



Comunicato stampa

Venezia - Giovedì 26 marzo 2015
Scuola Grande di San Giovanni Evangelista

Convegno

“Compro on-line... così spendo meno: ma cosa avrò messo nel carrello?” Rischi e opportunità del mercato digitale per consumatori e imprese

Curto: “l’e-commerce apre alle “botteghe” artigiane il mondo ma, attenzione al rischio contraffazione. Servono regole precise e severe”

Venezia 26 marzo 2015 – “Il futuro artigianale passerà sempre più per il digitale. *L’e-commerce* apre alle botteghe artigiane il mondo ma, attenzione al rischio contraffazione. Servono regole precise e severe”. Ad affermarlo **Luigi Curto, presidente di Confartigianato Imprese Veneto** stamani a Venezia in occasione della sua partecipazione alla tavola rotonda organizzata dalla Regione Veneto in tema di Rischi e opportunità del mercato digitale per consumatori e imprese.

“L’Italia –ha spiegato il Presidente- sarà sempre di più un Paese di esportazione e le nostre eccellenze saranno i veri ambasciatori di questa realtà. Le imprese dovranno utilizzare le nuove tecnologie per accompagnare lo sforzo di vendita nei Paesi stranieri. Ma dietro l’angolo c’è il rischio della contraffazione, dei prodotti di scarsa qualità, della ignota origine, dell’impatto sociale, ambientale delle produzioni e non ultimo il rischio per la salute. Lo spiega molto bene lo spettacolo “Tutto quello che sto per dirvi è falso” voluto dal Tavolo della Moda del Veneto e prodotto e distribuito grazie al contributo proprio dell’Assessorato alla difesa dei consumatori che oggi ci ospita. Medicine pericolose prese senza cognizione di causa anche da ragazzi, abbigliamento che da reazioni cutanee quando va bene, cibi non certificati (è possibile su internet comperare latte fresco non pastorizzato) e chi più ne ha più ne metta”.

“Nel mondo il brand “Italia” è molto apprezzato –ha proseguito **Curto-** è per questo che, le imprese devo attrezzarsi, anche volontariamente, con certificazioni chiare e rigorose sulla provenienza. Tracciabilità, etichette parlanti, difesa del 100% made in Italy devono divenire nostri compagni abituali. Ma lo Stato deve crederci e lottare al nostro fianco con norme stringenti, controlli rigorosi e, soprattutto, un cambio di mentalità anche da parte delle Forze dell’ordine. Contraffazione, sicurezza ambientale, regole del lavoro disattese non possono essere più essere considerate “reati minori” o peggio “accettabili””.

“Il nostro Paese –ha ricordato **Curto-** è indietro, rispetto all’Europa e al Mondo, sia nell’offerta di prodotti e servizi on-line che nella domanda. Questo significa che nel nostro Paese ci sono ancora ampi margini di sviluppo del mercato dell’online. Una opportunità che deve essere sfruttata anche dalla piccola impresa. Ma In Italia solo il 5% dei produttori di beni e servizi vende in rete contro il 14% della media europea con punte del 22% in Germania, mentre la Francia è all’11%. Il digitale è la nuova frontiera, soprattutto per le piccole imprese. Dopo aver esportato in tutto il mondo, dobbiamo partire alla conquista del sesto continente: il web”.



Confartigianato
Imprese Veneto

UFFICIO STAMPA:
Andrea Saviane, Toni Grossi
Via Torino, 99 - Mestre (Ve)
041 2902954 - 335 292101
a.saviane@confartigianato.veneto.it

Federazione Regionale dell'Artigianato Veneto

Comunicato stampa

“Ma come? Il filone aureo (almeno potenzialmente) non poteva sfuggire a Confartigianato che da tempo studia questo settore ed ha pronti due progetti. Il primo nazionale. Abbiamo siglato un accordo con Ulaola, una startup che promuove e vende in Italia e all'estero prodotti made in Italy. Il secondo nato in Veneto è Discovering Artigianato. Il portale realizzato per far entrare l'artigianato nel contesto turistico da protagonista, con lo scopo di dare visibilità alle imprese. Nella home page vengono proposti alcuni itinerari di particolare interesse, scelti fra le varie categorie secondo canoni di rilevanza e stagionalità. Una prima pagina che esalta il legame fra le bellezze del territorio e i prodotti artigianali che ne sostituiscono la ricchezza, accrescendone il valore percepito”.

“Sul web –ha concluso Curto- finiranno le storie e i prodotti di eccellenze italiane nel settore del design, del fashion, del vintage, del cooking design e del food. Basterà a internazionalizzare le piccole imprese? Di sicuro è un buon inizio, un veicolo importante per coinvolgere chi all'estero non arriverebbe in altro modo”.