

LA STAMPA

GIOVEDÌ 19 NOVEMBRE 2020

BUONGIORNO

Quando il mondo cambia

MATTIA
FELTRI

Da qualche giorno in Francia e poi in Italia, i commercianti, stremati dalle chiusure per Covid e dalla formidabile concorrenza dei colossi online, hanno aperto la guerriglia contro Amazon. Chiedono il boicottaggio alla clientela e al governo una inverosimile sospensione natalizia delle compravendite su internet. Matteo Salvini, dotato della rara capacità di individuare i problemi veri e di dare regolarmente le soluzioni sbagliate, li ha appoggiati. Diciamo così, se dovete regalare una cravatta a vostro zio, prendetela nel negozio sotto casa anziché sul web. Sarà un atto caritatevole, come allungare i due euro al senza tetto. Oltre questo però c'è la realtà. Nel 2004 l'e-commerce fatturava 1.6 miliardi di euro. Nel 2018 era sopra i quaranta. Nel 2020 è stimato parecchio sopra i sessanta. I negozi avevano cominciato

a fallire molto prima del virus, e col virus hanno solo preso a ruzzolare più velocemente: per il 2019 erano attesi 700 mila nuovi acquirenti in rete, alla fine del lockdown, a maggio, erano già due milioni. Ma la mia non è una messa di requiem. Se, a differenza di Salvini, andate su Google e cercate «e-commerce di quartiere» o «e-commerce di prossimità» trovate centinaia di piccole piattaforme, federazioni di botteghe di un rione o anche soltanto di una via – mercerie, forni, gelatai, macellai, cartolerie – su cui si può ordinare la spesa con una mail o un semplice messaggio di WhatsApp. Quando il mondo cambia e ci atterra, le possibilità sono due: piangere e ribellarsi oppure accendere il cervello e rimboccarsi le maniche. Nel primo caso si fa rumore, nel secondo ci si salva la pelle.