



VIDEO | "Compra locale" arriva anche a Roma la campagna di sensibilizzazione creata da "Eroi normali"

Parte dal mercato di Testaccio la campagna nazionale "Think Local", nata per sostenere il commercio di prossimità con acquisti consapevoli



Veronica Altinari
17 DICEMBRE 2020 13:09

2

Commenti



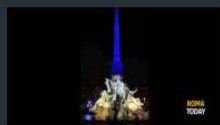
“Non si tratta solo di aiutare i commercianti locali, ma anche noi stessi, perché una città con le serrande abbassate è una città buia”. Con queste parole **Massimiliano Molese**, ideatore della campagna nazionale di “Think local” di “Eroi normali” vuole spiegare il senso di questa iniziativa.

Non un dito puntando conto l'e-commerce, ma la volontà di rendere più consapevoli i compratori di quelli che hanno sotto casa. Quel commerciante che ci conosce da anni, il momento di confronto e una battuta. Cose che, senza dubbio, si possono trovare nello **mercato di Testaccio**, da dove è partita la campagna nella città di Roma, con l'adesione di oltre 100 banchisti.

Che si deve fare? Scattare una foto con il commerciante di fiducia al momento dell'acquisto, inviarla ad info@eroinormali.org, per poi pubblicata sui canali social di "Think local - Eroi Normali" con il logo dell'iniziativa. Così da rendere più visibile il negoziante e provare così ad incentivare l'acquisto da altri acquirenti. Un modo diverso per fare rete.

Argomenti: **commercio**

Video popolari



Non solo Spelacchio: il Campidoglio illumina piazza Navona per il Natale 2020



VIDEO | "Compra locale" arriva anche a Roma la campagna di sensibilizzazione creata da "Eroi normali"

Parte dal mercato di Testaccio la campagna nazionale "Think Local", nata per sostenere il commercio di prossimità con acquisti consapevoli

“Non si tratta solo di aiutare i commercianti locali, ma anche noi stessi, perché una città con le serrande abbassate è una città buia”. Con queste parole Massimiliano Molese, ideatore della campagna nazionale di "Think local" di "Eroi normali" vuole spiegare il senso di questa iniziativa.

Non un dito puntando conto l'e-commerce, ma la volontà di rendere più consapevoli i compratori di quelli che hanno sotto casa.

Quel commerciante che ci conosce da anni, il momento di confronto e una battuta. Cose che, senza dubbio, si possono trovare nello mercato di Testaccio, da dove è partita la campagna nella città di Roma, con l'adesione di oltre 100 banchisti.

Che si deve fare? Scattare una foto con il commerciante di fiducia al momento dell'acquisto, inviarla ad info@eroinormali.org, per poi pubblicata sui canali social di "Think local - Eroi Normai" con il logo dell'iniziativa. Così da rendere più visibile il negoziante e provare così ad incentivare l'acquisto da altri acquirenti. Un modo diverso per fare rete.