

Alba e Bra rilanciano il commercio di zona

IL CASO / 1

Il distretto diffuso del commercio Alba-Bra diventa realtà. Si tratta di un progetto che mette in rete 81 Comuni di Albese, Braidese e della zona di Dogliani, con l'obiettivo di favorire iniziative per supportare il settore. Dopo il benestare della Regione, che ha contribuito a finanziare i 75 distretti nati sul territorio piemontese, ogni Comune ha recepito il protocollo d'intesa e il piano triennale. Inizia ora la fase concreta, che vede insieme una serie di partner: il Comune di Alba come capofila, il Comune di Bra, l'Associazione commercianti albesi, Ascom Bra, oltre a enti e realtà attivi nel settore.

Il percorso è stato illustrato il 3 febbraio nel Municipio di Alba. Ha spiegato il presidente dell'Aca Giuliano Viglione: «Una persona su due considera il commercio insostituibile: è un dato che ci fa capire quanto sia importante valorizzare e far crescere questo settore. Abbiamo una serie di punti su cui lavorare: valorizzare i picco-



Sopra: la presentazione del distretto diffuso di Alba-Bra in Comune; a destra: il presidente Giuliano Viglione.

li Comuni e le loro realtà commerciali attraverso interventi di qualificazione urbana; rendere più stretto il rapporto con il turismo; puntare sull'innovazione attraverso la digitalizzazione; guardare con attenzione alla sostenibilità ambientale».

Da non dimenticare il problema della desertificazione, basti pensare che solo nell'alta Langa sono 15 i paesi totalmente privi di attività commerciali. Ha detto il presidente di Ascom Bra Luigi Barbero: «Questo distretto è un passaggio storico, perché il commercio albese e quello braidese potranno lavorare per la prima volta insieme, così da valorizzare le nostre aree a elevata vocazione commerciale e turistica, oltre a favorire il ripopolamento dei negozi nei Comuni che ne sono rimasti privi».

f.p.

IL CASO / 2

I negozi di vicinato vanno on-line e piacciono molto pure ai giovani

■ Nel mese di gennaio, Aca di Alba e Ascom di Bra hanno effettuato un primo sondaggio su un campione di 500 esercizi del territorio: si è scoperto così che la maggior parte dei negozianti ha una esperienza consolidata, tanto che il 45,5 per cento degli intervistati svolge l'attività da oltre 20 anni e il 52,7 per cento dei negozi è gestito da chi lo ha avviato. Interessante anche la tipologia di clientela, che va a sfatare il mito per cui i negozi di vicinato si reggerebbero sulla popolazione anziana: in realtà, solo il 25,3 per cento dei clienti risulta avere più di sessant'anni, il 43,8 ha tra 40 e 60 anni, mentre il 30,9 per cento ha meno di 40 anni. I turisti rappresentano invece solo il 27,5 per cento della clientela dei negozi del distretto Alba-Bra. C'è poi il tema della digitalizzazione: l'83,3 per cento dei commercianti usa i social per autopromuovere la



propria attività, mentre il 43,6 per cento afferma di ricorrere alle vendite on-line. Così, l'80 per cento delle attività ha a disposizione i pagamenti digitali, ma non sembra decollare la spesa con consegna a domicilio, anche se è stata una risorsa durante la pandemia. Il presidente di Aca, Giuliano Viglione: «In questo momento storico, i negozianti sono preoccupati per l'incertezza legata al periodo, per il calo della domanda e per il caro energia e materie prime: per questo oggi è più importante muoverci con iniziative condivise».

f.p.

CARLO BO sindaco di Alba

Il territorio ha scelto di fare squadra, per creare dei progetti in grado di accedere a nuove risorse



MARCATO