

# Borsine e carrelli L'omaggio dei negozi ai clienti veneziani

VENEZIA

Un omaggio ai clienti, per ringraziarli di non aver scelto Amazon bensì di aver varcato la porta dell'esercizio commerciale sotto casa, e per fidelizzarli quanto più possibile. Le botteghe cercano i residenti, i residenti troveranno ad attenderli le borse di tela riutilizzabili e il carrello della spesa.

L'iniziativa "Botteghe in campo" promossa da Commercio Ascom, con il sostegno della Camera di Commercio Venezia Rovigo, vuole riannodare il rapporto con la clientela locale, fare squadra e rendere subito riconoscibile la quarantina di attività che - al momento - hanno aderito al progetto.

Dopo l'acqua granda, la pandemia, la crisi del turismo, il commercio del centro storico si rianima e guarda con fiducia a coloro che ancora abitano in calle, ma anche agli studenti e a chi viene a Venezia per lavoro.

«Si tratta di un tessuto - ha spiegato il presidente di Ascom **Roberto Magliocco**, presentando ieri l'iniziativa

a Ca' Farsetti insieme all'assessore al Commercio Sebastiano Costalonga e al direttore di Camera servizi Alberto Capuzzo - che ha accusato una forte contrazione e una crescente moria di attività, anche a causa dell'esodo di cittadini, non compensato nemmeno dalla domanda legata al turismo. "Botteghe in Campo" vuole stimolare una reattività delle imprese "sotto casa", migliorando la loro identificazione e le modalità di fidelizzazione».

Alimentari, cartolerie, librerie, giocattoli, ferramenta, abbigliamento, ottici, mercerie che hanno aderito al messaggio potranno regalare ai clienti più affezionati una borsina di tela o un carrello con il logo del progetto. La pubblicità sarà on the road, sulla spalla o in mano ai veneziani.

Oggi, intanto, l'assessore Costalonga porterà in Giunta la delibera che dà la possibilità ai negozi per i veneziani di richiedere un piccolo plateatico per rendersi più visibili. —

M.P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La presentazione dell'iniziativa "Botteghe in campo"



# «Affitti esagerati, in due anni abbiamo perso cento botteghe»

► L'analisi del presidente di Ascom, **Roberto Magliocco**: «Solo ora segnali di ripresa, però mancano le crociere»

**UN'INIZIATIVA RIVOLTA AI NEGOZI DI VICINATO: CARRELLI E BORSE IN OMAGGIO PER I CLIENTI COMMERCIO**

VENEZIA Un centinaio di negozi veneziani, dopo il Covid, non ha più riaperto. Solo da qualche settimana c'è qualche segnale in controtendenza. «La colpa è stata soprattutto degli affitti troppo alti - argomenta il presidente di Ascom Venezia, **Roberto Magliocco** - i proprietari non hanno capito la situazione, non hanno voluto adeguare i prezzi. Nell'ultimo mese le cose vanno un po' meglio. Qualche negozio sfitto ha riaperto. Qualche proprietario ha capito che tra nulla e piuttosto, era meglio piuttosto...». Occasione per questa analisi dello stato del commercio veneziano è stata la presentazione, ieri, a Ca' Farsetti, di "Botteghe in Campo!", iniziativa promossa proprio da Concommercio Ascom Venezia, con il sostegno della Camera di Commercio Venezia Rovigo, e pensata in particolare per quei commercianti del centro storico che hanno come clienti soprattutto i residenti, ma anche gli studenti o i pendolari per la-

voro. «Si tratta di un tessuto che dal novembre 2019, devastato dall'Aqua Granda, e per tutto il biennio 2020-2021, contraddistinto dalla pandemia, ha accusato una forte contrazione e una crescente moria di attività, anche a causa dell'esodo di cittadini, non compensato nemmeno dalla domanda legata al turismo» ha spiegato Magliocco. Sua la stima del centinaio di botteghe perse, ma anche l'attuale «cauto ottimismo». «Tra fine luglio e inizio agosto la città è ripartita - ha assicurato - Siamo al 60% rispetto a prima della pandemia, anche se manca sempre quel 20% che portavano le crociere...».

## L'INIZIATIVA

In questo quadro si inserisce "Botteghe in Campo!". «Vogliamo stimolare la reattività delle imprese "sotto casa", aiutarle a fidelizzare la clientela per affrontare meglio il percorso di resilienza» ha spiegato Magliocco. «La scelta della Camera di Commercio è quella di investire risorse sulla rigenerazione urbana per rimettere in moto le dinamiche che nei centri storici si sono un po' perse - ha aggiunto il direttore di Camera servizi, **Alberto Capuzzo** - Il sostegno a "Botteghe in Campo" mira a dare visibilità a un tessuto di imprese vitali per la città, che non sono vocate esclusivamente al

turismo, ma che sono importanti per le persone che vivono a Venezia». In concreto l'iniziativa consiste nella distribuzione di 500 carrelli e 1.500 borse in tela per la spesa che le botteghe potranno regalare ai loro clienti. «Omaggi utili alla spesa di tutti i giorni all'insegna della sostenibilità ambientale» sottolineano quelli di Ascom. Una quarantina le attività che hanno già aderito. A fare gli onori di casa, ieri, anche l'assessore al commercio e alle attività produttive, **Sebastiano Costalonga**, che si è complimentato con Ascom per un'iniziativa che «rappresenta un sostegno alla residenzialità. Un progetto che sto portando avanti con il mio assessorato, insieme all'amministrazione, per tenere viva la città di Venezia». Costalonga ha ricordato la recente delibera antipaccottiglia, difendendo anche quella, «presto in approvazione, che consentirà ai negozi di vicinato di utilizzare i plateatici per esporre la propria merce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**INCENTIVI E OMAGGI Roberto Magliocco (Ascom) e alcune commercianti con carrelli e borse omaggio**

# Negozi di vicinato, plateatici liberi

## «Non servirà l'ok paesaggistico»

### Costalonga: delibera in arrivo. Premi per i clienti più affezionati

#### Il bando

Un milione in più nel bando di aiuti agli artigiani

#### Commercio

**VENEZIA** «Botteghe in campo» per premiare i clienti più affezionati, un milione in più per aiutare le attività artigiane e, a breve, pure la delibera che permette i plateatici anche ai negozi di vicinato veneziani. Mentre prende consistenza il pacchetto di aiuti al commercio tradizionale nella città storica, l'assessore Sebastiano Costalonga annuncia un'ulteriore stretta sulla paccottiglia. «La delibera ha già bloccato una decina di attività, tra cui un *sexy shop* vicino Rialto – premette – ma non vale per le bancarelle, che sovente danneggiano la pietra d'Istria andando a sbattere con la merce contro edifici storici o appoggiando la mercanzia a terra. Inoltre, le attività di paccottiglia aperte in passato forano i muri esterni dei palazzi vincolati per appendere mascherine e altro: per queste tipologie stiamo definendo l'obbligo della *fidejussione* per pagare i danni, oltre alla denuncia penale».

La mano pubblica può essere «ferro» (contro le attività non gradite) e può essere «piuma» a vantaggio delle attività tradizionali e di vicinato. In tal senso va la delibera che permette di poter avere un piccolo plateatico per esporre la merce. «È pronta, doveva andare in giunta domani (oggi, ndr) ma c'è un intoppo burocratico e quindi è stata rinviata alla prossima settimana – riferisce Costalonga – La Soprintendenza ha capito l'importanza delle attività dedicate ai residenti: una città è viva, reale, se mantiene servizi per coloro che vi abita-

no. L'espositore della frutta davanti alla bottega può essere considerato una cosa caratteristica, che fa parte della cultura e del colore locale e in quanto tale non soggetto all'autorizzazione paesaggistica, come avviene invece per i plateatici normali». L'esempio classico, i drappi pregiati che partivano dalla vetrina e si adagiavano su sgabelli dello storico negozio di tessuti Benevento. Se ne riparlerà dopo il Redentore.

Intanto oggi va in consiglio comunale la variazione di bilancio che, tra le altre cose, mette un altro milione sui 500 mila stanziati in prima battuta per il bando di aiuti all'artigianato. Erano arrivate 657 domande idonee, per 4 milioni di euro complessivi, e col nuovo stanziamento sarà data una quota fissa a tutti e una parte variabile. «La distribuzione proporzionale alle perdite ci permette di aiutare in maniera concreta le varie attività messe a dura prova dalla pandemia», nota l'assessore. Oltre la metà delle domande riguarda contributi tra mille e 2 mila euro. Intanto con Ascom e Camera di Commercio è partita l'operazione «*fidelity card*», nel senso che – invece di una carta – i negozianti veneziani regaleranno ai clienti più assidui un carretto per la spesa o una *shopper*. Hanno aderito una quarantina tra alimentari, cartolerie, librerie, giocattoli, feramenta, abbigliamento, oggettistica per la casa, ottici, mercerie e dietro ci sono i fondi per la rigenerazione urbana della Camera di Commercio e i corsi di formazione sulla comunicazione dal vivo e online con i clienti. E si è imparato a fare sistema, evidenzia il presidente Ascom **Roberto Magliocco**: «Un nuovo comportamento in termini di sinergie e progettazione di iniziative, per affrontare meglio il percorso di resilienza».

**Monica Zicchiero**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

