

INCREMENTARE L'E-COMMERCE PER SOSTENERE LE ECONOMIE LOCALI E CONTRASTARE LE PIATTAFORME PREDATORIE: IL TEMPO È OGGI

21 Marzo 2020



L'AQUILA – In queste settimane di emergenza dovuta al diffondersi del Covid-19, sono diverse le attività commerciali che hanno deciso di attivare le consegne a domicilio.

Oltre a quelle che effettuavano tale servizio già prima delle misure di contenimento volte a contrastare il contagio, in molti hanno deciso di consegnare nelle case dei cittadini della propria comunità di riferimento. Dai vivai ai fruttivendoli, fino ai negozi di cosmetica e alla ristorazione, si tenta di sopravvivere economicamente a una situazione già oggi drammatica, e che lo sarà ancor di più al termine del periodo di emergenza.

In questi giorni di permanenza forzata tra le mura casalinghe, tuttavia, le attività commerciali italiane, e in particolare quelle in provincia e nelle aree interne – ancora più legate a modalità di lavoro meno tecnologiche e più tradizionali – potrebbero fare di necessità virtù.

Parliamo dell'opportunità di avviare o incrementare il commercio digitale (*e-commerce*), e cioè di "prendersi il web", ossia di scalfire, grazie alle reti sociali territoriali, il dominio del commercio online delle grandi piattaforme multinazionali. Il tempo è oggi.

Forse è anche questo l'obiettivo del **portale** che intende lanciare il Comune dell'Aquila – analogamente a quanto si sta facendo in altre città – in modo da informare la cittadinanza e mettere in rete quanto più possibile le attività che in una fase di forte difficoltà vogliono sopravvivere attraverso la vendita a domicilio.

L'e-commerce, se organizzato in proprio o attraverso reti virtuali "leggere" tra attività e organizzazioni, può essere fondamentale oggi per garantire la sopravvivenza di economie locali, di tipicità, di servizi strettamente legati al territorio, oltre a far risparmiare tempo a chi compra, attraverso l'esistenza dei cataloghi digitali e della conoscenza dettagliata dei prodotti a disposizione.

Lo affermano, anche in tempo di pace, dati incontrovertibili. Solo rimanendo in Abruzzo, per esempio, una parafarmacia in un piccolo paese del frentano ha incrementato sostanzialmente il proprio fatturato da quando, qualche mese fa, ha attivato l'e-commerce sul proprio sito web, ampliando la propria platea di riferimento, svuotando i magazzini e specificando meglio i suoi prodotti.

Certo, l'implementazione dell'attività con l'e-commerce non è un processo indenne, perché richiede inventari precisi, descrizione e foto ai prodotti, insomma una riorganizzazione del proprio lavoro. Ma può portare molti benefici. E quale momento migliore per cominciare, se non quando si è costretti a chiudere?

Immaginate, in questa primavera di quarantena, quanto è difficile scegliere attraverso una telefonata al fioraio della propria città le piante per il giardino, e a quanto sarebbe più efficace e stimolante vedere arrivare a casa fiori e piante scelte attraverso un catalogo digitale. Dopotutto in pochi conoscono precisamente i nomi persino delle piante comuni.

Il discorso è facilmente applicabile anche a molte attività inerenti la ristorazione, come già succede da anni nel settore dell'enologia, e in molti casi anche per quanto riguarda la vendita al dettaglio. Basti pensare che la prima pizzeria a domicilio nata all'Aquila (Pizza Telephon) già nei primi anni Duemila permetteva l'ordine via web attraverso un catalogo digitale.

In questo senso, non stiamo parlando di piattaforme di intermediazione più o meno grandi, ossia di strutture che centralizzano i pagamenti, gli ordini delle attività e dei fornitori, coordinandone la logistica. Non parliamo di Amazon e Wish.

Questo meccanismo, oltre ad essere di difficile realizzazione, avrebbe come conseguenza un accentramento predatorio e poco etico, contribuendo pure all'aumento dei prezzi, in quanto la filiera dalla produzione al cliente sarebbe allungata dalle strutture di intermediazione.

Al contrario possono portare benefit reti appunto "leggere", cioè senza intermediazioni, ma che facilitino i cittadini a trovare ciò di cui necessitano senza girare nei mille rivoli del web. Reti che garantiscano alla singola attività l'indipendenza nella consegna e nei pagamenti, proprio con il fine di non interferire, e soprattutto intermedicare.

Parliamo, insomma, di un senso di consapevolezza collettiva che dovrebbe oggi investire realmente le imprese, le attività commerciali e tutte le realtà che devono necessariamente reinventarsi in fase di emergenza, in vista della durissima crisi economica che ci attende.