

Agroalimentare News

Novità: con "Dino" arriva il Cyber Negozio

Fida lancia a partire dagli esercizi alimentari al dettaglio di Milano e Provincia i progetti "Shoptech" ed "Innova Retail"

Abbascià: "importante passo in avanti del dettaglio tradizionale, sempre più attento alla qualità e ai servizi offerti"



Carlo Sangalli, Presidente nazionale Confcommercio con Dino Abbascià e Oddone Sangiorgi, Presidente FIA

Milano 3 settembre 2009. Per ora interessano gli esercizi alimentari al dettaglio di Milano e Provincia, ma in futuro potranno essere estesi all'intero territorio nazionale.

Si tratta di due progetti pilota, nell'ambito dei bandi "Innovhub" (Azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano) e "Innova Retail" (Regione Lombardia), avviati da Fida-Confcommercio insieme all'Unione del Commercio, Turismo e Servizi della provincia di Milano e realizzati tecnicamente con il supporto del Consorzio FIA,

con il duplice obiettivo di sostenere, da un lato, la qualificazione della rete distributiva e l'innovazione a favore delle micro e piccole imprese del commercio, attraverso l'adozione e lo sviluppo di innovazioni di processo, tecnologiche, organizzative e gestionali e la creazione di nuovi modelli di business; dall'altro, quello di favorire l'incontro tra domanda ed offerta, anche attraverso politiche di prezzo più favorevoli nei confronti dei consumatori, migliorando così la fidelizzazione della clientela presso la rete distributiva e contribuendo a stimolare una domanda per consumi che ha chiuso il 2008 con un segno meno.

Sui temi di questi progetti abbiamo rivolto alcune domande ad uno degli ideatori, **Dino Abbascià**, Presidente nazionale di FIDA-Confcommercio, la federazione che associa a livello nazionale oltre 60.000 negozi specializzati e tradizionali del comparto alimentare.

Domanda: Concretamente cosa volete fare per modernizzare una categoria che nell'immaginario collettivo, a volte, ricorda più il passato che il futuro?

Risposta: I negozi di vicinato che hanno saputo adeguarsi alla spinta concorrenziale rappresentata dall'affermarsi della grande distribuzione, sono oggi in grado anche grazie all'utilizzo delle moderne tecnologie ict, di dare nuovi servizi qualificati ai consumatori, oltre a fornire bevande e prodotti agroalimentari di alta qualità e garantiti.

Anzi direi servizi avanzatissimi, che stiamo realizzando inizialmente a Milano, in collaborazione con INNOVHUB azienda speciale della Camera di Commercio con l'iniziativa SHOPTECH e, in Lombardia



Fida Confcommercio



Sindacato Dettaglianti Ortofrutticoli di Milano e Provincia



Unione del Commercio di Milano



Regione Lombardia Agricoltura

,con il bando INNOVA RETAIL della Regione. Servizi ed attività che poi proporremo sul piano nazionale.

Domanda. Di cosa si tratta ?

Risposta. DINO (acronimo di Dettaglio Innovativo) è il contenitore generale dal quale prendono corpo diverse iniziative e sottoprogetti territoriali, regionali, nazionali, verticali e di settore. Shoptech è uno dei progetti approvati e cofinanziati nel 2009 da INNOVHUB, coinvolge trenta negozi pilota di Milano e provincia ed ha come obiettivo principale di realizzare e rendere attiva una rete ed un sistema di e-commerce denominato **spes@casasottocasa** ed una logistica che consenta ai consumatori di effettuare gli acquisti di un selezionato esclusivo repertorio di prodotti agroalimentari, vini e bevande di alta qualità in internet e ritirarli presso i punti di vendita più vicini, comodi o di fiducia.

La creazione del negozio in rete, "diffuso territoriale", virtuale e reale, servito da un magazzino anch'esso posizionato nell'area urbana milanese, che consente di superare i limiti dimensionali dei negozi tradizionali in termini di possibilità di stoccaggi e display ed avrà come punto di forza la prossimità e l'affidabilità di un fornitore di fiducia, al passo con i tempi e divenire maggiormente competitivi in termini di assortimenti, prezzi, servizi, pensiamo alla consegna a casa gratuita per gli anziani o gli impossibilitati, in sintesi, una spesa on line per i consumatori che vede il negozio protagonista attivo di questa nuova stagione e non escluso dalle nuove modalità di spesa digitale.

Ancora, la sperimentazione ed implementazione di un sistema tecnologico e gestionale avanzato di self information multilingue, per i consumatori, fruibile sul posto anche in previsione del flusso atteso di visitatori stranieri ed italiani richiamati dall'EXPO 2015.

La diffusione dei principi e delle metodiche del punto di vendita ecosostenibile e realizzazione del protocollo e manuale per l'attribuzione del marchio negozio ecosostenibile.

D. Mentre Innova Retail ?

R. Innova Retail è lo strumento finanziario e tecnico promosso e cofinanziato dalla Regione Lombardia per sostenere la diffusione delle tecnologie avanzate informatiche, telematiche, per la sicurezza, per il risparmio energetico e per l'acquisizione di software complessi, per il commercio e per i pubblici esercizi.

Cinquanta nostri negozi associati saranno dotati, grazie a queste agevolazioni, di alcune tra le tecnologie più innovative, tra le quali, un sistema touch screen (vetrina interattiva), integrato con antenna wi-fi, tramite la quale i consumatori potranno visionare in loco le diverse caratteristiche e proprietà dei prodotti in vendita e scaricare sul proprio telefonino di ultima generazione, o supporto ICT, tramite bluetooth e rete wi-fi, le informazioni di maggior interesse, sulle caratteristiche dei prodotti, loro provenienza, tracciabilità, ricette correlate e quant'altro.

I negozi coinvolti saranno in grado di consentire anche la video spesa al cliente, tramite video conferenza in rete, "voglio proprio quel peperone giallo lì".

Verranno dotati anche di software per la gestione di programmi di incentivazione rivolti alla clientela, software per la lettura dei dati, attrezzature e tecnologie wireless e software di gestione della clientela (CRM) ed altri software gestionali evoluti (ERP).

D. Quindi, direttamente dalla bottega buia e polverosa al cyber negozio?

R. Premesso che i nostri negozi non sono né bui, né polverosi, ma ariosi ed accoglienti nella quasi totalità, da almeno venti anni. Riteniamo che, per stare al passo con i tempi, anche il piccolo dettaglio possa fare un balzo in avanti e le tecnologie diventino il "megafono" della qualità e del servizio ai consumatori, azzardo anche, che può essere uno strumento che consentirà di recuperare ulteriori margini operativi e di concorrenzialità.

Il Cyber negozio evocato, sarà comunque sempre gestito da una categoria di operatori della distribuzione al dettaglio che presidiando i centri storici e le piccole realtà urbane, contribuisce significativamente ad una funzione antidegrado e di servizio per la collettività.

D. Ci permetta una curiosità, nel suo negozio sono passati grandi personalità dalla Callas ad Agnelli, cosa chiedevano e cosa cercano i consumatori di oggi?

R. La Signora Callas era molto sobria, in pratica mangiava solo mele, l'Avvocato invece era sempre alla ricerca di primizie e nuove proposte. I consumatori di oggi sono molto informati, ricercano la qualità,



sono attenti ai prezzi, casomai un poco di meno, ma buono.

Il consumatore di domani sarà sempre più sensibile al dato salustico ed all'informazione, interessato all'offerta del territorio, ma cercatore anche di sapori e valori globali.

La nostra categoria è pronta ad assecondarli in questa ricerca, perché no, assistiti dalle nuove tecnologie della comunicazione.

Dino Abbascià

Berardino Abbascià, re della frutta milanese, battagliero pugliese emigrato a Milano negli anni 50 ed oggi presidente di FIDA - Confcommercio, federazione che associa a livello nazionale oltre 60.000 negozi specializzati e tradizionali del comparto alimentare, oltreché del sindacato dettaglianti ortofruttilicoli di Milano.



**Camera di
Commercio di Milano
- Innovhub**



**Camera di
Commercio Milano**



Consorzio FIA

[\[home
page\]](#)

[\[mission\]](#) [\[redazione\]](#) [\[collabora\]](#) [\[contattaci\]](#) [\[link\]](#)

2003 ©copyright :: **INformaCIBO.it**