

Parma

Mazza: «Al fianco degli associati per vincere le sfide del commercio»

«La desertificazione del centro si combatte attraverso rigenerazione urbana e sicurezza»

Ottant'anni di Ascom

Ascom è nata il 1° luglio 1945: un traguardo importante celebrato attraverso una serie di eventi sul territorio fino a fine anno. Il 20 novembre si terrà un convegno dedicato al futuro delle imprese attraverso le voci di giovani imprenditori, dove sarà presentata una ricerca sulle aspettative e paure dei giovani di Parma e provincia. A dicembre verrà presentato un libro dedicato alle prospettive, ambizioni e speranze o paure per il futuro.

No E-commerce, rilancio del centro storico, sviluppo del commercio di vicinato. Cristina Mazza, nuova direttrice di Ascom, fa il punto sulle attività e progetti messi in campo dall'associazione dei commercianti.

Lei è la prima direttrice donna alla guida di Ascom. Come vive questo riconoscimento?

«Con grande onore e orgoglio perché faccio parte della grande famiglia Ascom da 35 anni, ho l'onore di avere condiviso una parte importante della sua storia a Parma e ora sono davvero orgogliosa di esserne alla sua guida. Oggi oltre alle competenze e alla preparazione, occorrono la motivazione e i valori: è in questa direzione che andrà il mio impegno, avendo ben chiaro che il gruppo Ascom ha una grande responsabilità sociale nel reinvestire tutti i risultati ottenuti nel territorio e nella nostra comunità. Questa è la nostra visione, il nostro sogno e per questo ringrazio il presidente e la giunta per aver creduto in me».

Che impronta darà nel guidare Ascom?

«Innanziutto una forte attenzione al mercato e ai nostri associati, capirne i bisogni e soddisfarli: un'impronta declinata sul marketing e la comunicazione per favorire la preparazione delle imprese e il loro sviluppo. Dunque un'assistenza completa alle imprese, a partire dall'assistenza sindacale ai servizi tradizionali ma anche innovativi, quali la sicurezza, il credito, la sorveglianza sanitaria, il web, la salute, la privacy e tanti altri. Insomma facciamo trovare sotto un unico tetto della casa degli associati tutto ciò di cui hanno bisogno».

Quali sono i progetti principali che sta portando avanti?

«Da quando sono entrata 35 anni fa in Ascom, il mondo è cambiato e in particolare la funzione di rappresentanza, in risposta alla crescente terziarizzazione dell'economia, che ha visto da una parte una forte diminuzione dei negozi al dettaglio e dall'altra una notevole crescita del turismo, dei servizi alle imprese e alle persone e di nuove professioni. Proprio per questo motivo, stiamo costituendo nuovi gruppi sindacali, sviluppando nuove competenze, nuovi strumenti di marketing e comunicazione; abbiamo inoltre costituito un Centro studi. Abbiamo recentemente attivato nuovi servizi di comunicazione per gli associati e stiamo investendo sulla formazione alle imprese perché crediamo che la crescita, lo sviluppo ma anche la rigenerazione urbana di un territorio non possano prescindere da una rigenerazione culturale. Stiamo investendo per promuovere la cultura a 360 gradi: per questo abbiamo appena costituito il coordinamento Impresa Cultura Parma con l'obiettivo di mettere in rete imprese, professionisti e associazioni che operano, anche non esclusivamente, nei settori della cultura, dello spettacolo, dell'ingresso e della creatività. Stiamo inoltre investendo sulla riapertura dei negozi sfitti attraverso la costituzione di laboratori creativi e salotti di incontri, di idee e confronto per democratizzare la cultura, portarla anche sulla strada attraverso i negozi che rappresentano un importante presidio sociale, motore di connessione e strumento di

Cristina Mazza
Neo direttrice di Ascom.



sviluppo locale. La cultura si lega strettamente anche alle nuove generazioni che rappresentano la nostra priorità, in quanto sono il nostro futuro. Vogliamo far crescere il gruppo Giovani Imprenditori che ha in programma tante iniziative sul territorio anche nell'ottica di Parma capitale europea dei giovani 2027».

Come può convivere l'e-commerce con il negozio di vicinato?

«Credo che possano convivere in un equilibrio che tenga conto sia dell'imprescindibile consapevolezza che per competere in questo mercato le imprese debbano avere anche competenze digitali, sia

della forte importanza del negozio di vicinato come presenza di sicurezza, di servizio e di funzione sociale e turistica all'interno di un territorio. Qualità, professionalità e servizio sono valori che contraddistinguono il negozio di vicinato, caratteristiche uniche che vanno difese perché è interesse di tutti che i negozi vivano. Se muore il commercio muore anche la città o un paese e la nostra missione è mantenere vivi, senza trascinare il tema della innovazione che significa anche l'utilizzo delle nuove tecnologie. Siamo e saremo al fianco delle piccole imprese per assisterele e formarle in questi cambiamenti».

menti dell'era di Internet».

Come contrastare la desertificazione del centro?

«Una recente indagine sulla "Demografia d'impresa nelle città italiane", elaborata da Confcommercio Nazionale, fotografa una situazione di forte difficoltà dei negozi al dettaglio in tutte le città italiane ed in particolar modo in quelle del nord Italia. All'interno delle città sono i centri storici che nel periodo 2012-2024 hanno visto sparire mediamente 1 negozio su 5. Tra i 122 comuni analizzati, Parma si posiziona fra le città che reggono meglio la desertificazione commerciale: negli ultimi 12 anni, infatti, la città ha registrato un calo medio del 20% dei negozi al dettaglio posizionandosi fra le migliori 30 città italiane e fra le prime 6 del nord Italia. I dati mettono in evidenza come il sistema Parma abbia dimostrato di essere più resiliente rispetto alla maggioranza delle altre città italiane e in questo senso ritengo che una parte del merito vada anche all'attività svolta dall'associazione in questi anni che ha investito sull'importanza degli eventi turistici e sul costante sostegno ad iniziative e manifestazioni, in collaborazione con la Amministrazioni comunali che si sono succedute. Non dobbiamo dimenticare che la desertificazione commerciale è un rischio che minaccia anche il nostro centro storico e che deve essere contrastato attraverso progetti di riqualificazione urbana, che garantiscono la vivibilità, la sicurezza e l'attrattività delle nostre città. Bisogna investire nella rigenerazione degli spazi, sostenere le attività esistenti, incentivare aperture e attrarre nuovi imprenditori».

Che progetti avete in chiave futura?

«Intanto lavorare sempre più in un'ottica di gruppo, in quanto questa è la nostra vera forza: essere a fianco delle imprese a 360 gradi per far trovare sotto un unico "tetto" tutto ciò di cui le imprese hanno bisogno con una struttura forte e articolata di 140 dipendenti. Poi crescere come associazionismo. Continueremo a collaborare con le Amministrazioni Pubbliche e i vari stakeholders per lavorare sempre più in rete. Ci concentreremo poi sulle nuove generazioni per cercare di poter garantire quel necessario ricambio generazionale che dia continuità alle nostre imprese e svilupperemo nuove competenze».

Luca Molinari

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è

Una carriera lunga 35 anni all'interno dell'associazione

» «Il mio ingresso in Ascom nel 1990 - racconta Cristina Mazza - coincide con la costituzione dell'Ufficio Affari Generali, che potremmo definire oggi l'equivalente della funzione Public Affairs e Lobbying: vale a dire un'area dedicata alle relazioni istituzionali sugli stakeholders locali, ovvero a quello che il marketing chiama pre-market, cioè il contesto pubblico e sociale in cui un'Associazione si muove per rappresentare e tutelare gli interessi delle imprese asso-

ciate. All'interno degli Affari Generali era ricompresa anche l'area Marketing, Comunicazione, Ufficio Stampa e Organizzazione Eventi e ho potuto contribuire alla costituzione del Centro Studi Ascom, di cui sono diventata responsabile. Ho seguito poi l'Area Formazione come direttrice Iscom passando poi alla vicedirezione prima e alla Direzione Area Organizzativa e Marketing. Ed oggi questa nuova grande sfida».

L.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA GAZZETTA DOVE VUOI, QUANDO VUOI

CON L'ABBONAMENTO DIGITALE PUOI LEGGERE E SFOLGIARE IL TUO QUOTIDIANO SU TABLET E SMARTPHONE ANCHE QUANDO SEI IN VACANZA E ACCEDERE A TUTTI I CONTENUTI DEL SITO

**1 MESE A SOLI
9,99 €
PER 3 MESI**

POI AUTORINNOVO A 15,99 €
E DISDICI QUANDO VUOI

