

RELAZIONE DEL PRESIDENTE

Antonio Peccati

**ASSEMBLEA GENERALE
ORDINARIA
Lunedì 17 maggio 2021**

Le premesse

Gentili associati, cari amici

Anche quest'anno ci troviamo per questo appuntamento tradizionale - ma non mi stancherò mai di dirlo prezioso e non formale - nel pieno di una emergenza. Se l'anno scorso avevamo celebrato questa assise a giugno, dopo esserci lasciati alle spalle oltre tre mesi di pandemia e chiusure ma con la speranza che l'estate potesse portare vigore alla ripresa, quest'anno l'appuntamento, inizialmente fissato per l'inizio di aprile, si tiene a metà maggio.

Siamo passati attraverso la seconda e terza ondata e abbiamo vissuto - alcuni comparti più di altri - mesi complicati che hanno messo a rischio la sopravvivenza del terziario. Il 2020 è stato un anno difficile per moltissimi commercianti e imprenditori: il Covid-19 ha colpito duro nelle vite di molti e anche oggi, nonostante si possano intravedere finalmente dei segnali incoraggianti sul fronte della campagna di vaccinazione, le preoccupazioni e i timori per il futuro restano numerosi e legittimi.

I dati nazionali del 2020 visti tramite la lente dell'Ufficio Studi di Confcommercio: la prima grande crisi del terziario di mercato

Per leggere quanto successo nel 2020, i dati recentemente forniti dall'Ufficio Studi di Confcommercio sono davvero significativi. L'anno appena trascorso, al di là delle eccezionali perdite di prodotto lordo mai osservate dalla fine della Seconda Guerra Mondiale, segna una discontinuità straordinaria nel processo di terziarizzazione dell'economia italiana. Per la prima volta da diversi decenni, la quota dei servizi di mercato diminuisce. Si riuscirà, in una condizione di fragilità e precarietà imprenditoriale in molti settori, a recuperare il terreno perduto? Questa è una domanda fondamentale. In gioco non c'è solo la ripresa, peraltro già mutilata da un primo trimestre 2021 piuttosto deludente. C'è il tasso di crescita dell'economia italiana nei prossimi dieci anni e quindi il benessere, l'inclusione e la provvista delle risorse per le varie riforme ipotizzate, da quella digitale a quella verde. Oggi il problema principale è quello di mantenere vivo e vitale gran parte del tessuto produttivo dei servizi alle imprese e alle persone, in primis la convivialità e il turismo, e traghettarne le attività dalla pandemia alla ripresa. Quando i flussi turistici mondiali riprenderanno vigore, se l'offerta italiana non sarà pienamente in grado di soddisfarli, le perdite saranno permanenti. Si aggiunga a tale questione la grande sfida – ingigantita nel tempo del coronavirus – che il commercio fisico sta raccogliendo nei confronti dell'online senza frontiere. Per

tacere dei problemi di ridefinizione del proprio business che investono anche tanti altri comparti del terziario.

I numeri, d'altra parte, sono impietosi: il Covid ha tagliato di quasi il 10% il valore aggiunto prodotto dal terziario. I maggiori cali si sono registrati nella filiera turistica (-40,1% per i servizi di alloggio e ristorazione), seguita dal settore delle attività artistiche, di intrattenimento e divertimento (-27%) e dai trasporti (-17,1%). Ma gli effetti della pandemia hanno impattato in maniera consistente anche sui consumi con quasi 130 miliardi di spesa persa di cui l'83%, pari a circa 107 miliardi di euro, in soli quattro macro-settori: abbigliamento e calzature; trasporti; ricreazione, spettacoli e cultura; alberghi e pubblici esercizi. Quanto alle conseguenze sull'occupazione, i servizi di mercato registrano la perdita di 1,5 milioni di unità su una flessione complessiva di 2,5 milioni dopo aver creato, tra il 1995 e il 2019, quasi 3 milioni di nuovi posti di lavoro. Il crollo della domanda interna in termini reali è stato pari a -8,4% rispetto al 2019, il contributo pesantemente negativo della domanda estera netta e la spesa dei non residenti sul territorio (nella quasi totalità, turismo consumer), ridottasi da poco più di 44 a soli 17 miliardi, rappresentano i fattori che hanno condotto alla paralisi del mercato interno, con gli inevitabili riflessi marcatamente negativi anche dal lato dell'offerta.

Insomma, ce n'è abbastanza per sperare che la stagione della pandemia e delle restrizioni possa essere messa alle spalle, anche se sappiamo bene che non sarà nè facile nè scontato che questo succeda. La previsione del nostro Ufficio Studi nazionale, improntata certamente a qualche cautela, si ferma a un +3,8% del PIL a fine 2021. In ogni caso, vi è incorporata una moderata ripresa congiunturale nel secondo quarto e un'accelerazione nell'ultimo semestre, in ragione dell'ipotesi di un utilizzo ampio dei fondi europei che si renderanno disponibili.

La situazione di Lecco

Veniamo ora alla situazione nel territorio. 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. Nel mezzo della tempesta, Confcommercio Lecco ha retto questo difficile momento: abbiamo contenuto a circa una ventina il calo degli associati, di cui la metà circa sono attività

chiuso da titolari ormai in pensione che hanno deciso di non proseguire oltre. Quindi, vista la pandemia, possiamo essere soddisfatti della tenuta, anche se sappiamo che avremo un'ulteriore prova quest'anno quando - terminate moratorie e blocco dei licenziamenti - è possibile che altre attività debbano alzare bandiera bianca.

Il ruolo di Confcommercio Lecco

Il compito di una associazione come Confcommercio Lecco è quello di essere a fianco dei propri iscritti con servizi, stimoli, supporti e proposte. Una associazione deve essere brava a programmare e progettare, ma anche veloce nel cambiare assetto ricalibrando strumenti e azioni. Mi piace portare un esempio concreto.

A febbraio 2020, prima che scoppiasse il finimondo, abbiamo lanciato una nuova campagna associativa con lo slogan "Se credi nelle opportunità, scegli i nostri servizi" per arrivare in primis agli associati, ma con l'ambizione anche di sensibilizzare i futuri imprenditori o quanti non erano iscritti a Confcommercio Lecco. Il filo conduttore della campagna, studiata dagli Uffici Marketing e Comunicazione della associazione, era quello relativo alle opportunità che Confcommercio Lecco può offrire in diversi campi. Un messaggio di fiducia per rimarcare il nostro ruolo a fianco di chi opera nel terziario di mercato, ma anche un modo per valorizzare tanti servizi che magari nemmeno alcuni soci conoscono. Chiaramente nel giro di un paio di settimane questa iniziativa è stata superata dagli eventi ma abbiamo fatto tesoro di quanto costruito, proprio mettendo sempre più al centro della nostra azione gli associati e i servizi che potevamo loro offrire.

La risposta all'emergenza Covid- 19

La prima risposta in "era Covid" Confcommercio Lecco l'ha data fin dai primi mesi dell'emergenza: l'associazione è rimasta sempre operativa (anche se chiusa al pubblico dal 12 marzo al 4 maggio al fine di tutelare la salute di associati e dipendenti) per fornire assistenza e consulenza agli associati e supportare le imprese. Una risposta importante che è proseguita durante tutto il 2020, come hanno avuto modo di provare moltissime imprese. Possiamo dire senza timore di smentita che 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.

Mi piace portare un esempio relativo al sito associativo che ha avuto un ulteriore potenziamento e che è diventato ancora di più uno strumento di informazione puntuale per districarsi tra Dpcm e Ordinanze, con una comunicazione "in diretta" per le imprese associate e per il territorio. Nel 2020 rispetto al 2019 abbiamo avuto +160% visualizzazioni di pagina e +170% utenti unici. L'articolo sugli aggiornamenti Coronavirus ha ottenuto nel solo 2020 215mila visualizzazioni con un tempo medio di permanenza di 5 minuti.

Questo relativo alla parte informativa (che comprende anche tutto il sistema delle newsletter) è solo uno dei tanti servizi che abbiamo offerto alle imprese e spesso anche a qualche Comune che si è rivolto ai nostri uffici per capire come districarsi tra norme non sempre chiare. Siamo chiaramente soddisfatti di quanto fatto ma, come è nostra abitudine, non intendiamo fermarci. Anzi lavoreremo per migliorare la qualità dei nostri servizi e la tempestività delle nostre risposte.

"Io compro sotto casa"

Tra le azioni che hanno caratterizzato il 2020 e che continueranno anche nel 2021 c'è sicuramente l'iniziativa "Io compro sotto casa", una vetrina virtuale gratuita nata per promuovere i negozi dando loro l'opportunità di farsi raggiungere dai clienti e di organizzare l'acquisto in sicurezza. In una fase complessa caratterizzata dall'emergenza Covid-19, Confcommercio Lecco ha voluto fornire una risposta concreta alle esigenze degli associati, dando vita, nel giugno del 2020, al progetto innovativo di "Io compro sotto casa" proprio con l'obiettivo di sostenere il commercio di prossimità e di valorizzare queste realtà che rappresentano un pilastro fondamentale del nostro territorio. Negozi e realtà che fanno della passione, del calore, della qualità, del servizio su misura la propria ragione di essere. Si tratta di una piattaforma - totalmente gratuita e riservata agli esercizi di vicinato associati a Confcommercio Lecco - divisa in 5 grandi categorie (Abbigliamento e Accessori; Alimentari; Bar e Ristoranti; Tutto per la casa; Altre attività) a loro volta ripartite in sottogruppi merceologici e in cui ogni negozio è geolocalizzato. Grazie a questo servizio le imprese che si iscrivono possono utilizzare la vetrina virtuale per farsi conoscere e raggiungere più facilmente dai clienti. Visti il gradimento e la crescita di "Io compro sotto casa" - con oltre 350 attività iscritte - Confcommercio Lecco ha deciso di implementare questo progetto, fornendo servizi aggiuntivi alle imprese aderenti che

ne faranno richiesta. E' nato così "Io compro sotto casa - Online": per andare a offrire questi nuovi servizi (appuntamento in negozio, consegna a domicilio, prenotazione online con pagamento e ritiro in negozio.....) attraverso la creazione di una piattaforma digitale dedicata ai singoli aderenti, Confcommercio Lecco ha deciso di rivolgersi alla azienda associata iPratico, con sede a Lecco.

"Siamo gli associati Confcommercio Lecco"

A partire da "Io compro sotto casa" e dall'azione di sostegno a questi esercizi - che ricoprono un ruolo importante non solo dal punto di vista economico e produttivo ma anche sociale e aggregativo - a settembre 2020 abbiamo anche lanciato la campagna "Siamo gli associati Confcommercio Lecco", evidenziando il valore dei nostri soci attraverso due caratteristiche che li rendono unici, ovvero la qualità - che significa professionalità e attenzione alle esigenze del cliente - e il sorriso - che vuole rimarcare l'attenzione alla persona e la relazione che si instaura con il cliente. Questa campagna è stata lanciata su tutto il territorio attraverso diversi canali ed è stata alla base di un tour programmato sul territorio per incontrare commercianti e istituzioni (con appuntamenti dedicati alle principali tematiche di attualità per le imprese del commercio, del turismo e dei servizi che rappresentiamo).

Il tour ha visto svolgersi soltanto la prima tappa di Oggiono (a inizio ottobre), perché poi il nuovo lockdown ha sospeso questo ciclo di incontri che però vorremmo riprendere quando la situazione lo consentirà. Perché da un lato vogliamo mettere sotto i riflettori i nostri associati - che in un momento così difficile si sono impegnati al massimo, hanno mostrato le loro qualità, la loro intraprendenza e la loro creatività, inventandosi soluzioni e dando risposte ai loro clienti - e perché dall'altro crediamo nel dialogo intenso e costruttivo con i Comuni.

Il rapporto con i Comuni

Proprio su questo fronte anche nel 2020 abbiamo avuto modo di confrontarci spesso con le Amministrazioni del nostro territorio. A più riprese le abbiamo sollecitate a mostrare attenzione sia sul fronte delle tasse sia su quello dei contributi. Tanti Comuni si sono dimostrati solerti e hanno agito con tempestività stanziando cifre importanti: ne cito due per tutti come Casatenovo e Merate. Anche sul fronte dell'occupazione del suolo pubblico abbiamo trovato disponibilità nel venire incontro alle richieste soprattutto di quegli esercizi (in primis

bar e ristoranti) che più hanno sofferto durante l'emergenza Covid-19.

La nostra linea è sempre la stessa: non ci interessa il colore politico nè chi guida un determinato Comune. Confcommercio Lecco lavora sempre e unicamente per difendere gli interessi degli associati e del terziario di mercato. Se c'è da alzare la voce per reclamare un diritto o per tutelare un'impresa non ci facciamo remore. Se c'è da complimentarsi per una scelta felice di una Amministrazione non ci tiriamo indietro. Quello che chiediamo sempre è di essere coinvolti, proprio perché conosciamo bene la realtà del terziario e le necessità delle imprese.

Le richieste allo Stato

Restando in tema di richieste e di sollecitazioni al Pubblico e a chi ci governa, direi che mai come in questi ultimi mesi si è alzata forte la voce di Confcommercio - a livello nazionale e anche locale - per chiedere un'azione rapida e decisa allo Stato in tutte le sue espressioni.

Come ho avuto modo di dire spesso in questi mesi, la situazione relativa all'emergenza Coronavirus non era facile da gestire. 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 resta decisamente negativo. In particolare sono stato e resto molto critico sul fronte dei ristori: sono un pannicello caldo che serve a poco, soprattutto per chi ha fatto grossi investimenti o sostiene costi che non può differire. 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. Lo ribadisco ancora una volta: stanno guadagnando sulla pelle dei nostri commercianti e lo considero vergognoso.

La voce di Confcommercio Lecco

Come Confcommercio Lecco siamo intervenuti a più riprese per chiedere interventi rapidi ed efficaci, sostenendo il coraggio e la responsabilità delle imprese che tra mille difficoltà hanno cercato di rimanere in piedi. Abbiamo contestato norme scritte in modo indecifrabile e comunicazioni arrivate all'ultimo minuto con inevitabili

ricadute sulla vita degli imprenditori. Abbiamo chiesto ristori e indennizzi veri, veloci e sostanziosi quando invece per molti mesi sono arrivate solo promesse o denari insufficienti. Abbiamo contestato la "politica delle chiusure" che per troppo tempo è stata l'unica strada perseguita dal Governo in carica. Abbiamo domandato liquidità ed estensioni delle moratorie proprio perché consapevoli delle difficoltà finanziarie di interi settori costretti per legge a rimanere chiusi mentre in contemporanea si trovavano a dovere pagare tasse per servizi mai corrisposti, come nel caso della Tari. Abbiamo protestato contro scelte miopi come la lotteria degli scontrini o il cashback, che hanno distolto risorse da problemi più urgenti scaricando sempre e solo sui commercianti i costi reali.

"Lavoro e tutele subito per le nostre imprese"

A inizio gennaio abbiamo deciso di dare vita a una iniziativa eclatante per dare una testimonianza "visiva" alle nostre richieste, condivise con il sistema Confcommercio. Lo abbiamo fatto lanciando un appello accorato per ricordare che non era più possibile fare aspettare quelle attività che portano sviluppo, occupazione e benessere al territorio.

Abbiamo così deciso di esporre uno striscione "Lavoro e tutele subito per le nostre imprese" - a Lecco e nelle sedi di Calolzio e Merate - per richiamare l'attenzione su un tema fondamentale per noi e per tutta la comunità. L'obiettivo di questa nostra azione era quello di non fare calare l'attenzione di chi ci governa rispetto al mondo delle imprese del terziario di mercato che sono fondamentali per l'Italia.

Siamo sempre stati consapevoli dell'emergenza e del dramma causato dalla pandemia, ma siamo altrettanto convinti che chi lavora ha bisogno di avere più certezze sia in termini di possibilità di lavorare che di possibilità di avere ristori giusti e adeguati. Comprendiamo la rabbia e la frustrazione di tanti imprenditori e operatori, ma sappiamo anche che solo stando insieme, solo agendo da associazione responsabile e seria, solo restando nel terreno del rispetto delle norme possiamo ottenere i risultati sperati. Un messaggio - quello di unità e azione portata avanti restando nell'ambito della legalità - che abbiamo rilanciato anche ad aprile di quest'anno, in occasione della assemblea in piazza della Fipe, sicuramente una delle categorie più duramente colpite dall'emergenza Coronavirus.

La formazione tra aula e online

Restando in tema di effetti negativi della pandemia, se guardiamo all'interno dell'associazione uno dei settori che più

ha sofferto è stato quello della formazione. Il Cat Unione Lecco srl e l'Ufficio Formazione hanno dovuto fare i conti con chiusure e restrizioni, ma nonostante questo nel 2020 sono stati organizzati 100 corsi in aula (tra a catalogo, finanziati gratuiti e abilitanti) con 840 ore di formazione e 1000 persone formate in aula. A questi numeri vanno poi aggiunti 335 corsi online (triplicati rispetto al 2019) con quasi 13mila visualizzazioni della relativa pagina. Ci siamo mossi per tempo su questo fronte - con un forte investimento effettuato nel 2019 - puntando su una nuova piattaforma per la didattica a distanza che poi è diventata operativa a gennaio 2020: abbiamo così arricchito la nostra proposta grazie alla partnership con la società Interattiva. L'e-learning rappresenta sicuramente una opportunità anche per le imprese del terziario di mercato. Si tratta di una modalità molto apprezzata, che permette di formarsi online con una libertà di tempi e orari maggiore. Crediamo che anche per il futuro, quando supereremo l'emergenza Covid-19, la formazione online sarà importante e continuerà a integrarsi con quella in aula.

Il valore della formazione è noto a Confcommercio Lecco: da anni sottolineiamo come sia una leva competitiva fondamentale per le imprese del commercio, del turismo e dei servizi. Anche per il 2021 abbiamo realizzato un calendario pensato per dare risposte alla "fame di formazione" che hanno i nostri imprenditori e i nostri collaboratori. Un calendario ricco - consultabile sul nostro sito e anche scaricabile in formato pdf - per cui abbiamo scelto lo slogan "Ripartire con la tua associazione", proprio perché siamo convinti di quanto sia importante essere a fianco dei nostri associati in un anno che, come detto anche sopra, ci aspettiamo ancora molto complicato. Anche nelle settimane in cui non si è potuto fare formazione in aula, Confcommercio Lecco ha dato la possibilità a imprenditori e collaboratori di seguire i corsi in modalità online con collegamento tramite piattaforma Meet. Mi piace sottolineare che anche quest'anno molti corsi, grazie agli accordi dell'associazione con gli Enti Bilaterali del Commercio e del Turismo, verranno rimborsati in tutto o in parte. Un accordo che Confcommercio Lecco e Cat hanno fortemente voluto per agevolare il più possibile le aziende che ritengono importante la formazione continua e che in questo momento devono comunque contenere i costi.

**Leggermente: dal
rinvio alla digital
edition**

Sempre soffermandoci in ambito associativo e ripensando al 2020 non posso non soffermarmi su alcune iniziative di natura culturale che da tempo Confcommercio Lecco organizza o sostiene. Parto ovviamente da Leggermente, la manifestazione di promozione della lettura che è un fiore all'occhiello per la nostra associazione.

L'edizione 2020 è stata prima sospesa, poi rinviata (con un doppio tentativo) e infine annullata. Sarebbe stata l'undicesima volta per Leggermente. Tutto era pronto e tutto era stato programmato. Quest'anno insieme al Comitato scientifico si è ragionato sul da farsi: abbiamo valutato che fosse importante offrire agli studenti le proposte di Leggermente. Nell'organizzare questa nuova rassegna abbiamo pensato da un lato di riproporre - seppure con una leggera rivisitazione - il tema che era stato scelto per il 2020 ovvero "Essere ancora umani. Rileggere i sentimenti". Abbiamo aggiunto la parola "ancora" e sostituito "riscoprire" con "rileggere". Ma nello stesso tempo abbiamo deciso che quella del 2021 sarebbe stata la dodicesima edizione proprio per "ricordare" che l'undicesima è saltata per un evento straordinario come il Covid. Un'edizione, quella appena conclusa, che si è svolta ovviamente tutta in versione digital, con due finestre temporali (una a marzo e una ad aprile) e che ha avuto adesioni massicce, a dimostrazione della "fame" di cultura che hanno le nostre scuole, ma anche di quanto siano apprezzate le proposte di Leggermente.

**Premio Manzoni e
cineforum**

Nel 2020 è stato rimandato anche il Premio Manzoni Città di Lecco organizzato dagli amici di 50&Più Lecco. La cerimonia conclusiva del riconoscimento al Romanzo Storico è stata "recuperata" nel mese di aprile 2021, proprio all'interno della rassegna Leggermente.

Nel 2020 la seconda edizione del cineforum "Ma che film la vita!", prevista in Quaresima al Cenacolo Francescano è stata annullata sempre per il Coronavirus, ma nello stesso tempo, su stimolo del prevosto don Davide Milani - con cui abbiamo spesso collaborato - è stata proposta nel mese di luglio una minirassegna estiva all'insegna dello slogan "Rinascere, il cinema per ripartire". Una offerta di qualità che ha avuto un buon successo di partecipazione a conferma della bontà dell'iniziativa.

"Tra Lago e Monti"

Si è invece regolarmente svolta la trentatreesima edizione del Festival di musica "Tra Lago e Monti", il classico appuntamento dell'estate lecchese partito a fine luglio da palazzo Belgiojoso a Lecco e conclusosi a Varenna a Villa Cipressi a settembre. Per Confcommercio Lecco questa rassegna rappresenta un tassello importante nelle proposte culturali di qualità che da anni sosteniamo. Tutte iniziative che mostrano il legame profondo dell'associazione con un territorio che vuole diventare sempre più visibile e attrattivo.

Turismo, tema centrale

Visibilità e attrattività che devono essere la base per un territorio che vuole fare del turismo la sua mission. A questo tema, come sapete ho dedicato grande attenzione in questo mio primo mandato che si concluderà tra pochi giorni.

Turismo vuole dire cultura, formazione e professionalità. Ecco perchè abbiamo lanciato nel 2018 il corso di Alta Formazione Manageriale nel settore Turistico Alberghiero. La terza edizione del Master sul Turismo doveva iniziare a maggio 2020, ma invece è partita in autunno e si è conclusa proprio settimana scorsa. Un percorso significativo che ha dato risultati e soddisfazioni ai partecipanti, una scelta strategica che mostra la progettualità di cui è capace un'associazione come Confcommercio Lecco. Siamo stati lungimiranti e ambiziosi a scegliere questo percorso, affidandoci a un partner esigente, ma di livello assoluto, come l'Università Bocconi.

Job Turismo Lecco: nuova evoluzione del progetto

Per dare una mano alle strutture ricettive nella ricerca di personale qualificato e motivato abbiamo anche attivato nel mese di ottobre 2017, su proposta della Fipe, il progetto Job Turismo Lecco. Nel corso del 2020 abbiamo portato avanti una nuova evoluzione, effettuando un restyling del portale dedicato alla ricerca e alle offerte di lavoro a Lecco e provincia nell'ambito dell'ospitalità (hotel, ristoranti, bar...). Si tratta di un passaggio importante che permette a questo progetto di fare un ulteriore step. Grazie a questo intervento la piattaforma è diventata ancora più semplice e intuitiva. Sul portale le imprese possono cercare i profili di cui necessitano non solo per le assunzioni programmate, ma anche per far fronte alle emergenze. Dall'altro lato i lavoratori possono iscriversi indicando competenze e disponibilità.

Si tratta di uno strumento utile e molto apprezzato da chi cerca o offre lavoro, un progetto in favore del territorio lecchese che è cresciuto nel tempo e che con questo intervento di

implementazione punta a diventare ancora più performante ed efficiente. Vista l'emergenza e le chiusure, il lancio vero e proprio, programmato per lo scorso autunno, è slittato alla primavera 2021: noi crediamo fortemente in questo progetto e siamo convinti che possa ancora crescere.

Una riflessione conclusiva sul turismo

Prima di avviarmi alla conclusione permettetemi un'ultima riflessione sul turismo. Il 2019 è stato per il nostro territorio l'anno migliore per questo settore: il turismo stava "volando" nel Lecchese salvo poi fermarsi. 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 pesanti contraccolpi. Di fronte a quanto successo è inevitabile chiedersi: come si fa a ripartire? La risposta è semplice: come si fa ogni volta che c'è catastrofe. Ci si dà una mano, si fa squadra. Consci del proprio valore e convinti di avere gli strumenti giusti per fare bene. Gli imprenditori sono pronti a fare la loro parte e chiedono al pubblico di non ostacolare i progetti di sviluppo e di non scoraggiarli con eccessi di burocrazia.

Il futuro della associazione

Chiudo tornando alla nostra associazione. Il 2020 è stato un anno impegnativo anche per la struttura. Confcommercio Lecco non si è mai tirata indietro e ha fatto del suo meglio per fare sentire la sua presenza. Una azione che intendiamo portare avanti con ancora più convinzione nei prossimi mesi. Vogliamo continuare a stare vicini ai nostri associati, adeguando le nostre risposte al contesto che stiamo vivendo e continuando a progettare: 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, servizi, convenzioni, consulenza e informazioni utili rispetto a normative e bandi. E saremo sempre a disposizione delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi che abbiamo l'onore di rappresentare.