

COMMERCIO

In commissione bilancio e attività economiche comunale, la voce dei rappresentanti degli esercenti è tornata a farsi sentire. Molte le preoccupazioni

«Servono più parcheggi per non far morire il centro»

NICOLA MASCHIO

Se ne è parlato tanto, ma il tema del commercio in centro storico sembra destinato a restare sul tavolo ancora per parecchio tempo. E ieri, durante la commissione bilancio e attività economiche del Comune di Trento, la voce dei rappresentanti degli esercenti è tornata a farsi sentire. Anche in modo particolarmente forte. «C'è il rischio che Trento muoia, come già successo a Rovereto». «Siamo disposti a investire nostre risorse pur di fare parcheggi vicini al centro storico». Affermazioni che denotano una certa insofferenza da parte degli esercenti. E basta fare due chiacchie re con quelli più storici per capire

Si cercano strategie per frenare la chiusura dei negozi: il caro-affitti preoccupa molto

che la visione è condivisa. Così come i timori. In effetti i dati parlano chiaro: in Trentino le attività sono diminuite di 600 unità in appena un decennio, con il numero di negozi ogni mille abitanti calato dal 10,3 del 2014 all'8,9 del 2020 (nel territorio della val d'Adige addirittura 8,1). Ed ora il Comune è chiamato a dare risposte nel minor tempo possibile.

Gli esercenti: «Mancano posti auto, i cittadini cercano la comodità».

Al tavolo di confronto sono intervenuti Massimo Piffer e Camilla Girardi per Confcommercio, Ivan Baratella e Aldi Cekrezi per Confesercenti. Tanti i temi toccati, su tutti quello dei parcheggi. «I centri storici ci sono stati e ci saranno, così come gli operatori del commercio» - ha introdotto Piffer. «Non è passata la mozione per la riduzione dei ticket dei posti auto. Ma bisogna trovare delle soluzioni: durante la pandemia i commer-

cianti del centro erano eroi, perché tenevano aperto e tutti ci andavano. Oggi ce li siamo dimenticati?» hanno aggiunto Baratella e Cekrezi. «Se l'idea è quella di togliere le auto dal centro storico, va però capito a cosa si sta andando incontro» ha concluso Girardi. E da qui tante altre proposte: abbassare le tariffe dell'illuminazione notturna, lavorare sul caro-affitti - in alcune vie, è stato detto, i commercianti pagano come fossero a Roma - e in generale "rendere il centro storico comodo come un centro commerciale".

La risposta del Comune: fino ad ora molti contributi

A dare un quadro economico della situazione è stata Cristina Mariavittoria Ambrosi, dirigente del servizio comunale di Sviluppo urbano. «Per il 2023 sarebbero previsti 100 mila euro di contributi alle attività - ha spiegato, - ma il bando uscirà più tardi del previsto». In riferimento agli anni passati invece, Ambrosi ha sottolineato come siano stati migliaia gli euro liquidati a sostegno di pubblici esercizi, ambulanti, centri sportivi ed altre attività economiche per adeguamento impianti, illuminazione, aggiornamento delle dotazioni informatiche o arredamenti. Non è in dubbio che il sostegno dell'amministrazione sia stato importante. Tuttavia, non sembra essere ciò di cui hanno bisogno gli esercenti.

Al lavoro su un "punto di incontro"

Una cosa appare chiara: se da una parte il Comune sembra voler puntare forte su pedonabilità (si pensi a piazza Mostra) e mezzi green (come le biciclette), dall'altra i commercianti non mollano: servono parcheggi, la gente deve poter arrivare in macchina vicino al centro storico. Non dentro, sia chiaro. Ma quanto più vicino possibile. E occorre ragionare sull'attrattività: ben vengano le iniziative culturali, i festival e gli eventi. Ma servono altre idee: vie tematiche, interventi stabili nel tempo - il consigliere Renato Tomasi ad esempio ha proposto di dipingere i portici di via Suffragio - e in generale una visione di lunga durata.



In alto Massimo Piffer e qui sopra Aldi Cekrezi. A sinistra un negozio chiuso nel centro storico di Trento

NUMERO DI NEGOZI OGNI MILLE ABITANTI



QUELLI CHE RESISTONO/3

Vilma Tomasi è ormai un'istituzione

«La cura dei particolari»



Vilma Tomasi e il suo negozio di abbigliamento sono ormai un'istituzione a Trento. Da cinquant'anni la donna accoglie le clienti nel proprio spazio (da un ventennio in piazza Duomo) e, anche se ormai avrebbe diritto alla meritata pensione, Vilma ha ammesso che la passione per la propria professione non le permette ancora di chiudere i battenti. Ed è questo, a suo parere, uno degli elementi che sta consentendo alle piccole e storiche attività di resistere, in un centro storico che invece purtroppo perde pezzi uno dopo l'altro da ormai un decennio.

Vilma, al giorno d'oggi basta davvero la sola passione per resistere ai cambiamenti del mercato?

È importante, ma lo è altrettanto specializzarsi. Solo così è possibile trovare la giusta clientela, che poi ti segue negli anni scegliendoti ogni volta. Io ad esempio ho prodotti particolari che le mie clienti non trovano da altre parti, soprattutto nelle grandi catene.

Parlando proprio dei grandi negozi, quanto impattano sulle vostre attività?

Diciamo che in questi ultimi anni stiamo resistendo. Esatto, direi che "resistere" è la parola più corretta. La concorrenza è grande e non dobbiamo dimenticare il commercio online. Gli incassi purtroppo non sono

più quelli di una volta, ma bisogna adattarsi. Tuttavia, ormai tanti clienti mi scelgono da anni e continueranno a farlo, anche perché non solo riconoscono la passione che metto nel mio lavoro, ma ci sono diverse cose che una catena più grande non può darti.

Per esempio?

Il rapporto umano, le chiacchiere, un caffè offerto. Sono piccoli e dettagli cose che però non si trovano nelle catene più grosse. Anzi, direi che servirebbero molti più negozi come i nostri, dove pazienza ed educazione sono fondamentali.

Quali sono invece le criticità di un piccolo negozio?

Più che del negozio, parlerei

del contesto attorno. Pensiamo ai parcheggi adiacenti al centro storico: nonostante Trento sia una città turistica, ci sono pochi spazi e i prezzi sono più alti rispetto a Bolzano o Verona. Ovvio quindi che le persone scappano verso i grandi centri commerciali, dove possono lasciare la macchina a pochi passi dall'ingresso, in tutta comodità. E poi c'è il tema degli affitti, che in alcune zone sono veramente molto alti. Direi che quello dell'abbigliamento è il settore che al momento sta attraversando la crisi maggiore, mentre altri locali, come ad esempio bar o ristoranti, possono contare sulla presenza degli studenti. N.Mas.

QUELLI CHE RESISTONO/4

La pelletteria di Alessandro Zotta

«Fiducia nei nostri clienti»



Un negozio storico, che fa del rapporto con i propri clienti un punto di forza. È la "Pelletteria Zotta", gestita da Alessandro, che al pari di altre attività "tipiche" trentine è riuscita a resistere agli urti del rincaro dei costi, della pandemia e della concorrenza delle grandi catene di negozi.

Alessandro Zotta, le attività storiche stanno resistendo in modo più forte e tenace rispetto alle altre attività: perché?

Uno degli elementi principali è senza alcun dubbio il rapporto di fiducia e assistenza che si crea con i nostri clienti.

Quando c'è un problema, il fatto di poter fare due chiacchie re con un professionista che assicura un servizio totale e completo diventa fondamentale.

Il nostro apporto va oltre la semplice vendita. Nelle grandi catene invece, purtroppo, gli addetti non ti prestano la stessa attenzione.

Immagino che anche i prodotti offerti abbiano però la propria valenza...

Certamente, noi ricerchiamo il "Made in Italy", qualcosa che non sia standard ma che dia al cliente qualcosa in più. Come dicevo, nelle grandi catene non c'è un vero e proprio rapporto e questo si ri

«Online non costa meno: i nostri prezzi sono chiari e trasparenti, non nascondiamo nulla»

flette sull'offerta. Cercare di differenziarsi con qualcosa di particolare invece ripaga di più.

Diciamo che le grandi marche, sotto certi punti di vista, alterano il mercato.

Invece, qual è stato fino a questo momento l'impatto

dell'e-commerce? Diciamo che, per quello che penso io, è stato limitato. Per quale motivo? Semplice: non offrono i prodotti che offriamo noi e soprattutto non c'è quel rapporto "umano" che è fondamentale.

Un'ultima provocazione: c'è chi dice "vorrei comprare locale, ma costa meno su internet". È la verità?

Assolutamente no. I nostri prezzi sono chiarissimi, trasparenti, gli stessi che si trovano online o in altre realtà.

Su questo non abbiamo assolutamente nulla da nascondere, chi pensa il contrario sbaglia.

N.Mas.