

Scritto da Valeria Barbon
Giovedì 02 Luglio 2020 00:00

L'artigianalità italiana vede la luce dopo il tunnel. Viamadeinitaly, il principale Marketplace B2B per la moda italiana, ha registrato due mesi da record proprio durante la crisi del Covid-19. La piattaforma digitale - che per i fornitori italiani funge da fiera online - ha visto crescere di oltre il 140% le richieste di quotazioni settimanali da parte dei buyer internazionali e di oltre il 75% il numero di buyer iscritti alla piattaforma rispetto al periodo pre-Covid. L'isolamento imposto dall'emergenza sanitaria ha cambiato molte abitudini e il forzato ricorso agli acquisti online si è di fatto rivelato un volano di sviluppo per le attività B2B internazionali. L'abbigliamento, la calzatura, la pelletteria, per citare alcune delle categorie merceologiche trattate da Viamadeinitaly, hanno visto il traffico e le richieste nei loro confronti impennarsi durante il blocco. "Dall'estero non hanno mai smesso di guardare al Made in Italy, nemmeno nei mesi di chiusura più serrati" afferma Tommaso Zanin, uno dei fondatori della piattaforma. "Centinaia di buyer professionisti inviano le loro richieste di ordini attraverso la piattaforma ogni settimana: l'esempio più significativo riguarda D'Ottavio, un prestigioso produttore di borse veneto, che ha ricevuto una richiesta di preventivo da un negozio e-commerce americano. L'ordine è stato confermato e pagato in aprile e le borse sono state messe in produzione il giorno della riapertura a maggio". Il Made in Italy è ricercato in tutto il mondo, ma sfortunatamente la maggior parte degli artigiani italiani non è al passo con la digitalizzazione del commercio globale. Oggi solo il 20% dei produttori italiani esporta i propri prodotti. Viamadeinitaly si prefigge l'obiettivo di promuovere e digitalizzare l'artigianalità del Made in Italy e fornire alle generazioni di produttori italiani una piattaforma globale per ottenere visibilità per le loro aziende ed esportare i loro prodotti. Oggi più che mai, un canale all'ingrosso digitale è diventato essenziale per i produttori italiani. "Prima del Covid-19 la nostra piattaforma era un'opportunità per molti fornitori, ora è diventata una necessità", spiega Marco Mutto A.D. di Viamadeinitaly. "Grazie alla nostra piattaforma, i produttori italiani hanno l'opportunità di moltiplicare in modo esponenziale la visibilità internazionale, di ottenere nuove richieste di contatto e opportunità commerciali in qualsiasi momento, senza costosi spostamenti". Non solo i numeri, ma anche l'università Bocconi sta dando fiducia a Viamadeinitaly che è stata selezionata tra circa 200 startup italiane per essere coinvolta nel programma di accelerazione "B4i - Bocconi for innovation". I tre fondatori stanno accelerando la crescita della piattaforma e presto saranno aperte nuove categorie merceologiche dedicate al Made in Italy. L'obiettivo di Viamadeinitaly è dare respiro internazionale alle eccellenze italiane grazie a uno strumento al passo con i tempi. La concreta realizzazione di un modello innovativo di Made in Italy, che d'ora in avanti non dovrà più temere barriere e distanze.