

Promuovere una politica di marketing urbano

Il marketing, termine di cui è bene conoscere il significato anche da semplici consumatori, è il mix delle scelte dell'impresa commerciale e artigianale atte a favorire l'incontro del prodotto o del servizio con i potenziali acquirenti e a conquistare la soddisfazione dei consumatori, mantenendola nel tempo.

Nel particolare ambito del marketing urbano, il tentativo degli operatori economici è quello di far interagire le variabili commerciali e artigianali, con l'insieme dei fenomeni che influenzano il livello di attività e vivacizzazione della zona in cui l'impresa è ubicata.

Qual è la zona della città più ricca di questa citazione? La risposta è ovvia: i centri storici, perché sono ambienti urbani in cui, nei secoli si è sedimentata buona parte della cultura e del costume che la società ha espresso.

I centri storici infatti offrono svariate occasioni di interazione tra commercio e artigianato e servizi presenti sul territorio: l'arredo urbano che è suscettibile di interventi di design coordinato, con precisi richiami alla vocazione artigianale delle singole vie; i progetti di vivacizzazione delle strade, delle vie e delle piazze attuati tramite la presenza di espressioni artistiche, mercati artigianali, ecc. l'organizzazione di eventi fieristici e tradizionali, la presenza di una ricca offerta culturale con la quale la rete artigianale può convenzionarsi, offrendo facilitazione e sconti alla clientela; i servizi di accesso e di sosta con i quali è ugualmente possibile stipulare forme di convenzione, e tante altre situazioni che vedremo man mano lungo il percorso innovativo.

E' importante promuovere una politica di marketing urbano che faccia scaturire un rinnovato sviluppo di rapporti sociali tra uomo e città. L'intervento degli operatori commerciali in questo ambito dovrà, allora, essere teso a stimolare la partecipazione attiva dei consumatori, ad un progetto comune di rinascita del centro storico.

In questo modo, al cliente viene offerto un motivo in più per avvicinarsi, sia come consumatore sia come soggetto interessato ad entrare in contatto con una realtà che propone l'approfondimento di un particolare tema della vita civile, e quindi come cittadino partecipe di un progetto di valorizzazione e di caratterizzazione di questo particolare angolo di città.

Luciano Favaron

pres. ass. Antichi Mestieri