

Il negozio di vicinato, un valore da difendere



Lo studio realizzato per Regione Lombardia sullo stato dei distretti della bergamasca ha evidenziato un humus particolarmente felice della nostra esperienza bergamasca: su 28 distretti certificati, 25 hanno confermato la volontà di proseguire questa esperienza territoriale.

Nel predisporre nei mesi scorsi le relazioni su quanto è stato fatto in questi anni, e soprattutto su cosa si vuol fare nel futuro, sono emersi alcuni spunti che meritano una riflessione.

Incominciamo con il dire che i distretti devono avere un'anima e valori e principi che sono la bussola per intraprendere qualsiasi azione tesa alla salvaguardia dei negozi di vicinato e alla definizione delle sfide per i prossimi anni.

Principi e valori sono alla base di qualsiasi scelta operativa e danno il senso del fare. Sono il collante di un patto tra il pubblico, amministrazioni comunali, privato, operatori commerciali e non per ultimo, i consumatori. Ma quali sono i principi e i valori a cui attenersi per una politica commerciale?

I negozianti sono sempre i primi a sostenere le iniziative del territorio; acquistando sotto casa si aiuta l'economia e l'occupazione locale e si rispetta l'ambiente poiché si limitano gli spostamenti fuori dal comune con diminuzione dell'inquinamento.

I negozi di vicinato garantiscono un presidio per la sicurezza dei nostri paesi perché creano relazioni umane e personali; forniscono servizi importanti specialmente per le persone con mobilità ridotta. Il negoziante sotto casa conosce molto bene il prodotto che vende ed è in grado di fornire consigli utili e personalizzati. Avere a disposizione un negozio vicino a casa significa comperare solo la quantità necessaria, evitando così inutili sprechi, e risparmiare tempo che si può dedicare a sé e alla propria famiglia.

Sono spunti semplici ma danno la misura di come oggi i negozi tradizionali esercitino anche una funzione sociale e per questo debbano trovare sostegno dalla pubblica amministrazione.

I tavoli dei distretti servono anche a questo: qualsiasi scelta di politica amministrativa ha delle ripercussioni concrete sulla vita dei negozi ed è per questo che valori condivisi possono indicare la via per scelte lungimiranti.

È indubbio che l'attualità ci regala un contesto che vede il commercio di vicinato indebolito, non solo dalla crisi economica, ma anche da scelte di sviluppo urbanistico spesso lontane da una corretta pianificazione. In particolare le scelte insediative dei grandi formati commerciali sono diventate determinanti per decidere l'uso del territorio, generando troppo spesso un uso distorto delle funzioni commerciali a scapito dei centri storici.

Non possiamo aver a cuore i negozi di vicinato se non si adotta una pianificazione urbanistica che sviluppi in modo armonico le funzioni commerciali e non sia uno strumento per "far cassa" attraverso insediamenti della media e grande struttura di vendita.

La tecnologia digitale sta trasformando il tessuto sociale e le abitudini di acquisto dei negozi tradizionali, ridefinendoli come luoghi fisici e non virtuali dove nascono esperienze uniche e coinvolgenti. Conoscere e usare queste tecnologie è decisivo per migliorare le performance e aumentare i profitti delle proprie aziende. Se sostenuti dalle amministrazioni pubbliche, i negozi diventano uno strumento di rigenerazione urbana per combattere la desertificazione commerciale dei centri storici e fornire servizi di prossimità alla popolazione residente.

Negli ultimi mesi questi temi sono stati al centro degli incontri con le amministrazioni comunali e i comitati dei commercianti, in cui ci siamo trovati a studiare le nuove proposte per Regione Lombardia da inserire nei futuri bandi dedicati ai distretti commerciali.

Un lavoro meticoloso, a volte faticoso, che è servito a delineare linee guida per una nuova stagione di impegno nel territorio bergamasco per salvaguardare il negozio 4.0 ovvero il negozio che guarda al futuro.