

ECONERRE - Il commercio al centro



E-commerce e social media strumenti sempre più importanti per incrementare le vendite come si sarebbe analizzato nell'evento il commercio al centro. L'evento del 25 febbraio è stato sospeso per l'Ordinanza della Regione Emilia-Romagna che vieta fino al primo marzo le manifestazioni ed eventi e di ogni forma di aggregazione in luogo pubblico o privato.

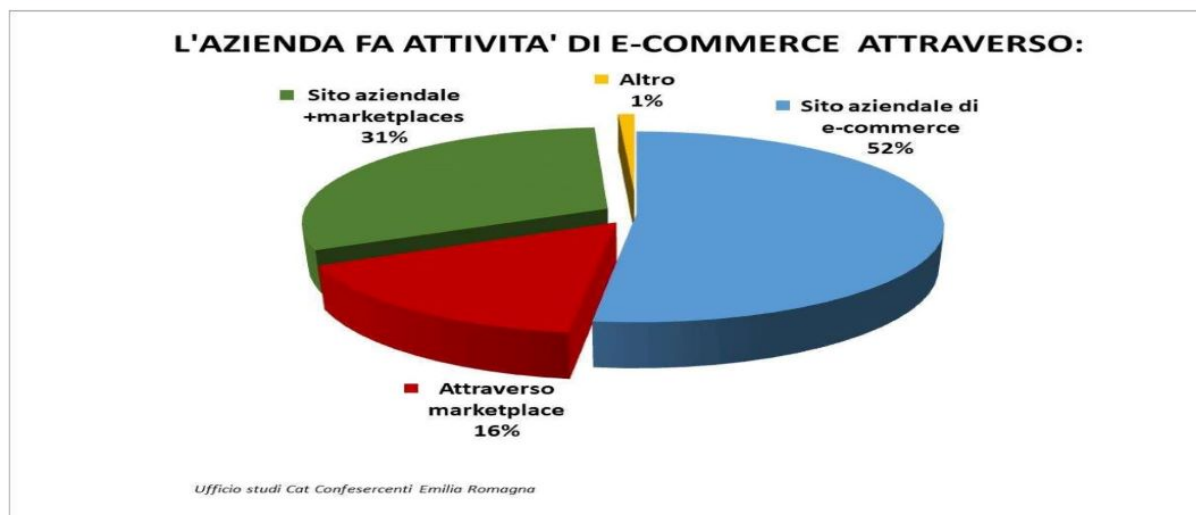
La V^a edizione de **Il commercio al centro "Innovare i negozi per portare più traffico e accrescere le vendite"**, che era in programma **martedì 25 febbraio** a I Portici hotel (via dell'Indipendenza 69, Bologna) è stata **sospesa per l'Ordinanza della Regione Emilia-Romagna che vieta fino al primo marzo le manifestazioni ed eventi e di ogni forma di aggregazione in luogo pubblico o privato come misura preventiva per contrastare la diffusione del Coronavirus.**

A illustrare i dettagli dell'evento il direttore di Confesercenti E.R., **Marco Pasi**, il direttore di Confesercenti Bologna, **Loreno Rossi** e il coordinatore dell'area e-commerce dell'associazione, **Paolo Benasciutti**.

L'iniziativa, promossa da **Confesercenti Emilia Romagna e Bologna**, fa parte del programma di lavoro del *Digital Innovation Hub Confesercenti* (la rete degli sportelli a supporto dell'innovazione nelle piccole e medie imprese del commercio). Diversi i temi: dal migliorare l'esperienza sul punto vendita per soddisfare le aspettative dei consumatori "connessi", a come gestire la logistica e le spedizioni o a come monitorare i clienti nel punto vendita e analizzare e gestire le recensioni online.

La presentazione è stata l'occasione utile per diffondere

I dati dell'e-commerce in regione



La conferenza stampa è stata inoltre l'occasione per presentare un'indagine condotta dall'Ufficio Studi Confesercenti E.R. su un campione di negozi della regione che utilizzano l'e-commerce.

Dall'indagine è emerso che il 52% delle imprese gestisce l'e-commerce solamente attraverso il proprio sito internet, mentre il 31% lo fa anche sui marketplace. Il 16% dichiara, invece, di utilizzare esclusivamente i marketplace, in particolare *Ebay* e *Amazon*.

Più della metà degli intervistati fa e-commerce da più di cinque anni (53%) e quasi la totalità (93%) è presente sui *social media* con la propria attività. *Facebook*, in primo luogo, e *Instagram* sono i social più utilizzati (rispettivamente dal 91% il primo e dal 45% delle aziende il secondo).

L'88% promuove l'attività sul web, attraverso i *social media* (66%) e campagne *adword* e *pay per click* (49%).

I maggiori benefici dalla presenza sul web sono rappresentati dall'aumento del fatturato (55% delle imprese), miglioramento dell'immagine aziendale (40%), aumento della clientela (37%). Un quarto del campione riconosce al web il pregio di contribuire a fidelizzare la clientela.

I dati positivi che emergono dall'indagine, sono confermati dall'aumento del numero delle imprese del commercio al dettaglio che hanno avviato anche un'attività di e-commerce come attività secondaria: dalle 2.581 imprese del 2010, infatti, si è passati alle 4.569 nel 2019, con un aumento nel periodo del 77%.

Dati e-commerce positivi, ma non diminuisce il calo dei negozi

Questi dati non attenuano la contrazione del numero delle imprese nel settore del commercio al dettaglio che registrano un calo di 1.163 negozi nel 2019 (-2,6% di variazione percentuale rispetto al 2018) passando da 44.757 imprese attive a 43.594. Nel 2010, le imprese attive erano 48.406.

Per questi motivi, a giudizio di Confesercenti, sono indispensabili incentivi e politiche attive, specifiche per i negozi che popolano e tengono vive le città e i borghi della regione, sostenerne la digitalizzazione e l'innovazione.

*“E’ sempre più evidente- spiega **Paolo Benasciutti**, imprenditore ferrarese e coordinatore dell’area e-commerce di Confesercenti - che coniugare il punto vendita con un’attività e-commerce risulta la formula vincente per reagire ad una costante diminuzione delle attività commerciali e che i nostri imprenditori sono sempre più interessati alle opportunità che la rete consente.”*

Per **Loreno Rossi**, direttore di Confesercenti Bologna: *“iniziative come Commercio al Centro sono fondamentali per fornire ai nostri associati gli strumenti utili per conoscere approfonditamente uno strumento strategico per aumentare il fatturato e promuovere la propria attività, garantendo al contempo con il punto vendita quel rapporto personale di fiducia con i propri clienti”*

ECONERRE

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

Direttore responsabile: Claudio Pasini. Segreteria di redazione c/o Unioncamere

Viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna (BO) - Tel. 051 637 70 26 - Fax. 051 637 70 50 - Email: comunicazione@rer.camcom.it

“Econerre-economia Emilia-Romagna” (Autorizzazione del Tribunale di Bologna n. 6285 del 27 aprile 1994 - Iscrizione ROC - Registro Operatori Comunicazione n. 26898)