

# IL DIGITALE? ALLEATO DEL MADE IN ITALY

L'accordo dell'Ice con Alibaba per un padiglione virtuale in cui vendere macchine utensili con l'e-commerce. La spinta della blockchain nel tessile e le fiere virtuali dell'artigianato

## Artigiani in fiera live

Intiglietta: una piattaforma virtuale con 500 storie di artigianato italiano

## La crisi del retail

Il Black Friday durante il Covid: gli esercenti chiedono di spostarlo per colpa di Amazon

Potremmo definirlo un «ascensore digitale». Al di là del valore iconico del made in Italy di alcuni marchi della moda, dell'alimentare e del design per continuare a vendere il nostro Paese nel mondo non c'è più scelta. Nell'anno pandemico 2020 le piattaforme e-commerce sono diventate decisive. Vetrine virtuali più determinanti di quelle dei negozi. Il retail fisico si è avvitato in una crisi senza precedenti come testimonia la richiesta degli esercenti di spostare il Black Friday (e la Francia lo ha fatto) per non rassegnarsi al dominio di Amazon che vende i prodotti sul suo marketplace quando e dove vuole a prezzi inarrivabili consegnando in 24 ore. «Ma per scalare tre piani sui mercati globali — per dirla con le parole del presidente dell'Ice Carlo Ferro — ora servono le piattaforme BtoB». La vetrina virtuale per vendere i prodotti alle aziende (quindi non di largo consumo ma da fornitore a committente) è Alibaba. L'Ice — col supporto del ministero degli Esteri — qualche giorno fa ha firmato un accordo passato un po' in sordina. Sul marketplace fondato da Jack Ma ora c'è un padiglione Italia virtuale che «funzionerà come un'esibizione online permanente rivolta alle aziende esportatrici che potranno esporre le proprie produzioni e cataloghi interagendo con 26 milioni di buyer», spiega Ferro. Sono state selezionate 300 aziende alle quali viene data la possibilità di attivare

gratuitamente un'iscrizione premium su Alibaba.com per 24 mesi col supporto di fondi pubblici. Ma la domanda è già raddoppiata. La particolarità è che Alibaba s'integra perfettamente al modello industriale italiano. Siamo un Paese trasformatore, con una filiera tecnologicamente avanzata sulle macchine utensili necessarie negli impianti. Beni strumentali necessari per le fabbriche cinesi. Ora acquistabili con un clic.

Per portare l'Italia fuori dalla recessione economica il rimbalzo potrà avvenire solo così. Con l'export di macchine utensili che già trascinano in territorio positivo la nostra bilancia commerciale nei confronti del mondo. Per ravvivare la domanda interna però dovremo far ripartire il turismo. In mancanza di una piattaforma tricolore in grado di competere con Booking.com ed Airbnb l'Enit si sta attivando per rendere sempre più digitale il turismo esperienziale. Dice il presidente Giorgio Palmucci che sta diventando un «incentivo per incrementare l'interesse degli utenti vero le visite guidate virtuali ai musei, reading, rappresentazioni teatrali o concerti online». Ecco perché portare l'influencer Chiara Ferragni agli Uffici è segnaletico del fatto che servono sempre più campagne di marketing più sofisticate per vendere l'Italia nel mondo con il coinvolgimento attivo di personaggi famosi attraverso il loro storytelling.

Inevitabile non pensare al mondo della moda. Spiega

Marino Vago, presidente di Sistema Moda Italia, che la trasformazione tecnologica dettata dalla blockchain cambierà completamente la filiera del tessile: «Il consumatore con un unico sistema di tracciabilità ha a disposizione tutte le informazioni su un determinato capo. Dove è stato ideato, cucito, esportato, distribuito». Un consumatore sempre più ondivago attento alla sostenibilità delle scelte che fa. L'esito complessivo è che per la moda sta ormai arrivando il modello just in time in voga nell'automotive. Si riducono le stagionalità dei prodotti e per farlo serve una catena di fornitori digitalmente integrata. Così rischiano di soffrire le catene del fast fashion, come insegna il caso Zara, e riprende forza il mondo dell'artigianato. Che per sopravvivere deve andare su Amazon — con il peso delle sue commissioni — o dare luogo a fiere virtuali come Artigiano in Fiera, online da sabato, che «consente di entrare in 500 laboratori italiani in qualunque momento della giornata con racconti, video, immagini», spiega il presidente Antonio Intiglietta.

**Fabio Savelli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

