

Il rilancio dei territori passa (anche) dall'e-commerce riservato alle pmi

MONICA ZORNETTA

Contribuiscono in modo rilevante all'occupazione, al fatturato (sono responsabili del 40% circa del volume d'affari complessivo del Paese) e generano il 40% del valore aggiunto nazionale. Sono le piccole e medie imprese (Pmi), realtà imprenditoriali che si caratterizzano per un numero di addetti compreso tra 10 e 249, un fatturato non superiore ai 50 milioni di euro o un totale di bilancio annuo inferiore ai 43 milioni di euro. Nonostante rappresentino la spina dorsale del sistema produttivo nazionale, le Pmi si trovano quotidianamente a fare i conti con sfide capaci di comprometterne la sopravvivenza: pensiamo alla concorrenza delle imprese finanziariamen-

te più potenti, alla difficoltà di accesso al capitale o alla maggiore vulnerabilità alle crisi di mercato rispetto ai *big players*. A tutto questo si sommano le frequenti difficoltà (non solo economiche) che registrano con il mercato del commercio elettronico, divenuto una parte imprescindibile dell'economia contemporanea, con le sue regole complesse, specialistiche e profondamente diverse da quelle che disciplinano il commercio tradizionale.

Per difendere e aiutare le Pmi, ma anche i piccoli fornitori di prossimità, a contrastare lo strapotere di multinazionali e grandi imprese native digitali, è da poco nata Marketpass, una piattaforma di commercio elettronico gestita dalla società benefit TreCuori di Conegliano Veneto (Tv) e

operativa in tutta Italia grazie a diversi partner, che si basa su un modello economico innovativo studiate da varie università italiane.

Con soluzioni che permettono di aumentare i ricavi senza incidere sui costi, attraverso forme di aggregazione e di accordo tra Pmi riunite sotto l'ombrello del Patto di Reciprocità, Marketpass punta a ripianare uno squilibrio che si è creato nel mercato e a supportare l'economia dei ter-

La società benefit TreCuori ha lanciato Marketpass, una piattaforma dove solo le imprese piccole e medie possono scambiarsi i prodotti, per aiutarsi a vicenda

ritori, che vengono così aiutati a trattenere le risorse.

Una delle sue peculiarità è che solo le Pmi possono vendere e acquistare tra loro beni, prodotti e servizi mentre alle grandi imprese è concesso utilizzare la piattaforma esclusivamente per fare acquisti. Marketpass è gratuita per tutte le Pmi italiane ed è accessibile anche ai privati.

Due i fattori che la rendono interessante, efficace e conveniente: il Patto di Reciprocità e il Welfare indiretto. Il primo è quello secondo cui "io vengo a comprare da te se tu compri da uno di noi" e che prevede che tutte le transazioni possano essere pagate in parte in euro (attraverso carte di credito o bonifico) e in parte per mezzo di un meccanismo riconducibile al cashback o alla compensazione.

In pratica, gli aderenti hanno la possibilità di acquistare beni e servizi compensandoli con qualsiasi prodotto della propria azienda, anche in un momento successivo. Il valore di ciò che viene acquistato e venduto viene misurato in Cordis (Conto Cordis), una sorta di moneta non convertibile in alcuna valuta avente corso legale.

Il meccanismo virtuoso del Welfare indiretto si concentra invece sulle persone e le famiglie, a cui permette di ottenere un vantaggio economico dall'acquisto degli oltre 200mila prodotti disponibili sulla piattaforma: i consumatori sono coinvolti con forme incentivanti di acquisto che permettono di ricevere Buoni Cordis utilizzabili sugli acquisti futuri.