

In questa sezione: Poliolefine • PVC • PS ABS SAN • EPS • PET • Poliammidi • Tecnopolimeri • G
specialità • Prezzi

CONTENUTO

SPONSORIZZATO

Dagli
slow-moving
al
marketplace
globale

Il portale
PlasticFinder
apre al
commercio
elettronico
di materie
plastiche e
additivi con
vetrine
dedicate a
produttori e
distributori.

28 maggio 2018 14:35



Nato due anni fa come motore di reimmersione in circolo di prodotti “slow moving” (un vero spreco di li bloccata che si annida a tutti i livelli della filiera della plastica), il portale PlasticFinder (www.plasticfind.it) sta trasformando progressivamente in un completo marketplace anche per la compravendita online di pri scelte, con l’obiettivo di trasformarsi in un canale aggiuntivo - e non sostitutivo - per la distribuzione di r additivi sul mercato italiano e, in prospettiva, anche su quello europeo.

“Innovare oggi significa anche affrontare sfide che altri ritengono troppo ardue - afferma Stefano Chiamamondia, co-fondatore e Presidente di PlasticFinder -: se non si è disposti a ‘cannibalizzare’ il prop mercato per creare nuovi modelli di business, lo farà la concorrenza”.

BENVIC SBARCA SU PLASTICFINDER. A mettere piede ufficialmente su PlasticFinder per vendere una gamma prodotti rivolta all’e-commerce (denominata con la lettera E all’inizio del codice numerico del prodotto), offerta esclusivamente attraverso la piattaforma con un livello di servizio dedicato, è stato il 25 maggio scorso Benvic Europe, produttore leader in Europa di compound e leghe a base vinilica. “Essere in rete non basta - afferma la società francese con filiale e stabilimenti in Italia -: oggi è infatti cruciale trovare il proprio posto in p proponendo strumenti di vendita e acquisto efficaci e concretamente fruibili, per continuare ad essere protagonisti di un settore in costante evoluzione e affermare così la notorietà del proprio brand in un’otti realmente worldwide”.

Nel frattempo, PlasticFinder continua nel suo percorso di crescita, arrivando contare oltre 800 utenti regi più di 1000 prodotti diversi in pronta consegna “In quattro mesi è stato raggiunto l’intero fatturato del 20 afferma Riccardo Parrini, co-fondatore e CEO -. Risultato che si innesta in un trend, ormai irreversibile, digitalizzazione del trading: la diffusione del commercio elettronico (e-commerce) nel mercato delle mat plastiche è infatti un argomento mai come ora all’ordine del giorno”.

PlasticFinder è vantaggioso	
PER CHI COMPRA	PER CHI VENDI
Prezzi bassi	Nuovi clienti
Semplice e veloce	Inserzione Anonima
Soddisfatti o Rimborsati*	Pagamento Anticipato*

-  1 IL VENDITORE **INSERISCE SUL PORTALE L'ANNUNCIO** DEL PRODOTTO CHE VUOLE VENDERE
-  2 **L'INSERZIONE VIENE VALIDATA DA PLASTICFINDER E PUBBLICATA MANTENENDO ANONIMO IL VENDITORE**
-  3 IL **COMPRATORE TROVA IL PRODOTTO**, VISUALIZZA IL COSTO DI TRASPORTO, CLICCA "PROCEDI CON L'ACQUISTO"
-  4 IL VENDITORE **CONFERMA LA DISPONIBILITÀ DEL PRODOTTO**
-  5 IL **COMPRATORE EFFETTUA UN BONIFICO SU UN CONTO DI GARANZIA**
-  6 **PLASTICFINDER TRASPORTA LA MERCE**
-  7 IL **COMPRATORE PUÒ EVIDENZIARE EVENTUALI NON CONFORMITÀ ENTRO 4 GIORNI DAL RICEVIMENTO DELLA MERCE**
-  8 LA **TRANSAZIONE È CONCLUSA E IL VENDITORE RICEVE IL PAGAMENTO**

NEGLI USA SORPASSO DEL B2C. In Nord America l'e-commerce B2B ha già superato quello B2C (da aziende a consumatori), e - secondo alcune previsioni - lo doppiierà entro il 2020- "La tendenza appare inevitabile anche per il settore dei polimeri additivi, man mano che buyer più giovani e abituati a muoversi nel mondo web si affacciano sul mercato aggiunge Chiaramondia.

Qualche segnale arriva da alcune multinazionali plastiche (Covestro, BASF, Evonik e Solvay per le principali), che nei primi mesi di quest'anno hanno riportato anche Polimerica - hanno annunciato l'apertura di propri flagship store su Alibaba (precisamente sul portale 1688.com) per affrontare

modo digitale il mercato cinese".

E L'EUROPA? Nel vecchio continente questo processo sembra più lento, ma altrettanto inevitabile. A causa dello sviluppo dell'e-commerce è una rete capillare di distributori locali, con rapporti consolidati e personali con i clienti; aziende che possono comunque beneficiare delle potenzialità del web, quanto meno per evitare di essere soppiantati da operatori 'pure digital'. "Una prima naturale evoluzione della distribuzione tradizionale è la creazione di un sito web proprio, in cui mettere in vetrina la gamma prodotti, per poi evolvere verso un processo di raccolta ed esecuzione ordini on-line dei propri clienti", spiega Parrini.

"Il passo verso l'e-commerce comincia con la creazione di un vero e proprio negozio on-line, aperto a tutti con prezzi pubblici, e continua con portali indipendenti su cui si raggruppano offerte di prodotti disponibili si configurano come 'siti vetrina di annunci' senza alcuna operatività di trading diretto ma con negoziati ancora di tipo tradizionale", continua il CEO di PlasticFinder.

"Il vero commercio on-line, però, è costituito da marketplace indipendenti di vero trading 'Amazon like' cioè si acquista con un click finalizzando l'intera compravendita: sono piattaforme orizzontali (cioè generi come Amazon e Alibaba, e piattaforme verticali, cioè dedicate al mondo dei polimeri, come PlasticFinder

Ecco ad esempio tre prodotti offerti da Benvic Europe su PlasticFinder e acquistabili con un click:

- [PVC plastificato cristallo a 1,31€/kg](#)
- [PVC plastificato nero a 0,97€/kg](#)
- [PVC plastificato naturale a 1,09€/kg](#)

Con il contributo di:

PlasticFinder

Via F. de Sanctis,74 - 20141 Milano

www.plasticfinder.it

Tel +39 02 21118692

© Polimerica - Riproduzione riservata

LEGGI ANCHE

[Compositi: Gazechim entra in Lavesan](#)

[Azelis cresce sul mercato tedesco e nell'Est Europa](#)

[RadiciGroup rivede la distribuzione UK](#)

[Riciclati Skytech distribuiti da Snetor](#)

[PlasticFinder registra una forte domanda di riciclato](#)

[Brenntag potenzia la logistica chimica in Italia](#)

BLOG



Ma è vero che l'Italia non ha bisogno di un DRS in quanto "eccellenza del riciclo"?

di: silvia ricci



Lego abbandona l'iPET? Meglio così...

di: Carlo Latorre



Plast 2023: fu vera gloria?

di: Carlo Latorre



Ebbene si... Quest'anno sono 20

di: Carlo Latorre

[mercati](#)
[- Economia -](#)
[Uomini e](#)
[Aziende - Leggi](#)
[e norme -](#)
[Lavoro](#)
[Tecnologie](#)
[- Industria 4.0 -](#)
[Stampaggio -](#)
[Estrusione -](#)
[Soffiaggio -](#)
[Termoformatura](#)
[- Stampi e](#)
[filieri - Stampa](#)
[3D - Altre](#)
[tecnologie -](#)
[Trasporti](#)
[Logistica](#)
[Materie prime](#)
[- Poliolefine -](#)
[PVC - PS ABS](#)
[SAN - EPS -](#)
[PET -](#)
[Poliammidi -](#)
[Tecnopolimeri -](#)
[Gomme -](#)
[Compositi -](#)
[Bioplastiche -](#)
[Altre specialità](#)
[- Prezzi](#)
[Ambiente](#)
[- Riciclo -](#)
[Bioplastiche -](#)
[Legislazione](#)
[Ricerca e](#)
[formazione](#)
[- Ricerca e](#)
[formazione](#)
[Appuntamenti](#)
[- Appuntamenti](#)
[VIDEO](#)
[- Interviste](#)

Polimerica -
Attualità e
notizie dal
mondo della
plastica

Testata giornalistica
registrata al Tribunale di
Milano n.710 del
11/10/2004

Direttore responsabile:
Carlo Latorre - ISSN
1824-8241 - P.Iva
03143330961

Redazione:
redazione@polimerica.it
- Editore: [Cronoart Srl](#)

Â© 2015 Cronoart Srl |

E' vietata la
riproduzione di articoli,
notizie e immagini
pubblicati su Polimerica
senza espressa
autorizzazione scritta
dell'editore.

L'Editore non si assume
alcuna responsabilità
per eventuali errori
contenuti negli articoli
n.Â© per i commenti
inviati dai lettori. Per la
privacy [leggi qui](#)

WebDesigned and
Powered by [JoyADV](#)

