

INTERVISTA L'ESPERTA DI STRATEGIE DIGITALI AL WEBINAR DOMANI DI CONFINDUSTRIA

# Martina Vazzoler

## «Il business “B2B” online sarà una potenza di fuoco»

Cinzia Zuccon

«Nei prossimi due anni il 60% delle imprese italiane attive nel B2B (business to business), che vendono ad altre aziende, avrà appreso il e-commerce. E da lì passerà una buona parte del fatturato». Ne è convinta Martina Vazzoler che da sempre si occupa di marketing, strategie digitali e vendite online. Fondatrice di @E-Italy, piattaforma di e-commerce per prodotti made in Italy, con gli studenti dello Iusve ha realizzato anche la prima mappatura completa di tutti i marketplace della distribuzione online. Domani (12-13), sui canali social di Confindustria Vicenza, terrà il webinar “L'e-commerce è adatto a un'azienda B2B? L'obiettivo è aiutare le imprese a valutare le opportunità di vendita online, evitando errori e sprechi di risorse. Per partecipare gratuitamente basta iscriversi alla pagina LinkedIn dell'evento.

trambi hanno innescato una gara al rialzo che porterà una marea di aziende online.

### Da dove parte un piano ben costruito per il B2B online?

Dal costruire competenze in azienda: senza chiari strumenti e obiettivi non può cambiare nulla. Solo in un secondo momento si può sviluppare il proprio e-commerce, ed è questa la prima “sliding door”, la prima possibilità che si apre. Ma si deve ragionare anche in termini di multicanalità per intercettare altre fette di mercato. È necessario anche essere presenti sui marketplace generalisti come Amazon Business e Alibaba - chi naviga sull'uno non frequenta l'altro - come sui distributori verticali.

### Qual è l'errore che più frequentemente vede commettere alle imprese?

Non essere sistematiche nell'approccio, “sparare nel mucchio”. Questa è un'era “data driven”, i dati bisogna interpretarli e su quei dati va costruita la strategia.

### Quando potrà verificarsi una vera e propria svolta nel B2B online?

Il business del B2B vale quattro volte quello del B2C (la vendita al consumatore finale, ndr) perciò l'interesse è enorme; ma il vero salto sarà possibile solo quando gli abilitatori saranno pronti a gestire la complessità: pensiamo solo ai listini personalizzati o alle diverse modalità di pagamento. Oltre ai marketplace, infatti, serve altro: da una logistica adeguata a tutta la parte di finanza tecnologica. Quando tutti gli abilitatori saranno in grado di garantire un percorso senza intoppi si scaterà una potenza di fuoco.

### A che punto sono le grandi piattaforme di marketplace?

Amazon Business è sbarcata in Italia tre anni fa, Alibaba sta entrando adesso, ma ha investito moltissimo per farsi spazio nel mercato Ue. En-

Al primo incontro sulle vendite online che ha tenuto quest'anno per Confindustria ha sottolineato che il 90% delle vendite B2B avviene prima della vendita stessa e che il 75% delle informazioni in preventivi è online. Motivi per i quali bisogna essere presenti nei “punti di contatto”. In che modo?

Quando parliamo di B2B parliamo di conversione, non di “prodotti nel carrello”. Se un cliente mi ha visto in Fiera, poi deve trovarmi online: sul sito, nei social, nei magazine di settore, nei siti che comparano i prezzi; è in rete che capirà la caratura dell'azienda e della proposta e deciderà se acquistarla o meno. E se una volta sul sito compilerà il form di contatto lo si sarà “agganciato”, si sarà realizzata una conversione.

Una piccola impresa che voglia iniziare un percorso di vendite online nel B2B dopo quanto tempo si può aspettare dei risultati?



Martina Vazzoler esperta di marketing online

“ Si parte dal costruire competenze in azienda: solo dopo si può sviluppare l'e-commerce ”

“ Una piccola impresa generalmente ha risultati dopo un anno dall'inizio del progetto ”

Generalmente dopo un anno dall'inizio del progetto vero e proprio, basato sui dati, obiettivi precisi, e la costruzione di una piattaforma per le vendite online.

### Può citare un esempio di successo?

Certo, riguarda una piccola azienda orafa di Bassano, la Lucchetta Armando srl. Dal B2B è riuscita a fare il salto nella vendita al consumatore finale creando un proprio marchio di gioielli. Lo scorso anno, su Amazon, ha realizzato il 20% del fatturato totale. Questa è l'altra sliding door: se il prodotto lo consente, dal B2B si può arrivare al B2C. Ora realizza il proprio e-commerce per vendere all'estero ai consumatori finali utilizzando la stessa piattaforma creata per il B2B.

relazione all'operazione, né in provincia di Vicenza né sul territorio nazionale.

La passione per la montagna e i valori condivisi da Giordani e Marenzi «sono il collante dell'operazione che prevede per Montura la continuità e un futuro di sviluppo, con attenzione particolare ai mercati esteri».

In questo contesto è stato definito “fondamentale” il ruolo del partner Nuo (il cui ceo è Tommaso Paoli) che, grazie al network ed alle risorse dei suoi due azionisti Exor e Wwvic, «valorizza le eccellenze italiane nel loro percorso di internazionalizzazione». Non sono stati resi noti i valori dell'operazione. Giordani esce dall'azienda ma guiderà una fondazione per i progetti di solidarietà.

NEWCO Bvx-Brave virtual xperience per progetti del mondo virtuale

# Otb fonda il suo centro dedicato al metaverso

Stefano Rosso nominato amministratore delegato «Primo esempio nella moda, il gruppo va nel futuro»

Renzo Rosso aveva accennato neppure 20 giorni fa, in occasione della settimana della sostenibilità in Otb, di un incarico «fantastico» che sarebbe stato attribuito al figlio Stefano. E l'incarico, reso noto ieri, coincide con la nuova sfida del gruppo della moda con sede a Breganze, proprietario dei marchi Diesel, Maison Margiela, Marni, Jil Sander, Viktor & Rolf e che controlla le aziende Staff International e Brave kid. Si tratta della newco Bvx-Brave virtual xperience, il nuovo centro di competenza interamente dedicato allo sviluppo di progetti e contenuti destinati al mondo virtuale. Il primo nel mondo della moda. Il centro sarà messo a disposizione in modo trasversale di tutti i marchi del gruppo e lavorerà anche con i principali player e piattaforme del mondo gaming e metaverso. L'obiettivo è «avvicinare e coinvolgere i consumatori più giovani e creare progetti capaci di accelerare la crescita di Otb, generando nuove opportunità di business nel settore dei prodotti digitali».

Nuova sfida A guidare la nuova società è stato chiamato Stefano Rosso - già membro del cda di Otb e del board di Aura Blockchain Consortium (in rappresentanza di Otb in qualità di membro fondatore, insieme a Lvmh, Prada Group e Car-



Renzo Rosso digital, patron di Otb



Stefano Rosso digital, ceo di Bvx

tier, fondatore di D-Cave, la piattaforma lifestyle dedicata alla digital culture nonché presidente del L.R. Vicenza - che, in qualità di amministratore delegato di Bvx, «focalizzerà il lavoro del Competence centre sullo sviluppo di nuove modalità di interazione diretta con il cliente finale, con l'obiettivo di rafforzare il coinvolgimento e ampliare l'offerta di prodotti digitali, in particolare nel settore del metaverso, degli Nft e del gaming». Secondo un recente report di Morgan Stanley, tra l'altro, metaverso, Nft e gaming potrebbero far crescere il potenziale mercato dei gruppi del lusso di oltre il 10% entro il 2030 e aumentare i profitti del settore di circa il 25%.

Pionieri digitali «Ho sem-

pre pensato - ha affermato Renzo Rosso, presidente di Otb - che la tecnologia fosse la nuova frontiera del settore della moda. Con Bvx vogliamo essere pionieri del digitale e del metaverso nella nostra industry, presidiando il mondo virtuale e anticipando le richieste delle nuove generazioni di consumatori. Stefano è la persona giusta per guidare questo cambiamento». Una sfida che il figlio raccoglie: «Bvx tragherà il gruppo e i suoi marchi verso il futuro della nostra società, che integrerà la vita del mondo fisico con quello virtuale. Esprimere il potenziale dei nostri brand dentro al mondo del gaming e del metaverso è in assoluto la cosa più stimolante a cui ho avuto modo fino ad ora di lavorare».

## ASSEMBLEA CONFARTIGIANATO A ROMA



Delegazione vicentina a Roma: al centro Cavion con il presidente nazionale

NIUKO Venerdì

## Economia circolare “in scena” con 2 eventi

●● Doppio appuntamento gratuito nella nuova sede di Niuko (società di formazione di Confindustria Vicenza) venerdì 3 dicembre in piazza Pontelando 27a Vicenza. L'evento, sul tema dell'economia circolare, è la tappa conclusiva del progetto “L2-RSI: sviluppo sostenibile per le aziende venete” finanziato dalla Regione con i fondi For Pesr 2014-2020.

La nuova tappa di Maps for Future prevede una giornata intera con la possibilità di scegliere se intervenire al mattino, al pomeriggio o per tutta la durata dell'evento.

La mattinata sarà guidata da Marianna Moser e Federico Stefani della startup Vaia, nata da un gruppo di giovani che hanno deciso di recuperare il legno degli alberi abbattuti dalla tempesta dell'ottobre 2018 per realizzare un oggetto di design. Nel pomeriggio Carlo Poregno, direttore artistico de La Piccioniaia, porterà in scena la conferenza-spettacolo “La vita segreta degli oggetti”. Registrazione obbligatoria <https://mapsforfuture.niuko.it>.

OUTDOOR Nel Vicentino circa 100 dipendenti, «nessuna ricaduta»

# Montura passa ad Herno

## Gli uffici restano a Zanè

●● Dall'alpinismo allo sci-alpinismo, dal trekking al running fino all'arrampicata sportiva e alla vela. Ora l'azienda Tasci, conosciuta per il brand Montura e per i suoi negozi “esperienze”, fondata dal trentino Roberto Giordani nel 2000, passa di mano.

E di ieri la notizia che Giordani ha ceduto «gli asset rilevanti del settore abbigliamento e la catena retail» al Gruppo del lusso Herno dell'imprenditore di Novara Claudio Marenzi (che sarà

azionista di maggioranza e la guiderà) e alla holding di investimento Nuo (condivisa dagli azionisti Exor-Agnelli e dai cinesi Wwvic).

L'operazione si perfezionerà a gennaio 2022.

E il cambiamento è seguito con particolare attenzione nel Vicentino dove Tasci-Montura, la cui sede legale è tra Lesera e Rovereto, ha il suo quartier generale alle porte di Zanè negli ex stabilimenti Filati Ziche dove lavorano un centinaio di persone.

Montura vi ha collocato direzione amministrativa, commerciale, ricerca e sviluppo, logistica e materie prime.

Il “cervello” in buona sostanza dell'azienda che fattura sui 50 milioni, ha circa 1.400 dipendenti (di cui un migliaio in Moldavia per la produzione) e un'affermata catena retail. Due “Montura store” sono anche a Schio e Bassano, uno è appena stato aperto a Padova.

Non ci saranno ricadute occupazionali - si è appreso - in

# Il grido dei vicentini «Il nostro slancio ora rischio di frenare»

●● Anche la voce degli artigiani vicentini ieri all'assemblea nazionale di Confartigianato a Roma guidata da Marco Granelli, ospite il ministro Giorgetti.

Con il presidente Gianluca Cavion hanno partecipato i, il vice Nerio Dalla Vecchia, i presidenti vicentini nazionali delle imprese del Verde e Termoidraulici, Stefania Dal Maistro e Dario Dalla Costa, il presidente del mandamento di Vicenza Maurizio Facco e il segretario generale, Francesco Giacomini. «La nostra associazione - ha riferito Cavion - prima

per numero di iscritti, ha portato il suo contributo. Sono emerse le aspettative e le proposte delle micro e piccole imprese per ricostruire il futuro, superare gli effetti della pandemia e riprendere un percorso di crescita». Ottimizzare le opportunità del Pnrr e ascoltare la voce del mondo produttivo le sfide.

«Le nostre aziende hanno saputo reagire ma ci sono ostacoli vecchi, come la burocrazia e l'alta tassazione, e nuovi quali il costo delle materie prime, i rincari di energia, la manodopera. Dal Governo servono nuove misure».