

Le associazioni**«Così i nostri collaboratori fanno vivere i negozi»****Gian Paolo Laffranchi sul palco del Museo Mille Miglia con Francesca Guzzardi, Pier Giorgio Piccioli e Carlo Massoletti**

«Quella di Bresciaoggi è un'iniziativa molto interessante che evidenzia la professionalità dei commessi bresciani, anzi, dei collaboratori dell'impresa perché mi piace di più chiamare così queste figure fondamentali; la denominazione commesso non rende l'idea delle abilità richieste»; così Pier Giorgio Piccioli, presidente di Confesercenti, presente alla serata insieme a Carlo Massoletti presidente di Confcommercio Brescia e a Francesca Guzzardi, presidente del Consorzio Brescia Centro. Loro, che il mondo del commercio lo vivono da dentro, hanno apprezzato che sia stata creata questa vetrina dedicata al settore: «Molti dipendenti delle aziende - ha aggiunto Piccioli - sono stati motivati a dare il meglio di sé da questa sfida, migliorando ancora di più le proprie capacità, che già di base devono essere alte». Perché il segreto per essere un buon commesso è, svela Piccioli che è anche un veterano di questa professione, «la capacità di ascoltare, di vendere senza esercitare pressioni, facendo sentire il cliente in piena libertà decisionale».

ANCHE FRANCESCA GUZZARDI ha sottolineato

l'inadeguatezza del lessico nel definire queste persone «che sono sì lavoratori, il cui impegno è ben noto anche a noi del Consorzio perché lo siamo stati o lo siamo anche noi. Ma essere un collaboratore di un negozio significa essere anche uno psicologo, rivestendo un ruolo essenziale: senza di loro non siamo nessuno, le nostre aziende non potrebbero vivere. Questa iniziativa ha permesso di portare sotto gli occhi di tutti la forza della nostra realtà».

Carlo Massoletti ha aggiunto un tassello in più: «Questa è la professione del futuro: nessuna tecnologia, ancorché sempre più perfetta, riuscirà mai a sostituire la presenza umana. Quella del commesso è una professione difficilissima e che si è tanto evoluta nel tempo: non basta affatto avere solo un'ottima conoscenza del prodotto che si vende, occorre anche tanta capacità di relazionarsi e di capire la psicologia umana. La differenza con il mercato on line è tutta qui: i commessi si mettono a disposizione delle donne e degli uomini che non sono semplici clienti ma persone da servire al meglio e rendere soddisfatte. L'iniziativa di Bresciaoggi ha messo in evidenza la sensibilità delle commesse e dei commessi di tutto il bresciano». • I.PAN.

