



E-Commerce

I prodotti del nostro territorio: Una risorsa da valorizzare.

COS'È L'E-COMMERCE?



- L' e-commerce (Electronic Commerce) è il processo di acquisto e vendita di prodotti tramite Internet e l'insieme delle transazioni per la commercializzazione dei beni e servizi tra produttore (offerta) e consumatore (domanda) realizzata.
- L'e-commerce ti consente di acquistare e vendere prodotti su scala globale ventiquattro ore al giorno, sette giorni su sette.
- In questi ultimi anni si è diffuso enormemente e sta sostituendo il negozio tradizionale rendendo superfluo per i consumatori recarsi in un negozio e farsi consigliare di persona.
- Ciò che ha determinato un grande sviluppo dell'e-commerce sono: la facilità del suo utilizzo, l'assistenza garantita al cliente, la spedizione gratuita, la possibilità di reso.

COME FUNZIONA L'E-COMMERCE?

- L'e-commerce è basato sull'utilizzo di siti online che sembrano dei veri e propri negozi. Un negozio online è una vera e propria piattaforma di vendita sulla quale i potenziali acquirenti possono sfogliare il catalogo dei prodotti, ordinarli e pagarli attraverso un sistema digitale.
- Le tecnologie digitali consentono lo scambio dei dati tra fornitori e clienti. Nel commercio digitale viene fatto uso di uno spettro tecnologico molto ampio che va dalla trasmissione radio a sistemi complessi basati sull'intelligenza artificiale, database elettronici e software per l'elaborazione dei testi, online banking per le transazioni economiche e chat bot per l'assistenza clienti. L'elemento principale che ne ha favorito lo sviluppo è la pubblicità.





PUBBLICITÀ



- Un e-commerce coinvolge diverse discipline quali: informatica, marketing, grafica, normative legali e soprattutto la pubblicità.
- La pubblicità è quella forma di comunicazione di massa usata dalle imprese per creare consenso e con la quale raggiungono i propri obiettivi di marketing (cioè vendita). Serve per informare, persuadere ed è ritenuta efficace se fidelizza l'utente finale. Essa viene diffusa tramite social network, nei siti web e in TV.



DIVERSI TIPI DI E-COMMERCE



Business to Business (B2B)

- È lo scambio di forniture, prodotti o servizi tra un'impresa e l'altra. Questo tipo di commercio viene spesso automatizzato grazie a internet, e comprende un'area molto più vasta di scambi rispetto a quelli che avvengono direttamente verso il consumatore finale, in quanto ogni azienda ha peculiari necessità, ad esempio il trasporto, i servizi tecnici o informatici. Questi bisogni vengono soddisfatti da altre aziende o imprese.



Business to Consumer (B2C)

- Con questo termine si indicano tutte le forme di vendita online destinate direttamente al cliente. Grazie al web la compravendita diventa più rapida, saltando gli intermediari e garantendo spesso prezzi più accessibili e un'assistenza al cliente 24 ore su 24.



C2C DIVERSI TIPI DI E-COMMERCE

Consumers to consumers (C2C)

- Il commercio tra consumatori trova applicazione grazie all'attivazione di numerosi siti che gestiscono aste online: le transazioni avvengono direttamente tra acquirente e venditore, mentre il sito gestisce semplicemente l'ambiente in cui la domanda e l'offerta cercano di incontrarsi.



Consumers to Business (C2B)

- I consumatori sottopongono alle aziende la loro offerta, indicando l'importo che sono disposti a pagare per un determinato prodotto e servizio e le aziende possono accettare o rifiutare. I consumatori possono richiedere l'aiuto degli infomediari che fanno da intermediari presso le aziende.



VANTAGGI

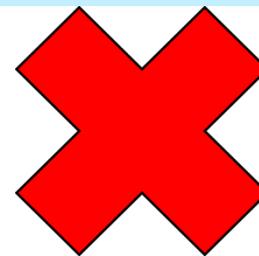
- Raggiungimento di un maggior numero di potenziali clienti;
- Aperto 24h su 24;
- Far conoscere al cliente la zona di provenienza del prodotto;
- Maggior comodità;
- Evitare file alla cassa;
- Abbatte i confini geografici;
- Convenienza dei prezzi;
- Grande varietà di prodotti;
- Confronto con le recensioni;
- Facilità di acquisto;
- Possibilità di reso.



SVANTAGGI



- Possono arrivare prodotti sbagliati;
- Truffe;
- Tempi lunghi o ritardo di consegna;
- Eventuale Costo maggiore per la consegna;
- Il cliente può non fidarsi dei pagamenti online e delle pratiche commerciali;
- I clienti non possono provare il prodotto prima di acquistarlo;
- Prodotto difettato;
- La competizione si sposta a livello internazionale.



PUGLIA PRODOTTI DA VALORIZZARE



- La Puglia è famosa in tutta Italia per l'altissima qualità e bontà delle sue specialità.
I prodotti tipici pugliesi sono ben 150 tra DOP, IGP e prodotti agroalimentari tradizionali legati alla gastronomia.
- Per valorizzare i prodotti locali e, quindi renderli soggetti anche al commercio online (e-commerce), bisogna creare un app o un sito che permetta di far conoscere le nostre tradizioni al mondo e dove è possibile comprare questi prodotti anche all'estero.



Olio extravergine d'oliva

L'olio d'oliva è un olio alimentare estratto dalle olive, ovvero i frutti dell'olivo. Il tipo *vergine* si ricava dalla spremitura meccanica delle olive. Altri tipi merceologici di olio derivato dalle olive, ma con proprietà dietetiche e organolettiche differenti, si ottengono per rettificazione degli oli vergini e per estrazione con solvente dalla sansa di olive. È caratterizzato da un elevato contenuto di grassi monoinsaturi.

Burrata

La burrata è un formaggio fresco, di latte vaccino, a pasta filata e di forma rotondeggiante con aspetto esterno simile alla mozzarella a forma di sacca con la caratteristica chiusura apicale. Al suo interno la consistenza è invece molto più morbida e filamentosa, simile alla manteca.





Pane

Gli ingredienti per la preparazione del **pane** sono la farina di grano tenero Tipo"0", l'acqua, il sale e il lievito naturale. La farina viene mescolata al lievito naturale e poi stemperata in acqua con l'aggiunta di sale. L'impasto così ottenuto viene lasciato lievitare e dopo ciò viene modellato per ottenere la pagnotta di pane. Fatto questo si lascia a riposo la forma di pane prima metterla in forno, alla temperatura di 200° per almeno 2 ore.

Friselle

La **friselle** (o *frisedda*, *fresella*, *frisa*, *friseddha*, *spaccatella* o *spaccatedd'* nelle varie varianti pugliesi), è un tarallo di grano duro (ma anche orzo o in combinazione secondo varie proporzioni) cotto al forno, tagliato a metà in senso orizzontale e fatto biscottare nuovamente in forno. Ne consegue che essa presenta una faccia porosa e una compatta. Importante è distinguere tra la frisa e il pane in quanto è cotto due volte.



Pasticciotto

Il **pasticciotto** è un dolce semplice da preparare ma squisito nel gusto farcito con crema pasticcera, a cui si può aggiungere l'amarena, racchiuso da uno scrigno di pasta frolla. Oltre ad essere preparato nella sua classica forma di un piccolo tortino ovale, esiste anche nella forma di una torta rotonda, la torta pasticciotto. Inoltre oggi si trovano in commercio anche il pasticciotto all'arancia, con marmellata di amarene e con crema al cioccolato.

Taralli

La produzione dei **taralli** avviene soprattutto nei mesi invernali, è un anello di pasta non lievitata cotto in forno con olio extravergine di oliva e l'aggiunta di spezie che vanno dai semi di finocchio ai peperoncini, dalle olive alla cipolla.



Caciocavallo podolico

Per **taralli caciocavallo** s'intende quella particolare varietà di caciocavallo prodotta esclusivamente con il latte delle vacche Podoliche solo in certi periodi dell'anno. Prodotto da latte con l'aggiunta di solo caglio, fermenti lattici e sale, si conserva appeso a una trave per l'essiccazione. Viene stagionato dai cinque ai sei anni e gli conferisce una serie di qualità organolettiche.



RIFLESSIONI



- Implementare e far crescere sempre più l'e-commerce permetterebbe alla Puglia di distaccarsi dal settore primario facendo aumentare l'importanza del settore terziario, diversificando così le attività economiche del territorio che al momento riguardano soprattutto il settore dell'agricoltura.
- Il commercio online andrebbe a favore dei consumatori che avrebbero maggiori possibilità di scelta rispetto al negozio fisico, inoltre favorirebbe la diffusione della cosiddetta spesa a chilometro zero che elimina i sovrapprezzi legati alla grande distribuzione permettendo la vendita dal produttore al consumatore.
- Ancor di più ne potrebbero trarre vantaggio i produttori e gli imprenditori, ampliando la propria fetta di clienti a livello nazionale, abbattendo i costi del personale e di mantenimento di negozi fisici. Cosa non sempre favorevole perché consente una crescita della disoccupazione.
- I prodotti tipici del territorio, come ad esempio l'olio e il vino verrebbero valorizzati e conosciuti a livello nazionale dove i consumatori andrebbero a prediligere prodotti certificati come con le etichette DOP e IGP.
- Avendo con l'e-commerce una maggiore possibilità di scelta i consumatori andranno a favorire prodotti con una produzione ambientale, che limitano la deforestazione, il maltrattamento animale e la diffusione di CO2 nell'aria.