

L'artigianato "doc" sbarca online

►La banca d'affari J.P. Morgan finanzia il progetto di Cna ►Roberto Paladini: «Il portale Venice Original E-Commerce per un negozio virtuale delle imprese con vendita di prodotti aiuterà chi da mesi è in difficoltà. Partiremo con 50 aziende»

L'ACCORDO

VENEZIA Per l'artigianato veneziano c'è speranza. Dopo i duri colpi subiti negli ultimi mesi, prima dall'aqua grande dello scorso novembre e poi dall'emergenza sanitaria, la rinascita è tutta affidata all'ambizioso progetto Venice Original E-Commerce del Cna, presentato ieri a Ca' Faretto con il partenariato del Comune e il sostegno della banca americana J.P.Morgan che ha donato 240mila euro per l'investimento iniziale.

IL PROGETTO

L'idea è proprio quella di realizzare una piattaforma di e-commerce destinata all'artigianato del centro storico veneziano attraverso il portale Venice Original. «Si potrà addirittura richiedere prodotti su ordinazione, come comprare una gondola online» ha detto Roberto Paladini, direttore del Cna del centro storico e ideatore del progetto, che nasce proprio per rilanciare un settore produttivo attualmente in ginocchio.

Attraverso il portale web gli artigiani potranno così commercializzare in mercati più ampi rispetto a quelli attuali i loro prodotti, che avranno un sigillo di

qualità e un apposito brand. Venice Original sosterrà inoltre gli artigiani anche con opportunità di formazione, in particolare in campo digitale. Saranno coinvolti, tra i principali, vetrai, mascherari e bochaleri dove oltre ai loro prodotti verrà presentata la storia di ciascuno e le tecniche utilizzate attraverso foto, video e cataloghi.

LE IMPRESE

«L'iniziativa è destinata ad almeno 100 imprese veneziane a titolo gratuito. Saranno 50 gli artigiani che entro fine anno 2020 saranno scelti per la prima fase sperimentale che durerà da gennaio, con il lancio del sito nelle principali lingue, fino ad aprile 2021. Ogni artigiano potrà inserire in vendita sul portale un massimo di 10 prodotti - spiega Paladini - L'obiettivo è di consolidare la piattaforma e renderla economicamente autosufficiente entro due anni. Le imprese dovranno sviluppare complessivamente un fatturato di almeno di 100 mila euro entro giugno 2020. Solo quando il sostegno della banca sarà cessato la piattaforma chiederà una piccola percentuale sulle vendite per garantire la continuità del servizio nel tem-

po ed inserirsi tra i principali e-commerce».

La donazione di J.P. Morgan si inserisce in un programma di responsabilità sociale e crescita inclusiva colonna portante della strategia della banca. «Abbiamo sviluppato un programma da 1 miliardo e 750 milioni da destinare in tre anni a livello globale a vari settori tra cui l'espansione di piccole e micro imprese per un'economia più inclusiva, stabile, equilibrata ed egualitaria, a cui si aggiungono 250 milioni da destinare per l'emergenza covid» ha spiegato Francesco Cardinali, senior country officer di J.P. Morgan in Italia, dicendo che è da questi progetti che è nata la collaborazione con il Cna dopo uno scouting che la banca ha fatto su Venezia. «Questo è il vero anello debole della catena economica, lavoratori privi di qualsiasi garanzia e tutele, che da mesi lavorano a reddito zero o in perdita. Come ente pubblico abbiamo cercato di ritardare i pagamenti» ha specificato l'assessore Poalo Romor. «È importante - ha aggiunto l'assessore Simone Venturini - che gli artigiani abbiano finemente qualcuno che li guidi nel capire le potenzialità del digitale».

Francesca Catalano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il legame con la città

Quel contributo di John Pierpoint Morgan al campanile

VENEZIA (f.cat.) Il sostegno della banca americana J.P. Morgan non è occasionale, tantomeno dell'ultima ora. L'attenzione che la banca ha per la città, aiutandola nelle grandi sfide non è nuova. È infatti all'inizio del '900 che iniziò il legame dell'istituto con la città grazie al prezioso contributo che diede alla ricostruzione del campanile di San Marco, rovinosamente crollato nel luglio del 1902 e restituito al suo splendore nel 1912 dopo un decennio di onerosi lavori. I lavori di rifacimento del "paron de casa", in quell'occasione furono finanziati da John Pierpoint Morgan in persona, fondatore della banca e



SAN MARCO Il crollo del campanile

finanziere tra i più noti di tutti i tempi, appassionato dell'arte e della cultura, in particolare veneziana. Per questo per la banca «ora è motivo di orgoglio poter rinnovare il proprio impegno per Venezia in un momento così difficile. - ha detto Francesco Cardinali, senior country officer di J.P. Morgan in Italia - Sostenere l'artigianato artistico significa promuovere il suo immenso valore culturale ma anche la Venezia economica ed occupazionale di cui è portatore e che è fondamentale per la vitalità e la resilienza della città stessa negli anni a venire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ARTIGIANATO L'accordo tra Cna e J.P. Morgan punta a valorizzare le produzioni artigianali veneziane. Nel tondo, il segretario Cna centro storico Roberto Paladini