

Tra idee e sostenibilità il commercio guarda avanti

Con il Black Friday alle spalle e il Natale alle porte, la nuova puntata di *Torrazzo con vista*, il video podcast condotto da Andrea Bassani e prodotto da *TeleRadio Cremona Cittanova*, dedica un'intera puntata al tema del commercio.

Il periodo dell'anno, appunto, aiuta, ma la situazione di chi vive questo mondo, spesso, non è delle più semplici. «Nel nostro lavoro – spiega Laura Rossi, presidente di Filiera corta solidale – esistono varie difficoltà, soprattutto per chi, come noi, sceglie di interpretare la produzione e la vendita dei prodotti in modo particolare». La parola chiave, in questo caso, è proprio «sostenibilità». «Siamo una realtà che raccoglie aziende piccole, del territorio, selezionate in base a criteri abbastanza stringenti. L'idea è quella di fornire ai consumatori un prodotto di qualità e che, allo stesso tempo, sia sostenibile, socialmente, economicamente e dal punto di vista ambientale». I grandi tentativi portati avanti da Filiera corta solidale sono fondamentalmente due: «accorciare il più possibile i passaggi tra produttore e consumatore, da un lato; dall'altro, seguire i ritmi dell'ambiente, così che i prodotti finali siano davvero, e a tutti gli effetti, naturali. Il confronto con altre realtà, come i centri commerciali, non è certo semplice, ma proviamo a portare avanti la nostra idea qui nel territorio di Cremona con chi sceglie di condividere questo progetto».

Ad esprimersi in modo simile è anche Matteo Ghisoni, proprietario a Cremona della bottega alimentare Buon palato. «Noi abbiamo l'obiettivo di cercare di offrire alla nostra clientela il meglio che possiamo trovare sul territorio». In questo caso, però, spaventa meno, per Ghisoni, la presenza dei

grandi centri di distribuzione. «Penso che con una proposta chiara, pensata sul cliente, si possa ancora fare la differenza. Io sfido la grande distribuzione ad arrivare a un così alto livello di cura del prodotto e del consumatore. Quindi non mi spaventa il centro commerciale, perché io sono una bottega, sono in centro, soprattutto ho un volto, che è il mio, quello dei miei dipendenti e quello di tutti gli agricoltori e allevatori con cui collaboro. Sulla base di questo posso instaurare un dialogo e un rapporto con le persone, che poi tornano. Cerco di non limitarmi a fornire un prodotto, ma provo a raccontarlo a chi ci viene a trovare».

C'è dunque un'idea di relazione tra commerciante e consumatore che si cela dietro le parole di Ghisoni, condivisa anche da Elisa Boldori, fondatrice e direttrice di Vanitas, una piccola azienda cremonese che si occupa dell'organizzazione di eventi legati al mercato del vintage. «Siamo alla decima edizione del nostro Vanitas Market natalizio – racconta nella trasmissione disponibile dalle 12.30 di ogni domenica sulle piattaforme podcast – e ogni anno percepisco l'entusiasmo dei cremonesi di fronte agli espositori, sia quelli storici, sia i più nuovi». Gli eventi, però, non si limitano al periodo delle feste, ma si sviluppano nel corso dell'anno, dando vita a veri e propri mercati. «Nel corso del tempo – spiega Elisa Boldori – ci siamo accorti di quanto sia importante la differenziazione delle proposte, così da incontrare le esigenze di tutti i consumatori. Si è anche spostato in su il nostro target d'età. Su questo ha certamente influito la diffusione dei social tra gli adulti, ma devo dire che i nostri espositori hanno trovato proprio nelle signore, direi le “sciure”, i loro clienti modello, perché hanno sviluppato un gusto per il vintage che, probabilmente, in passato non c'era».