

CHIETI: ALLEGRINO, 'STOP IMPIANTI E GRANDE DISTRIBUZIONE'

11 Maggio 2012

CHIETI - Alla guida di Confcommercio Chieti dal 2007, Angelo Allegrino ha inaugurato sin da subito una gestione che si può definire in un certo senso "ambientalista" e non solo per una specifica sensibilità culturale ma perché, spiega lui stesso, "l'Abruzzo, e la provincia di Chieti in particolare, hanno grandi possibilità di promuovere il proprio territorio a fini turistici, perciò ci stiamo battendo contro quei fattori che impediscono una crescita in questo settore".

Di qui le battaglie contro gli impianti a biomasse a Vasto, contro quello di estrazione del gas a Bomba e prima ancora contro il Centro Oli di Ortona?

Esattamente. In tutte queste questioni Confcommercio è intervenuta in maniera netta e decisa. E anche con successo. A Vasto, in particolare, abbiamo subito detto no agli impianti di biomassa da realizzare in zone pregiate da un punto di vista naturalistico, come Punta Penne e il parco di Punta d'Erci. Perciò Confcommercio ha chiesto alle istituzioni di dislocare altrove quelle aziende che non sono compatibili con un progetto di sviluppo del turismo. E devo dire che la nostra azione di pressing istituzionale sta portando a casa dei risultati.

A Chieti, invece, la nuova battaglia è contro la grande distribuzione?

Abbiamo mantenuto un atteggiamento equilibrato nei confronti del primo Megalò, pur consapevoli degli effetti negativi della concorrenza dei grandi centri sul piccolo commercio, ma non possiamo essere favorevoli ai progetti dei cosiddetti Megalò 2 e Megalò 3.

Su entrambe le iniziative Confcommercio ha chiamato direttamente in causa il Comune.

Abbiamo scritto una lettera al sindaco, Umberto Di Primio, all'assessore alle attività produttive Antonio Viola e ai capigruppo consiliari, per chiedere al Comune di Chieti di chiarire il proprio pensiero sull'ormai probabile raddoppio del centro commerciale Megalò e la possibile ulteriore estensione della struttura attraverso il cosiddetto centro polifunzionale "Megalò 3" da realizzare nell'ambito del progetto Prusst che interessa la zona. Siamo convinti che nel nostro comprensorio ci sia anche troppa grande distribuzione, dato che la regione Abruzzo si colloca ai primi posti in Italia in rapporto alla popolazione residente. Abbiamo raggiunto la densità di 402,8 metri quadri per mille abitanti contro una media nazionale che si attesta a 321,2.

Lei cita anche dei dati pubblicati dalla Camera di commercio di Chieti sulle iscrizioni e cessazioni d'impresa nel primo trimestre del 2012 che destano preoccupazione.

In provincia di Chieti, a fronte di 134 nuove iscrizioni nel settore "Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli", si sono registrate ben 250 cessazioni di attività. La maglia nera spetta proprio a Chieti città, che ha avuto il saldo negativo maggiore con 18 nuove iscrizioni e addirittura 40 cessazioni seppur "non d'ufficio" nei primi tre mesi dell'anno.

Cosa chiedete di preciso al Comune?

Vorremmo che si esprimesse come ha fatto il Comune di Pescara, che lo scorso 23 aprile ha approvato un ordine del giorno con cui l'amministrazione è stata impegnata a contrastare in ogni modo il proliferare di strutture commerciali nella cosiddetta area metropolitana.

Oltre alla battaglia per la grande distribuzione, cos'altro propone Confcommercio per Chieti?

Chieti ha bisogno di una progettualità molto ampia, sulla quale anche Confcommercio, con i propri studi di settore, sta lavorando. Siamo convinti, per esempio, che in questo campo anche l'università "d'Annunzio" possa fare qualcosa e ci siamo battuti, ad esempio, per riportare una facoltà sul colle.

Lei spesso dice che c'è anche un problema di tipo culturale da affrontare, cosa significa?

Significa che Chieti e i suoi commercianti devono capire che le battaglie si vincono solo se siamo tutti assieme. Le singole voci isolate, che ogni tanto si levano in particolar modo da Chieti alta, non servono a nulla.

Come sono i rapporti con l'assessore comunale al commercio Antonio Viola?

Non sono buonissimi. Ci sembra che abbia un occhio di riguardo per il commercio degli ambulanti e che per il resto, invece, sia poco presente e poco propositivo nelle iniziative.