

Treviglio, il distretto del commercio punta su Wi-Fi e gruppi d'acquisto

Archiviato il deludente capitolo delle luminarie natalizie, l'attenzione ora è concentrata sulla diffusione della connessione wireless tra gli esercenti e sui possibili risparmi garantiti dagli acquisti collettivi. Il presidente Ghidotti: «Strategie per dare impulso alle attività»

Sospeso per quest'anno il progetto delle luminarie natalizie a spese dei negozianti, il distretto del commercio di Treviglio rilancia mettendo in campo altre iniziative di marketing diretto: l'estensione del wi-fi in tutto il centro e i gruppi d'acquisto. "Sono strategie per promuovere e dare impulso alle attività", commenta Roberto Ghidotti, presidente del distretto. L'obiettivo è l'estensione della copertura territoriale per il free wi-fi città di Treviglio, vale a dire 60 metri di raggio per ogni hot spot, salvo limiti strutturali, un unico username e password per navigare nel cuore della città e non solo, oltre alla tracciabilità degli utenti.

"I commercianti potranno inviare mail o sms, che però non sono inclusi, alle persone che si sono connesse e che in questo modo hanno usufruito di un servizio aggiuntivo, sia che si tratti di propri clienti sia di visitatori che si trovano nel paese", spiega Ghidotti. Il servizio avanzato prevede, inoltre, la possibilità di inserire tre spazi pubblicitari nella pagina di login e altrettante vetrine sul sito con offerte speciali, novità, inviti a eventi. Il costo del dispositivo è di 120 euro più spese di trasporto (9,80 euro) al momento dell'attivazione, a cui si somma il canone annuale, 120 euro, elevato a 220 per il servizio avanzato. "L'iniziativa è appena stata proposta e stiamo già

raccogliendo le adesioni, nella speranza che non siano a macchia di leopardo – si augura il presidente del distretto -. Per spronare i commercianti, proponiamo condizioni vantaggiose ai primi dieci che sottoscriveranno il wi-fi entro il 31 ottobre: dispositivo gratuito e canone a 180 euro per il sistema avanzato e un contratto triennale”. Altro strumento che può facilitare la vita dei commercianti in tempo di guadagni in calo, sono i gruppi d'acquisto, già sperimentati da altri distretti che hanno ottenuto risparmi pari al 20 per cento.

“Conosciamo tutti la legge del mercato, ricavi meno spese uguale guadagno. Ma le economie di scala si fanno anche sui costi d'esercizio”. Il distretto mette a disposizione un consulente specializzato nei servizi di elettricità, gas, acqua e assicurazione. L'esperto analizzerà le bollette degli ultimi mesi, da sei a un anno, e la polizza assicurativa, cercando nel mercato soluzioni alternative meno costose. L'importo dovuto al consulente è variabile e si aggira in media sul 20 per cento del risparmio ottenuto. Anche in questo caso è previsto uno sconto per chi aderisce entro fine mese. “Più si è, meglio è per tutti: se i commercianti sono 40 o 50 si può pagare meno. L'importante è fare squadra”, afferma Ghidotti alludendo al progetto mancato delle luminarie natalizie. “Premiare chi non ci credeva, sarebbe stato ingiusto”. Al momento della sottoscrizione delle adesioni, infatti, solo 59 commercianti hanno dato il proprio consenso su 350, contro i 113 del 2011 e gli 83 dell'anno scorso. “Il budget mancante era di 20mila euro, pertanto quest'anno la città sarà abbellita dalle luminarie comunali, molto limitate”. A pesare sulle tasche, i 150 euro richiesti, che negli anni precedenti erano 240 e 220, considerati una tassa. “È un concetto sbagliato, si tratta di un contributo in un programma annuale, che comprende aperture estive il mercoledì sera, notti bianche e altre iniziative. Se a qualcuno pesava, saremmo venuti incontro dilazionando il pagamento o chiedendolo in forma ridotta, bastava che i nostri iscritti esprimessero critiche, dando segnali di vitalità”. Il

messaggio è semplice: “Abbiamo voluto dare una scossa, cerchiamo ogni strumento per combattere l'apatia, per riscoprire il valore dello stare assieme”. Al contrario, funziona la collaborazione con Promoberg, come dimostra il tutto esaurito dei Legnanesi al PalaFacchetti, sabato scorso, per il primo spettacolo della minirassegna autunnale. “Un ulteriore volano per Treviglio e le sue imprese. I commercianti ci hanno creduto, la città si è appassionata. Così si crea tessuto, si rivitalizza la piazza, si costruiscono leve importanti per lo sviluppo economico”.