

## #Iocomproqui, la campagna social di Passo Civico a sostegno delle attività di quartiere

*Al via mercoledì 27 maggio, la narrazione che si rivolge ai cittadini dei quartieri romani*

Quasi tre mesi di serrande abbassate, migliaia di clienti perduti e spese fisse che si rincorrono. È duro il ritorno, molto graduale, alla normalità, o a qualcosa di simile, delle tante botteghe di quartiere della città di Roma. L'economia di quartiere subisce le conseguenze della pandemia e del *lockdown* del Paese, contando i sopravvissuti.

Si tratta per lo più di imprese familiari, artigiani, professionisti, cooperative, negozi, ristoranti e attività di vario genere che lamentano non solo incassi mancanti ma anche spese insostenibili in mancanza di flusso di cassa. Tributi municipali, versamenti Inps, affitti da pagare, stipendi per i collaboratori, fornitori da saldare. E poi l'Ama, le bollette. Le cronache di questi giorni ci consegnano un panorama disastroso.

Da queste premesse nasce la campagna #iocomproqui, proposta dall'associazione "Passo Civico - Comitato per Roma". *"Un'attività che chiude è una perdita per tutti, anche da un punto di vista umano. Annulla completamente la relazione, impedisce lo scambio di informazioni e quindi la soddisfazione di bisogni, è nemico dello sviluppo perché di fatto intralcia la circolazione delle novità e delle idee"*, afferma Antonio De Napoli, presidente di **Passo Civico**. Che continua: *"un edificio che presenta saracinesche abbassate in eterno perde valore. Fornisce un quadro desolato, immagine di un territorio abbandonato, non sicuro dove non ci sono luci a illuminare, non c'è "presidio" nelle ore notturne. Avere negozi di quartiere significa anche avere socialità, possibilità di confronto, in un certo senso fuggire all'omologazione commerciale imperante. Consente, tra l'altro, di praticare un modello sociale inclusivo e democratico perché tutti coloro che non si possono rivolgere altrove (anziani, disabili ed immigrati su tutti) sono tagliati fuori da altri canali di acquisto"*.

La campagna, che si svolgerà sul sito e sulle pagine social dell'associazione, intende far emergere questi valori, spesso non considerati dai consumatori, mediante il raccontarsi; *"chiediamo ai cittadini di descriverci, con video, foto o testi da loro scritti, il loro quartiere ed i loro negozi preferiti"*. L'intento è quello di far emergere il valore del sentimento di prossimità, far riflettere il cittadino – consumatore sulle scelte che compie. *"Un cittadino informato è un cittadino responsabile. Lo abbiamo visto durante questa brutta pandemia quanto le attività di quartiere sono*

# PASSOCIVICO



*fondamentali per un modello socioeconomico capace di valorizzare il territorio e le sue forme di socialità e solidarietà”, continua De Napoli.*

L’iniziativa parte il 27 maggio, mese di fondamentale importanza per Passo Civico: *“Un anno fa, di questi tempi, Passo Civico organizzava il suo primo evento, una passeggiata sul Tevere, alveo nella nascente urbe. Un luogo - simbolo. E la data di questa nostra campagna viene subito dopo la festa dell’Europa, celebrata il 9 maggio. Ecco, in questo simbolismo c’è tutto Passo Civico, una realtà giovane, dinamica che vuole mettere davanti a tutto le buone pratiche civiche per contribuire ad avere una Roma migliore”, conclude.*

La campagna è coordinata, che si estende su tutta Roma, è coordinata da Andrea Martire, presidente dell’Associazione CenTrocelle.

## CONTATTI

Mobile 335 1551795

[presidenza@passocivico.org](mailto:presidenza@passocivico.org)

<https://www.passocivico.org/>

<https://www.passocivico.org/iocomproqui/>

Facebook [www.facebook.com/Passocivico](http://www.facebook.com/Passocivico)

Twitter [www.twitter.com/PassoCivico](http://www.twitter.com/PassoCivico)

Instagram [www.instagram.com/PassoCivico](http://www.instagram.com/PassoCivico)

YouTube [www.youtbe.com/passocivico](http://www.youtbe.com/passocivico)

PASSOCIVICO.ORG

