

Digitale sotto casa: le attività di vicinato fanno squadra sul web

Camera di commercio di Torino e associazioni di categoria insieme per far crescere i negozi e le botteghe sotto casa attraverso una community su internet. Il progetto #digitalesottocasa coinvolge commercianti e artigiani offrendo gratuitamente strumenti e competenze digitali.

Iscrizioni on line su www.digitalesottocasa.it

Torino 7 aprile 2022*** Persone e competenze a disposizione degli esercizi di vicinato e dell'artigianato di via per accelerare la transizione digitale, vincendo la sfida di vendere e promuoversi anche on line. È questo in sintesi l'obiettivo del progetto **#digitalesottocasa**, realizzato grazie al lavoro di Camera di commercio di Torino e delle associazioni di categoria dell'area metropolitana Ascom Confcommercio, Confesercenti e CNA, con il supporto tecnologico di Torino Wireless, per accompagnare gratuitamente e far crescere esercenti e botteghe nei percorsi della digitalizzazione, attraverso tutti gli strumenti oggi disponibili, dall'apertura di profili sui social network all'e-commerce, fino alle applicazioni più avanzate (cybersecurity, cloud, Intelligenza Artificiale).

Il progetto, nato a Torino, ha già riscosso l'interesse della Città e della Città metropolitana, e si sta estendendo anche ad altri comuni del torinese.

*"Proponiamo una piattaforma che aggrega tutti i servizi gratuiti che Camera di commercio e associazioni di categoria mettono a disposizione degli imprenditori per crescere sul digitale: chi sale a bordo, viene accompagnato in una trasformazione che ormai è irrinunciabile – spiega **Dario Gallina**, Presidente di Camera di commercio di Torino. – Non si tratta di stravolgere il proprio modo di fare business o la propria identità imprenditoriale, ma di raggiungere canali di vendita prima inesplorati, fidelizzare clienti anche geograficamente più lontani, reagire alla crisi post pandemica con una strategia a lungo termine, che sa cogliere come opportunità le nuove esigenze e i cambiamenti nei comportamenti dei consumatori".*

*"Gli imprenditori del commercio di prossimità e della somministrazione, anche a seguito delle nuove abitudini di consumo post pandemia, hanno compreso l'importanza della multicanalità del business, affiancando al commercio fisico tradizionale, che punta al servizio e alla qualità dell'accoglienza, un commercio digitale, che innova la comunicazione, aprendo e gestendo canali social, sino all'e-commerce su piattaforme di prossimità – dichiara **Maria Luisa Coppa**, Presidente Ascom Confcommercio Torino e provincia. – Il progetto – al quale Ascom Confcommercio crede molto – punta ad informare e formare gli imprenditori, anche attraverso storie di successo – fornendo idee e contenuti. Ascom è al fianco delle imprese per accompagnare ed aiutare concretamente a realizzare questo cambiamento".*

*"La sfida per le piccole imprese del commercio - dice **Giancarlo Banchieri**, Presidente della Confesercenti di Torino e provincia - è quella di integrare la parte fisica dell'attività con quella virtuale. È necessario trasformare la crescente diffusione della tecnologia in opportunità anche per queste aziende, consentendo loro di intercettare le mutate abitudini di acquisto e di soddisfare le esigenze dei sempre più numerosi consumatori per i quali la dimensione 'social' è fondamentale. #digitalesottocasa.it rappresenta il giusto strumento che permette anche al commercio di vicinato di fare rete e di raggiungere la 'massa critica' indispensabile a giocare da protagonista nel mondo del web, conservando però quell'attenzione alla clientela e quella professionalità che sono e dovranno essere la carta vincente delle nostre imprese rispetto alle grandi piattaforme. Dunque, si tratta di attivare questo circolo virtuoso fra tradizione e futuro: soltanto così le nostre attività potranno continuare a garantire la pluralità dei canali distributivi a beneficio dei consumatori e a rappresentare presidi di vivacità, accoglienza e sicurezza per vie e quartieri. Per questo Confesercenti ha appoggiato sin dall'inizio questa iniziativa e si impegnerà affinché abbia la più ampia diffusione fra le attività del commercio e della somministrazione".*

Per **Nicola Scarlatelli**, Presidente della CNA Torino: *“L’ingresso degli artigiani nel portale #digitalesottocasa rappresenta un momento importante per una promozione a 360 gradi della cultura digitale tra le attività di vicinato che in una quota estremamente significativa sono artigiane. Penso ai pasticci, ai panifici, alle pasticcerie, alle tintolavanderie, alle tipografie, alle botteghe di manufatti artistici, ai parrucchieri, ai centri estetici e quant’altro. I clienti delle nostre attività, soprattutto dopo la spinta ricevuta durante il lockdown, sono sempre più presenti sul web mentre i nostri negozi sono un po’ più vuoti. Stiamo parlando di quasi 3 mila attività con riferimento all’intero territorio della Città metropolitana di Torino. Per questo dobbiamo, assolutamente, aiutare gli artigiani di via a comunicare e a vendere anche attraverso Internet. Questo progetto, attivato dalla Camera di commercio, è prezioso e ci attiveremo per coinvolgere il maggior numero possibile di imprese artigiane sia a Torino che nei principali comuni della Città metropolitana”.*

*“Il progetto #digitalesottocasa è assolutamente in linea con le attività della Città di Torino nel campo dell’innovazione - sottolinea l’Assessora alla Transizione Digitale e Innovazione, **Chiara Foglietta** -. Proprio in questi giorni sono arrivati i risultati di call europee che supportano la transizione digitale delle piccole e medie imprese locali del commercio, e non solo. I duri mesi che abbiamo vissuto hanno accelerato la consapevolezza di quanto il digitale possa essere un fattore trainante di crescita e di come si debba lavorare per accompagnare le realtà di vicinato in questa sfida. La Città, pertanto, guarda con grande interesse al progetto ed è certa che possa essere uno strumento utile anche per poter diffondere in modo ancora più capillare informazioni o iniziative”.*

*“La Città di Torino guarda con grande interesse al progetto #digitalesottocasa che, attraverso l’innovazione digitale, promuove lo sviluppo economico delle imprese locali del commercio e dell’artigianato - afferma l’Assessore al Commercio e ai Mercati **Paolo Chiavarino**. - L’iniziativa si colloca in coerenza con la strategia della Città che, anche attraverso i DUC (Distretti Urbani del Commercio), riconosce alle attività di vicinato un ruolo importante di presidio e di valorizzazione del territorio urbano: per questo è sempre più necessario supportare queste imprese nella crescita, utilizzando tutti gli strumenti resi disponibili dalle nuove tecnologie. Un progetto che mette in condizione le nuove generazioni di operatori del commercio di essere accompagnati ad affrontare quella che è una vera e propria sfida evolutiva”.*

L’assessora **Gianna Pentenero** - titolare delle deleghe al Lavoro e alle Attività produttive - evidenzia *“l’importanza del progetto #digitalesottocasa sia in chiave presente, sia futura. L’iniziativa - sottolinea Pentenero - attraverso le potenzialità delle innovative tecnologie digitali può offrire un contributo non indifferente alla crescita delle imprese artigianali del territorio e, allo stesso tempo, incidere positivamente sullo sviluppo del tessuto economico e produttivo locale nel suo complesso”.*

Come funziona

#digitalesottocasa non è l’ennesimo market place locale o un portale generalista di e-commerce, ma una **piattaforma di territorio e una community**, in cui commercianti e artigiani trovano servizi gratuiti e assistenza individuale per crescere sul web e fare rete e dove possono condividere e far sentire la propria opinione sui temi dell’innovazione.

Il progetto vuole raggiungere e coinvolgere tutti gli imprenditori, in primis quelli meno digitali, partendo da un contatto e da strumenti “analogici”: gli assistenti digitali visitano infatti di persona le aziende, anche in collaborazione con le Associazioni di via, e svolgono attività di promozione sul territorio per avvicinare gradualmente al web anche gli operatori più distanti.

Il primo passo per diventare più “digitale” è registrarsi in modo semplice e veloce su **digitalesottocasa.it**: qui, grazie alla compilazione di un questionario che aiuta a capire il livello di digitalizzazione da cui si parte, i commercianti e gli artigiani accedono a informazioni personalizzate e a servizi specifici. Il tutto gratuitamente.

Gli enti promotori

Il progetto nasce per volontà della Camera di commercio di Torino in collaborazione con le associazioni di categoria torinesi Ascom Confcommercio, Confesercenti e, da quest'anno, anche CNA, con il supporto tecnologico di Torino Wireless. Si tratta di una formula di collaborazione inedita, replicabile anche su altri territori piemontesi e nazionali finalizzata a fare in modo che la sfida del digitale diventi accessibile a tutti.

Il progetto ha ottenuto l'interesse e il supporto delle istituzioni locali, a partire dalla Città di Torino e dalla Città metropolitana e presto sarà presentato alla Regione Piemonte, considerato l'interesse di altri territori all'utilizzo di questa piattaforma molto personalizzabile. Il tutto anche in coerenza con la strategia dei DUC – Distretti Urbani del Commercio e dei Distretti Diffusi del Commercio, sostenuti dalla Regione Piemonte, che stanno partendo su tutto il territorio piemontese.

Cosa offre la piattaforma

- **Servizi gratuiti**, a partire da quelli di formazione e accompagnamento al digitale che offre la Camera di commercio di Torino attraverso il suo PID (**Punto Impresa Digitale**): dai video formativi agli incontri della palestra digitale, dalle valutazioni della maturità digitale SELFI4.0 e ZOOM4.0 svolti con l'assistenza delle digital promoter fino al mentoring specialistico o alla partecipazione a bandi e finanziamenti.
Le associazioni di categoria, Ascom Confcommercio, Confesercenti e da quest'anno anche CNA, mettono a disposizione sulla piattaforma contenuti specifici, semplici da fruire sotto forma di video-pillole o podcast per comprendere meglio gli strumenti digitali e le opportunità offerte dal web e dai social, e persone dedicate, gli assistenti digitali, che attraverso incontri individuali illustrano il progetto e accompagnano nel mondo digitale chi sale a bordo.
- **Video racconti** – Le Esperienze in digitale - storie di successo di bar, ristoranti, commercianti, artigiani che grazie al digitale stanno avendo successo.
- **News ed Eventi** del territorio.
- **Sondaggi ad hoc** per raccogliere le opinioni sui temi caldi della piattaforma.
- Un **Osservatorio tecnologico** che guida gli abitanti della piattaforma nel mondo, sempre in evoluzione, delle soluzioni tecnologiche e delle piattaforme web per vendere di più e meglio.
- **Cruscotti con dati aggregati** per conoscere meglio chi è a bordo e proporre servizi più adeguati.

Il vissuto di chi è già a bordo

Busters Coffee è l'impresa torinese di Sergio Garassino, che ha già focalizzato il suo target su una platea di clienti giovani, con un posizionamento coerente della sua comunicazione, anche social. La piattaforma digitalesottocasa.it rappresenta quindi uno strumento utile a restare aggiornato sulle novità.

Micaela Caudana è titolare di un'attività di vendita al dettaglio di abbigliamento e calzature ("**Michi**") che negli anni ha trovato nuovi stimoli nell'affiancare al negozio storico di via Garibaldi, attivo dal 1970, sia negozi di compravendita di usato di alta qualità, sia un laboratorio sartoriale che produce una linea molto originale e particolare, Urban Tag.

Mioara Verman, sartoria "**Sarta Export**" è un'impresaditrice artigiana di Torino, ha molte aspettative sul progetto e non nasconde le difficoltà del mondo della piccola impresa ad approcciare la "cultura digitale" pur riconoscendone l'importanza.

Come salire a bordo

Le iscrizioni sono aperte su www.digitalesottocasa.it

La piattaforma, operativa in versione beta da settembre 2021, conta ad oggi già **oltre 700 esercenti coinvolti e 443 profili registrati**.

Di questi il **47%** circa opera nel settore della **somministrazione/ristorazione**, uno dei settori tra i più colpiti dagli effetti della pandemia, che ha saputo velocemente convertirsi al digital.

In media il livello di digitalizzazione di chi è già salito a bordo è ancora molto basso. Oltre il 60% degli esercenti che si sono iscritti alla piattaforma hanno dunque significativi margini per essere supportati su servizi base come quelli del miglioramento della visibilità su web. I servizi a valore aggiunto a cui gli aderenti sono maggiormente interessati sono la **strategia social** (il 27%) e il supporto alla creazione di un **sito web** (il 20%).

Tutti i commercianti e gli artigiani interessati, operativi in Torino e provincia, sono invitati ad aderire al progetto durante l'anno 2022. L'obiettivo è arrivare al più ampio numero possibile di soggetti e poterli coinvolgere in iniziative personalizzate, anche attraverso l'individuazione di forme di finanziamento per sostenere il processo di digitalizzazione.

Tra i principali vantaggi per chi aderisce: accesso personalizzato ai servizi, visibilità sulla piattaforma per iniziative di rete con altri operatori, un'area dedicata dove raccontare la propria esperienza, uno **spazio virtuale** dove trovare news e informazioni rilevanti dal territorio, nuovi contenuti con aggiornamenti settimanali notificati in tempo reale.

Tra i prossimi benefit per gli iscritti, anche l'accesso preferenziale ad alcune particolari sessioni della **palestra digitale** proposta dal Punto Impresa Digitale della Camera di commercio: si parte già il prossimo **20 aprile** con un "allenamento" dedicato a Google my Business, e si prosegue ogni 15 giorni con incontri formativi dedicati a Facebook, Instagram, Whatsapp & Messenger, realizzati appositamente con un taglio specifico per gli esercenti. Tutti gli aderenti a questa proposta saranno indirizzati ad effettuare l'assessment SELF14.0 per verificare il proprio grado di maturità digitale e potranno così usufruire anche di un incontro individuale gratuito con un digital promoter per un'analisi più approfondita e personalizzata della presenza online.

Alcuni dati

Secondo gli ultimi dati dell'indagine sulle **Spese delle famiglie torinesi**, realizzata annualmente dalla Camera di commercio di Torino, il 43,1% delle famiglie subalpine fa già ricorso all'e-commerce per effettuare acquisti, con il 21,3% dei consumatori che ne fa uso sporadico e un ulteriore 21,8% (che rappresenta un quinto del totale delle famiglie e oltre la metà degli utenti) che dichiara di utilizzarlo spesso: un anno fa, questa percentuale era pari solo al 12,9%. L'e-commerce è canale prediletto dalle famiglie con figli (il 66%), ma è abbastanza diffuso anche fra le coppie senza figli (il 40,4%).

Il **settore commercio** a Torino e in provincia conta 54.227 attività (il 24,4% del totale delle imprese) e nel 2021 è cresciuto del **+0,6%** rispetto al 2020, un incremento registrato dopo oltre 10 anni di contrazione. A contribuire a questa importante inversione di tendenza è stato **quasi esclusivamente il commercio on-line** che segna un +21,8% (1.272 imprese).

Le **imprese artigiane** a Torino e provincia sono 59.507 (il 26,7% dell'intero tessuto imprenditoriale torinese): nel 2021, dopo più di un decennio di continuo calo, la componente artigiana è tornata a salire (**+1,6%**). Secondo la ricerca Monitor sulle microPmi relativa al 2021, elaborata da CNA Piemonte e UniCredit Banca, lo scorso anno il 12,7% delle imprese artigiane ha investito per dotarsi di soluzioni e-commerce e il 13,1% aderisce ad un marketplace per vendere on-line i suoi prodotti, mentre l'8,5% si è dotato lo scorso anno di un proprio CRM; il 57,7% possiede un sito web aziendale; il 55,9% possiede un account social aziendale.

Per informazioni:

Settore Comunicazione esterna e URP Camera di commercio di Torino
Tel. 011 571 6652/7 relazioni.esterne@to.camcom.it
@CamComTorino www.to.camcom.it/comunicatistampa