo bottegaio non è in

**Fiscalità**

«La pressione fiscale, specie per le piccole imprese, è a volte insostenibile. Chiediamo un fisco con maggiore equità»

Concorrenza leale

«Regole uguali per tutti. Chiediamo una vera lotta all'abusivismo e all'illegalità e condizioni di parità nella concorrenza»

grado di leggere il mercato. Anche per questo servirebbero i fondi europei, non solo per i grandi industriali».

Altro tema dolente, per chi fa impresa in tutti i settori, è quello del fisco.

«La pressione fiscale, specie per le piccole imprese, è a volte insostenibile. Per questo riteniamo che il fisco debba essere rivisto nella direzione di una

**La Regione**

«Condivido molto di quanto annunciato per il nostro settore dal nuovo presidente Stefano Bonaccini. Adesso mi attendo qualche segnale concreto»

L'impegno

«Come categoria dobbiamo essere sempre più disponibili a metterci in gioco, a rinnovarci, a crescere grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie»



«Deve prendere atto dell'importanza – anche sociale: per qualità della vita, sicurezza, pulizia delle nostre città – delle reti di negozi di vicinato»

maggior equità».

Confesercenti punta anche l'indice contro l'abusivismo? È un fenomeno che preoccupa?

«Senza dubbio, il problema non è più tollerabile. Da tempo, va detto, chiediamo regole uguali per tutti. Chiediamo una vera lotta all'abusivismo e all'illegalità e condizioni di parità nella concorrenza fra tutte le attività commerciali e di somministrazione».

Si attende aiuti per il vostro settore dal nuovo governo della Regione?

«Prima delle elezioni ho incontrato Stefano Bonaccini, poi eletto presidente della Regione. Devo dire che molte cose che mi ha detto le ho condivise, ma adesso aspettiamo qualche segnale concreto».

Cosa deve sapere fare meglio il commerciante del 2015 per guardare con ottimismo al futuro?

«Essere disponibile sempre più a mettersi in gioco, a rinnovarsi. E anche attraverso l'utilizzo di internet e dei social network, fidelizzare il cliente, migliorare l'assistenza post vendita. I nostri commercianti possono migliorare la qualità della vita nelle nostre città e nei nostri paesi. E dove si vive bene, stanno bene anche le imprese».