

«Smettiamola di parlare di crisi»

Erika Noschese

«Nuovo momento storico ed economico». Parla così la coordinatrice del settore commercio del Claa di Salerno, Maria Napoli, secondo cui – ad oggi – non si può parlare di “crisi” ma – appunto – di un nuovo momento storico dal momento che «sono cambiate molte cose nel rapporto acquirente/commerciante. Siamo in un momento storico di grandi mutazioni sociali ed economiche soprattutto ora che i social network hanno invaso le nostre menti», ha spiegato Napoli, secondo cui questi cambiamenti sono dovuti anche alla vendita online che affascina il pubblico più giovane ma anche alle numerose aperture dei centri commerciali. «Ma il fatto di restare spettatori passivi dei cambiamenti che ci circondano e soprattutto ci danneggiano, e dare la colpa ad altri (Comune, Stato, crisi, concorrenza) è troppo comodo e facile», ha poi detto la coordinatrice, spiegando che bisogna reagire ed iniziare ad analizzare le attività, dalla struttura – come le vetrine, le luci o gli interni – fino all’analisi del prodotto e dunque il rapporto qualità-prezzo, passando per la formazione del personale. «Da sola, nel 2000 mi sono ritrovata a gestire l’azienda che mio padre aveva creato nel 1971 e portato a certi livelli nei suoi 30 anni di attività. Ho iniziato da sola ed ora con mio marito e due collaboratrici gestiamo insieme il nostro negozio», ha spiegato ancora Napoli. Dunque, quale potrebbe essere la soluzione? Per la coordinatrice del settore commercio necessario potrebbe essere offrire consulenza per ogni acquisto, prodotti alternativi e servizi gratuiti, investendo sia in prodotti che strumenti ma soprattutto rendere confortevole il punto vendita, oltre a tenere strettamente in considerazione il fattore commercio che influisce notevolmente. «Non sono d’accordo con i colleghi che

affermano che la zona orientale sia tagliata fuori dal commercio. Mi sembra chiaro che siano i titolari delle attività che non fanno nulla per migliorare il punto vendita per rendere i prodotti più appetibili». E poi un invito rivolto ai commercianti di non lamentarsi perchè «questa miopia non ci porta da nessuna parte, bisogna vedere oltre. Non possiamo accusare altri della propria incapacità di affrontare tempi e situazioni diverse perchè ci sono attività, spesso gestite dai giovani, che pur essendo nella zona orientale, vanno avanti con dignità e soddisfazioni e spesso riescono anche a dare lavoro a terzi. Bisogna mettersi in gioco, migliorare le proprie competenze, la comunicazione». Dello stesso avviso anche Ciro La Marca, titolare del negozio Karina: «Credo semplicemente che i tempi siano cambiati e ovviamente anche il commercio non è più quello di una volta. Chi non interpreta il contesto attuale rischia seriamente di chiudere», ha dichiarato. «Le basi per il successo sono la passione per ciò che si fa oltre alle competenze per la vendita del prodotto on line. Per me, conoscere persone e clienti che con Google Maps arrivano da me, nel mio piccolo punto vendita, è una grande soddisfazione che nessun centro commerciale può darti. Io credo ancora nel piccolo negozio di quartiere, gestito ovviamente in un certo modo. Credo, insomma, che il commercio sia tutt'altro che morto», ha aggiunto.

Parla il presidente del Claii Salerno, Ferrigno: «Vendere è un'arte. Bisogna saper osare e innovare»

«La logica è che dobbiamo innovare perchè siamo in un altro secolo e dunque occorre capire che bisogna mettere in moto meccanismi, non voglio dire 4.0 ma è chiaro che bisogna avere attenzione centrale sulla clientela». Lo ha dichiarato Gianfranco Ferrigno, presidente Claii di Salerno, in merito al mondo del commercio. Lei, ad oggi, non parla di crisi economica ma di cambiamento? «La crisi economica c'è ma non è un problema salernitano ma nazionale se non internazionale.

C'è anche la fuga dalla cosiddetta grande distribuzione e stiamo vivendo una fase di transizione anche nel modo di acquistare. Siamo convinti che tra 5 anni esisteranno i libri? Già oggi, il settore scolastico incomincia a tirar fuori libri digitali e al nord questo già è fattibile. Il futuro è nel tipo di comunicazione che sostituirà il libro che diventerà poi solo un ricordo». A proposito di libri, proprio in questi giorni, la libreria Internazionale ha annunciato che chiuderà. Cosa ne pensa di questo? «Io penso che sia una perdita per la città, fosse altro per il ruolo di interesse culturale che la libreria ha svolto. E' chiaro che di fronte a quanto riesco a farmi fittare il locale, il proprietario opterà sempre per dove conviene di più. Non è una nota piacevole né positiva ma riguarda un complesso generale perchè tutte le librerie indipendenti sono in difficoltà ma anche le librerie di catena. Quindi, il problema rimane il libro». A suo avviso, quale potrebbe essere la soluzione per le attività commerciali? «Secondo me bisogna avere il coraggio di innovare e mettere al centro il cliente, cioè capire chi è il cliente e su di lui costruire intorno a lui. Ci vuole tanto marketing, accoglienza, promozione, vetrine e formare bene il personale. Vendere non è più il ripiego della ragazzina disoccupata ma è un mestiere, un'arte».