

L'emergenza coronavirus

Prezzi ribassati e consegne a domicilio I commercianti sfidano i giganti on line

Sempre più attività si attrezzano: «Comprare qui significa aiutare la comunità. E il risparmio su Internet è un falso mito»

Matteo Tuccini / VIAREGGIO

C'è da fare il regalo alla bambina. Lei vuole il Lego. Scatta, quasi come un riflesso, l'occhiata su Amazon. Un attimo, però. Lo stesso Lego è in vendita al Gatto e la Volpe, maxi-negozio di giocattoli che a Viareggio esiste dal 1978. Il padre e la madre della bimba vanno a vedere il prezzo. È identico a quello visto su Internet. Nessun dubbio: si compra qui. Con convinzione. Perché si dà una mano a chi, oggi, è in difficoltà.

L'ORGOGGIO DEL GIOCCATTOLAIO

A segnalare l'episodio al Tirreno sono due genitori viareggini. E Claudio Ricci, titolare del Gatto e la Volpe al Varignano, ringrazia: «Mi fa molto piacere. Sui prezzi abbiamo un'attenzione continua e ancora di più in questo momento, anche con i buoni sconto che stiamo dando alla clientela. Il risparmio dell'acquisto su Internet è un falso mito. In ogni caso, i soldi spesi da noi restano nella zona. Noi viviamo qui, paghiamo le tasse qui e portiamo i figli a pattinare e a fare karate qua vicino. Quello che guadagniamo non finisce in una terza casa a Bali».

LE RAGIONI DI UNA SCELTA

Quest'anno comprare i regali di Natale nel negozio vicino a casa è una scelta etica, non solo economica. Si decide di premiare la donna o l'uomo che puoi vedere di persona e che puoi incontrare in Passeggiata o in centro. Che porta i figli nella tua stessa scuola o nella stessa palestra e campo sportivo. Scelte del genere, spiegano le associazioni di categoria Confesercenti e Confcommercio, hanno ancora più senso se si considera che «Internet non è sinonimo di risparmio e molti commercianti si stanno attrezzando, con un ottimo la-



In alto il prezzo web di Alf Run; sotto Daniele Benvenuti di Confesercenti (a sinistra) e Claudio Ricci

voro sul web e sui loro canali social. Oltre che con un sistema di consegne a domicilio che, in una fase di emergenza, è un'alternativa fai-da-te a nomi come Amazon».

L'APPELLO

Le associazioni di categoria sono pronte a dare battaglia, con appelli alla clientela e persino esposti contro i giganti del commercio on line. «Ci sarà una campagna locale di sensibilizzazione per incentivare l'acquisto nei negozi tradizionali, sperando che da fine mese la Toscana torni in zona arancione. A livello nazionale faremo un esposto all'Antitrust su vendite on line e concorrenza». Sono queste le strategie illustrate dal responsabile

Claudio Ricci, titolare del Gatto e la Volpe:
«I soldi spesi da noi restano nella zona»

Versilia di Confesercenti Toscana Nord **Daniele Benvenuti**, per sostenere il piccolo commercio stritolato dall'offensiva dei grandi colossi del web in vista del Natale. «Le catene del web avevano già conquistato importanti fette di mercato, anche in settori che fino ad ora resistevano come abbigliamento e calzature, già prima dell'emergenza Covid - spiega Benvenuti - adesso stanno dilagando». Oltre all'esposto all'Antitrust ci sarà la campagna locale. Ancora Benvenuti: «Si chiama #ioacquisto vicino e vuole ricordare l'importanza del negozio tradizionale e la necessità, mai come in questo momento, di sostenerlo. Vogliamo sfatare una leggenda metropolitana che i prezzi on line siano concorrenziali: verificate, non solo sugli articoli civetta. Nel no-

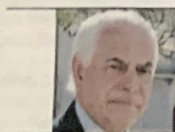
stro messaggio - sottolinea il responsabile Versilia di Confesercenti Toscana Nord - vogliamo ricordare che per Natale dobbiamo preferire il sorriso del nostro esercente di fiducia, piuttosto che affidarsi ad un freddo click». La conclusione: «Questo non vuol dire demonizzare il web. Stiamo assistendo piccoli imprenditori che si avvicinano alla vendita on line proprio partendo dalla difficoltà del momento. Ma si tratta di commercianti in carne ed ossa, che pagano le tasse in Italia, che ci mettono la faccia. Non un colosso con sede oltre Oceano».

LA CONTROFFENSIVA DEI COMMERCianti

Ci sono negozianti che si stanno già attrezzando per dare battaglia, nel loro piccolo, anche su Internet. **Piero Bertolani**, presidente di Confcommercio Versilia, ormai da tempo propone alla clientela il prezzo web nel suo Alf Run: una scarpa che su Internet si trova in vendita a una certa cifra si compra con gli stessi soldi anche in negozio, ma senza provarla. «Rispetto al prezzo di negozio si può risparmiare fino al 10%, rinunciando però al servizio - dice Bertolani - E un nostro cavallo di battaglia che oggi è più che mai attuale. Tanti colleghi si stanno dando da fare, lavorando sui prezzi e sulle consegne a domicilio. Io ribadisco quanto sostengo da tempo: comprare in un negozio di vicinato significa aiutare la comunità. In altri Paesi europei ci si domanda se la scomparsa dei piccoli esercizi non finirà per penalizzare i nostri centri, rendendoli più poveri e tristi: su questa onda emotiva bisogna incoraggiare l'acquisto dietro casa. Tre posti di lavoro persi nel commercio di vicinato sono rimpiazzati da uno solo nel commercio on line: riflettiamoci prima di fare i regali». —

L'OPINIONE

Per superare la crisi bisogna aprire la stagione dei doveri



GIANFRANCO ANTIGNOLI*

In una situazione economica più che preoccupante per il nostro paese, per il sistema aziende, per le ricadute occupazionali e sociali non bastano le misure, pur necessarie, a sostegno del credito con l'offerta della garanzia

gratuita dello Stato e le altre iniziative di "ristoro" del governo e della Ue. Credo che la crisi pandemica offra spunti importanti anche per un ripensamento strutturale del modo di porci tutti rispetto al mercato (imprese e banche, datori di lavoro e dipendenti, sistema politico e istituzionale). In buona sostanza occorre rivedere, tutti, ma concretamente e non solo a parole, il nostro modo di pensare e soprattutto di agire.

Occorre a mio personale giudizio cambiare atteggiamento

e operatività concreta. Occorre una nuova stagione del dovere della responsabilità sociale e solidale. Credo che sia giunta l'ora di smetterla di scaricare la responsabilità delle cose che non vanno al governo, alla politica o più specificamente ai sindacati, agli imprenditori, ai lavoratori cioè gli uni verso gli altri senza costrutto. Oggi si impone a tutti i protagonisti della vita economica e sociale e quindi a tutti i cittadini che si lavori di più e meglio, che venga non messa

da parte la stagione dei diritti (acquisiti o da acquisire) ma prevalga un senso profondo dei nostri doveri a tutti i livelli. Un esempio illuminante viene dallo smart working che è una necessità ma anche una moda. Conosciamo persone che lavorando da casa hanno aumentato le prestazioni orarie giornaliere da 8 a 11/12 e soggetti che facevano lo stretto necessario prima e ora fanno molto di più, ma altri che fanno molto meno di prima, anche rispetto ai normali obblighi contrat-

tuali. Ora questo deve poter finire, certo ci saranno i soliti "furbetti del quartierino" ma una nuova società sana nei principi e nei comportamenti può risolvere questi problemi. Se tutti assumeranno i valori veri e condivisi del lavoro, delle aziende, del contributo da dare al nostro sistema paese (indipendentemente dal pensiero politico e sindacale che a volte sono divenuti comodi alibi) ci potremo riprendere dalla crisi, altrimenti saranno guai ancora più seri per il no-

stro futuro. La produttività, l'attaccamento all'azienda e alle istituzioni (anche quelle locali che sono le più vicine e misurabili) sono la cartina di tornasole per misurare l'impegno e la motivazione di ognuno.

Abbiamo conosciuto una stagione dov'era possibile e giusto rivendicare diritti: oggi la società deve riflettere subito e bene sul suo essere di oggi e domani: una nuova stagione della responsabilità condivisa. In caso contrario il declino sarà inarrestabile, forse qualcuno potrà salvarsi nel breve termine ma a medio termine saranno tutti più poveri, per colpa nostra, non degli altri. —

*presidente Concrediti