

CATEGORIE Confermato all'unanimità dal consiglio direttivo, «Dobbiamo continuare l'opera svolta in questi cinque anni» post Covid

Romanò ancora alla guida dei commercianti dell'area

■ Raffaele Romanò è stato rieletto all'unanimità presidente della Confcommercio territoriale di Seveso. Lo ha riconfermato il nuovo consiglio direttivo nominato per acclamazione dall'assemblea dell'associazione per il rinnovo delle cariche sociali del quinquennio 2025-2029.

I vicepresidenti sono Marco Elli e Pietro Milo, mentre la giunta è composta da Simone Lo Iacono e Paolo Perego. Completano il consiglio direttivo Daniela Confalonieri, Silvia Dabbeni, Cristina De Marco, Clara Romana Ferrario

e Giuseppe Mercandalli. È anche l'occasione per tracciare un bilancio dei primi cinque anni di mandato e iniziare a progettare per il futuro.

Romanò è certo: «Dobbiamo continuare l'opera svolta in questi cinque anni. Siamo reduci dalla pandemia e dalla ripresa nel post. Ovviamente c'è stata una crisi dei punti vendita, noi abbiamo portato avanti un'idea nuova di comunicazione social e cercato di attivare quante più possibili iniziative per riemergere. Il cambiamento del commercio nella



nostra zona è stato molto importante, portando anche alle difficoltà di alcuni esercizi e del commercio locale, ma devo dire che questo ha stimolato le attività a

diffondere i loro punti di forza. Come mandamento abbiamo messo a disposizione tutti i mezzi immaginabili per assistere al meglio i punti vendita».

E lo sguardo ora è proiettato al futuro, alle sfide che si presentano davanti con i tanti cambiamenti del presente. «A tutt'oggi quello che andremo a proporre è uno stretto legame con le amministrazioni comunali per portare anche dei benefici economici. I tredici comuni del mandamento sono riuniti nel distretto del commercio, con l'apertura di bandi per il rinnovo dei locali e le iniziative sul web. Prosegue il dialogo per risolvere le varie problematiche che seguiranno anche con i cantieri e le opere di Pe-

demontana e Ferrovienord, per gestire i cambiamenti della viabilità». E c'è sempre il confronto con grande distribuzione, centri commerciali e commercio in rete.

«La grande distribuzione può essere una risorsa, può essere quell'attrattiva per la quale i clienti, nel passaggio, magari notino un'attività con le luci accese dove fermarsi per gli acquisti al dettaglio. I centri commerciali e le vendite online hanno scombuscolato il commercio tradizionale, ma questo ha stimolato a rinnovare i punti vendita e trovare nuove soluzioni su internet. Anche in questo affianchiamo gli associati, con serate informative e formative che proseguiranno sicuramente». ■