

COMUNICATO STAMPA

IL COMMERCIO OGGI E DOMANI, NON SOLO NUOVI MARCHI E BRAND

Ogni anno in Italia almeno 300mila persone decidono di mettersi in proprio dando vita ad un'impresa, pur tra le mille difficoltà burocratiche, formative, informative, orientative ecc.

Ci si può chiedere quale è la "storia" di una attività commerciale è lo scenario del mondo delle imprese e del lavoro in cui si collocano i particolari mutamenti organizzativi raccontati. E ancora ci si può chiedere come è vista la storia di queste attività, in quali diversi modi può esser vista, e quali ne sono, da un lato, i presupposti e, d'altro lato, le conseguenze.

Noi riteniamo che l'interpretazione di una storia dell'impresa guidata dalla visione funzionalista non possa essere affidata a spiegazioni causali.

L'impresa si adatta (si "deve adattare") alle richieste del suo "ambiente", cioè del mercato di cui è parte.

L'impresa si trasforma, il commercio si trasforma, si trasforma l'azione economica dell'impresa e il mercato del lavoro.

Si trasformano "I pellegrini del commercio" gli ambulanti di ieri e di oggi.

Per cambiare è necessario cessare di vedere la "realtà" proposta dal funzionalismo, vedere una realtà differente, con occhi differenti.

Oggi la crisi maggiore è nel commercio al dettaglio che pone molte sfide a chi decide di aprire una attività commerciale.

I consumatori sono oggi abituati a un'esperienza d'acquisto omnicanale, passando più velocemente dalla ricerca di un prodotto al suo acquisto. Per i commercianti questo rappresenta sia una minaccia che un'opportunità: se da un lato i negozi fisici continuano ad essere il canale d'acquisto preferito per 6 categorie merceologiche su 9, dall'altro lato è in aumento sempre più la quota di consumatori che preferisce acquistare online.

È innegabile che la concorrenza delle grandi piattaforme di eCommerce ponga una sfida rilevante per il comparto e che le distorsioni concorrenziali, a danno degli esercizi di vicinato, sono dominanti.

Ci sono punti di forza dell'online e dell'offline.

I negozi fisici vengono preferiti per la maggior flessibilità dei sistemi di pagamento cosa che con l'online non è praticabile.

Vi è un apprezzamento per lo shopping experience e la possibilità di passare il tempo in modo piacevole, per toccare con mano e vedere di persona i prodotti.

I canali online, invece, hanno tra i loro punti di forza asettici ma funzionali per chi comodamente e velocemente vuole fare acquisti a breve.

Purtroppo, la differenza tra le generazioni determina il valore dell'acquisto.

Il fattore età gioca un ruolo importante nella propensione all'acquisto online e offline e le generazioni Z, i cosiddetti Zoomers (1996-2012) mostrano propensione agli acquisti in rete. Tuttavia, fortunatamente non superano il 40% degli acquisti per articoli abbigliamento, scarpe, borse e accessori.

Nonostante le difficoltà aprono i piccoli del commercio e non solo marchi e brand conosciuti.

Vogliamo così raccontare alcune nuove e recenti attività commerciali che hanno creduto nelle loro capacità, che hanno dato vita ad attività commerciali o che l'esperienza tramandata di padre in figlio ha portato negli anni ad un cambiamento pur mantenendo la loro storicità.

E' la storia di Koster Veronica Calixto arrivata dal Brasile che decide di lavorare per una azienda prima a Milano poi in Svizzera vivendo nel Varesotto e che ad un certo punto, per passione, prosegue per conto proprio prima con la vendita online di prodotti cosmetici di tendenza e biancheria intima e di recente aprendo una propria attività in Galleria Manzoni in centro a Varese. Dall'online all'attività commerciale mantenendo sempre la vendita online.

È la storia di Palamarchuk Lyudmila amante del vintage e della bigiotteria artigianale italiana che da una passione e hobby decide di aprire in centro a Varese un Concept Store di gioielli pregiati del mondo fashion 100% made in Italy, veri gioielli di design per le quali in ogni artista artigiano italiano vi è dietro una storia di vera creatività.

Tosi Daniele che del suo lavoro ha portato i ricordi più belli di suo nonno e di suo papà "i pellegrini del commercio". Daniele mantiene i suoi mercati e decide di aprire a Gavirate un negozio, già storico, inserendo la sua merce, mantenendo intatto l'arredo ed il profumo di oltre 50 anni di storica attività.

Stefanizzi Azzurra, di soli 27 anni ha iniziato per gioco a fare torte. Lo scorso anno ha aperto la partita iva lavorando come IAD in casa creandosi un buon giro di clienti. Azzurra aprirà a breve a Viggini il suo laboratorio di torte scenografiche e pasticceria fresca.

Ogni commerciante ha dietro una storia che è la passione di ciò che meglio lo rappresenta.

Fortunatamente i piccoli commercianti, pur non disponendo delle stesse risorse economiche dei grandi gruppi commerciali, stanno progressivamente perseguendo la strada dell'innovazione digitale.



Un aiuto importante è dato dalla Regione Lombardia, dalla Camera di Commercio di Varese e dai Distretti del Commercio incentivando e sostenendo i piccoli commercianti verso una cultura digitale.

Sosteniamo il piccolo commercio perché, se vive il commercio vivono le città!

Rosita De Fino
Direttore territoriale Confesercenti.

Varese, 07/11/2023