

Per la stagione autunnale Confcommercio stima una previsione media mensile per famiglia in continuo calo

## «Per consumi culturali a Potenza spesa sempre più bassa»

**I**n questa stagione autunnale nel capoluogo di regione «sarà pressochè impossibile raggiungere la previsione di spesa media mensile per famiglia per consumi culturali», secondo l'indagine commissionata da Confcommercio a Swg, che dovrebbe aggirarsi, in media, attorno ai 46 euro, «con una riduzione di oltre il 20% rispetto ai 58 euro di settembre».

E' soprattutto il carrello della spesa che è diventato nelle ultime settimane sempre più "leggero" a preoccupare i titolari di attività commerciali di Potenza in ogni settore. L'Istat certifica che nel mese di settembre scorso l'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi, su base annua a Potenza ha subito un incremento del 7,7 per cento.

Sia pure inferiore a quello medio nazionale (8,9%) l'impatto dell'inflazione è più ampio sulle famiglie con minore capacità di spesa rispetto a quelle con livelli di spesa più elevati. Una situazione che si riflette in maniera più marcata su beni e servizi culturali.

«Così - riferisce Swg - se a settembre il 17% degli italiani ha acquistato biglietti per visitare mostre, musei e siti archeologici così come per andare al cinema, l'11% per concerti, con una spesa media pro capite di oltre 22 euro in più rispetto a settembre 2021, l'8% per spettacoli all'aperto e il 6% per il teatro, queste percentuali a Potenza vanno ridotte sino ad un terzo». Confcommercio Potenza solo un mese fa con l'evento "Moda e Saperi sotto le stelle" al Teatro Stabile e i gazebo dei prodotti alimentari di qualità in piazza Prefettura e in precedenza nell'incontro in Camera di Commercio sulla rigenera-

zione urbana del centro storico ha provato a raccogliere la voglia dei potentini di partecipare ad eventi di cultura e spettacolo.

«Sappiamo bene che con le nuove pesanti difficoltà dei cittadini a fare la spesa alimentare diventa più complicato promuovere la cultura ma - ha dichiarato Fausto De Mare, presidente Confcommercio Potenza - noi non rinunciamo. Del resto il rapporto della Caritas sulla crescita della povertà anche nella nostra regione è un nuovo campanello d'allarme sul disagio sociale. Ci sorregge in questo nostro sforzo la convinzione che la cultura è una componente fondamentale e autonoma, trasversale non certamente accessoria, del terziario di mercato e dell'economia del Paese. Nella cultura ci sono le gambe di un'economia turistica e creativa, ci sono le ali di una rappresentanza moderna, c'è lo sguardo di un Paese vivo».

«Le imprese della cultura, questa è la visione di Confcommercio Impresa Cultura Italia - ha aggiunto De Mare - sono monumenti vivi che custodiscono l'identità. Proprio i luoghi della città come le librerie, i locali storici, i cinema, solo per fare degli esempi, sono, potremmo dire così, luoghi di identità. Perché noi tutti sappiamo bene che città non è solo mura, edifici, trasporti, servizi, funzioni, nemmeno popolazione. La città è prima di tutto un percepito fatto di relazioni tra le persone e tra le persone e i luoghi, che trasmette memoria e costruisce identità».

«Alle imprese della cultura che sono emblematiche di questo percepito - ha concluso Confcommercio - ci rivolgiamo per incoraggiarle a continuare la propria mission».



03015

03015

