

ANNA CUGNO Sociologa dei consumi **all'Università di Torino**

“Ci sono segnali di rinascimento sociale Chi apre lo fa anche per il gusto della sfida”

L'INTERVISTA

Gli imprenditori non sono necessariamente soggetti razionali, che quindi decidono di aprire o chiudere solo in base a costi e benefici, ma amano la scommessa, sono visionari. La qualità di un imprenditore si riconosce nel momento della crisi, più che nel momento in cui l'economia è crescente». Anna Cugno

sociologa dei consumi alla scuola di management ed economia **dell'Università di Torino**, sta studiando ciò che accade al commercio torinese dopo la fase del lockdown.

Ci sono anche altre ragioni

che giustificano queste nuove aperture?

«Le attività complesse come l'apertura di un ristorante sono investimenti che per maturare necessitano di tempi tecnici. Quindi non si inventano in pochi mesi. Probabilmente era-

no progetti che sono nati ben prima della pandemia. Un economista consiglierebbe di investire solo se ci sono margini sufficienti, mentre per la mia disciplina questa è solo una condizione a cui si aggiunge il gusto della sfida, la volontà di dimostrare le proprie capacità, il riconoscimento sociale e altri aspetti che sono fattori catalizzanti dello spirito. Il settore ludico ricreativo e dei servizi, comunque, sembra andare verso una progressiva saturazione».

Quindi il lockdown potrebbe aver acuito l'idea di voler mettersi in gioco?

«Certo. A molte persone piacerebbe fare qualcosa, creare posti di lavoro, dare una speranza. E questo potrebbe aver influenzato. Alcuni studi internazionali cominciano a riflettere sull'esigenza e a riconoscere dei timidi segnali di rinascimento sociale, ovvero di una voglia di uscire da questa situazione. Un'effervescenza che non è ancora tradotta in pratica ma che potrebbe maturare».

I segnali però sono contraddittori. C'è anche tanta sfiducia.

«In particolare le imprese di medio piccola dimensione sono state spiazzate e sembrano non avere idee per uscire

dall'impasse. Dall'altro lato nuovi imprenditori potrebbero accettare la sfida immaginando business model innovativi. È più facile immaginare ex novo che cambiare l'esistente».

Crede che i comuni dovrebbero mettere un tetto per evitare la saturazione dei luoghi dedicati alla ristorazione nei centri storici?

«È una domanda difficile. All'interno di un settore bisogna trovare il giusto bilanciamento tra gli orientamenti di massima che creino le condizioni abilitanti per una sana imprenditorialità e invece la libertà di iniziativa e il giusto grado di competizione, altrimenti rischiamo di creare dei settori bloccati che non hanno le condizioni per una sopravvivenza profittevole». **CLA.LUI.** —



ANNA CUGNO
SOCIOLOGA DEI CONSUMI
ALL'UNIVERSITÀ DI TORINO



Per gli imprenditori medio piccoli a volte è più facile immaginare ex novo che cambiare l'esistente

