

MalpensaNews

“I negozi sono l'anima di Gallarate”. E i commercianti ci mettono la faccia

Roberto Morandi · Thursday, May 21st, 2020

I volti dei negozi di Gallarate in prima fila nella “emozionale” **campagna pubblicitaria promossa dal Comune di Gallarate** in collaborazione con il **Distretto Urbano del Commercio di Gallarate**. Esperienza, servizio e fiducia: questi i motivi per tornare a frequentare i negozi cittadini e dare un concreto sostegno al territorio. Per ripartire insieme, con rinnovata voglia e vigore.

Oltre 80 tra imprenditori, commercianti e addetti alle vendite di Gallarate hanno concesso l'utilizzo del proprio volto per la campagna di comunicazione e marketing territoriale “I Negozi sono l'anima di Gallarate vieni da noi” promossa dal Comune di Gallarate in collaborazione con il Distretto Urbano del Commercio di Gallarate di cui fanno parte Confcommercio Gallarate-Malpensa e NAGA.

Una scelta coraggiosa ed emozionale fatta dai promotori, dalle istituzioni e dai commercianti, che hanno deciso di “metterci la faccia”, tutti insieme, nel difficile e tortuoso momento che stiamo vivendo.

L'emergenza sanitaria del nuovo Coronavirus Covid-19, infatti, sta lasciando pesanti conseguenze nel nostro territorio, in vari ambiti, soprattutto nella perdita per molti di cari e famigliari, senza dimenticare anche convalescenze più o meno lunghe.

Tra gli effetti negativi ci sono anche quelli economici, che hanno colpito tutti i settori, tra i quali il commercio, fortemente penalizzato ed ora in difficoltà.

Tra gli ottanta volti ci sono i “capostipiti” di alcuni negozi storici e i volti giovani di imprenditori che investono. **E c’è anche «un giovanissimo commerciante come Gianni Sparacia»** dice con affetto il sindaco Andrea Cassani riferendosi al noto acconciatore. «Uscito dall’ospedale dopo un lungo ricovero, ha voluto comunque metterci la faccia» spiega **Luca Filiberti**, del Naga.

Con le riaperture di tante attività commerciali, che stiamo vivendo in questa “fase 2”, in un contesto dove molti non nascondono dubbi e paure, i promotori della campagna hanno pensato ad una campagna di sensibilizzazione forte e concreta con due obiettivi: stimolare i cittadini di Gallarate e limitrofi a tornare a visitare negozi e attività commerciali della città, spiegando il valore economico e sociale che tali punti vendita rivestono nel contesto urbano; invitare a scoprire, per il mese di giugno, i tanti vantaggi e le proposte che sono state pensate e riservate per la riapertura.

«L’idea di una comunicazione per il distretto era in realtà in cantiere da tempo» svela però

l'assessore Claudia Mazzetti, che richiama «unità» ed «empatia» come parole d'ordine della campagna. «Non è un lavoro improvvisato, **è un lavoro partito da lontano, dalla fine del 2019» aggiunge Renato Chiodi di Ascom.** «Per la prima volta non è una campagna istituzionale: a livello empatico siamo credibili perché ci sono persone vere, c'è anche una offerta vera che non ha niente da invidiare ai centri commerciali».

Da un lato, quindi, **il claim utilizzato “I negozi sono l'anima della città”** ricorda il valore degli acquisti nei punti vendita tradizionali che, in centro come nei quartieri, sono luoghi di relazione, coesione, socialità, perché sono basati sui rapporti umani e sulle persone. Chi compra in questi negozi sostiene il proprio territorio, mantiene in vita una via, una piazza o un quartiere. Ma soprattutto, trova un servizio personalizzato e di qualità, basato su un rapporto di fiducia tra commerciante e cliente, nonché competenza e cortesia. Inoltre, un negozio aperto e ben frequentato aumenta la sicurezza, nel centro città così come nei quartieri. Tutti questi acquisti, infine, creano un valore al territorio, con un investimento diretto nell'economia locale: posti di lavoro, valore di immobili, servizi e trasporti.

«L'anima di una città – ribadisce l'assessore Mazzetti – sono i suoi commercianti, in questo periodo di lockdown ci siamo resi conto di come sia triste la città con le serrande abbassate» («sembrava di essere tornati ai tempi di Protasoni» aggiunge caustico il sindaco Cassani, con nota polemica con la giunta di centrosinistra e con il periodo più duro della crisi del debito d'inizio decennio).

La campagna è comunicazione, ma non solo. I commercianti di Gallarate, ognuno per le proprie caratteristiche e disponibilità, **per il mese di giugno hanno pensato di proporre tanti vantaggi per questa riapertura: ci saranno promozioni, omaggi, degustazioni**, con centinaia di opportunità da scoprire e da non perdere. «La campagna dice: vieni da noi, entra da noi» conclude il manager del distretto Paolo Martinelli. «I negozi in città vogliono dire esperienza, servizio, fiducia».

La campagna pubblicitaria, che parte ai primi di giugno, intende parlare a tutti, dai giovani agli anziani, dalle famiglie a chi visita la città per motivi d'affare: sono difatti previsti sia gli strumenti tradizionali, quali affissioni e volantini, sia strategie social, on-line e multimediali. Sul sito ducgallarate.it si potrà cliccare ogni volto e scoprire così caratteristiche del negozio e offerte.

«L'intento è chiaro: dare semaforo verde alla voglia di riscatto, per un settore cittadino storico, quello del commercio, che partendo da un glorioso passato, alla luce delle difficoltà di questa emergenza, vuole compattarsi, scrivere il proprio futuro e metterci ancora la faccia, come grande “anima della città”».

This entry was posted on Thursday, May 21st, 2020 at 3:59 pm and is filed under [News](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.