CORRIERE DELLA SERA

11-MAG-2023
da pag. 33 / foglio 1 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: 218565 Diffusione: 262322 Lettori: 1749000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

«E-commerce e negozi, l'alleanza necessaria per spingere i consumi»

All'incontro Rcs Academy le strategie anti- inflazione del retail

Il summit

di **Diana Cavalcoli**

I negozi fisici «amplificati» dal digitale, la cavalcata dell'e-commerce, i consumatori alla ricerca di esperienze d'acquisto immersive. Si è chiusa la quinta edizione del talk di Rcs Academy e *Corriere della Sera* dedicato all'innovazione delle imprese del Retail.

In apertura Donatella Prampolini, vicepresidente di Confcommercio, ha raccontato l'evoluzione dei negozi fisici apprezzati «non solo dalle vecchie generazioni ma anche dai giovani, che li riscoprono a livello di quartiere». Fabio Fulvio, responsabile marketing di Confcommercio, ha rimarcato il ruolo dello store come «bussola» per gli acquisti. Dice: «Il negozio fisico diventa oggi il luogo della consulenza e dell'ascolto del consumatore». In breve, ci si informa sui prodotti online ma li si sceglie di persona.

Jacopo Allegrini di Google Italia racconta di uno shopping fluido ricordando che «l'80% dei consumatori negli ultimi tre mesi ha acquistato beni e servizi indifferentemente tra online e negozio». Michele Centemero di Mastercard Italia parla invece di consolidamento dell'ecommerce: «Nel post pandemia delle 72 milioni di carte nel Paese circa 13 milioni si sono come risvegliate, iniziando a fare acquisti online». Sui format d'acquisto si sono confrontati Laura Gabrielli di Fg Gallerie commerciali, Manuele Tasca di Selex Gruppo commerciale e Maura Latini di Coop Italia che ha posto l'accento sulle preoccupazioni legate all'inflazione: «I volumi della Gdo diminuiscono di circa il 5%. Sono numeri mai visti, nemmeno dopo la crisi del 2008». Cifre che segnalano la difficoltà delle famiglie che per difendersi scelgono di comprare meno carne o pesce fresco. Aggiunge Tasca: «Su un carrello della spesa acquistato questa settimana rispetto ad un anno fa si parla di un 15-16% di aumento. Ma è una media: alcuni prodotti sono cresciuti anche del 50%».

Confronto sulle strategie di vendita tra Alessandro Bracalente di Bag NeroGiardini, Alessandro Marinella di E. Marinella e Diego Morgandi di Kiko Milano, che ha spiegato la scelta di puntare sul franchise in quei paesi dove l'azienda non ha ancora un rete logistica adatta all'ecommerce.

Di filiere sostenibili si è invece discusso con Guido Alfani di Carbonsink-South Pole che ha sottolineato come l'impatto sull'ambiente sia un fattore di scelta: «Nell'ambito beauty l'86% dei consumatori prima dell'acquisto valuta le informazioni sulla filiera». Il che porta le aziende a lavorare su trasparenza e tracciabilità scegliendo fornitori attenti al Pianeta. Come raccontato anche da Amelia Cuomo di Pasta Cuomo, Enrico Moretti Polegato di Diadora e Andrea Schivazappa di Parmacotto Group. Su innovazione e flessibilità hanno dibattuto invece Marco Tiso di Sisal, Giovanni Lorenzoni di BitBang e Marco Di Dio Roccazzella di Jakala. Che sull'inflazione ha detto: «L'analisi dei dati serve per fissare il corretto prezzo. Per guidare questi processi serve una formazione continua e rendere evidente la personalizzazione e la cura del cliente». In chiusura la sessione sul Food con Antonio Civita di Panino Giusto, Ilaria Puddu di Pizzium, Marghe, Crocca, Giolina e Gelsomina, e Roberto Zoia di Cncc. Daniele Contini di Just Eat Italia ha ribadito l'importanza del coniugare tecnologia e attenzione al cliente. «L'intelligenza artificiale? La usiamo per personalizzare i risultati dell'utente. Cercando però di cogliere anche i trend emergenti. Meglio se in anticipo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1721 - T.1619

Superficie 41 %

CORRIERE DELLA SERA

11-MAG-2023
da pag. 33 / foglio 2 / 2

Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: 218565 Diffusione: 262322 Lettori: 1749000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

RCS ACADEMY BUSINESS SCHOOL

I temi

● Si è chiusa ieri la quinta edizione del talk di Rcs Academy e *Corriere della Sera* dedicato all'innovazione delle imprese del Retail. Il settore è percorso da forti venti di innovazione, con i negozi fisici «amplificati» dal digitale, la cavalcata dell'e-commerce e consumatori alla ricerca di esperienze d'acquisto immersive. In calo del 5% i volumi della Grande distribuzione

JACOPO ALLEGRINI

Interventi
In senso orario: G. Alfani (*Carbonsink*); J. Allegrini (*Google Italy*); M. Centemero (*Mastercard*); M. Di Dio Roccazzella (*Jakala*); G. Lorenzoni (*BitBang*); D. Morgandi (*Kiko*); D. Prampolini (*Confcommercio*); M. Tiso (*Sisal*)

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1721 - T.1619