

ECONOMIA | ECOMMERCE TERRITORIALE



Piattaforma Lo strumento di Tre Cuori per lo sviluppo dei negozi di prossimità

Marketpass, trasportare le Pmi nell'e-commerce

di Sara Colonna



Giovanni Lucchetta



Luca Fornaciari



Giuseppe Luciani

Si chiama Marketpass - Cordis Community ed è uno strumento innovativo per la difesa delle Pmi, e dei negozi di prossimità in ottica di sviluppo dell'economia del territorio pensato da Tre Cuori Spa Società Benefit con sede a Conegliano Veneto che ha affidato all'università di Parma l'analisi del modello. Dopo il primo appuntamento di fine gennaio si è tenuto giovedì scorso nel nostro Ateneo un incontro di approfondimento cui ha preso parte un ricco parterre di ospiti a partire dalle autorità istituzionali con Stefano Magagnoli, Direttore del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Università di Parma a fare gli onori di casa e con Ettore Brianti, Assessore alle Politiche Sociali del Comune di Parma che ha portato i saluti dell'amministrazione comunale attenta alle iniziative di successo per la città. Presenti anche i rappresentanti del mondo delle associazioni di categoria con Claudio Franchini, Direttore Ascom Concommercio Parma, Eugenio Caggiati per Cooperativa Parma, poi i rappresentanti del mondo bancario con Alessandro Masetti, Referente Enti Terzo Settore Emil Banca e il mondo accademico con Luca Fornaciari, Associato di Economia Università di Parma e Giuseppe Giulio Luciani, Dimetech Lab e docente dell'università di Parma, che hanno dialogato con Giovanni Lucchetta, Amministratore di Tre Cuori Spa e con Alberto Fraticelli, Direttore Generale Tre Cuori Spa che insieme a Katia Cais ha chiuso le danze illustrando come funziona l'operatività della piattaforma Market pass davanti ad un folto pubblico di studenti, commercianti e imprenditori.

Il problema è reale. Per effetto dell'inflazione galoppante i prezzi sono saliti alle stelle e questo ha messo in difficoltà ampie fasce di famiglie che, come certifica il recente Rapporto Italia 2023 curato dell'Istat, hanno un tasso

di risparmio nullo quando non negativo per affrontare le spese e sulle quali grava un debito pubblico 2.894 miliardi di euro che rende praticamente impossibile mettere correttivi alle diseguaglianze. Lo Stato, scriveva il premio Nobel Joseph Stiglitz, deve creare le opportunità e rimuovere gli ostacoli al cambiamento. Laddove la macchina statale non arriva, allora gli imprenditori si organizzano. L'idea è giovane perché ha poco più di dieci anni e nasce nel Nord Est in provincia di Treviso ma è un modello esportabile: aziende, negozi e botteghe di quartiere si mettono in rete per far diventare la spesa più conveniente attraverso una piattaforma digitale, Marketpass - Cordis Community, che replica il funzionamento di Amazon ma promette di combatterne lo strapotere impedendo che i profitti realizzati siano portati fuori dal territorio e anzi garantisce che le risorse economiche ritornino laddove sono state generate. «Marketpass è una piattaforma di commercio on-line riservata solo alle piccole e medie imprese (Pmi) che sono state fonte di libertà e ricchezza per il nostro territorio e che ora sono a rischio di estinzione - afferma Giovanni Lucchetta, ad di Tre Cuori che spiega - i piccoli esercenti e le piccole medie imprese sono schiacciate dai giganti

del commercio elettronico che ha regole peculiari e nella totale libertà delle scelte noi ci occupiamo di aiutarli ad entrare in questo mondo per competere ad armi pari fornendo assistenza informatica, logistica perché abbiamo investito in magazzini di stoccaggio e trasporti, legale per affrontare il tema del diritto di recesso».

Tre Cuori ha tre anime: il welfare territoriale, il marketing sociale e il welfare indiretto. L'azienda, per esempio, mette a disposizione una dote che viene respesa verso la stessa o altre Pmi del territorio in modo che la ricchezza prodotta feconda gli scambi interni, rigenerandosi continuamente. Quando c'è un successo economico gli Americani lo commentano così: «You don't close a contract but you open a relationship» che letteralmente vuol dire «Non hai chiuso un contratto ma aperto una relazione». «Tutto si basa su un patto di reciprocità - afferma Lucchetta - serve un cambio di passo nella mentalità». I contratti si basano sulla fiducia, dal latino "fides" ovvero la corda che lega e tiene insieme la comunità. «Se la finanza è un gioco a somma zero - prosegue l'ad Tre Cuori - l'economia circolare è una situazione cosiddetta "win-win", e la torta può diventare più grande per tutti». Tre Cuori punta a coinvolgere associazioni di categoria per diventare una comunità basata sul principio di prossimità e reciprocità.

«Le evidenze empiriche mostrano che il modello funziona - spiega Luca Fornaciari, Associato di economia all'Ateneo di Parma - ed è sostenibile con un obiettivo di lungo termine: se le aziende vogliono prosperare nel lungo termine devono arricchire la comunità». Gli fa eco Giuseppe Giulio Luciani che all'osservatorio Dimetech Lab testimonia: «Il progetto Parma realizzato dalle associazioni di impresa ed il terzo settore sta creando grazie a Marketpass una rete di scambio molto proficua».



Il progetto, nato con la collaborazione dell'università di Parma, crea comunità basate sulla prossimità



Contromano

di Aldo Tagliaferro

Auto cinesi, dazi Usa e paure europee

Certo, il vecchio Joe (nel senso di Biden) è in campagna elettorale, e un po' di sano protezionismo non guasta mai. La decisione di alzare i dazi nei confronti di prodotti cinesi per 18 miliardi di dollari dunque non stupisce. Gli Usa levano un muro sull'import cinese di semiconduttori, minerali critici e - quello che più ci interessa in questa sede - le auto elettriche. Il rialzo delle tariffe doganali è drastico: dal 25% si quadruplica al 100%. Tanto? Sì, ma guardiamo la sostanza: sono mosche bianche le auto elettriche prodotte sottocosto in Cina (grazie ai sussidi del capitalismo in salsa comunista di Xi Jinping) che oggi circolano in America, anche perché solo Polestar, joint venture di Geely e Volvo, è presente sul mercato.

Diciamo pure che in assoluto le elettriche negli States sono poche e concentrate tra California e qualche città della East Coast nonostante investimenti per 860 miliardi di dollari nell'Inflation Reduction Act nel tentativo di favorire l'auto con la spina a stelle e strisce. Semmai i cinesi, oberati dalla sovrapproduzione e con il mercato interno asfittico, sono pronti ad aggirare l'ostacolo spostando la produzione, come Byd che sta valutando l'apertura di uno stabilimento in Messico. La stessa cosa sta accadendo in Europa. Mentre Bruxelles valuta di alzare i dazi (fermi al 10% nonostante perfino la Cina imponga a noi il 15%...) ma non si decide, le fomicine cinesi stanno già circolando: Chery Auto entro fine anno inizierà a costruire in Catalogna nell'ex stabilimento Nissan grazie all'accordo con la spagnola EV Motors, mentre MG ha comunicato l'apertura del centro ricambi europeo ed è alla ricerca di una factory di assemblaggio. E l'immancabile Byd dopo aver annunciato la costruzione di una fabbrica in Ungheria vorrebbe raddoppiare. Anche il governo italiano - sì, lo strenuo difensore del Made in Italy - è da tempo in contatto con Chery e Dongfeng. La situazione è nebulosa, ma per adesso il tempo lavora a favore dei cinesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA