



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TREVISO

La città cambia e guarda alla ripartenza, ecco i commenti del Presidente di Ascom-Confcommercio Federico Capraro.

IL PLAUSO DI ASCOM PER IL PIANO DI RILANCIO DEL COMUNE DI TREVISO PER I NEGOZI SFITTI

“All’Amministrazione comunale ed in particolare all’Assessore De Checchi, che ha posto attenzione al commercio e al problema dei negozi sfitti va tutto il nostro plauso. Quella dei negozi sfitti è una questione annosa che si protrae da anni e che si riflette sull’intera attrattività della città. Nel post pandemia si sentirà ancora di più. Esiste una mappatura parziale che non è mai stata aggiornata e potrebbe essere l’occasione anche per rimettere mano ai contratti commerciali, sdoganandoli da alcune rigidità che, insieme ai prezzi elevati, in molti casi penalizzano chi vuole aprire. L’azione del Comune di Treviso è un segnale importante di cui ora c’è bisogno che potrà mettere insieme e in un confronto sinergico i proprietari, le imprese e l’Amministrazione. Siamo disponibili a fare la nostra parte”.

IL RESTYLING DELLA CAMERA DI COMMERCIO? UNA BELLA OPPORTUNITA’, TREVISO ALZA LO SGUARDO

“Il restyling della Camera di Commercio? Sicuramente un’opportunità che la pandemia sta accelerando che trova il commercio totalmente favorevole. La posizione, centralissima, della Camera di Commercio di sicuro contribuirà a rendere più appetibile il nostro biglietto da visita e va di pari passo con gli altri grandi restauri che vedremo in centro (Hotel e cinema). La città sta cambiando volto ed una galleria commerciale di livello- sul modello dei magazzini Harrods di Londra o della Rinascente a Milano – non potrà che consentire a Treviso di alzare lo sguardo aprendolo verso nuovi pubblici e nuove frontiere. Così come il ristorante panoramico, bene se contribuirà a rafforzare l’identità enogastronomica di Treviso che nel cibo ha sempre trovato una grande risorsa. Da parte nostra, possiamo farci parte attiva per attrarre le imprese ed i marchi giusti, che potranno di sicuro integrare e valorizzare ulteriormente l’imprenditoria esistente in centro. Occorre superare i pregiudizi che ci proiettano verso le dimensioni più conservative ed aprirsi verso le nuove tendenze di consumo che stanno prendendo piede”.