

COMUNICATO STAMPA

TREVISO CAPITALE DELLO SHOPPING: IL TRAILER DI CONFCOMMERCIO TREVISO PER PROMUOVERE I NEGOZI E LA CITTA'

Oggi (7 febbraio) la presentazione del trailer ideato da Ascom-Confcommercio Treviso, sostenuto dalla Camera di Commercio e prodotto da Studio Radici

Scaricabile al link Youtube: <https://bit.ly/TrailerConfcommercio>

Arriva oggi, in anteprima nella sala della sede di Santa Caterina del Museo Salce, il trailer dedicato al commercio cittadino: una carrellata di volti e storie che caratterizzano lo shopping trevigiano e ne mettono in evidenza caratteristiche, identità e prospettive, restituendoci non solo scorci del centro suggestivi e indimenticabili, ma un'impresoria piccola e diffusa che ha saputo resistere alla pandemia, al cambiamento dei tempi ed è parte integrante di una città moderna, innovativa, che salva le tradizioni e coglie le innovazioni, affrancandosi dagli stereotipi che relegano Treviso al solo perimetro "cicheti-osterie-prosecco-radicchio", alzando lo sguardo laddove vanno le nuove tendenze e i nuovi consumi.

L'occasione è fornita dalla produzione di 8 video interviste doppie ideata e promossa da Ascom - Confcommercio Treviso, realizzata con il contributo della Camera di Commercio di Treviso - Belluno e co-prodotta da Studio Radici.

Il corto - della durata di 30 minuti circa - è il frutto di un viaggio nel commercio cittadino, dove l'esperienza di Ascom supportata dall'occhio attento della telecamera, restituiscono una narrazione introspettiva che trasforma le storie dei singoli in un patrimonio cui può attingere la promozione della città. Il corto presentato oggi è il terzo di una mini-serie iniziata tre anni fa con il viaggio nei quartieri periferici di Treviso, poi proseguita tra i paesi della cintura urbana ed ora approdata al centro storico, immerso in un dibattito che racconta spesso di aperture, chiusure, arrivi e cambiamenti, dimenticando a volte il valore intrinseco delle attività commerciali che in esso operano.

16 protagonisti, 16 storie suddivise tra negozi di tradizione e negozi di innovazione, distribuite in varie zone del centro (non solo nel decumano che incrocia il Calmaggiore), per un racconto che passa attraverso i settori merceologici e approda anche al turismo, abbinando sempre la storicità all'innovazione. La carrellata ci racconta di: prodotti e abbigliamento per l'infanzia (BioeBimbo e Paradiso dei bambini), home e cucina (articoli per cucina di Daniela Prior e utensili di Colella Mafalda), dolceria e prelibatezze (il tradizionale Talmone e la recente Noberasco), la gastronomia (quella storica di Danesin e quella nuova de La Vetrina del Gusto), le librerie (la Canova e il Comix League), green e fiorerie (Sementi rossi e Ivy Flower Design), il fashion (antica boutique Berto's e recente Mooni), per concludere con il turismo: le Agenzie Fuoriclasse e Baldoin viaggi, che hanno saputo resistere alla pandemia ideando i nuovi turismi, legati alla valorizzazione di giacimenti e risorse naturali.

Ne esce un quadro ricco, variegato, pieno di emozioni e sentimenti, da cui traspare come lo spazio fisico, il negozio tradizionale, la bottega che si affaccia sulla piazza o sulla via, diventano parti vive e fondanti di una città attraente, che rappresenta a pieno i valori della città media, non solo a "misura d'uomo", appellativo che Treviso si è guadagnata nel tempo aggiudicandosi un posto nella letteratura, ma dotata di sguardi alti, europei, moderni, innovativi, in grado di attrarre nuovi turisti e nuovi consumatori.

"La Camera di Commercio di Treviso - Belluno- conclude il Presidente Mario Pozza – ha sostenuto anche quest'anno questo progetto, che promuove le PMI del commercio e del turismo attraverso l'uso di nuovi linguaggi. Restituiamo centralità e valore alle imprese del nostro territorio, comunicandone i valori e le potenzialità. Credo che il corto possa contribuire ad aumentare la consapevolezza, in tutti, dell'importanza del commercio di prossimità, capace non solo di erogare servizi e prodotti essenziali, ma di arricchire la vita

dei cittadini, di regalare emozioni e di promuoverci correttamente verso nuovi segmenti di pubblico. Il centro storico, ritratto con i suoi scorci, assume una dimensione suggestiva inedita che diventa promozione turistica.”

“Anche nel pieno della pandemia ”- afferma il Presidente di Ascom-Confcommercio Treviso Federico Capraro- “possiamo dire che la forza dei corsi e dei ricorsi storici ci restituisce un commercio protagonista di una nuova stagione, di una Treviso che cambia, cresce, si innova e fa delle proprie tradizioni uno scrigno. E’ una Treviso che vive e che vuole vivere ed essere vissuta: dai suoi cittadini, dai consumatori e dai turisti. Siamo stati i primi, in tempi non sospetti, a promuovere il tema della vocazione di Treviso tutta da vivere ed assaporare. In queste storie troviamo: sperimentazione, capacità di ibridare, passione e competenza, rapporti, relazioni ed emozioni, specchio della forza propulsiva e vitale di ognuna di queste attività.”

Per il Direttore di Ascom-Confcommercio Treviso Vincenzo Monaco - il corto – afferma: “è motivo di grande soddisfazione. Grazie alla sinergia dell’ufficio della Comunicazione e dell’area Associativa- Delegazione di Treviso, abbiamo elaborato un progetto moderno, che restituisce nel linguaggio attuale l’anima associativa nel territorio. Questo in coerenza con le attività dell’ufficio formazione che sta fortemente portando avanti anche per gli associati stessi, lo storytelling. Infatti, oggi queste storie, questi protagonisti, diventano “ambasciatori”, i veri brand ambassador della città e della associazione. Il corto è un prodotto di qualità che verrà veicolato, con una campagna digitale organizzata, su tutti i canali di Confcommercio e di Camera di Commercio, con l’obiettivo di renderlo virale, per una promozione a tutto tondo che rilancia la città, la sua economia, il territorio circostante. I nostri soci sono i migliori testimoni e parlano non solo a noi, ma al mondo intero. Oggi proiettiamo Treviso ma è nostra intenzione proseguire su tutte le città del mandamento: Mogliano, Montebelluna, Conegliano. Lo storytelling assume, in questo progetto, tutta la sua importanza di nuovo linguaggio: diventa un “fare” che promuove, coinvolge, valorizza e porta tutti a riflettere.”

Ecco in sintesi i protagonisti:

TALMONE di Vito Miscioscia (Via XX Settembre, 9, 31100 Treviso TV)

NOBERASCO 1908 di Manuela Bulighin (Via Sant'Agostino, 8/10, 31100 Treviso TV)

GASTRONOMIA DANESIN di Andrea Danesin (Corso del Popolo, 28, 31100 Treviso TV)

LA VETRINA DEL GUSTO di Alberto Chiorboli (Via Canoniche, 6/a, 31100 Treviso TV)

SEMENTI ROSSI di Fabio Rossi (Via Alessandro Manzoni, 42, 31100 Treviso TV)

IVY FLOWER DESIGN di Ivana Arsic (Via Palestro, 19, 31100 Treviso TV)

GDP PRIOR di Daniela Prior (Via Palestro, 12, 31100 Treviso TV)

RUMORI IN CUCINA - COLELLA MAFALDA di Giorgia Salussoglia (P.za del Quartiere Latino, 11, 31100 Treviso TV)

LE LIBRERIE SRL - LIBRERIA CANOVA di Franco Casonato (Piazzetta Lombardi, 1 - 31100 Treviso (TV))

COMIX LEAGUE di Martina Serena (Via Daniele Manin, 22, 31100 Treviso TV)

FUORICLASSE VIAGGI di Dalla Cia Gladys (Piazza Santa Maria dei Battuti, 26, 31100 Treviso TV)

BALDOIN VIAGGI di Alessandra Baldoin (Via Canizzano 157 31100 Treviso TV)

BERTO'S di Roberto Berto (Corso del Popolo, 13, 31100 Treviso TV)

MOONI BOUTIQUE di Martina Dalla Longa (Via Martiri della Libertà, 20 31100 Treviso TV)

IL PARADISO DEI BAMBINI di Stefano Pinton (Via Daniele Manin, 32, 31100 Treviso TV)

BIOEBIMBO di Carlotta Cagnin (Via Inferiore, 15, 31100 Treviso TV)