

Lo shopping che verrà Tutti i negozi devono avere «una strategia online». E le griffe sono sempre più interessate al Centro

«Porteremo Roma su Amazon»

L'assessore Cafarotti parla dei nuovi piani del commercio. Sarà creato il marchio «made in»

Sarà creato e sbarcherà su Amazon il marchio *made in Rome*. Lo annuncia l'assessore al Turismo e Commercio Carlo Cafarotti: «Tutti gli esercizi devono avere una strategia online». E Sullo shopping tradizionale: «Per le griffe ci sarà un'estensione della parte di via Condotti: mostrano sempre più interesse al Centro».

a pagina 2 **Arzilli**

Cafarotti: made in Roma andrà su Amazon Via Condotti, un modello

L'assessore al Commercio: «Nei prossimi anni l'attenzione sarà su piazza San Silvestro, via del Tritone e via del Corso»

Primo piano | Lo shopping che verrà



Sui saldi ho una visione da terzo millennio, fra *black friday* e *flash sale*

Tutti gli esercizi devono avere una strategia online e aumentare i canali di vendita

di **Andrea Arzilli**

Carlo Cafarotti, assessore allo Sviluppo economico del Comune, che giudizio dà al

Testo unico del Commercio approvato dalla Regione?

«È buono. Pure la trentina di osservazioni fatte da noi in commissione sono state recepite, almeno in larghissima parte. A riprova di una collaborazione produttiva».

Funziona l'asse Pd-M5S?

«Dico che ringrazio Marta Leonori (Pd, ndr) e Roberta Lombardi (M5S, ndr) che hanno fatto un buon lavoro».

Nel testo scompare l'equivalenza economica per il commercio su area pubblica. È una rivoluzione?

«Il nuovo testo risponde a un problema: come faccio a dare una postazione equivalente a Fontana di Trevi? Per noi quel principio era devastante e anche illogico per lo stato dei fatti nella Capitale».

E gli indennizzi? Si potrà trasformare l'attività in una licenza per il taxi: non teme le proteste dei tassisti?

«Si apre a un ventaglio di

possibilità, significa avere più margine per il riordino della città. E sui taxi basta esaminare realtà paragonabili alla nostra: qual è la proporzione tra licenze e utenti nelle altre metropoli? Roma dovrà giocoforza aumentare i taxi. E non mi pare una cosa negativa. Anzi, si tratta solo fornire un servizio migliore ai cittadini».

Come le norme sui saldi?

«Purtroppo sui saldi ho una visione da terzo millennio, fra *black friday* e *flash sale* l'online fa una concorrenza incredibile. Forse anche la pa-



rola saldo va ridimensionata e ricontestualizzata ai tempi. Vedremo con quali effetti».

Ecco, quali su Roma ?

«Roma va rilanciata innanzi tutto aumentando i canali di vendita. Significa che tutti gli esercizi devono avere una strategia online, in particolare i brand del marchio *made in Rome*. Seguendo l'esempio di Confartigianato: un laboratorio artigianale che vende prodotti d'eccellenza con consegna a domicilio, anche in Giappone o Usa».

Dice che siamo indietro?

«Guardi, la settimana scorsa ero a colloquio con l'Istituto per il commercio con l'estero che vuole portare le aziende a internazionalizzarsi in prospettiva di sbarcare su una vetrina online globale».

Intende dire che il marchio Roma sbarcherà su Amazon?

«Sì. Certo, siamo allo studio di fattibilità. Ma il destino è quello: Amazon».

E i negozi?

«Per i grandi marchi ci sarà un'estensione della parte di via Condotti. Le griffe mostrano interesse per quella zona. Penso a piazza San Silvestro, via del Tritone, via del Corso: per come ci stiamo muovendo, nei prossimi anni l'attenzione sarà su quel quadrante. E per gli esercizi storici sarà una grande opportunità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Assessore**

Carlo Cafarotti, 46 anni, è il responsabile del Turismo e del Commercio nella giunta comunale M5S

