

I FATTI DEL GIORNO

In Basilicata sono 141 le imprese censite nel settore on line. L'analisi della Confcommercio di Potenza

E-commerce, in 5 anni una crescita di quasi il 100%: la sfida dei negozi per sopravvivere

Anche un buon 11% degli over 65 fa acquisti via clic

POTENZA- Con 141 imprese del settore commercio on line censite in Basilicata (91 in provincia di Potenza e 50 in quella di Matera) di cui 14 portali web dedicati (10 a Potenza e 4 a Matera), secondo i dati del Centro Studi Confcommercio su rielaborazione regionale del Rapporto 2017 sull'e-commerce della Camera di commercio di Milano, il negozio nell'era di Internet richiede una riposizione di mercato. A sostenerlo è Confcommercio Imprese Italia Potenza sottolineando che in Basilicata la crescita di iniziative imprenditoriali nel giro di un anno è stata dell'8,5% e nel giro di cinque (2017-2012) di ben il 95,8%.

L'e-commerce in Italia - sottolinea la nota - vale attualmente poco meno di 24 miliardi di euro contro i circa 3 miliardi del 2005, con crescite medie annue a due cifre negli ultimi 12 anni e di oltre il 50% nei quattro anni scorsi. Non sorprende allora che il 6% delle vendite avvenga ormai online, con punte del 31% nel turismo. Ma anche nel-

l'abbigliamento, che necessita più di altri di un contatto fisico con la merce, la tendenza è la stessa, mentre nell'alimentare l'online è ancora marginale per difficoltà logistiche. Il maggior numero di acquirenti si trova nella fascia di età tra i 35 e i 44 anni; il fenomeno è ormai pervasivo, visto che anche un buon 11% degli over 65 non si priva di fare acquisti con un clic su Internet.

Cosa può fare allora un negozio fisico per restare un punto di riferimento dello shopping? Tre le strade da percorrere contemporaneamente indicate da Confcommercio: imparare a misurare la performance, sviluppare una strategia offline, sviluppare una strategia online. Tutte hanno in comune la necessità di non poter prescindere dal personale: servono addetti appassionati e con competenza del prodotto, capaci di coinvolgere i clienti nella personalizzazione, o addirittura co-creazione del prodotto stesso.

“Insieme alla promozione, allo sviluppo e alla diffusione della cultura dell'innovazione per Confcommercio è fondamentale - è il commento del presidente di Con-

fcommercio Imprese Italia Potenza Fausto De Mare - sostenere ed accompagnare le imprese in un percorso concreto di crescita sia in termini di competitività che di business. Internet è una rivoluzione inarrestabile. Restare fuori non è più un'opzione possibile per nessun tipo di attività commerciale, men che meno per un piccolo negozio. Specie per l'alimentare lucano di qualità o di nicchia - continua De Mare - si aprono prospettive importanti che alcune imprese hanno mostrato di saper cogliere per far arrivare il pecorino di Moliterno, il caciocavallo o l'aglianico in Australia. Questo non significa necessariamente vendere online, almeno non subito, ma significa essere presenti e giocare la propria partita anche sul web, seguendo regole e consuetudini proprie del nuovo mezzo. I piccoli negozi indipendenti, spesso in posizioni defilate rispetto alle principali vie dello shopping - continua De Mare - hanno dunque oggi a disposizione strumenti che vanno oltre il volantaggio; per quanto alcune forme tradizionali di promozione rimangono efficaci, oggi, nell'era digitale, il negozio ha la possibilità di un posto in prima fila in una enorme piazza, quella del web, da cui



passano quasi tutti i consumatori. Il negozio, attraverso una corretta presenza digitale, può, anzi deve, disporre di una “ulteriore vetrina” per intercettare i clienti, raccontare le proprie specificità, costruire una relazione, stimolare la visita al negozio fisico, promuovere iniziative e, laddove opportuno, concludere la vendita online”.

