

Giuliano Viglione: «Commercio: quando anche il «grande» si fa «piccolo» (perch  conviene)»

Sembra stia prendendo piede un fenomeno nuovo nel commercio. I grandi store traslocano nei centri delle citt  e si «trasformano» (per quanto possibile) in negozi di vicinato.

Che cosa sta succedendo?

Il faro acceso su Milano da alcuni organi di informazione rivela l'incipiente rivoluzione: i negozi delle grandi catene, dei grandi marchi, stanno cominciando a lasciare i centri commerciali ubicati nelle cinture metropolitane o nelle grandi aree commerciali per aprire locali pi  piccoli, ritagliati sulle realt  di quartiere. Lo hanno fatto brand internazionali come Ikea, catene come LaEsse ed altri marchi rinomati.

Perch ? Gli osservatori e gli analisti sostengono che si tratti dell'effetto boomerang post pandemia, quando l'eccesso di online causato dall'isolamento ha convinto moltissimi utenti a rivolgersi nuovamente ai luoghi e ai negozi reali.

Il ruolo dei negozi come luoghi di interazione tra esseri umani sta dunque acquisendo valore anche per chi ha sempre proposto grandi spazi, automazione, impersonalit  e digitalizzazione. Forse il marketing sta cambiando, dando ragione a chi ha sempre sostenuto il valore del piccolo commercio, ma questo fatto, nelle citt  pi  grandi, costituisce nuova concorrenza per gli esercizi tradizionali.

Fortunatamente, dalle nostre parti, le insidie sono rappresentate principalmente dal commercio online, ma la formula dell'accoglienza personale e caloroso continua a funzionare.

Le festivit  portano una ventata di positivit  e di serenit  e anche le attivit  in questo periodo vengono ripagate, come   giusto, dalla fiducia dei consumatori.

Questo avviene perch  i piccoli negozi sono indubbiamente un punto di riferimento delle comunit  locali, che siano i quartieri della citt  di Alba o i borghi di cui le Langhe e il Roero sono disseminati.

La magia del Natale   ancora pi  sentita negli esercizi di vicinato, dove i rapporti umani sono veri, dove l'incontro tra commercianti e clienti   un piacere da condividere, che va oltre il puro gesto della compravendita. Oserei dire che nei piccoli negozi c'  anche del sentimento, un patrimonio di relazione consolidatosi nel tempo, nelle abitudini. Questo lo rende preferibile, sempre, agli acquisti online, che sono freddi ed impersonali.

Ma vogliamo mettere la differenza tra un «click» su una tastiera nella freddezza e nell'anonimato della Rete ed il calore, l'accoglienza, la gentilezza di un «benvenuto» umano in locali in cui tutto parla di festa, in cui le persone conversano le une con le altre, in cui   possibile ricevere consigli e vivere un'esperienza?

Inoltre, non dimentichiamo che lo shopping nei centri commerciali naturali si arricchisce della proposta dei pubblici esercizi, altrettanto "vestiti a festa", che consentono una pausa tra un acquisto e l'altro, e contribuiscono a creare un'atmosfera unica nella quale immergersi con tutta la famiglia.

Buone Feste a tutti.

**Categoria**

1. News Imprese e Territorio

**Data di creazione**

20 Dicembre 2023