

OGGI CONVEGNO

Negozi poco "social" Il Comune partecipa a un bando europeo

Gli studenti realizzano una mappa di internet in centro
L'assessore Panizzutti: «Serve più familiarità col web»

Diego Bortolotto

CONEGLIANO. Serve maggiore digitalizzazione per rivitalizzare le attività commerciali in città, il Comune di Conegliano si impegna a trovare le risorse. Oggi saranno presentati i dati dell'indagine svolta dagli studenti del liceo Marconi, su un progetto coordinato da Ascom e Camera di Commercio, su oltre un centinaio di negozianti ed i loro rapporti con internet, social network, commercio online.

MANCA IL PORTALE

A Conegliano non esiste un portale web dei negozi e le nuove tecnologie sono affidate alla gestione dei singoli o gruppi di commercianti associati in proprio come Corte delle Rose (che all'avvio del progetto, peraltro, aveva lamentato di non essere stata coinvolta). L'amministrazione comunale annuncia di voler aiutare il settore commerciale mettendolo al passo con i tempi, parafrasando il progetto "Al passo col digitale".

IL BANDO EUROPEO

«Cercheremo di sviluppare

delle attività legate alla digitalizzazione in collaborazione con Ascom e Camera di commercio - spiega l'assessore Gianbruno Panizzutti - bisogna avere dimestichezza e supporto dagli strumenti informatici e multimediali, dai social network, ai video, pagine Facebook, siti, e-commerce. La ricerca svolta dagli studenti va proprio in questo senso, ora abbiamo una fotografia di come i negozi utilizzano le tecnologie. Si può certamente migliorare e il nostro impegno andrà in questa direzione». Il Comune di Conegliano, insieme ad altri nove Comuni, ha avviato la domanda per un bando europeo ed ottenere finanziamenti, che potranno concretizzare anche le richieste che arrivano dai commercianti. Questo è già un impegno concreto importante, perché per sviluppare le nuove tecnologie servono anche degli investimenti significativi, in attrezzatura e anche in formazione.

LICEALI PROTAGONISTI

I risultati del sondaggio verranno presentati oggi dalle ore 17.30, in un convegno

che si svolgerà nell'aula magna del liceo Marconi. Ad aprire i lavori sarà il dirigente scolastico Stefano Da Ros, l'assessore alla pubblica istruzione Gianbruno Panizzutti e **Mario Pozza** presidente della Camera di Commercio di Treviso - Belluno. Gli studenti, coordinati da Federico Callegari dell'ufficio studi della Cciaa, presenteranno i risultati della mappatura. Seguirà una discussione, moderata da Andrea Granelli responsabile scientifico del progetto, con alcuni esperti di vari settori: Stefano Bottin, titolare dell'Emporio dello Scooter, porterà la testimonianza aziendale, Luca De Pietro, direttore unità organizzativa "Strategie ICT e Agenda digitale" della Regione Veneto, Roberta Capuis, responsabile settore urbanistica e rigenerazione urbana di confcommercio. La conclusione sarà affidata al presidente di Ascom-Confcommercio Treviso Federico Capraro. E il 7 novembre all'ex convento San Francesco l'Ascom sarà protagonista di un altro importante incontro pubblico su "Il ritorno ai centri cittadini". —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Via XX Settembre, cuore dei negozi di vicinato

Digitale, un negozio su 2 non è al passo

► Le attività che sfruttano tutti i servizi su internet sono il 15% mentre il 5% ha ammesso di non usarne nessuno ► La mappatura affidata da Camera di commercio, Ascom e Comune agli studenti della classe 4F del liceo Marconi

**COMMERCIO ELETTRONICO
SFRUTTATO SOLO DA
UN ESERCENTE SU 4
TANTI I GIUDIZI NEGATIVI
«CONTA PIÙ LA CLIENTELA
AFFEZIONATA»**

CONEGLIANO

Un negozio su due non è al passo con il digitale. È quanto emerge dalla mappatura effettuata dagli studenti della 4F del liceo scientifico Marconi indirizzo scienze applicate nell'ambito del progetto di alternanza scuola lavoro "Al passo con il digitale" promosso dalla Camera di Commercio di Treviso-Belluno in collaborazione con il Comune e il supporto operativo di Ascom-Confcommercio di Treviso.

LA FOTOGRAFIA

147 i negozi contattati, di questi 102 hanno accettato di rispondere al questionario. La maggior parte appartiene al settore del commercio non alimentare anche se nel campione sono rappresentate buona parte delle merceologie: sistema moda (abbigliamento, scarpe, gioiellerie), tempo libero (agenzie viaggi, fotografi, librerie, fiorerie, giocattoli), cura della persona (farmacie, ottici, sanitari, profumerie). Il 44% delle attività commerciali utilizza soltanto uno o due servizi digitali, per lo più social e posta elettronica; mentre il 5% è privo di qualsiasi strumento digitale. Di quelli digitalizzati, l'81,4% possiede un profilo social, il 71,6 uno strumento di comunicazione digitale con il cliente (la posta elettronica o la messaggistica istanta-

nea) e il 61,8% un sito internet. I negozi "completamente digitali", che hanno sito, social, commercio elettronico e strumenti di comunicazione digitale, sono il 15%.

L'E-COMMERCE

Lo strumento meno utilizzato è quello del commercio elettronico (uno su quattro). Solo un terzo dei commercianti esprime giudizi positivi in prospettiva di utilizzo o dice che lo sta già praticando. Alcuni esprimono riserve su costi e regolamentazione. Molti i giudizi negativi, tra cui «In una città piccola, dove conta la clientela affezionata, non porta vantaggi», «La digitalizzazione sta sradicando il tessuto urbano», «Ho una certa diffidenza, si avvantaggiano i big, lo vorrei più regolamentato». C'è anche chi ha dichiarato di essere contrario all'e-commerce perché «fa chiudere i negozi tradizionali». Prospettive e timori si sono bilanciati in egual misura. Ma un dato è emerso fra tutti e va riportato con le parole dei negozianti: «Ricevere studenti come intervistatori su questo tema ci ha sorpreso favorevolmente, ci ha fatto capire l'importanza di un possibile progetto di sviluppo del digitale nella nostra città». Affermazione che permette di evidenziare che quella del digitale è anche una sfida intergenerazionale.

I COMMENTI

«La mappatura che emerge - ha affermato Federico Capraro, presidente di Ascom Confcommercio Treviso - ci fa capire come la strada della digitalizzazione sia una strada obbligata ed importante anche per le mi-

croimprese. Per questo motivo, Ascom da tempo ha avviato dei percorsi formativi e di accompagnamento mirati per traghettare il terziario verso una digitalizzazione sempre più completa e tarata sulle esigenze dei singoli». Il 75% degli intervistati ha dichiarato di essere interessato a partecipare ad un corso sulla digitalizzazione. Digitale non a ogni costo, anche minimale, purché con scelte imprenditoriali consapevoli, adattate alla storia e all'esigenza del singolo negozio. Digitalizzazione significa anche investimenti, per questo si è già mosso il Comune che, insieme ad altri nove, partecipa ad un bando europeo volto ad assegnare fondi proprio su questo fronte. Il progetto si è concluso dunque ieri sera con la restituzione dei dati elaborati agli studenti. «Credo che sia stato di grande valore per i ragazzi - ha osservato Mario Pozza, presidente della Camera di Commercio di Treviso-Belluno - comprendere come la tecnologia possa dividere, creare distanza, se non opportunamente accompagnata. Questa è una delle lezioni che si porteranno a casa, qualunque mestiere faranno nella vita. La tecnologia da sola non risolve i problemi. Servono persone che ne fanno capire il senso. E aiutano a modificare gli atteggiamenti, prima ancora delle strategie». Un progetto utile alle imprese e ai ragazzi. «La positività di questo progetto - ha detto Stefano Da Ros, preside del liceo Marconi - rimarca la nostra volontà di essere sempre più parte attiva ed integrante della realtà culturale e socio economica del nostro territorio».

Elisa Giraud

CONFCOMMERCIO

Capraro: «Quella della digitalizzazione è una strada obbligata e importante anche per le microimprese: il 75% degli intervistati è interessato a fare dei corsi»





GLI STUDENTI I ragazzi della 4F insieme al preside Stefano Da Ros. Nel tondo il presidente di Ascom-Confindustria Federico Capraro

I negozianti e il web: «Ci farà chiudere»

La maggioranza dice "no" alle vendite on line. Uno studio del liceo Marconi evidenzia diffidenze e ritardi tecnologici

**La Confcommercio
«Eppure il digitale
è necessario anche
per le microimprese»
Diego Bortolotto**

CONEGLIANO. Solo un negozio su quattro del centro di Conegliano ha sviluppato un proprio e-commerce. La maggior parte dei negozianti considera le vendite on line la "morte" dei negozi fisici e non un'opportunità da sviluppare. La metà dei commercianti di Conegliano ha dato un giudizio negativo sulle vendite web e la questione divide tra favorevoli e contrari. Si spiega così - e per le difficoltà nel creare e dare visibilità ad un punto vendita su internet - perché il 75% dei negozi in città non abbia un proprio sito di vendita. «Sono contrario, fa chiudere i negozi tradizionali», è una delle risposte arrivate dai negozianti. È il "Sistema moda", ovvero negozi di abbigliamento e calzature, gioielli, fotografi e fiorerie, invece ad usare l'e-commerce.

LA RICERCA

Ieri sono stati presentati i dati della ricerca effettuati dagli studenti della classe 4 F di Scienze applicate del liceo Marconi, coordinati dalle professoresse Fanny Bisson e Lucia Gerlin. Nei mesi scorsi sono state sondate 102 attività commerciali ed esercizi pubblici in città, un campione rappresentativo, che non è stato più ampio perché ben 45 attività hanno rifiutato di sottoporsi alla ricerca promossa da Ascom e Camera di Commercio.

L'81% dei negozianti ha un profilo sui social network, per la maggior parte Facebook e Instagram, il 62% un sito internet. Il 29% riesce a misurare oggettivamente l'aumento delle vendite grazie ai social network, ma complessivamente il 69% pensa di avere così avuto incrementi nel business. Il 71% utilizza Customer relationship management (Crm), ovvero sistemi per fidelizzare i clienti, come messaggi e promozioni che arrivano sugli smartphone ("strumenti digitali", nel grafico a lato). I negozi "ultradigitalizzati" in città, ovvero che hanno sia sito, social, e-commerce e Crm, sono il 14%. Quelli senza alcun servizio digitale il 4%.

CAPRARO: VIA OBBLIGATA

«L'utilissima mappatura che emerge ci fa capire come la strada della digitalizzazione sia una strada obbligata ed importante anche per le microimprese - commenta Federico Capraro, presidente di [Confcommercio Treviso](#) - per questo motivo, Ascom da tempo ha avviato dei percorsi formativi e di accompagnamento mirati per traghettare il terziario verso una digitalizzazione sempre più completa e tarata sulle esigenze dei singoli». Tra le domande più curiose, nell'era dei selfie, è stata posta la questione sulle persone che non entrano per comprare, ma per fare le foto ai prodotti. Gli atteggiamenti dei commercianti sono i più diversi. Alcuni negozi vietano le fotografie, altri vorrebbero farle pagare, c'è chi lascia fare e anzi sviluppa anche quel ti-

po di relazione per fidelizzare la clientela. «Non è la foto il problema - ha risposto un negoziante - noi puntiamo all'esperienza di acquisto».

POZZA: ESPERIENZA UTILE

La ricerca, oltre a fornire un quadro della digitalizzazione del commercio a Conegliano, è servita come esperienza agli studenti. «La positività di questo progetto - ha dichiarato il preside del Marconi, Stefano Da Ros - rimarca la nostra volontà di essere sempre più parte attiva ed integrante della realtà culturale e socio-economica del nostro territorio». In futuro saranno sviluppati altri progetti. «Per i ragazzi - ha osservato Mario Pozza, presidente della Camera di commercio di Treviso e Belluno - comprendere come la tecnologia possa dividere, creare distanza, se non opportunamente accompagnata. Questa è una delle lezioni che si porteranno a casa, qualunque mestiere faranno nella vita. La tecnologia da sola non risolve i problemi. Servono persone che ne fanno capire il senso. E aiutano a modificare gli atteggiamenti, prima ancora delle strategie. Noi crediamo in tutte le iniziative di alternanza scuola lavoro. Progetti che avvicinano i luoghi e i temi del lavoro ai luoghi dell'istruzione concorrono a ridurre i disallineamenti tra domanda e offerta di professionalità. Ciò vale anche per gli studenti liceali, che attraverso l'immersione in compiti di realtà, possono poi effettuare le loro scelte universitarie con più consapevolezza». —

BY NC ND AL CUN D I R I T T I R I S E R V A T I



DOMANI CONVEGNO

Gli esperti e le strategie di rilancio

Come rilanciare i centri storici e aiutarli ad affrontare le nuove sfide, anche tecnologiche? Un progetto per la rivitalizzazione del commercio in città prenderà il via domani, con il convegno "Il ritorno ai centri cittadini", organizzato dall'amministrazione comunale di Conegliano. Romano Cappellari docente all'università di Padova ed esperto di "retail fashion style", Giorgio Rizzo consulente ed esperto di aziende low cost, i manager Alberto Damian e Roberto Mirabella sono gli esperti che interverranno nella tavola rotonda, dedicata ai commercianti ma aperta all'intera cittadinanza.

Il professor Cappellari lavora anche alla Cuo business school di Altavilla vicentina, dove dirige un master in Retail management e marketing. La sua missione è aiutare le aziende ad orientarsi "Con uno sguardo particolare rivolto alle tematiche distributive tra web e negozi fisici". Il neoassessore al commercio Claudia Brugioni ha voluto dare avvio a progetti per rilanciare il centro cittadino e cercare risorse per sostenere le varie iniziative. Il convegno di domani sarà un primo passo per coinvolgere dei professionisti su Conegliano. Si vogliono così tornare a riempire le vetrine in città e guardare allo sviluppo futuro. L'incontro si svolgerà alle ore 20 nell'ex convento di San Francesco, ad aprire i lavori sarà il sindaco Fabio Chies. (di.b.)



Gli studenti autori del progetto al convegno di ieri. Sotto, un grafico ricavato dalle loro slide