



*Saverio Lizzani,
responsabile progetto
"Belle Arti Lizzani"
www.bellearti.it

Mercato

Disegno e Belle Arti in cartoleria: opportunità o problema?

Nell'assortimento di articoli tradizionalmente reperibili in cartoleria è presente seppur marginalmente una limitata offerta di prodotti per Belle Arti, ma come in tutti i mercati, nell'ultimo decennio anche in questo comparto sono intervenute profonde mutazioni che non sempre sono state recepite tempestivamente dagli operatori del settore. Premesso che il mercato Belle Arti occupa comunque una posizione di nicchia rispetto alla cartoleria a cui idealmente è assimilabile, è ben noto che negli ultimi anni la richiesta di prodotti legati alla creatività è andata costantemente aumentando. Questo fenomeno è legato all'ampliamento dell'utenza di riferimento che da "scolastica" si è via via allargata ad altri ambiti legati al tempo libero. L'ovvia conseguenza è la diversificazione della richiesta dei clienti sempre alla ricerca di novità e suggerimenti (spesso stimolati dal passaparola) per poter migliorare ed evolvere nelle loro attività creative. Ma in questo scenario in continua evoluzione, gli operatori del settore sono in grado di proporre un'offerta adeguata alla richiesta? Le osservazioni premesse evidenziano almeno due "criticità" (o requisiti) riassumibili in 2 semplici parole: competenza e assortimento. In assenza di questi requisiti può essere un problema affrontare le richieste dei clienti, vedendoli andar via dal nostro negozio senza che abbiano trovato nulla che li soddisfi nell'"angolo dei colori" o perché allontanati dalle nostre risposte poco esaurienti. Disponendo invece del giusto assortimento e della sufficiente preparazione, il settore delle Belle Arti può offrire al cartolaio discrete opportunità di guadagno e un conseguente ampliamento della clientela. Ma dove reperire le informazioni corrette e i prodotti più richiesti? Fortunatamente internet ci viene in aiuto, oramai tutti i principali produttori si sono attrezzati con i loro siti dove pubblicano prodotti, informazioni dettagliate e immagini che aiutano ad orientarsi; i forum di discussione dedicati all'argomento abbondano, ed è possibile farsi un'idea abbastanza attendibile delle tendenze del mercato. Per un cartolaio curare l'assortimento è più complicato data l'assenza di grossisti specializzati: sarà quindi necessario trattare direttamente con le case produttrici dei vari marchi, affrontando le difficoltà che si incontrano all'apertura di nuovi rapporti commerciali (oneri impianti iniziali, minimo d'ordine per il riassortimento, disponibilità dei rappresentanti).

Almeno in una fase iniziale è forse preferibile il ricorso ad una forma di "franchising digitale" che possa consentire di non perdere vendite e potenziali clienti anche a fronte di una ridotta marginalità, ma con i vantaggi di non tenere capitale immobilizzato e la certezza di offrire il prodotto effettivamente richiesto e le necessarie informazioni a corredo: questa opportunità è praticabile aderendo ad un "programma di affiliazione" che alcuni rivenditori specializzati offrono tramite il loro sito web. In questo modo è possibile collegarsi dal proprio PC al sito del rivenditore di Belle Arti ed effettuare un ordine per conto del cliente finale, ricavando comunque una giusta percentuale di guadagno e acquisendo al contempo la necessaria esperienza.

E voi cosa ne pensate?

Scrivete a

gec@tecnichenuove.com