

LETTERE E COMMENTI

FAUSTO DE MARE *

Lo spopolamento della Basilicata grava sul commercio



SPOPOLAMENTO In Basilicata rimangono solo i vecchi

I dati diffusi oggi dall'Istat sullo spopolamento specie dei piccoli comuni che da noi in Basilicata raggiunge il 2,4 per mille abitanti con un tasso di crescita totale del meno 5,1 per mille rafforza l'iniziativa promossa sempre oggi dall'Anci per garantire nei piccoli comuni lucani la gestione associata di servizi essenziali ai cittadini. Tra i servizi non si può sottovalutare quello del commercio che rischia di scomparire.

Negli ultimi 25 anni, una persona su sette è andata via, lasciando per sempre la propria terra. Il dato è davvero allarmante per i piccolocomuni. Quelli per capirci con meno di 5 mila abitanti, da noi circa il 90%, che, più di altri, stanno soffrendo questo tremendo disagio. Di questo passo, tra pochi anni, in Basilicata ci saranno meno di 500mila abitanti.

Per questo sollecitiamo l'Anci a farsi carico del presente-futuro delle attività commerciali al pari di ogni altro servizio essenziale per la vita dei cittadini. Il nostro è un comparto che ha un ruolo strategico da svolgere specie nei piccoli comuni dove il negozio "generi alimentari" è in troppi casi l'unico esercizio di approvvigionamento alimentare, oltre che per la casa e per la persona. Ciò grazie all'orgoglio di tanti alimentaristi ancora oggi la spina dorsale del commercio, un format destinato a restare un solido punto di riferimento per piccoli e grandi centri urbani o rurali.

In Basilicata dal 2009 al 2015, la maggior parte dei negozianti che hanno chiuso non si era specializzata, ma soprattutto Confcommercio punta il dito contro la liberalizzazione delle licenze che ha portato sul mercato poca pro-

fessionalità, contro la liberalizzazione degli orari che non consente ai piccoli punti di vendita di alimentari di competere con la grande distribuzione e altera la concorrenza, oltre a calpestare diritti che con generazioni di commercianti avevano ottenuto.

Chi ha resistito lo ha fatto con la professionalizzazione del personale, la specializzazione di prodotto e di servizio, l'innovazione; e tanto tanto sacrificio. Per Confcommercio, dunque si sta affermando anche da noi un nuovo concetto di negozio basato su una distribuzione innovativa degli spazi e dei prodotti e sull'uso strategico delle tecnologie, a partire dall'illuminazione, e poi iniziative in rete con i negozi vicini e studi georeferenziali per orientare le nuove aperture.

E ancora le carte vincenti sono professionalizzazione, specializzazione e innovazione. Oggi sopravvive nei piccoli comuni chi è più veloce, semplice, flessibile. Per noi il dettaglio alimentare è un servizio del, per e sul territorio, di cui difende le differenti tipicità, promuove le produzioni locali, moltiplica gli effetti sui laboratori artigiani come quelli lattiero-caseari, pasticci, ecc., favorisce l'attrattività turistica come leva per lo sviluppo dell'economia locale, con importanti implicazioni legate all'identità sociale, alla vivibilità e alla qualità dei territori.

Attori protagonisti della partita sono indubbiamente Governo ed Enti locali: se con l'Amministrazione centrale l'obiettivo è abbassare l'imposizione fiscale, con i Comuni occorrerà sempre più instaurare un dialogo costruttivo per discutere le misure idonee a tutelare gli esercizi di



dettaglio alimentare. E auspichiamo che l'Anci assuma questo impegno perché una saracinesca che viene sollevata è una vittoria per tutto il sistema, viene accesa una luce, si creano posti di lavoro, aumenta la qualità e migliora la vivibilità di un quartiere.

[Presidente di Confcommercio Imprese Italia Potenza]*