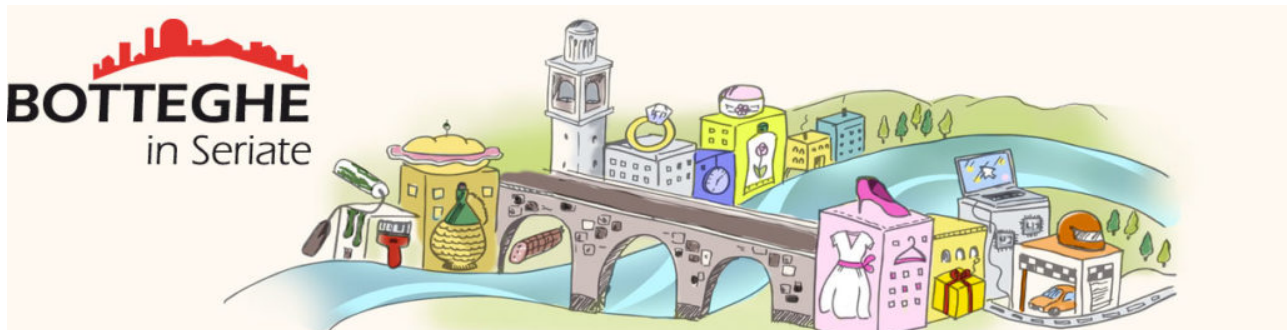


# Il presidente delle Botteghe in Seriate: «Per il rilancio i negozi dovrebbero investire di più»

written by Redazione  
13 Maggio 2015



«La congiuntura economica in tutta Italia non è positiva e Seriate non fa eccezione. In generale il commercio non va benissimo, i segnali di ripresa sono minimi». A disegnare questo quadro è il presidente dell'associazione Botteghe in Seriate, Marino Esposito, titolare dell'Ortofrutta in via Roma, che punta il dito soprattutto sull'eccessivo proliferare di centri commerciali: «Le catene della grande distribuzione servono, per carità, ma le aperture dovrebbero essere regolate altrimenti le piccole botteghe continueranno a soffrire».

**In un simile contesto, il ruolo dell'associazione Botteghe in Seriate è più che mai strategico per ridare slancio al commercio...**

«Certo. L'associazione dà un sostegno in più al commerciante che, anziché trovarsi da solo ad affrontare i problemi quotidiani, può contare su un lavoro di squadra».

## **C'è sinergia tra i negozianti seriatesi?**

«Dipende. Molti hanno punti di vista diversi e mettere d'accordo tutti non è facile anche perché i settori coinvolti sono i più disparati. Cerchiamo, però, per quanto possibile, di trovare soluzioni per il bene di ogni negoziante».

## **Quanti membri conta l'associazione?**

«Una cinquantina».

## **Quali sono gli eventi che hanno portato più movimento in paese?**

«Organizziamo spesso eventi, sia per dare visibilità al commerciante, sia per attirare più gente a Seriate. La Notte bianca, per esempio, è una buona iniziativa perché crea movimento e vivacità. Da un lato porta incassi e riscontri immediati, in particolare a livello gastronomico perché i locali sono frequentati, si mangia pane e salme per strada... Dall'altro la notte bianca rappresenta una vetrina a lungo termine per i negozi di abbigliamento che, in questa occasione, hanno l'opportunità di farsi conoscere. E magari qualche cliente ritorna anche nelle settimane successive».

## **Per promuovere la vostra attività state sfruttando anche i social network?**

«Sì, perché abbiamo capito che Facebook, se ben sfruttato, può essere una risorsa. È un buon canale pubblicitario».

## **C'è collaborazione tra i commercianti e l'amministrazione?**

«Il Comune si è sempre impegnato parecchio per darci una mano e fornirci gli spazi e le persone giuste per portare avanti le nostre idee».

## **Organizzate delle riunioni periodiche per coordinare la vostra attività?**

«Le riunioni di associazione sono necessarie per portare avanti le nostre iniziative, è un momento di confronto tra il presidente e tutti i soci. Se un commerciante non è d'accordo o capisce di non trarre beneficio da una determinata iniziativa, però, può anche non aderire».

## **Avete una tessera punti?**

«Sì, ma ritengo che non sia stata sufficientemente capita, non tanto dal cliente quanto dal commerciante. È un ottimo canale che non è stato sfruttato adeguatamente. Forse perché le tipologie merceologiche di cui si occupano i negozianti sono le più disparate e sono state riscontrate difficoltà diverse nell'utilizzo della stessa carta».

## **Ma i clienti sfruttano questa opportunità?**

«In generale, se la spesa è minima, la tessera funziona, altrimenti no. Il cliente che spende tanto, infatti, preferisce avere uno sconto immediato e non a posteriori, non ha la pazienza di accumulare punti».

## **Quali sono le principali difficoltà sollevate dai commercianti nell'uso della tessera?**

«La tessera ha un costo di gestione e mantenimento del software che grava sul commerciante, ma non sul cliente. Forse per questa ragione molti negozianti preferiscono non aderire. Tutte le iniziative che organizziamo hanno un costo, ma è basso, grazie anche al contributo dell'amministrazione. Più impegno ci si mette nell'organizzazione di un evento più risorse servono. D'altronde, se si vuole promuovere bene il proprio prodotto, bisogna essere pronti a investire un po' di più».