

eBay e Confcommercio, patto per lanciare l'e-commerce tra le pmi



Confcommercio, la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, ed eBay, uno dei marketplace più dinamici al mondo, hanno annunciato una partnership per dare sostegno alle pmi che vogliono sbarcare sul mercato del commercio

elettronico. Un'opportunità che molte aziende italiane non hanno ancora colto, a causa di alcune barriere, reali o percepite, che devono necessariamente essere superate per recuperare o accrescere la propria competitività in un mercato sempre più globale e dinamico. Una ricerca TNS sulle pmi che non vendono online mostra infatti come le piccole e medie imprese italiane siano state finora bloccate nella ricerca di nuovi canali di commercio da retaggio culturale, diffidenza e paura. Addirittura il 92% ha dichiarato di non aver mai preso in considerazione di utilizzare l'e-commerce nonostante più della metà (52%) dichiarati di avere un sito internet. Questa chiusura, però, rischia di tenerle lontane da una domanda che invece è in forte aumento: le stime di mercato relative all'acquisto online di prodotti in Italia rivelano una crescita pari al 24% in termini di volumi e al 15% in termini di valori per il 2015. Ancora più evidente è la diffidenza e mancanza di lungimiranza di quelle pmi, l'88% delle intervistate, che ritengono l'e-Commerce poco o per nulla utile o di quelle, il 69%, che sono convinte non porti a

un aumento di fatturato. Mentre invece solo su eBay.it nell'ultimo anno è stato registrato un aumento del 20% dei venditori italiani che ha realizzato un fatturato pari o superiore a 1 milione di dollari.

Dalla ricerca promossa da Confcommercio con eBay, emerge infine un'ingiustificata paura delle pmi di non essere adeguate alla vendita online: ecco quindi che il 72% pensa che l'e-commerce sia un canale complesso, il 56% ritiene che necessiti di investimenti considerevoli e il 43% è convinto che l'eCommerce sia adatto solo alle grandi aziende. L'esperienza degli oltre 26mila venditori professionali su eBay, la grande maggioranza dei quali pmi, dimostra invece che è possibile vendere online con successo, in Italia e all'estero (il 63% di loro fa export), indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda e con un investimento iniziale più che contenuto. La partnership tra eBay e Confcommercio ha già portato alla pubblicazione di una guida, "Vendere su eBay", un focus che rientra nella catena "Le Bussole" di Confcommercio, nata quasi due anni fa per aiutare gli imprenditori a orientarsi all'interno delle diverse categorie del mondo del commercio. Il volume su eBay rappresenta un utile vademecum per tutti gli imprenditori e i venditori che vogliono aprire un negozio sul famoso sito di eCommerce. Inoltre, per gli associati Confcommercio che fino al 30 settembre 2016 apriranno un negozio su eBay è stata pensata una convenzione speciale che prevede 6 mesi gratuiti (prezzo normale: 33.91 euro al mese) di negozio premium, che consente anche di creare inserzioni per l'estero.