



- La nostra attività di consulenza ci porta ad essere là dove sono i vostri interessi.

- La nostra sede è la Vostra sede.

- Seguiamo e rappresentiamo aziende in tutto il territorio nazionale.

---

## Da giugno l'intera filiera e-commerce per gli imprenditori di tutto il Lazio di ogni settore senza investimenti per personale, logistica e tempo.

Di cosa si tratta.

Non si tratta di dare soltanto l'informazione anche attraverso corsi di formazione educativi come sono soliti fare le Associazioni di categoria unitamente a Camere di commercio ed Enti simili. L'informazione non basta! Perché poi, per attivare quanto di bello si è potuto apprendere e che potrebbe essere uno sbocco per l'incremento di commercializzazione del proprio prodotto o servizio, le imprese devono investire parecchio denaro per l'attivazione della vendita e-commerce in proprio. Oppure devono scegliere di associarsi con altri e dividere il già scarso margine di guadagno o aumentare troppo i prezzi dell'offerta riducendo così la vendita.

Il sistema appurato da Confimprenditori Viterbo e Provincia in partenariato con Poste Italiane, offre l'opportunità per l'impresa (agricola, commerciale, turistica, artigiana, culturale ecc) di avere una propria vetrina visibile in tutto il mondo con l'intera filiera che va dall'ordine ricevuto alla consegna in tutto il mondo anche in Russia (ecco la forza di Poste Italiane) e all'incasso con tutte le garanzie e le assicurazioni più perfezionate che mai che tutelano il produttore e il compratore. L'unica incombenza per l'imprenditore è il packagin, ossia l'imballaggio del proprio prodotto (per questo avrà tutte le direttive e i consigli per come fare). I costi per questo servizio sono paragonabili a quelli che un imprenditore spende per essere tesserato in un'Associazione.

Questo progetto di cui ci vantiamo di averne la paternità, nasce da uno studio approfondito portato a termine da esperti tecnici di Confimprenditori Viterbo e Provincia che vantano esperienza pluriennale anche nelle commissioni europee, che ha portato alla luce come il territorio di riferimento (Viterbo in particolare ma tutte le province laziali) abbia scarso interesse per l'internazionalizzazione del proprio prodotto e la vendita on line. Infatti solo il 13% degli imprenditori usa la rete per vendere i loro prodotti. Altrettanto non sono stati presentati progetti significativi per ottenere i fondi la vendita del proprio prodotto all'estero. Sono stati organizzati alcuni work shop con tante bandiere gialle e verdi e di altri colori, ma che hanno dato "utile" solo a chi le ha organizzate. Lo steso territorio non è neanche riuscito a creare cooperative di livello. Questo è anche dovuto alla mentalità locale per cui un allevatore dice che il suo latte è migliore, dunque perché venderlo alla cooperativa che me lo paga al prezzo del vicino che meno buono del mio! L'e-commerce approntato da Confimprenditori Viterbo e Provincia ha creato il sistema per cui il prezzo di vendita è stabilito dal produttore.

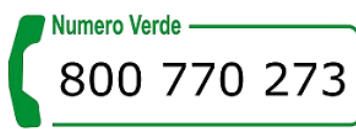
Quindi il problema dello scarso interesse per l'e-commerce va anche letto nel fatto che proprio non si può immaginare un imprenditore agricolo o un allevatore o un artigiano, gente che lavora 15 ore al giorno, apprendere l'uso del computer, conoscere il linguaggio internet, fotografare i prodotti, lavorarlo con Photoshop, inserirli nelle griglie dell'e-commerce, gestire gli ordini, le spedizioni il call center e le e-mail e quant'altro sta intorno a questo commercio elettronico. Dunque è quasi inutile se non di cattivo gusto, far vedere la "torta" alla gente affamata e poi non permettere loro di averne una fetta o indebitarsi per averla.

Dunque è vero quello che in un'intervista apparsa in questi giorni sui media locali ha detto il vicepresidente della Confcommercio di Roma Rosario Cerra: *"Ovviamente la vendita multicanale - ha concluso Cerra - richiede investimenti su personale, logistica e integrazione con i social media. Questi ultimi sono importanti sia per le strategie di marketing dell'azienda, sia perché stimolano la partecipazione attiva del cliente, che oltretutto ha anche la possibilità di condividere e trasmettere ad altri le informazioni sul prodotto, moltiplicando la conoscenza del brand"*.

**Ma è proprio quello che non va fatto. Se già le imprese sono in crisi così le costringiamo ad investire denaro che non hanno e che non possono ricevere a prestito per la chiusura dei rubinetti bancari! Allora riteniamo che questo sia il solito linguaggio politichese per creare attenzione su un fatto, senza però darne la giusta, leale e tangibile soluzione.**

Allora chi fosse interessato a capirne di più consulti il sito:

[www.confimprenditorivt.it](http://www.confimprenditorivt.it)



Gratuito!