



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Sangalli, serve una spinta verso la buona innovazione Fulvio, anche i colossi dell'e-commerce stanno investendo nel mondo 'fisico'

Per il Presidente di **Confcommercio** l'innovazione «*deve essere quanto più reale, diffusa, alla portata di tutti*». Ma è buona solo quando «*allarga il mercato e non penalizza la concorrenza*». E allora si alla web tax, ma «*la chiave non è nella tecnologia in sé, ma nella cultura e nella formazione*».

Per rimediare ai segnali di rallentamento dei consumi e della produzione «*la prima cosa da fare è evitare gli aumenti delle aliquote Iva*», ma serve anche «*una spinta sull'innovazione*». Così Carlo Sangalli, presidente di **Confcommercio**, nel suo intervento al convegno "La distribuzione tra intelligenza artificiale, e-commerce ed abitudini di consumo". Alla fase attuale di incertezza politica ed economica si aggiunge, per Sangalli, «*un'incertezza più strutturale, dovuta alla globalizzazione e all'innovazione, che ormai fa parte del mercato e delle nostre vite, e che ha determinato un cambiamento profondo degli stili di vita, dei modelli di consumo e di ciò che viene richiesto alle imprese per avere successo*». È un cambiamento con il quale deve fare i conti un'organizzazione come **Confcommercio**, che «*ha l'ambizione e la responsabilità di rappresentare un settore, il terziario di mercato, che vive l'innovazione sulla propria pelle e la trasforma in quotidianità per tanti consumatori*». È la Confederazione, ha proseguito Sangalli, «*è convinta che l'innovazione deve essere quanto più reale, diffusa, alla portata di tutti, anche nell'impresa più piccola e nel negozio tradizionale*». Deve insomma diventare «*innovazione sociale perché solo così è buona innovazione, quando cioè allarga il mercato e non penalizza la concorrenza*». In parole povere, «*quando ci sono parità di regole e di tassazione*», come potrebbe garantire la web tax. «*La chiave - ha concluso Sangalli - non è però nella tecnologia in sé, ma nella cultura e nella formazione. Una formazione che dia senso all'innovazione, al digitale, alla tecnologia e sappia collegarla al nostro essere persone, comunità e società*».

Fulvio, anche i colossi dell'e-commerce stanno investendo nel mondo 'fisico'

Fabio Fulvio, responsabile delle Politiche per lo sviluppo di **Confcommercio**, ha presentato in sintesi i contenuti del volume "Il negozio nell'era di Internet", sottolineando prima di tutto che «*parlare di business all'associato è il passo che una grande Confederazione deve fare oggi come oggi*». «*Internet e il digitale - ha detto - hanno sicuramente stravolto molti settori, compreso anche il retail. Ma è vero però che se l'e-commerce continua a crescere a due cifre, i tassi di crescita si fanno via via più lenti*». I negozi tradizionali hanno dunque armi a disposizione per difendere i loro spazi, tanto più che «*i colossi del commercio digitale merce oggi investono sempre di più in propri negozi fisici, perché per crescere hanno capito che bisogna stare nel mondo fisico*».