

Un grande romanziere anticipò l'attuale realtà della grande distribuzione.

Eugenio Caruso

È opportuno considerare che il marketing sta sviluppando tecniche innovative per la grande distribuzione, dove i bisogni dei clienti si presentano in modo multiforme, con valenze di natura psicologica, sociale e culturale molto variegata.

La società Ikea, per prima, ha voluto identificare il punto vendita come un luogo di ritrovo e di soddisfazione del desiderio di "vivere meglio".

Sull'esempio della società svedese tutta la grande distribuzione sta considerando le proprie aree di vendita come grandi laboratori, dove sperimentare, sia modelli e approcci di comunicazione innovativi, sia spazi nei quali i clienti possano aggirarsi, non solo per fare acquisti, ma anche per soddisfare bisogni sempre più immateriali. Ciò allo scopo di caricare di forti significati emotivi l'atto dell'acquisto e fidelizzare il cliente.

Io sono solito affermare che, oggi, molte persone ai due passi nella piazza del paese hanno sostituito i due passi al Centro commerciale.

Nel 1883, quando il grande scrittore francese Emile Zola pubblicò *Il paradiso delle signore*, nascevano i primi grandi magazzini che iniziarono ad affermarsi con la vendita di prodotti per le donne come stoffe, ombrellini, guanti, pellicce, scialli, vestiti, biancheria intima.

Nel romanzo, Zola, prevede, con la consueta perspicacia psicologica, il successo del grande magazzino, la scomparsa del piccolo negoziante e la trasformazione del semplice "negoziante" in un luogo di incontro e di socializzazione.

È interessante rileggere alcuni brani del romanzo per capire come un artista, spesso, sia in grado di anticipare il futuro.

Una giovane commessa di provincia si trova per la prima volta, a Parigi, davanti ad un grande magazzino *Il Paradiso delle signore* e osserva.

«... Non erano più le vetrine fredde della mattina; ora sembravano riscaldate e rese vibranti dalla trepidazione interna. C'era gente a guardarle; alcune donne stavano ferme a ridosso dei cristalli; era una folla sospinta dal desiderio. Le stoffe parevano prendere vita da questa passione che partiva dai marciapiedi. Ma il fervore che riscaldava il magazzino, come fosse un'officina, proveniva soprattutto dalla vendita, dal pigia pigia lungo i balconi, che si percepiva attraverso i muri. C'era il rombo della macchina in moto, che portava dentro i clienti, li ammassava nei vari reparti, li stordiva con mille mercanzie, per poi gettarli alle casse. Tutto questo regolato e organizzato con la precisione di un meccanismo: una folla di donne spinta dalla forza e dalla logica di un ingranaggio».

Un commerciante, zio della commessa succitata, che sta a poco a poco perdendo la sua clientela, esplose in un'arringa biliosa contro il grande magazzino sorto di fronte al suo negozio e contro Mouret il proprietario.

«... Ma guardiamo bene la cosa, tu che sei del mestiere, dimmi se ha senso che un magazzino si metta a vendere ogni genere di merce. Ecco quello di cui si lamenta il quartiere; i piccoli commercianti incominciano a risentirne terribilmente. Questo Mouret li manda in rovina. Guarda i Bedoré, cappellai in rue Gaillon, hanno già perso metà della clientela. Nel negozio di biancheria Tatin, in galleria Choiseul, lottano con Mouret a chi vende a più buon mercato. L'effetto di questo flagello, di questa peste, si fa sentire fino in rue Neuve des Petits Champs, ove i fratelli Vanpouille, pellicciai, non riescono a reggere il colpo. Non è mostruoso? Ha osato aprire anche un reparto solo per i guanti. Ieri ho visto Quinette, sulla soglia del suo negozio di guanti, con un'aria così triste che non ho osato chiedergli come andassero gli affari. E gli ombrelli? Questo è il colmo. Bourras è convinto che Mouret voglia solo la sua rovina».

Mouret cerca di convincere il proprio socio del vantaggio di mettere in vendita una stoffa, *Parigi-Paradiso* ad un prezzo inferiore al costo.

«... Perderemo qualche centesimo su questo articolo, lo vedo bene. E poi? Alla buon'ora, se noi attiriamo le donne e le teniamo alla nostra mercé, sedotte, strette nella folla davanti allo straboccare delle nostre mercanzie, vuoteranno il loro portafoglio senza fare più conti! Tutto, caro mio, sta nell'abbaccinarle, e per far ciò occorre un articolo che le lusinghi, che faccia epoca.

Dopodiché, voi potete vendere gli altri articoli allo stesso prezzo degli altri negozianti, ma loro crederanno di pagarlo a più buon mercato. Per esempio, la nostra Pelle d'oro, quel taffetà a sette franchi e cinquanta, che si vende dappertutto allo stesso prezzo, sembrerà esso stesso un'occasione straordinaria, e basterà a compensare la perdita della Parigi-Paradiso. ... Sentirete il furioso lamento dei nostri concorrenti. Il piccolo commercio ci lascerà ancora le penne. Che vadano alla malora, tutti questi commerciantucoli che crepano di reumatismi, nelle loro cantine! ».

Mouret e le donne.

«... Mouret aveva la singolare passione di assoggettare la donna: la voleva regina, ma nel suo magazzino. Così, volendo evitare alle signore la fatica delle scale, aveva fatto installare due ascensori, di velluto imbottito. Poi aveva pensato di aprire un buffet, dove si servissero gratuitamente sciropi e biscotti, una sala di lettura, una galleria nella quale arrischiava perfino un'esposizione di quadri. Ma la sua idea più acuta era quella di conquistare la madre con il figlio; non perdeva nessuna leva, speculava su tutti i sentimenti, creava reparti per bambini e giovanette e fermava le mamme al varco, offrendo ai piccoli figurine e palloncini. Un'idea geniale quel premio dei palloncini rossi che portavano scritto a grosse lettere il nome del magazzino».

Dopo il turbinoso avvio dei primi anni, risolti i problemi finanziari e sconfitti definitivamente i piccoli negozianti, al **Paradiso delle signore** si incomincia a capire che trattare gli impiegati come carne da macello da licenziare alla minima riduzione del fatturato o ai primi sintomi di decadenza fisica non conviene. Inoltre quella vita da cane bastonato rendeva cattive anche le persone ben disposte, con effetti deleteri sull'efficienza complessiva.

«...La sorte dei commessi migliorò a poco a poco; si sostituì al licenziamento in massa, un periodo di ferie nei periodi di stagione morta, si arrivò a creare una cassa di mutuo soccorso, che metteva gli impiegati al riparo dai periodi di inattività forzata e assicurava una pensione. ... In seguito, per occupare gli intervalli di riposo, si installò una sala da gioco per i commessi, con due biliardi, tavoli di trictrac e scacchi. Ci furono dei corsi serali, nello stesso edificio, corsi di inglese e di tedesco, di grammatica, di geografia; si arrivò perfino a dare lezioni di equitazione e di scherma. Fu creata una biblioteca con diecimila volumi messi a disposizione degli impiegati. Si aggiunse anche un medico fisso che dava consulti gratuiti, bagni, bar un parrucchiere».

Dopo aver incorporato una serie di edifici limitrofi ed aver rivoluzionato l'architettura con soluzioni d'avanguardia **Il Paradiso delle Signore**, si prepara alla grande riapertura, all'apoteosi.

*«... Fra la rue de la Michodière e la rue de Choiseul, c'era come una sommossa, una folla tutta pigiata, richiamata da un mese di pubblicità, con gli occhi levati e la bocca aperta davanti alla monumentale facciata de **Il Paradiso delle Signore**, la cui inaugurazione doveva avvenire quel lunedì. Verso le due, un picchetto d'onore dovette far circolare la folla e badare alle vetture in sosta. Il palazzo era costruito come fosse il tempio della follia scialacquatrice della moda. Dominava; con la sua ombra copriva l'intero quartiere. Un immenso cartellone giallo annunciava, a lettere cubitali, la grande vendita. Nessun magazzino, sinora, aveva scosso la città con un tal fracasso pubblicitario. Ogni anno si spendevano in cartelli, annunci, richiami di ogni specie, circa seicentomila franchi. Oramai questa facciata, davanti alla quale si restava incantati, era diventata essa stessa una réclame vivente, col suo lusso variopinto e dorato di gran bazar, con le sue vetrine enormi in grado di accogliere l'intero poema dell'abbigliamento femminile. ... Mouret si fermò in alto, accanto alla scala centrale per guardare il suo popolo di donne. Era lui che le possedeva in questo modo, che le teneva alla sua mercé, col suo continuo strabordare di merci, con gli sconti e i resi, con la pubblicità. Aveva conquistato anche le mamme, regnava su tutte come un despota, il cui capriccio rovinava le economie familiari. La sua creatura portava una nuova religione, le chiese e la fede vacillante nelle anime ormai vuote erano rimpiazzate dal suo bazar. La donna veniva a trascorrere da lui le ore vuote, le ore frementi e inquiete che un tempo viveva nel fondo di una cappella».*

Ho voluto riprendere questi brevi spezzoni del romanzo di Emile Zola perché ritengo necessario perseguire l'obiettivo del sito **Impresa Oggi**: coniugare, cioè, business e cultura.

25 settembre 2007