

**POTENZA AL VIA LA CAMPAGNA PROMOSSA DA CONFCOMMERCIO**

## Spendere nei negozi in città per aiutare l'economia



VETRINE Negozi a Natale

● Al via la campagna **Confcommercio** Potenza «Il negozio di vicinato è la tua famiglia: tienilo in vita». La campagna – con la distribuzione di volantini, l'affissione di manifesti e locandine, la diffusione di uno spot – si affianca a quella nazionale di **Confcommercio** che ha come slogan «Compro sottocasa perché mi sento a casa» per sostenere, in vista del Natale, gli acquisti nei negozi di vicinato.

SERVIZIO IN V&gt;&gt;

**CONFCOMMERCIO**

# Negozi di vicinato una campagna per sostenere gli esercizi in città

● Al via la campagna **Confcommercio** Potenza «Il negozio di vicinato è la tua famiglia: tienilo in vita». La campagna – con la distribuzione di volantini, l'affissione di manifesti e locandine, la diffusione di uno spot – si affianca a quella nazionale di **Confcommercio** che ha come slogan «Compro sottocasa perché mi sento a casa» per sostenere, in vista del Natale, gli acquisti nei negozi di vicinato e aiutare così le attività che tengono vive le città e danno lavoro a tante persone.

Nello spot, con il claim «Facciamo rivivere le nostre città. Compra sotto casa», si sono voluti sintetizzare i principi alla base dell'iniziativa: quelli della sostenibilità e della solidarietà. Oltre a dare un messaggio di speranza e serenità per le festività natalizie.

Per **Confcommercio** siamo di fronte ad una vera emergenza per i consumi. L'Indicatore Consumi **Confcommercio** scende dell'8,1% rispetto a settembre. "Tonfo" (-27,7%) della domanda relativa ai

servizi. A novembre Pil in calo del 7,7% mensile e del 12,1 annuo. L'Istat invece a novembre stima una diminuzione sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori (da 101,7 a 98,1) sia dell'indice composito del clima di fiducia delle imprese che scende da 92,2 a 82,8.

Tutte le componenti del clima di fiducia dei consumatori sono in calo anche se "con intensità differenziate", spiega l'Istituto. Il clima economico e il clima futuro registrano le flessioni maggiori, passando, rispettivamente, da 87,2 a 79,3 e da 104,0 a 98,8. Il clima personale scende da 106,4 a 104,7 e quello corrente diminuisce da 99,9 a 97,4. Guardando alle imprese, l'Istat sottolinea che "il peggioramento della fiducia è diffuso a tutti i settori".

Per quanto riguarda in particolare le imprese, l'industria e il commercio al dettaglio registrano cali più contenuti mentre crolla l'indice relativo ai servizi di mercato.

In particolare, nel settore manifatturiero l'indice scende da 94,7 a 90,2 e nelle costruzioni cala da 142,5 a 136,8. Nel commercio al dettaglio l'indice diminuisce da 98,9 a 95,2 mentre nei servizi di mercato cade da 87,5 a 74,7, con un diffuso e marcato peggioramento dei giudizi sia sugli ordini sia sull'andamento degli affari. Nel commercio al dettaglio, a livello di circuito distributivo, la fiducia aumenta nella grande distribuzione mentre è in marcata flessione nella distribuzione tradizionale.

«Il netto calo della fiducia registrato a novembre era larga-



mente atteso ed ha riportato il sentimento di famiglie ed imprese sui livelli di inizio primavera»: questo il commento di [Confcommercio](#). «Particolarmente critica risulta la situazione tra gli operatori turistici che hanno conosciuto un brusco peggioramento tra ottobre e novembre delle loro aspettative, dopo la coraggiosa risalita dei mesi estivi. Difficile è anche la situazione per gli operatori del dettaglio tradizionale. Il deteriorarsi delle aspettative e il prolungarsi di un clima di sfiducia – conclude l'Ufficio Studi - rappresentano un ulteriore elemento di criticità per la ripresa del 2021. Vi è il rischio che la caduta in una fase "depressiva" renda famiglie e imprese meno reattive nel momento di un ritorno alla normalità, limitando le potenzialità di crescita di consumi e investimenti».

Forse mai come per le prossime festività natalizie la nostra campagna nazionale e locale – sottolinea il presidente provinciale [Confcommercio](#) Potenza Fausto Demare – ha tanti significati e valori. Negli ultimi anni tanti italiani hanno riscoperto il piacere degli acquisti nei negozi di vicinato, per la selezione di qualità dei prodotti, per il valore del servizio, per il presidio del territorio svolto dalla bottega. E ancora di più in questi giorni di grande difficoltà ne stanno apprezzando anche il loro valore sociale, di sostegno capillare soprattutto di chi nelle grandi città e nei piccoli paesi è oggi più fragile. [Confcommercio](#)-Imprese per l'Italia ha sempre creduto nel negozio vicino e oggi più che mai lo promuove per il presente di emergenza e per il futuro del Paese.

«Se non giungono subito oggi gli aiuti che potranno consentire alle imprese di rimanere in vita, domani – aggiunge Demare - non avremo più negozi e ci ritroveremo con migliaia di famiglie senza più un lavoro e con città che, perdendo la propria anima commerciale, risulteranno deserte, degradate e a rischio sicurezza. Per questo abbiamo lanciato una campagna di comunicazione rivolta a tutti i cittadini, che li invita ad acquistare nei negozi del proprio comune, ora più che mai».



**POTENZA** Addobbi natalizi nei negozi in città [foto Tony Vecce]