

# Venti imprese storiche milanesi aprono una vetrina digitale su eBay



Foto di gruppo dei titolari delle imprese storiche

ANDREA D'AGOSTINO

**C**i sono le vetrerie di Empoli in Monte Napoleone e i capi di abbigliamento di De Molfetta di corso Vercelli (entrambi prossimi a spegnere 80 candeline), ma anche la pellicceria Lagori aperta dal 1944, e le più recenti filatelia Simoni e libreria dello Sport. La più antica è invece Doniselli Cicli Martin, che da un secolo vende furgoncini e motocicli in via Procaccini. Sono alcune delle venti botteghe storiche milanesi pronte a sbarcare nell'e-commerce grazie a un progetto con eBay, **Confcommercio** di Milano, Lodi, Monza e Brianza e il Club delle imprese storiche. Un'iniziativa inedita nel mondo del commercio, non solo milanese. È la prima volta, infatti, che un gruppo di esercizi storici, tutti afferenti a diverse tipologie di prodotto (ci sono anche giocattoli, erboristerie, arredamento) decide di entrare nel digitale dopo aver seguito un apposito corso di formazione organizzato da una piattaforma online di vendita come eBay: obiettivo, raggiungere un bacino di oltre 177 milioni di acquirenti in

tutto il mondo. Al termine del training, le aziende hanno aperto un negozio online al sito eBay.it inserito in una pagina dedicata; ora saranno identificabili tramite una vetrofania personalizzata con indirizzo del negozio online e il Qr code corrispondente.

Secondo i dati di **Confcommercio**, le imprese lombarde sono tra le più digitali del nostro Paese con 1.378 realtà che vendono online e oltre 4mila addetti; la regione è anche ai primi posti in Italia per numero di imprese che esportano su eBay, in crescita del 65% negli ultimi cinque anni. Dati destinati ad aumentare con questa iniziativa; d'altronde, spiega Susana Voces, General manager di eBay in Italia e Spagna, «oggi quasi sette venditori italiani su 10 esportano i loro prodotti attraverso la nostra piattaforma». Tuttavia, nell'e-commerce c'è ancora un potenziale inesperto, soprattutto da parte delle imprese tradizionali. Ma proprio per questo motivo, dichiara Alfredo **Zini**, coordinatore del Club imprese storiche, «è il momento ideale per entrare nel mercato del commercio elettronico».

