

Alessandro Torluccio

**PER LE PICCOLE IMPRESE
È L'ANNO DEL RILANCIO**

Confesercenti Verona ha spento nel 2021 le prime 50 candeline: mezzo secolo di rappresentanza sindacale a fianco delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato. Dopo le sofferenze di un biennio complesso, a causa della pandemia e delle restrizioni imposte alle attività, il direttore Generale Alessandro Torluccio, al secondo anno di mandato, è convinto che il 2022 sarà l'anno del rilancio.

«Nel periodo più drammatico del covid - racconta il direttore - abbiamo dato principalmente due tipologie di supporto ai nostri associati. Il primo è stato un supporto in materia tecnico-economica: presentazione delle domande per i ristori, analisi e studio dei documenti che quotidianamente il governo pubblicava. In quel periodo impresso nella memoria di tutti, uno dei gravi problemi era il ritardo nell'erogazione dei ristori, con gli imprenditori spesso costretti ad anticipare di tasca propria le paghe dei dipendenti». Supporto è stato fornito anche sul piano sociale, perché - spiega Torluccio - «gli imprenditori avevano bisogno di qualcuno che li rassicurasse.

Avendo 800 sedi in Italia, essendo presenti nei ministeri e nei tavoli di concertazione, come Confesercenti cercavamo di dare delle risposte, anche se, come tutti in quel periodo, leggevamo i decreti a mezzanotte senza sapere a cosa saremmo andati incontro il giorno dopo».

La drammatica contingenza pandemica ha però lasciato spunti su cui riflettere. «Il Covid - aggiunge Torluccio - ci ha insegnato che da soli non si va lontano e che fare rete è fondamentale. Il piccolo commercio, le attività di quartiere, sono tornate ad avere un importante valore sociale». Va inteso in questo senso lo slogan «Se vive il commercio vivono i quartieri» che



ALESSANDRO TORLUCCIO
Direttore Generale Confesercenti Verona

da più di trent'anni accompagna Confesercenti: la pandemia ha svelato crudelmente come i grandi brand non siano affatto legati al territorio, a differenza dei piccoli imprenditori locali, pronti a rimanere anche in circostanze incerte e complesse, permettendo alla comunità di continuare a vivere.

Importanti i segnali di ripresa arrivati nella seconda parte di 2021: «A partire dal mese di novembre - racconta il direttore - abbiamo aperto un'attività al giorno, ma c'è di più: il piccolo commercio si sta riprendendo le aree di interesse centrali, come ad esempio via Cappello o via IV Novembre».



«Le attività di quartiere sono tornate ad avere un importante valore sociale»

I numeri confermano il trend descritto da Torluccio: nel 2021 Confesercenti Verona ha visto un incremento del 40% nel numero degli associati, a conferma di quanto i piccoli imprenditori abbiamo iniziato a capire l'importanza della figura di rappresentanza.

Le basi per il futuro dunque sono buone e Confesercenti vuole avere un ruolo da protagonista nella pianificazione della Verona che verrà, anche in vista delle elezioni amministrative della prossima primavera. «Vogliamo sederci ai tavoli per progettare la nuova Verona - aggiunge Torluccio -. La strada da seguire è quella già intrapresa dalla Regione Veneto, che con Visit Veneto Land of Venice ha ideato un brand turistico forte e riconoscibile. La sfida sarà poi nell'essere bravi a creare una sinergia importante nel territorio».

INVESTIRE SUI GIOVANI PER LE SFIDE DEL FUTURO

Le linee guida nazionali da tempo indicavano di rinnovare, non solo il team, ma anche il modo di fare associazione. Iniziamo un nuovo percorso per essere sempre più vicini alle imprese con uno sguardo al futuro, al rilancio e al nuovo modo di fare impresa, ecco perché i giovani sono fondamentali anche per l'utilizzo delle nuove tecnologie. Abbiamo infatti investito su risorse giovani, ma preparate e altamente qualificate, per affrontare con maggiore consapevolezza le sfide della nuova economia.

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



GUARDA IL VIDEO!