



l'Adige

Venerdì 6 novembre 2020

www.ladige.it



Anno 75 - numero 307 • 1,50 euro



Quotidiano Indipendente del Trentino Alto Adige

COMMERCIO E CRISI

I negozi di vicinato diventano digitali

GIOVANNI PASCUZZI

S spesso si sente ripetere che la sopravvivenza dei negozi di vicinato, già colpiti dall'avvento di grande distribuzione e centri commerciali, è stata definitivamente compromessa dall'azione dei colossi delle vendite online come Amazon. Effettivamente i dati ci dicono che un libro su quattro, nel mondo, è acquistato attraverso il sito dell'azienda fondata da Jeff Bezos.

CONTINUA A PAGINA **38**

Questo spazio è dei lettori.
Per consentire a tutti di poter intervenire,
le lettere non devono essere di lunghezza

superiore alle trenta righe, altrimenti
verranno tagliate dalla redazione.
Vanno indicati sempre nome, cognome,

indirizzo e numero di telefono.
Le lettere pubblicate dovranno avere
necessariamente la firma per esteso.

via Missioni Africane, 17 38121 Trento
Fax: 0461 - 886263
E-Mail: lettere@ladige.it

(segue dalla prima pagina)

Ma su Amazon si può comprare di tutto: dagli alimentari all'abbigliamento; dai prodotti per la cura del corpo ai giocattoli; dalla cancelleria all'elettronica e così via. Tutto questo mette chiaramente in difficoltà i piccoli esercizi di quartiere che vendono le medesime varietà merceologiche (tecnicamente si definiscono "esercizi di vicinato" i negozi aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq, nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq, nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti). Per tante ragioni: perché Amazon assicura maggiore scelta e maggiori sconti oltre alla velocità e alla comodità della consegna a casa propria. Però forse non tutti sanno che quando cerchiamo un prodotto su Amazon, quella piattaforma ci fa sì vedere il bene venduto direttamente da Amazon, ma ci mostra anche l'elenco di molti altri fornitori che vendono il medesimo prodotto ad un prezzo superiore o inferiore (ad esempio: a causa delle diverse spese di spedizione). A volte anche beni che Amazon non vende. L'utente, quindi, può scegliere di acquistare da Amazon o da altri fornitori il bene che desidera. Questo avviene perché milioni di imprese nel mondo (produttori o rivenditori)

Commercio e crisi

I negozi di vicinato diventano digitali

GIOVANNI PASCUZZI

usano la piattaforma Amazon per vendere i propri beni. Amazon ci guadagna perché trattiene una piccola commissione su ogni vendita. I produttori e rivenditori terzi ci guadagnano perché possono raggiungere una platea molto più ampia di clienti potenzialmente in tutto il globo. Il cliente ci guadagna perché può scegliere tra una gamma maggiore di prodotti e decidere quale sia il migliore sulla base del rapporto tra qualità/servizio/prezzo. La chiave di volta, quindi, è l'innovazione tecnologica rappresentata dalla «piattaforma» e dai «servizi di intermediazione online». Dette piattaforme sono di vario tipo: si pensi ad Ebay (un sito di vendite e di aste online: per molti versi un mercatino virtuale dell'usato) o ad Airbnb (un portale online che mette in contatto persone in cerca di un alloggio per brevi periodi). Esse sono usate ogni giorno di più ed acquistano sempre maggiore «potere contrattuale» (e, infatti, l'Unione Europea ha di recente

emanato il regolamento n. 1150 del 2019 per limitare questo tipo di asimmetrie). Ma non è detto che non si possano usare le tecnologie in modo da renderle più vantaggiose per la collettività. Vediamo come, con riferimento ai diversi «attori» in gioco.
A) L'azione dei pubblici poteri. Innanzitutto va potenziata la creazione di «piattaforme» slegate dai grandi player della rete. Già da qualche mese la Provincia di Trento, per fronteggiare l'emergenza Covid, ha attivato il portale «Consegnointrentino» (<https://consegnointrentino.provincia.tn.it/>) con l'obiettivo di far conoscere ai cittadini le imprese trentine che fanno consegne a domicilio. Inoltre la PAT (vedi delibera di Giunta n. 933 del 3 luglio 2020) vuole finanziare la creazione e l'implementazione di una piattaforma tecnologica per lo sviluppo del commercio elettronico in Trentino: è in corso la procedura per selezionare il miglior progetto. Ma un po' in tutt'Italia i

pubblici poteri si stanno muovendo per fornire agli operatori siffatto tipo di supporto.
B) La «mentalità» dei negozianti di vicinato. È importante che gli esercizi di prossimità imparino ad affiancare alla vendita in negozio questi diversi «canali». Deve prevalere la logica multicanale per offrire i propri prodotti: la vendita diretta in loco, l'apertura di un proprio sito internet, la presenza su una pluralità di «piattaforme». Ovviamente occorrerà reinventarsi il lavoro: accanto ai commessi serviranno dei programmatori per tenere sempre aggiornati i siti; soprattutto occorrerà costruire nuove strategie di vendita.
C) Il ruolo dei consumatori. Anche i cittadini dovranno metterci del loro: per imparare ad usare gli strumenti tecnologici (i giovani sono più avvantaggiati) sapendo che come contropartita potranno avere molti modi per raggiungere anche il negozio sotto casa e preferirlo perché offre soluzioni più aderenti ai propri desiderata. La tecnologia digitale ha un doppio ruolo: può essere una minaccia, ma può offrire grandi opportunità a patto di testarne tutte le potenzialità. E nella crisi innescata dal Covid forse può diventare un'ancora di salvezza.

Giovanni Pascuzzi

Professore di Diritto privato comparato
all'Università di Trento