



# Commercio si ma on line

DI GIOVANNA SCIACCHITANO

Lo scorso anno ha visto una crescita molto forte di tutto il comparto dell'e-commerce, cioè delle vendite di prodotti attraverso internet. Le stime hanno registrato un incremento superiore al 20%. Questo fenomeno implica buone possibilità occupazionali e la nascita di nuovi profili. «L'Italia sta cercando di recuperare il ritardo rispetto agli altri Paesi d'Europa - spiega **Andrea Spedale**, presidente di Aicel, associazione italiana commercio elettronico -. Possiamo dire che si è concluso il "periodo pionieristico" e che oggi l'e-commerce non è un business e un'offerta per pochi, ma inizia ad allargarsi e a specializzarsi».

Aicel, che si occupa di formazione e informazione per quanto riguarda il commercio elettronico, ha ideato il certificato «Sono Sicuro», cioè un sistema di regole a cui il *merchant*, cioè il venditore, dichiara di attenersi e che viene sottoposto a verifiche. «Il ruolo dell'associazione - chiarisce Spedale - è quello di creare una base di regole di buon e-commerce». Fino ad oggi gli acquisti su internet hanno riguardato soprattutto la tecnologia. «In questo momento il turismo, l'abbigliamento e l'elettronica di consumo stanno generando i maggiori ricavi - precisa **Andrea Boscaro**, fondatore di **The Vortex**, società di formazione per il business e il marketing digitale e coautore del libro "Tecniche di web marketing" (**Franco Angeli**) -. A mio avviso, però, il 2012 sarà l'anno dell'editoria e dell'arredamento. Secondo i dati del Politecnico di Milano, sono nove milioni gli italiani che acquistano *on line*, con una spesa media di circa mille euro all'anno. Ci sono quindi ampi margini di crescita perché il rapporto fra chi compra e chi naviga in Italia è più basso rispetto agli altri Paesi europei».

Le professioni dell'e-commerce, a detta degli esperti, sono relativamente recenti e si evolvono continuamente con il mer-

cato. Oggi si parla dell'*e-commerce manager*, che gestisce e progetta tutta la presenza on line dell'azienda. Poi c'è l'*e-store manager* che si occupa della presenza on line del negozio. Un lavoro operativo molto importante perché è colui che dialoga con il consumatore. Un aspetto cruciale che devono curare le aziende è quello della cosiddetta *reputation*, cioè fare in modo che l'autorevolezza off line possa tradursi anche sulla rete. «Questo va fatto stimolando utenti e clienti a lasciare in rete un commento positivo», dice Boscaro. Ci sono poi altri profili legati all'assistenza al cliente, al cosiddetto *customer care*. Un ruolo importante è anche quello del *web marketing manager*, responsabile della pubblicità e delle promozioni.

«La formazione richiesta è di tipo più economico che tecnico - riflette Spedale -. Sono necessarie competenze di marketing e comunicazione. Dal punto di vista del titolo di studio è apprezzata una laurea o un master in economia oppure in ingegneria e in scienze informatiche. Per chi non ha avuto modo di accedere a un percorso universitario esistono associazioni come la nostra che organizzano corsi di formazione. È indispensabile poi leggere molto, perché occorre essere aggiornati in un settore altamente tecnologico e innovativo».

In questo settore l'inglese viene dato ormai per scontato. «È consigliabile anche un'esperienza all'estero per capire come funziona il mercato e come ragiona il cliente di riferimento - osserva Boscaro -. Su internet è importante saper scrivere bene, in modo accattivante, soprattutto se pensiamo ai social media (facebook, twitter...). In questo senso le materie umanistiche possono risultare appetibili. Il percorso di carriera solitamente parte dalle agenzie per poi approdare in azienda dove si lavora per aiutare ad andare sul web. Spesso la palestra per gli specialisti del settore è lavorare per piccole campagne sui motori di ricerca». C'è anche un'ampia offerta di master per il business on line. «È bene scegliere un percorso che non sia di ca-

rattere accademico, ma operativo e molto pratico – suggerisce Boscaro –. Con un buon equilibrio fra pianificazione e gestione del sito. Fra le tante offerte sceglierei quelle più capaci di insegnare il mestiere».

Le retribuzioni nell'on line non si discostano molto da quelle tradizionali. «In Italia risultano un po' al di sotto rispetto al resto d'Europa, se si considera che le specializzazioni richieste sono particolari e l'offerta del mercato non è così ampia. Devo dire che il nostro sistema del mercato del lavoro non è molto flessibile per l'inquadramento», commenta Spedale. «C'è una forte differenza fra la provincia e la città – sottolinea Boscaro –. Paradossalmente in centri come Milano, Roma e Torino la re-

tribuzione è inferiore alla media. Qui infatti l'offerta è particolarmente rilevante».

L'espansione del settore è comunque un dato di fatto. «Le statistiche mostrano come in Italia ci sia una forte resistenza ad effettuare il primo acquisto, dovuta in parte alla diffidenza verso i sistemi di pagamento – afferma Spedale –. Dopodiché il ripetersi dell'operazione cresce in maniera progressiva. Il punto è che molte imprese non hanno ancora capito che essere sull'on line è un'opportunità. Penso che in un paio d'anni l'e-commerce sarà un fenomeno che riguarderà tutte le tipologie di aziende e in particolare quelle che vengono chiamate industriali». Dunque, per chi si sente attratto dalla Rete, è il momento di investire su se stessi e di farsi avanti.

*Dal marketing all'e-store manager sono diverse le figure ricercate in un settore oggi in espansione. Possibilità di impiego anche per i giovani con preparazione umanistica*

