La ricetta del presidente Antonio Peccati

“Il futuro è di chi riesce ad anticipare i tempi”

LECCO – Dopo un 2020 davvero complesso e profondamente segnato dall’emergenza Coronavirus, il mondo del terziario di mercato si prepara a un 2021 con molte incognite. Il ruolo che Confcommercio Lecco intende svolgere è chiaro, come emerge dalle parole del presidente **Antonio Peccati**: “Vogliamo continuare a stare vicini ai nostri associati, adeguando la nostra risposta al contesto che stiamo vivendo: le imprese devono sapere che possono sempre contare su Confcommercio Lecco. Continueremo a sostenere e supportare le imprese come abbiamo fatto nel 2020 fornendo loro assistenza, consulenza e informazioni utili rispetto a normative e bandi. Da questo punto di vista l’anno trascorso ci ha visto fare un ulteriore salto in avanti in termini di efficienza: gli associati hanno potuto toccare con mano cosa vuol dire far parte di Confcommercio Lecco. Ma, come è nostra abitudine, non intendiamo fermarci, anzi lavoreremo per migliorare la qualità dei nostri servizi”.

Il presidente propone una analisi del contesto attuale: “Veniamo da un 2020 durissimo: le difficoltà maggiori le abbiamo vissute nel settore turismo e in tutta la filiera della ristorazione. C’è stata una leggera ripresa nel periodo estivo, ma poi si è di nuovo fermato tutto con il secondo lockdown. Per quanto riguarda il commercio, invece, hanno sofferto un po’ tutti i comparti, in particolare negozi di abbigliamento e calzatura. Il 2021 sarà un anno altrettanto difficile: tutto dipenderà dall’efficacia del vaccino. Ma è evidente che nei prossimi mesi tante situazioni ‘esploderanno’ quando, ad esempio, finirà il blocco sui licenziamenti. Bisogna attrezzarsi per gestire un periodo che non sarà breve. Che cosa deve fare il tessuto economico lecchese? Evitare errori, avere prudenza, fare squadra. Il futuro è di chi riesce ad anticipare i tempi. In questa fase occorre razionalizzare le risorse e essere pronti per la ripartenza”.

Tra le azioni predisposte dall’associazione nel 2020, e che verranno riproposte nel 2021, c’è la campagna **“Io compro sotto casa”**, lanciata nel giugno scorso: “E’ una iniziativa a cui teniamo molto e che proseguirà anche quest’anno. Come Confcommercio siamo da sempre attenti ai **negozi di vicinato**: in questa fase poi è fondamentale incentivare gli acquisti fatti sotto casa. E’ importante avere un grande senso civico e guardare la città e il territorio come fossero casa propria. Bisogna spendere in modo accurato, mettendo molta attenzione in ciò che si fa. Quando una persona è malata sta attenta a cosa mangia: oggi è la società ad essere malata e ognuno di noi deve porre attenzione a quello che fa per preservarla. Attualmente più di 300 imprese si sono iscritte a questa vetrina virtuale – gratuita per i nostri associati – che dà visibilità ai negozi. Un modo concreto, semplice ma efficace, per

dare una risposta a un bisogno di chi si iscrive a Confcommercio Lecco”.

Guardando alla gestione dell’emergenza, il presidente di Confcommercio Lecco va dritto al punto: “La situazione non era facile, ma la verità è che le risposte sono state complessivamente inadeguate. Penso alla pessima gestione dei vari Dpcm, ma anche agli inutili bonus, agli sprechi legati alle task force… Siamo tutti consapevoli dell’emergenza e a tutti sta a cuore la salute. Però se i commercianti restano sani ma chiudono il risultato finale è decisamente negativo!”. E sui ristori attacca: “Sono un pannicello caldo che serve a poco, soprattutto per chi ha fatto grossi investimenti o sostiene costi che non può differire: sono solo un segnale che in realtà non risolve nulla. Come ho già avuto modo di dire la strada da percorrere poteva, anzi doveva, essere un’altra: far pagare le tasse a chi in questo momento sta guadagnando anche più di prima. Mi riferisco alle multinazionali di acquisti online, come Amazon, che in Italia non pagano le tasse. Stanno guadagnando sulla pelle dei nostri commercianti e lo considero vergognoso”.

La presidenza Peccati è stata indubbiamente caratterizzata da una **grande attenzione al tema del turismo**. Un settore che stava volando nel Lecchese salvo poi fermarsi per colpa del Covid: “Il 2019 è stato per il nostro territorio l’anno migliore per il turismo. L’emergenza Covid ha dato un colpo pesante alle nostre ambizioni: l’entusiasmo che si era generato, e che è tipico di chi si affaccia in un contesto nuovo ottenendo grandi soddisfazioni, è stato pesantemente smorzato. Per il nostro lago, che vive di turismo straniero, è stato un autentico tracollo. Su un altro fronte, quello della montagna, le restrizioni di fine anno per gli impianti sciistici, con la beffa delle abbondanti nevicate, hanno provocato inevitabili contraccolpi”. Ma come si fa a ripartire? “Come si fa ogni volta che c’è catastrofe. **Ci si dà una mano, si fa squadra**. Si ricomincia a seminare e a lavorare la terra con fatica per poi tornare a raccogliere. Bisogna fare come il contadino: dopo un evento che ha devastato il suo campo non ha la certezza di quello che potrà ancora succedere, ma sa che non ci sono alternative ed è ‘costretto’ a gettare i suoi semi sperando che facciano frutto”.