



COMUNICATO STAMPA

TREVISONOW: ECCO COME SI STANNO DIGITALIZZANDO I PICCOLI NEGOZI

Intervista al Direttore Vincenzo Monaco: abbiamo avviato un processo di digitalizzazione del piccolo commercio, stiamo organizzando corsi con il “coaching individuale”

“L’Amazon trevigiano” ha già raccolto 100 negozianti, ora divenuti smart e non richiede aree di logistica dedicate. In programma anche il delivery

Passare da piccolo commerciante tradizionale a imprenditore digitale non è una bazzecola. Ma TrevisoNow, la piattaforma di e-commerce locale targata Confcommercio Treviso presentata nel primo lockdown e varata nel corso dell’estate, a 6 mesi data dall’inizio delle adesioni, ha già creato una rete virtuale di circa 100 negozianti aderenti, di vari generi merceologici, alcuni dei quali ancora in formazione. E conferma alcune previsioni.

“La prima: l’affaccio dei “piccoli” nel grande mondo delle vendite on line sconta” - spiega il Direttore Vincenzo Monaco - “il ritardo culturale di parte del commercio tradizionale del territorio. La pandemia ha accelerato questo processo ma fa i conti con la scarsa predisposizione delle microimprese al digitale che stiamo alfabetizzando con corsi mirati e altamente customizzati per accompagnarle verso questa rivoluzione che - pur essendo minima - non è scontata, perché richiede tempo, conoscenza di alcune tecniche e dimestichezza informatica, elementi che non tutti i commercianti, soprattutto in questo periodo, hanno. La seconda, per i piccoli commercianti, l’e-commerce rappresenta una fetta nettamente marginale del proprio fatturato (tra il 5% e il 10%) e resta un canale integrativo rispetto al negozio fisico, e questo era infatti l’intento iniziale. La piattaforma viene infatti utilizzata soprattutto per “occasioni” e regalistica, periodi particolari dell’anno come il Natale, S. Valentino o Carnevale, non tanto per le urgenze della spesa alimentare quotidiana o settimanale che hanno trovato risposta immediate nei negozi sottocasa o nella Grande Distribuzione, ma garantisce visibilità anche fuori provincia o Regione. La campagna di Natale, sostenuta anche dalla Camera di Commercio, “a Natale scegli locale e compra sottocasa” ha funzionato. A Carnevale, le frittelle trevigiane sono state inaspettatamente vendute in Germania. Lo scontrino medio si aggira sui 30-35 euro.

Una lettura più approfondita del primo monitoraggio periodico ci conferma che: su 100 negozianti indipendenti (non appartenenti a catene o franchising) circa 80 appartengono a paesi e centri urbani periferici, solo 20 sono del capoluogo, a testimonianza del fatto che nei territori più delocalizzati è molto utile poter contare su un sistema di consegne comodo e non oneroso. Il raggio medio delle consegne è di 15 km, perfettamente in linea con le attese, consente l’allargamento della clientela “sottocasa”. Gettonata l’idea del punto di ritiro, una delle caratteristiche fondanti della piattaforma. Attualmente- nonostante le restrizioni e le chiusure dei pubblici esercizi- TrevisoNow offre la possibilità di scegliere il ritiro in 80 punti di ritiro, suddivisi in 48 Comuni diversi. Di questi il 37% sono bar, il restante sono negozi di varie merceologie.

Tra i consumatori, il 55% sceglie il punto di ritiro, il 25% la consegna a domicilio e il 17% chiede la consegna fuori provincia. Quanto ai metodi di pagamento, che sono il punto di forza della piattaforma, il 50% sceglie Pay Pal, il 31% la carta di credito, il 10% bonifico e solo l'8% il pagamento in contrassegno. Sono allo studio nuove declinazioni della piattaforma, per il delivery e per la formazione digitale, due dimensioni che la pandemia ci ha lasciato e che resteranno.

In conclusione- conferma Monaco- il “nostro e-commerce” è un’ottima opportunità che propone un approccio soft al digitale, altamente inclusiva perché è riservata e gratuita per i nostri soci, contribuisce concretamente all’evoluzione digitale del territorio che, pur confrontandosi con i colossi del digitale , mantiene forte l’identità autonoma del negozio. Col vantaggio indiscutibile di contribuire all’economia locale, perché rimette in circolo le risorse spese dai consumatori.”