

Comunicato stampa

**Dal 1 febbraio, con Be Local, le attività commerciali sono protagoniste:**

**un circuito con i migliori negozi e servizi di Bologna e della sua area metropolitana**

**a portata di mano**

*Be Local è un progetto digitale che propone una soluzione efficace per rendere più competitivi i commercianti permettendo loro di vendere on-line in modo semplice e immediato*

Per uscire da una crisi sanitaria ed economica senza precedenti c’è bisogno anche di idee coraggiose. Be Local è uno strumento utile per migliorare e semplificare il processo di acquisto e di vendita in questi tempi molto difficili. Il nome di questa iniziativa ha il sapore di un invito, di un monito: c’è bisogno di “essere locali”, di tornare a guardare con attenzione alle attività del nostro territorio.

Esiste anche la necessità, per i negozi di vicinato, di affiancare, nell’ambito delle attività tradizionali svolte nel proprio punto vendita, quel percorso di digitalizzazione indispensabile per andare a soddisfare le nuove abitudini di acquisto dei consumatori.

Be Local nasce per essere infatti il marketplace delle attività locali, un punto di contatto tra clienti e attività su tutto il nostro territorio, locale e nazionale.

*“Confcommercio Ascom Bologna, da alcuni anni, sta affiancando le realtà imprenditoriali del nostro territorio in un percorso di innovazione digitale. L’obiettivo è quello di dare a tutte le imprese, in questo momento già estremamente provate dall’emergenza sanitaria ancora in corso, nuove abilità nell’utilizzo di strumenti web per affrontare meglio il mercato in continua evoluzione. Il progetto* ***“Be Local”****, realizzato dall’impresa associata* ***Be Internet,*** *è una tra le attività di sostegno e di valorizzazione che Confcommercio Ascom Bologna sta realizzando per i suoi associati. All’iniziativa sarà data, a partire da questi giorni, visibilità e promozione attraverso un’articolata campagna di comunicazione”* annuncia **Enrico Postacchini, Presidente Confcommercio Ascom Bologna.**

***“****Il progetto* ***Be Local*** *è uno strumento digitale di facile accesso sia per il consumatore sia per l’azienda indispensabile per unire le virtù uniche di ogni attività con gli aspetti positivi del digitale al dine di aumentare le potenzialità di vendita attraverso una piattaforma e-commerce accessibile tramite una app e un sito internet. In questo marketplace, adesso, sono presenti cinquanta attività dell’area metropolitana di Bologna appartenenti a numerose categorie del commercio, dei servizi e anche delle professioni, pronte ad offrire alla clientela, insieme alle tradizionali attività di gestione del punto vendita, il* ***delivery, l’asporto e l’e-commerce****. I vantaggi per i consumatori e per le imprese*

*che accedono a Be Local sono molteplici. I negozi sono tutti insieme, a portata di mano, e il consumatore può accedere gratuitamente e concludere il processo d’acquisto in pochi passaggi - la ricerca, l’ordine, il ricevimento o la consegna. Le attività commerciali che decidono di entrare in questo circuito possono contare, in tutte le fasi, su una gestione personalizzata e un’assistenza costante da parte di Be Internet oltre che di un periodo di prova gratuito”* spiega **Giancarlo Tonelli, Direttore Generale Confcommercio Ascom Bologna**.

C’è una **condizione di adesione agevolata** per tutte le imprese**.** Infatti l’offerta che Be Internet ha previsto per gli associati Confcommercio sono tre mesi di attivazione gratuita. Alla fine di questo periodo il costo sarà di 3€ per ogni giorno di attività realmente svolta.

Per i titolari di un’attività imprenditoriale è facile aderire a questo circuito, creare il proprio negozio, caricare i prodotti, gestire la rete di distribuzione. E’ anche facile disdire, visto che non sono previsti obblighi particolari: trasparenza e semplicità sono i cardini di questo progetto. Per i consumatori è ancora più facile ordinare, salvare i propri negozi preferiti, tracciare gli ordini e scegliere tra i punti vendita più vicini. Una delle funzionalità più interessanti, per esempio, riguarda la possibilità di utilizzare l’app anche come menù del ristorante per visionare e ordinare le pietanze direttamente in loco.

Su Be Local è possibile trovare qualsiasi tipo di categoria merceologica quali alimentari, ristoranti, bar, pizzerie, gelaterie, salute e benessere, farmacie, cartolibrerie, ferramenta e negozi per la casa, moda e abbigliamento, ottica e foto, tecnologia, preziosi, turismo e anche servizi di vario genere fino ad arrivare al settore dei professionisti e dei servizi.

Tutto si gioca sul terreno del web, l’arma in più per i commercianti è in una semplice app, ma il vero segreto per vincere la sfida resta il rapporto umano tra cliente e commerciante. A sottolineare questo aspetto è **Gerry Balestrieri, co-fondatore di Be Internet,** agenzia web bolognese che ha sviluppato il progetto: *“Con Be Local affianchiamo il negozio fisico ad uno store on-line semplice da gestire. Non virtualizziamo completamente l’esperienza di acquisto, ma la integriamo. E’ bene ricordare che la nostra app per funzionare ha bisogno di relazioni vere, di una presenza fisica sul territorio. Deve essere una rete nel vero senso della parola. In questo senso è un amplificatore delle relazioni tra commerciante e cliente”.*

Be Local consente anche alla clientela di ritirare i propri prodotti direttamente in negozio dopo averli ordinati, prenotare appuntamenti o semplicemente interfacciarsi con il commerciante o il professionista per chiedere informazioni. Le relazioni sono al centro, il digitale è semplicemente lo strumento che le facilita.

A questo proposito **Luigi Greco, co-fondatore di Be Internet**, aggiunge uno spunto interessante di riflessione: *“Mai come in questo periodo il progetto Be Local rappresenta una grande sfida: realizzare finalmente una rete commerciale a km 0 in grado di competere con i grandi colossi dello shopping on-line. L’obiettivo è quello di unire la rapidità e l’efficienza dei sistemi on-line con l’esperienza e le virtù dei commercianti”.*

Parole che sono più di un auspicio se confrontate con le tendenze di acquisto registrate a Natale 2020 quando il boom degli e-commerce (940 miliardi di dollari in tutto il mondo, + 30% rispetto al 2019) ha portato non solo benefici ai grandi player ma anche grandi problemi sul lato logistico e dell’efficienza delle consegne. Troppe richieste, tutte insieme, hanno finito con il danneggiare l’aspetto più caro a qualsiasi consumatore: l’affidabilità.

Ecco quindi tornare alla ribalta i piccoli negozi di vicinato che, da sempre, possono offrire un’esperienza di acquisto unica fatta di rapporti diretti con il cliente, vicinanza, attenzione e una profonda conoscenza del prodotto e del servizio offerto. La nuova tendenza premia quindi il commercio locale che ha saputo adattarsi e innovarsi. L’evoluzione on-line di tanti negozianti e professionisti, in questi ultimi mesi, infatti, sta dando i suoi buoni frutti. La stessa piattaforma Be Local, ad esempio, sta registrando un trend di adesioni positivo.

L’attenzione dei consumatori quindi si sta spostando verso chi è sul mercato da tempo e, con esperienza e professionalità, ha saputo adeguarsi offrendo anche un’altra possibilità di acquisto, quella on line. Torna alla mente l’antico mito di Davide contro Golia, questa volta senza armi, ma con mascherine e smartphone. Le battaglie si vincono soprattutto con l’ingegno, quasi mai con la forza. Questa volta ce lo auguriamo più che mai.

L'iniziativa è stata realizzata con il contributo della CCIAA di Bologna e di EmilBanca.

LINK INFO CONSUMATORI: https://business.belocal.store/f-a-q-utenti/

LINK INFO COMMERCIANTI: https://business.belocal.store/

Bologna, 25 gennaio 2021