

La novità. Operativo dal prossimo autunno il portale realizzato da Confindustria, Unicredit, Intesa-Sanpaolo, investitori privati e Simest

# Eccellenze in vetrina nel negozio online

MILANO

■ Creare una vetrina nei mercati emergenti per quei beni del food, del design e della moda di qualità prodotti da Pmi ad alto potenziale ma senza un brand noto alle spalle che ne sostenga il marketing.

Sarà operativo dal prossimo autunno "Storytalia", il negozio online realizzato da Confindustria, Unicredit, Intesa-Sanpaolo e un nucleo di investitori privati, col sostegno di Simest.

«L'obiettivo - ha spiegato Paolo Zegna, ieri a Milano - sarà quello di mettere insieme prodotti di decine di piccole e medie imprese del "bello e ben fatto" per dare un esempio di come dall'aggregazione e dal racconto delle tante storie che stanno dietro alle nostre capacità creative e manifatturiere, si possa puntare ad ovviare quei problemi che le piccole realtà italiane hanno molto spesso nel trovare da sole un proprio spazio nei mercati internazionali».

Un progetto che era nato 3 anni fa con la costituzione di una società - la "Stil Novo Partecipazioni" - per promuovere le eccellenze italiane attraverso l'apertura di negozi "fisici" multibrand ad hoc. Inizialmente in Cina e poi con adattamenti, nei principali mercati emergenti.

«In realtà - ha spiegato Zegna - in quei mercati è molto forte la percezione dei brand italiani come segno distintivo e di status. Di conseguenza, alla nostra richiesta di un posizionamento

alto per prodotti non noti, abbiamo rilevato le forti diffidenze di grandi distributori e proprietari di *shopping mall*, che avrebbero dovuto investire molto sulla distribuzione». Così, si è deciso prima di lanciaarli con una piattaforma online che sarà promossa anche con il coinvolgimento dell'Ice, e poi, a un primo consuntivo positivo, si affiancherà anche il canale tradizionale con punti vendita in franchising.

«Le aziende - ha concluso Zegna - dovranno solo mettere a

disposizione il magazzino per uno o più prodotti selezionati. Politiche di promozione, di merce, logistica, distribuzione e pagamenti saranno gestiti da Storytalia, tramite anche un accordo con Poste Spa».

Si parte con gradualità. Primo step, il perimetro dei mercati europei (che per fatturato sono per molti ancora i principali partners). Poi, il "grande salto" verso la Cina.

L.Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

