

La IV^a edizione de: **Il commercio al centro “Il punto vendita come luogo di esperienza e relazione. Idee, strategie e proposte per i negozi al dettaglio”** si terrà a Bologna domani **martedì 5 febbraio** presso l’hotel Bologna Fiera in piazza della Costituzione.

L’iniziativa, che fa parte del programma di lavoro del *Digital Innovation Hub Confesercenti Emilia Romagna* (la rete degli sportelli a supporto dell’innovazione nelle piccole e medie imprese del commercio) e del CAT Confesercenti Bologna, si svilupperà in una giornata intera di **formazione gratuita**, con diversi interventi da parte di più esperti del settore che tratteranno i diversi temi: dallo sviluppo del commercio elettronico anche sui diversi *market place* (come Amazon, eBay ecc...), all’utilizzo dei *social media* (come Instagram, Facebook ecc...) per la promozione e la vendita dei prodotti, alla realizzazione di campagne di *web marketing* e altri temi ancora. Le imprese, per poter partecipare, devono accreditarsi online sul sito www.commercioalcentro.it.

La consistente partecipazione delle imprese all’iniziativa negli scorsi anni (mediamente più di 100 imprese per ogni edizione) e un’indagine condotta dall’Ufficio Studi di Confesercenti E.R., su un campione di imprese del commercio al dettaglio della regione che operano sul *web*, rivela come il mondo dell’e-commerce sia sempre più frequentato dal piccolo e medio commercio, e di come vi sia sempre più la richiesta, da parte degli imprenditori, di momenti di formazione e di sostegno per utilizzare al meglio questi strumenti.

L’indagine, realizzata nel mese di gennaio, mette in evidenza come l’82% delle imprese intervistate fa attività di e-commerce attraverso il proprio sito aziendale e quasi la metà (49%) lo fa utilizzando anche (31%) o esclusivamente (18%) attraverso piattaforme di *market place*. I *market place* più utilizzati sono eBay e, a seguire, Amazon.

Negli ultimi due anni l’86% delle imprese ha promosso la propria attività su internet, investendo, in particolare, su pubblicità sui *social media* (78%), campagne *adwords* e *pay per click* (57%), *e-mail marketing /newsletter* (15%).

Il 92% delle imprese sono presenti sui *social media*, in particolare su Facebook (92%) Instagram (39%) e Twitter (12%).

Il maggior beneficio riscontrato dalle imprese deriva dal miglioramento della propria immagine aziendale (39%), ma sicuramente il dato più importante è l’aumento del fatturato dovuto alla presenza sul *web*, che viene segnalato dal 26% degli intervistati e il fatturato medio che deriva dal commercio elettronico si assesta sul 28% del fatturato complessivo con un mercato di riferimento per il

44% che si trova fuori dai confini nazionali.

*“I dati raccolti e l’interesse dimostrato dalle imprese nostre associate per l’iniziativa – ha dichiarato **Paolo Benasciutti**, imprenditore ferrarese e coordinatore dell’area e-commerce di Confesercenti – dimostrano come il tessuto commerciale della nostra regione stia cercando di reagire alla crisi dei consumi di questi anni, sviluppando soluzioni e strategie innovative, in grado di allargare i confini del proprio mercato di riferimento”.*

*“La nostra Associazione collabora da anni a questa importante iniziativa – ha affermato **Loreno Rossi** Direttore di Confesercenti Bologna – perché ritiene strategico fornire alle piccole e medie imprese del territorio i servizi che possano permettere loro di cogliere le opportunità che la rete offre in termini di comunicazione e sviluppo dei fatturati.” Su questo specifico punto **Marco Pasi, Direttore regionale di Confesercenti** ha concluso informando che “tutte le Confesercenti dell’Emilia-Romagna hanno attivato specifici sportelli di consulenza alle imprese che intendono affrontare in modo efficace il tema della digitalizzazione e dello sviluppo di moderne forme di promozione e commercializzazione”.*