Mercoledi' 13/05/2020

COVID-19: il contratto estimatorio come proposta per la continuazione dell'attività commerciale

A cura di: AteneoWeb S.r.l.

Siamo entrati nella fase 2 e per molti commercianti finalmente è arrivato il momento di programmare e organizzare la ripartenza.

Ma con quali risorse finanziarie?

La chiusura forzata dei punti vendita ha causato una serie di conseguenze negative, quali le mancate vendite e l'accumulo di scorte di stagione (non vendibili) e ha portato ai dettaglianti perdite e debiti in ragione dei non eludibili costi fissi connessi all'attività di vendita. Tutto ciò sta mettendo a dura prova la capacità di tenuta del nostro tessuto imprenditoriale.

Gli studi e le tecniche di marketing hanno mostrato chiaramente che un negozio di vendita al dettaglio, per essere attrattivo nei confronti della clientela, deve essere adeguatamente fornito, sia in quantità (lasciando la possibilità al cliente di scelta e la prova della taglia e del colore del bene), sia in qualità (varietà dei prodotti).

La clientela che acquista prodotti di moda a prezzo pieno, deve poter vedere un punto vendita attivo, con merce bene assortita e nelle varie taglie.

Questo vale per tutta la clientela, anche per il soggetto che entra in negozio già con una chiara idea di quello che vuole: per acquistare in negozio deve poter fare le prove tra diverse taglie e scegliere il colore che più gli aggrada.

Un negozio che vende prodotti di moda senza possibilità di scegliere perde progressivamente la propria clientela a vantaggio di altri soggetti molto più organizzati e commercialmente più forti, soggetti magari che possono offrire un prezzo migliore, in cambio di un servizio meno puntuale e meno personalizzato (ad esempio le grandi organizzazioni che vendono i beni on-line).
E' pertanto indispensabile che il negoziante presenti il proprio punto vendita con una quantità di merce sufficiente a renderlo attrattivo e si premuri di avere un assortimento di merce adeguato.

In termini commerciali questo concetto viene espresso nella necessità per il punto vendita di dotarsi della cosiddetta "scorta minima".
Ma formare una scorta minima di merce da vendere vuole dire acquistare merce dai fornitori (produttori o grossisti), accettare il rischio che rimanga invenduta e soprattutto doverla finanziare.
La ripartenza dopo Covid-19 rischia pertanto per molti soggetti di diventare una fase molto difficile, con rischi di insuccesso molto elevati.
Ateneoweb ha predisposto un documento per agevolare gli accordi tra i clienti debitori i loro fornitori e propone ai negozianti (e ai loro fornitori) che vogliano ripartire in modo proattivo, la stipula di un contratto estimatorio.

La stipula di un tale contratto permetterà ai produttori e ai grossisti di non perdere parte dei loro canali

commerciali e ai negozianti di presentare alla propria clientela un assortimento del proprio punto vendita adeguato, senza doverne sopportare i rischi economici ed i pesi finanziari.
Si propone una bozza di contratto estimatorio, che si formerà per scambio di corrispondenza - via PEC.