

GRANDE DISTRIBUZIONE

DS6901 DS6901
**Si inquadra il volto
e si paga la spesa**

Arena a pagina 12

Spesa veloce con sensori e telecamere Il supermercato ti riconosce alla cassa

CONSUMI

Conad ha aperto a Trento il secondo punto vendita che sfrutta le più moderne tecnologie e riduce i tempi. Chi fa la spesa si trova il conto all'uscita grazie ad un sistema di riconoscimento anonimo del volto

Il direttore generale Avanzini: consumi stazionari nel 2024 gli italiani hanno imparato a razionalizzare

CINZIA ARENA

L'Intelligenza artificiale debutta nei supermercati, rendendo possibile fare la spesa in meno tempo, senza cassieri e senza display sui quali far passare i prodotti scelti. Una rivoluzione, possibile grazie ad un sistema di telecamere e sensori che seguono il cliente e lo "codificano" (in maniera anonima) per poi riconoscerlo all'uscita facendogli trovare pronto il conto, da saldare ovviamente solo con carte o app. Sembra un film di fantascienza ma questo nuovo modello di spesa super-tecnologica, è già realtà. A introdurlo in Italia il marchio Conad dall'alto dei suoi 20,2 miliardi di fatturato (15% del mercato), nei suoi TuDay, negozi di piccola metratura. A novembre ha aperto il primo punto vendita a Verona, ad aprile un secondo a

Trento, in entrambi i casi in zone pedonali ad elevata presenza uffici, commercio e turismo. A spiegare i motivi di questa scelta il direttore generale di Conad, Francesco Avanzini. «Si tratta del secondo punto vendita gestito da una delle nostre cooperative del sistema Conad, Dao, che lavora nel Nord Est - spiega Avanzini -. Siamo la prima catena ad introdurre in Italia questo sistema che è già operativo con alcuni test in Europa, Usa e Asia. Si tratta di piccoli negozi nelle zone urbane dove il cliente entra e viene seguito da telecamere poste sul soffitto e sensori sugli scaffali, viene seguito "codificato" in una maniera che non lede la privacy personale. Prende i prodotti, tutti confezionati perché non ci sono banchi del fresco, li mette nel carrello o nella sua borsa. Alle casse viene riconosciuto automaticamente, controlla a video i prodotti e paga in maniera digitale. La videocamera riconosce il viso come succede nel face-id dei cellulari».

La differenza rispetto ai negozi con le casse automatiche è che i prodotti non si devono far "passare" sul lettore ottico, risparmiando sul tempo di permanenza nel negozio. Avanzini ci tiene a sottolineare che non c'è stata nessuna riduzione di organico: il personale è ancora presente nei supermercati, ma viene impiegato in maniera diversa per fare assistenza ai clienti o riassortire i prodotti in scaffale, invece che dedicarsi ad attività ripetitive come passare i prodotti alla cassa.

Si tratta di un modello che funziona per quelli che in gergo sono definiti "superette" piccoli supermercati di quartiere di 200-300 metri. Gli aspetti positivi sono essenzialmente

due: il cliente ha libertà di muoversi prendendo quello che vuole e risparmiando tempo; l'azienda può destinare il personale in attività a maggior valore aggiunto. I dipendenti Conad sono 74mila in 3.300 punti vendita. Tra i contro ci sono i costi per la nuova tecnologia, basata sul sistema dei visori che è stata realizzata da una startup portoghese Sensei ed è presa in prestito da un settore completamente diverso, quello militare. «Ovviamente non pensiamo che questo modello vada bene per tutti i punti vendita, ma abbiamo notato da parte della clientela grande curiosità e interesse - sottolinea il direttore generale -. Si tratta nel 90% dei casi di clientela di passaggio, vale a dire non di residenti. Sappiamo che anche i nostri competitor, da Esselunga a Carrefour che ha una sperimentazione all'estero, stanno valutando queste nuove modalità».

A fare da precursore era stato, anni fa Amazon Go, che già nel 2015 ha aperto negli Usa un negozio nel palazzo della società riservato ai dipendenti che funzionava con lo smartphone. Per quanto riguarda le modalità di vendita e acquisto di beni di largo consumo, secondo Avanzini dal Covid in poi c'è stata una riscoperta, prima obbligata poi consapevole, dei negozi di vicinato, riservando al weekend la "spesa" più consistente.

«I negozi di vicinato si sono rimodulati lungo due direzioni: da una parte puntando sulla convenienza (discount o simili), dall'altra sulla specializzazione in un settore, ad esempio le catene di prodotti per l'igiene e la pulizia o quelle per gli animali. Poi ci sono i superstore delle zone periferiche che si raggiungono in macchina. Ecco possiamo dire che c'è una polarizzazione tra grandi supermercati e piccoli negozi: al posto della bottega oggi abbiamo le catene specializzate». Anche Conad si sta muovendo in questa direzione con i negozi di prodotti per animali e le parafarmacie, oggi sempre più necessarie visto l'invecchiamento della popolazione e l'aumento dei consumi per il benessere. Per quanto riguarda i consumi, il 2024 sarà un anno di calma piatta. «Come ci aspettavamo i dati non sono brillanti - spiega ancora il direttore generale -. Si è fermata la rincorsa inflattiva ma non i prezzi non sono diminuiti. Nel corso di tre anni ci sono stati aumenti significativi pari al 20-25% sui beni di largo consumo. Gli italiani hanno reagito in vari modi: cambiando negozi e tipologia di prodotti ma soprattutto comprando meno per evitare sprechi. Oggi si va più spesso al supermercato ma si spende meno; infatti, le presenze sono aumentate ma le vendite in valore sono diminuite. I consumi si



sono razionalizzati con comportamenti ormai acquisiti». Indietro non si torna il cliente tipo ha adottato un nuovo stile di vita. Un esempio su tutti? «Dagli scaffali sono sparite le offerte tre per due. Chi acquista è molto più attento e giudica il valore di ciò che compra, non pensa a fare scorte spendendo per prodotti che non gli servono davvero. È un comportamento consapevole. In questa direzione va letta l'ottima performance dei prodotti a marca del distributore (che nei negozi Conad rappresentano il 33,5% delle vendite, ndr) che sono meno costosi rispetto a quelli delle marche tradizionali e hanno più referenze rispetto a quelli dei discount».

© RIPRODUZIONE RISERVATA