

Negozi storici, la promozione passa anche dai “selfie”



Sono circa 1.200 le aziende commerciali e artigianali lombarde (di cui 91 bergamasche) con almeno 50 anni di attività documentata, alle quali dal 2004 la Regione ha assegnato, a seconda delle caratteristiche, i riconoscimenti di “Storiche attività”, “Negozi o Locali storici” o “Insegne storiche e di tradizione”. Un patrimonio di memorie, atmosfere e professionalità – tra cui oltre 150 insegne nate nel corso dell’800 e 15 fondate addirittura nel ‘700 e nel ‘600 – che costituisce un fattore di specificità e di attrattività, secondo la Regione e il sistema camerale che hanno deciso ora di promuovere e valorizzare maggiormente con una serie di iniziative integrate di comunicazione, anche in vista dell’Expo. Tra queste anche il “Selfie prize”, sulla scia del successo riscosso dal fenomeno dell’autoscatto fotografico sui social network. «Si tratta – ha sottolineato l’assessore regionale al Commercio, Turismo e Terziario Mauro Parolini – di un concorso fotografico che premierà il miglior “selfie” scattato da coloro che si recheranno nei Negozi storici. Altri interventi riguarderanno lo sviluppo del sistema coordinato di identità visiva e kit merchandising degli esercizi, l’attività di digital marketing e direct mail per la messa in rete dei Negozi storici, la realizzazione del volume “Guide & Look Book” con le schede informative e la mappa di tutte le attività, la definizione di itinerari tematici e/o merceologici, per incentivare la “shopping experience” e l’attivazione e gestione di profili facebook, twitter, instagram, per l’engagement tramite pc e smartphone». «Visitare un negozio storico è un momento di emozione e cultura – ha aggiunto Parolini – un tuffo negli usi e costumi e nelle tradizioni del territorio, per chiunque voglia scoprire l’identità più profonda delle nostre città».