

Il lockdown aumenta le vendite online, ma quali opportunità per gli artigiani?

Pubblicato: Mercoledì 2 Dicembre 2020



Il lockdown ha generato un'impennata degli acquisti online. Molti italiani che fino a quel momento non si erano mai approcciati al mondo dell'e-commerce hanno cercato il loro prodotto online, lo hanno selezionato e dopo due rapidi click hanno effettuato la loro prima transazione.

L'Osservatorio e-commerce b2b del Politecnico di Milano ha stimato intorno ai **31,6 miliardi di euro** il valore complessivo del **mercato delle vendite online** nel 2020 in Italia. Un dato che riguarda solamente le vendite dalle aziende ai consumatori, e che non prende in considerazione il commercio online tra le imprese.

Lo sviluppo dell'e-commerce è un treno in corsa capace di offrire buone opportunità a chi saprà prenderlo al volo, ma allo stesso tempo rischia di travolgere le imprese che non saranno in grado di adattarsi. È infatti improbabile in quest'ambito un ritorno agli scenari del periodo pre-Covid.

«**La digitalizzazione dei comportamenti delle aziende e dei consumatori** – ha commentato così **Angelo Bongio**, *innovation manager* di Confartigianato Artser, durante la diretta organizzata da Confartigianato Varese mercoledì 2 dicembre – **ha avuto una diffusione mai vista.** I dati raccontano che durante i mesi del *lockdown* un gran numero di persone ha acquistato online per la prima volta. Siamo in ritardo rispetto agli altri paesi, ma il 2020 per l'Italia sarà l'anno in cui è avvenuto il balzo. Anche se gli acquisti si sono spostati online, tra gli italiani esiste ancora la tendenza di comprare da

attività vicine a livello territoriale».

È in questo contesto che si inserisce **“Botteghe artigiane”**: il progetto ideato da **Confartigianato Artser**, in collaborazione con **Betsoft srl**. Un’iniziativa che permette alle imprese – anche quelle più tradizionali – a essere subito presenti sul web, ottenere consulenze, formazione e approcciarsi al mercato online in modo sicuro.

«**Durante il primo lockdown** – ha raccontato **Elena Ambrosoli**, *chief manager* Confartigianato Artser – **abbiamo aiutato le aziende ad approcciare l’online e l’e-commerce**. Soprattutto quelle botteghe artigiane che non avevano neppure un sito. L’idea alla base era però quella di continuare su questa strada anche una volta che l’emergenza fosse passata. Col nostro progetto siamo stati accanto alle aziende per offrire supporto e formazione per cogliere le opportunità che l’e-commerce può offrire».

«Le piattaforme online a disposizione degli artigiani – ha spiegato **Cristian Cassina**, *chief executive officer* di Betsoft Srl – sono tantissime. **Quello che però fa la differenza è la semplicità dell’esperienza d’acquisto**. Per questo abbiamo voluto strutturare Botteghe artigiane in modo da rendere l’acquisto più semplice possibile».

«**Le soluzioni da adottare** – ha poi aggiunto di nuovo Angelo Bongio – **devono essere cucite su misura per le aziende**. Bisogna pensare a quali siano gli strumenti e le modalità con cui approcciarsi all’e-commerce più coerenti al proprio modello di business. Non tutte le soluzioni vanno bene per tutti. Non bisogna poi dimenticarsi che l’e-commerce è un modo per mettersi in contatto coi propri clienti, ed è quindi importante che l’imprenditore si metta nei panni dei propri clienti per conoscere la loro esperienza d’acquisto e capire come migliorarla».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it