

#NATALESOTTOCASA: CAMPAGNA TERZIARIO DONNA E CONFCOMMERCIO PZ

BAS | Terziario Donna e Confcommercio Potenza lanciano la campagna di sensibilizzazione #Natalesottocasa che - spiega una nota - invita le persone ad acquistare i regali natalizi nei negozi di vicinato. La campagna è già stata avviata ad Avigliano dove è attiva Incoronata Lucia, presidente di Terziario Donna che spiega: “visto il gradimento riscontrato per l’iniziativa già lo scorso anno, abbiamo pensato di renderla ancora più personalizzata, dando l’opportunità ai commercianti di “metterci la faccia”. Il volantino pensato per questo anno potrà essere personalizzato per gli esercenti che aderiscono con la fotografia e l’insegna dell’attività commerciale e facendo diventare così l’invito più diretto”.

La campagna sarà fatta oltre che con i manifesti attraverso i social. Inoltre il canale social Terziario Donna Potenza sarà messo a disposizione per la divulgazione sponsorizzata.

“Negli esercizi di prossimità - sottolinea ancora Incoronata - è possibile trovare la qualità, la cortesia e la professionalità di imprenditori che spesso svolgono quella attività da decenni. Contemporaneamente, privilegiando le attività commerciali locali per i doni natalizi, si custodiscono e sostengono questi importanti presidi fisici della città, che con le loro vetrine abbelliscono, illuminano, e rendono vivi i nostri centri urbani” .

“Si tratta - sottolinea il presidente Confcommercio Potenza Fausto De Mare - di una campagna soprattutto indirizzata a favore di molte realtà economiche e sociali quantitativamente minuscole a “rischio di estinzione” e rappresenta un punto di partenza per il rilancio dell’attività economica e sociale nei comuni. Va ricordato che i piccoli negozi sono una presenza amica fatta di rapporti di conoscenza, di attenzione, di aiuto, di socializzazione e spesso possono anche svolgere un’azione preventiva verso fenomeni di criminalità, soprattutto in zone periferiche e a rischio di abbandono. Scegliere il “negozio sottocasa”, non solo in questo periodo, significa privilegiare un’esperienza di piacevolezza dell’acquisto e rinnovare un patto di fiducia con gli esercizi commerciali del proprio territorio che contribuiscono, ogni giorno con il loro operato a tenere vive le nostre città”. Dicembre per il commercio al dettaglio è un momento decisivo - sottolinea ancora il presidente di Confcommercio - E’ il mese dei bilanci e quando il segno meno continua da tempo, il rischio è che le piccole imprese decidano di abbassare le serrande. Le difficoltà del commercio sono sotto gli occhi di tutti, Davide sta soccombendo sotto i colpi inferti da Golia, ma se tutti insieme capiamo che comprare sotto casa equivale a contribuire alla salvaguardia del tessuto commerciale delle nostre città, allora le cose possono cambiare. Non solo. Il negozio di vicinato è sinonimo di competenza, qualità, fiducia e non dimentichiamo mai che senza di loro sarebbero ben poche le luci e le persone nei centri urbani. Le vetrine dei nostri

negozi danno vita alle città, lasciano lontano il degrado, danno senso di sicurezza, di allegria e vivacità. In più queste attività sono il motore di sviluppo del territorio, creano occupazione e spesso sono capaci di dare identità al luogo diventando a tutti gli effetti motore attrattivo anche per il turismo. I negozi di vicinato devono rimanere vivi: senza di loro i quartieri e i paesi muoiono. E non dimentichiamo che i soldi spesi nei piccoli esercizi diventano risorse da reinvestire nell'attività, nell'ammodernamento, nell'occupazione. Soldi che rimangono sul territorio e non volano all'estero, come il più delle volte accade per le multinazionali o per i grandi centri commerciali.

“Per tutto questo, premiare il proprio negozio di fiducia significa riconoscere il segno distintivo dei nostri commercianti, la qualità e la cortesia verso la clientela”, concludono Incoronata e De Mare.

Bas 05