la Rassegna.it
Fondata nel 1906

15 Novembre 2012

Distretto del commercio “525”, urge una promozione più efficace

Indagine tra i cittadini. L’Isola dello shopping dei comuni di Dalmine, Lallio, Osio Sopra e Treviolo è ignorata dal 70,7% degli intervistati. Promossi accessibilità, sicurezza, offerta commerciale e contesto urbano. Messa in evidenza l’urgenza di una comunicazione mirata in grado di accrescere la conoscenza del distretto e la sua notorietà presso gli abitanti e al di fuori dei confini.

Il distretto attraverso lo sguardo di chi lo frequenta per gli acquisti o per lavoro e di chi vive ogni giorno il territorio. TradeLab passa ai “raggi x” il distretto del commercio 525 dei comuni di Dalmine, Lallio, Osio Sopra e Treviolo con un’indagine che raccoglie le valutazioni dei frequentatori dell’isola dello shopping per fornire una valutazione dell’offerta dell’area e individuare possibili aree di miglioramento. L’indagine prende in considerazione un campione di 300 persone residenti e non nei quattro comuni del distretto.

La prima criticità è rappresentata dalla conoscenza del distretto, decisamente al di sotto delle aspettative. Solo il 29,3 % degli intervistati (il 26,5% di Dalmine, il 30% di Lallio, il 38,8% di Osio Sopra e il 28 % di Treviolo) sa di passeggiare per le vie del distretto 525, mentre il 70,7 %, nonostante l’apposita segnaletica e la campagna di promozione effettuata in questi anni, ne ignora l’esistenza. L’indagine mostra l’urgenza di una comunicazione mirata in grado di accrescere la conoscenza del distretto e la sua notorietà presso la cittadinanza e al di fuori dei confini. Quanto agli strumenti più

efficaci, il passa-parola va per la maggiore: il 27,4% conosce il distretto grazie ad amici e conoscenti, il 22,6% grazie a giornali e riviste locali, il 20,2% dalle comunicazioni delle amministrazioni, il 19 % dai commercianti e il 6% attraverso internet.

I giudizi sull'area sono tendenzialmente positivi. In una scala da 1 a 4, l'accessibilità dell'area riceve in media un bel 2,99, seguita dalla sicurezza, valutata con un 2,80, dall'offerta commerciale, con 2,74, e dal contesto urbano a quota 2,70. Sufficienza risicata agli aspetti legati all'intrattenimento, dall'offerta culturale alle manifestazioni ed eventi. Nel complesso il distretto piace ai frequentatori e riscuote punteggi positivi soprattutto a Lallio (2,96) e Treviolo (2,88). Quanto all'evoluzione del distretto, se il 49% degli intervistati non rileva cambiamenti sostanziali rispetto allo scorso anno un significativo 39,6 % di frequentatori avverte dei miglioramenti.

Gli indici di soddisfazione

In cima alla classifica i frequentatori del distretto collocano il costo delle zone di sosta, che soddisfa il 93,9 %. Seguono l'accoglienza dei commercianti (87,8%), l'accesso pedonale e in auto al centro (rispettivamente 85% e 78,2%) e la vicinanza dei parcheggi ai negozi (77,9%). Promossi gli orari di apertura dei negozi (75,9%), l'offerta di bar-ristoranti (74,8%), il senso di sicurezza (73,6%), la pulizia degli spazi pubblici (71,6%) e la qualità complessiva dell'offerta commerciale (67,8%). Le maggiori criticità riguardano i prezzi dei negozi (44,8% di soddisfatti), la varietà dell'offerta commerciale (46,5%), la manutenzione degli spazi pubblici (49%)(, le attività culturali (50,7%) e la manutenzione di insegne e vetrine (50,9%). Se il prezzo per la sosta è più che congruo per chi frequenta il distretto, il numero dei parcheggi a disposizione soddisfa solo il 64 %. Senza lode e senza infamia anche il trasporto pubblico, con un indice di soddisfazione pari al 62,3%.

La lista dei desideri

L'offerta commerciale perfetta agli occhi dei frequentatori prevede qualche ritocchino, a partire da una maggiore varietà dei negozi a orari di apertura più estesi a tessere sconto e promozioni**.** Sul fronte dell'accessibilità, gli intervistati richiedono un aumento del servizio di trasporto pubblico, piste ciclabili e strutture sportive. Da migliorare il calendario degli eventi e la cura nella manutenzione delle aree verdi.

Il comportamento d'acquisto

Sono pochi i consumatori che frequentano per i propri acquisti solo il proprio comune o i comuni del distretto, attratti all'esterno soprattutto dai centri commerciali. L'evasione dei consumi è elevatissima, oltre l'88% per alimentari e prodotti per la casa (percentuale che sale al 94% a Lallio e Treviolo). Non va meglio sul fronte dell' abbigliamento e calzature: il 93,5% acquista in altri comuni. Dalmine, Osio Sopra e Lallio sono i centri storici più apprezzati per gli acquisti dai residenti (31,5% e 17%). La complementarietà nei luoghi d'acquisto è elevata anche per tutti gli altri prodotti alimentari, con il 79,4% di fughe per gli acquisti.

La prevalenza dei luoghi d'acquisto

Vi è una fortissima evasione dei consumi in particolare verso i centri commerciali di Curno, Orio al Serio, Stezzano e Brembate che si confermano al formula privilegiata per gli acquisti di tutte le categorie di prodotti. L'acquisto di alimentari avviene – in base al sondaggio – per il 98,9% nella Grande Distribuzione; l'acquisto di abbigliamento e calzature per il 90,6% avviene nei centri commerciali; la quota della Gdo è elevata anche per tutti gli altri acquisti non alimentari, con il 91,4% di preferenze. Dalmine è il comune con maggiore appeal per gli acquisti: trattiene il 26,5% degli acquisti dei propri residenti di alimentari e prodotti per la pulizia; il 9,7% di abbigliamento e calzature e il 29,5% di altri prodotti non alimentari. Segue Osio Sopra: il 10,8 % dei residenti fa acquisti alimentari in paese , il 5,7% si rivolge al negozio di fiducia per abbigliamento e calzature e il 12,1% sceglie il centro storico per tutti gli altri acquisti non alimentari.

Anche chi fa acquisti nel distretto tende a frequentare formule distributive moderne presenti in altri comuni, o i mercati

ambulanti. A Dalmine il 76,3% acquista alimentari nei negozi della distribuzione moderna, mentre il 48,2% si affida al negozio sotto casa e il 32,8% ai mercati; per l'abbigliamento e calzature i negozi del centro storico restano di gran lunga i preferiti per gli acquisti, con l'81,1% di preferenze, che, assieme ai mercati ambulanti con il 24,4% di preferenze lasciano alla Gdo un risicato 1,8%; la riscossa dei negozi di vicinato continua anche per gli altri prodotti non alimentari, con l'84,6% di preferenze (il 22,2% va alla Gdo e il restante 5,1% ai mercati). A Lallio **s**i fanno acquisti nei negozi di alimentari per il 78,9% , mentre il 27,8% nella distribuzione moderna e il 12,9% nei mercati. I negozi tradizionali sono preferiti anche abbigliamento e calzature (59,5%), vanno forte i mercati (32,2%) mentre la distribuzione moderna è scelta dal 15,9%. Tutti acquistano prodotti non alimentari nei negozi del centro (100%), se non al centro commerciale (9,6%). A Treviolo il 78,9% fa spesa alimentare nei negozi di vicinato e per il 39% al centro commerciale e per l'11,4% al mercato. Tutti acquistano abbigliamento e calzature nei negozi del centro storico (100%), ma mercati e distribuzione organizzata attraggono allo stesso modo e pesano il 9,5% degli acquisti. I negozi sono scelti anche per tutti gli altri acquisti non alimentari (100%) assieme alla distribuzione moderna (15,1%). A Osio Sopra il 79,5% acquista alimentari nei negozi sotto casa, per il 39% al centro commerciale e per il 2,9% al mercato. Per l'abbigliamento e calzature si fanno acquisti per l'81,1% nei negozi di fiducia del centro storico, per il 24,4% al mercato e solo per l'1,8% al centro commerciale. Tutti acquistano sotto casa altri prodotti non alimentari (100%) o al centro commerciale (8,7%).