

*Elisa Fabbi*  
**UNIMORE**

# I pilastri della diversità



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

*25 Ottobre 2021*

# Rivoluzione *customer driven*

---

- Evoluzione delle aspettative
- La *customer experience* rappresenta una priorità
- Il contesto economico e tecnologico ha destabilizzato gli equilibri di canale
- Il potere si sposta progressivamente a valle
- Ruolo di influenza della domanda
- **Il consumatore inteso come persona è il protagonista della trasformazione senza precedenti**

# Il carattere trasversale della diversità

Distintività proposta  
assortimentale



Esperienza e soluzioni in store



Realtà ibride, servizi e  
comunicazione



# Il carattere trasversale della diversità

Distintività proposta  
assortimentale



Esperienza e soluzioni in store



Realtà ibride, servizi e  
comunicazione



# Occorre mettere a fuoco la propria proposta (unica!)



- Sviluppo dell'e-commerce, ma non totalmente integrato con il fisico
- Approccio incentrato sulle Categorie di Prodotto
- Personalizzazione (quasi) assente

- Assortimento distintivo (co-creazione)
- **Ricerca di collaborazioni (anche artigianali)**
- Diventare un punto di riferimento nella categoria

# Contexture: creare assieme



Piace a **eglemagli** e **altre persone**  
**contexture\_italy** Pronte per la nostra nuova sfida? Nostra perchè anche questa volta, sarete le protagoniste della realizzazione (speriamo bella 😊) della nuova texture. Non sarà semplice, ma a noi le cose semplici non piacciono.

La nuova texture sarà il racconto di 3 città del libro di Calvino "Le città invisibili" e voi sceglierete la 3°, l'idea che mi farà accendere la lampadina verrà realizzata. È bellissimo per me poter creare la vostra texture e ancora di più, poter lavorare con una di voi, non vedo l'ora!

Forza ora raccontatemi la vostra città invisibile preferita, sono prontissima! 😊



# RetròBottega (Reggio Emilia)



## DA SEMPRE... LA PASSIONE PER L'OCCHIALE

occhialeria artigiana

Retròbottega nasce nel 2015 da un'idea di Massimo Franceschini. Lo showroom propone occhiali artigianali che fondono tradizione e innovazione, eleganza e creatività. Ogni occhiale è realizzato da piccole aziende bellunesi, polo produttivo di riferimento mondiale per il settore artigianale degli occhiali, per soddisfare le diverse esigenze dei nostri clienti.

La nostra mission è diffondere la qualità e la bellezza dell'occhialeria italiana offrendo un'alternativa audace e stimolante, un design unico, puntando sull'eccellenza del prodotto e del servizio.



# La specializzazione fa la differenza



- **Profondità e scelta all'interno di specifiche categorie sono in grado di venire incontro a bisogni sempre più complessi dell'utenza e servire peculiari stili alimentari**
- **Le categorie emergenti legate a nuovi stili di vita e segmenti di consumo richiedono una pronta risposta da parte di una distribuzione specializzata e differenziata, in grado di puntare sulla distintività della propria offerta e ad un alto livello di servizio**

# La specializzazione fa la differenza



- La strategia di specializzazione richiede **professionalità, motivazione del personale e capacità di vendita assistita** per fornire un servizio attento e personalizzato, accompagnando il consumatore a scoprire la qualità dell'assortimento

# A proposito di the ...



 Parliamo di Thé



- Profondità dell'assortimento
- Ambiente di vendita integrato con aree degustazione e relax
- Organizzazione eventi per la valorizzazione del prodotto e il coinvolgimento attivo dei clienti
- Integrare la vendita con aree ricreative al fine di stimolare il cliente a vivere il negozio
- Sala da the online ...

# GluFree Bakery (Milano)



- Innovazione di prodotto nella nicchia di alimenti freschi senza glutine
- Ampliamento successivo dell'assortimento
- Servizi di consegna a domicilio



- Occorre intercettare le tendenze di mercato e realizzare un progetto che porti benefici reali per il cliente

# Il carattere trasversale della diversità

Distintività proposta  
assortimentale



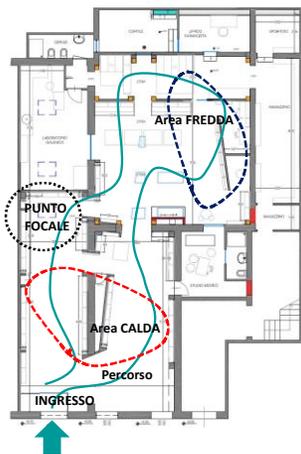
Esperienza e soluzioni in store



Realtà ibride, servizi e  
comunicazione



# Lo spazio deve essere (!) esperienziale



Ripensamento delle normali  
percorsenze



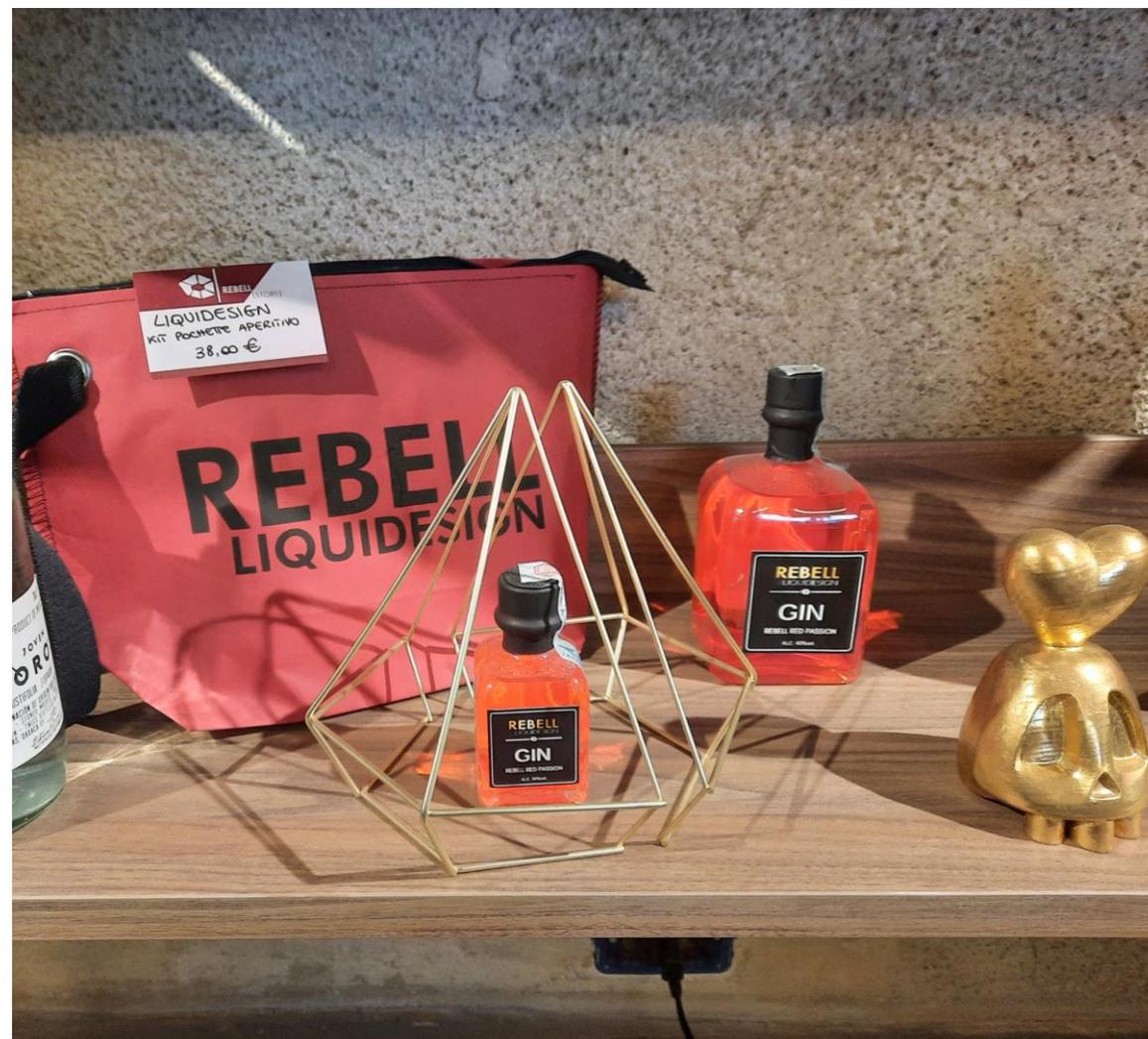
Diversa concezione e  
comunicazione dell'offerta



Attrezzature e materiali  
riciclati (Ridurre, riutilizzare,  
riciclare)

- Spazi in grado di intercettare **con velocità** i bisogni dei consumatori
- Modalità espositive ripensate in grado di suggerire invece che contenere, in grado di creare attenzione invece che «semplice» posizionamento
- **Il punto di forza dei luoghi fisici rimane quello di costruire esperienze attraverso lo spazio**

# A proposito di spazi(o): un luogo, molte destinazioni



# A proposito di spazi(o): un luogo, molte destinazioni



- Nato nel 2016 da una idea, *“portiamo bellezza nella nostra città”*
- Un luogo prezioso e contagiante di arte, cultura, esperienze, sorrisi ed emozioni
- Da qui partì la parte di location per eventi/cocktails bar e mostre cui si aggiunse lo showroom di Aguzzoli Arredamenti
- Venne poi fondato il comparto di architettura e la chiesa si arricchì di Libri, con il punto EINAUDI



# Diversità (R)esistente



- Collaborazioni sociali
- Temporary store
- **Idea di spazio multifunzionale**

# Diversità (R)esistente



# Il carattere trasversale della diversità

Distintività proposta  
assortimentale



Esperienza e soluzioni in store



Realtà ibride, servizi e  
comunicazione



# Retail & Ristorazione: il mercato centrale di Milano

---



- Mercato Centrale: Milano  
4.500mq, aperto il 2 Settembre  
2021
- 2 piani, 29 botteghe
- Luogo dove sedersi e leggere,  
mangiare, connettersi, fare la  
spesa e portarsi a casa le  
eccellenze degli artigiani del  
gusto
- Focus su artigianalità ed  
esclusività dei prodotti
- Possibilità di consegna a  
domicilio

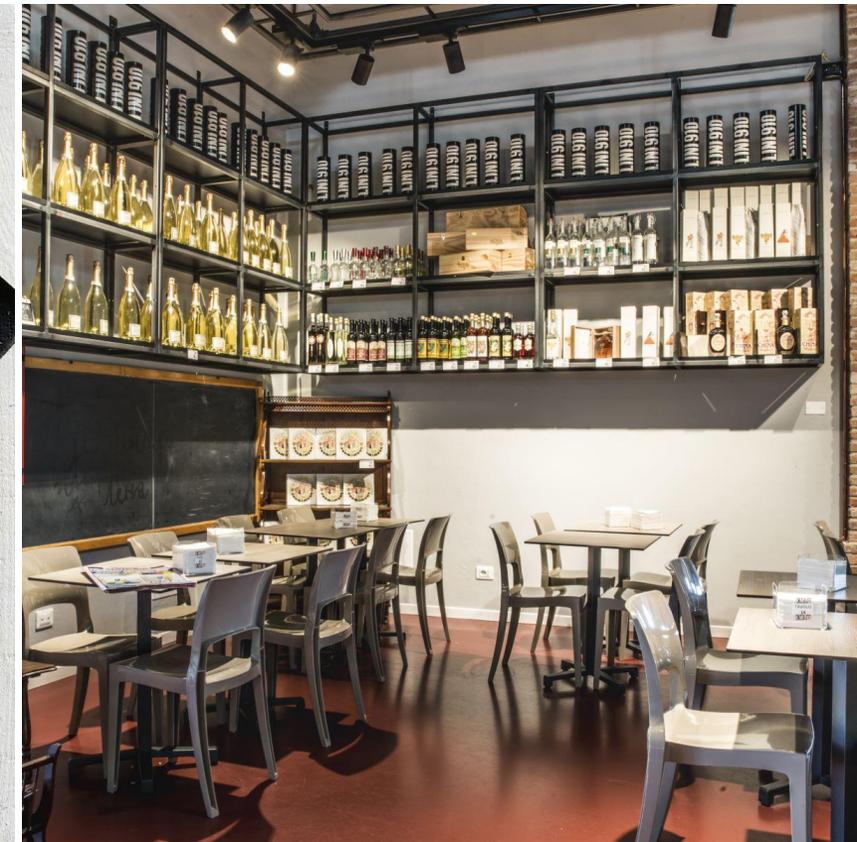
# Il punto vendita cambia pelle e integra i servizi



Bottega  
(eccellenze locali)



Bar caffetteria  
(integrazione di servizio)



RistoBottega (ambienti di  
degustazione)

# Elementi fondamentali di un *risto-retail* di successo

Offerta costruita intorno a un assortimento ed a un menù specializzati su cibi con una forte identità

Autenticità

Possibilità di accordi con altre imprese o professionisti

Collaborazione

Tra i prodotti venduti e quelli proposti dalla «cucina»

Coerenza

Quadro culturale, apprendimenti specifici

Intrattenimento

Tra i prodotti venduti e quelli proposti dalla «cucina»

Ambiente

Raccontare in modo efficace ed emozionale la provenienza e la qualità

Comunicazione e storytelling

# Il negozio...fuori dal negozio: i *locker*

PREZZEMOLO & VITALE

Il nuovo servizio di consegna:  
P&V Locker!



**P&V Locker: Ordina online,  
ritira quando vuoi**

Il nuovo servizio innovativo e gratuito per ritirare la tua spesa in piena autonomia.

Acquista sul nostro sito e ritira presso il nostro Locker a Mondello.



REFRIGERATO



SICURO



COMODO



# La comunicazione... in rete



**PIACERE,  
REGGIO EMILIA**

**STORIE REGGIANE TUTTE DA GUSTARE**

FOTO: ADAMSPEZIALE



**PIACERE,  
REGGIO EMILIA**

**STORIE REGGIANE TUTTE DA GUSTARE**



**PIACERE,  
REGGIO EMILIA**

**STORIE REGGIANE TUTTE DA GUSTARE**

# ...senza dimenticare il coinvolgimento

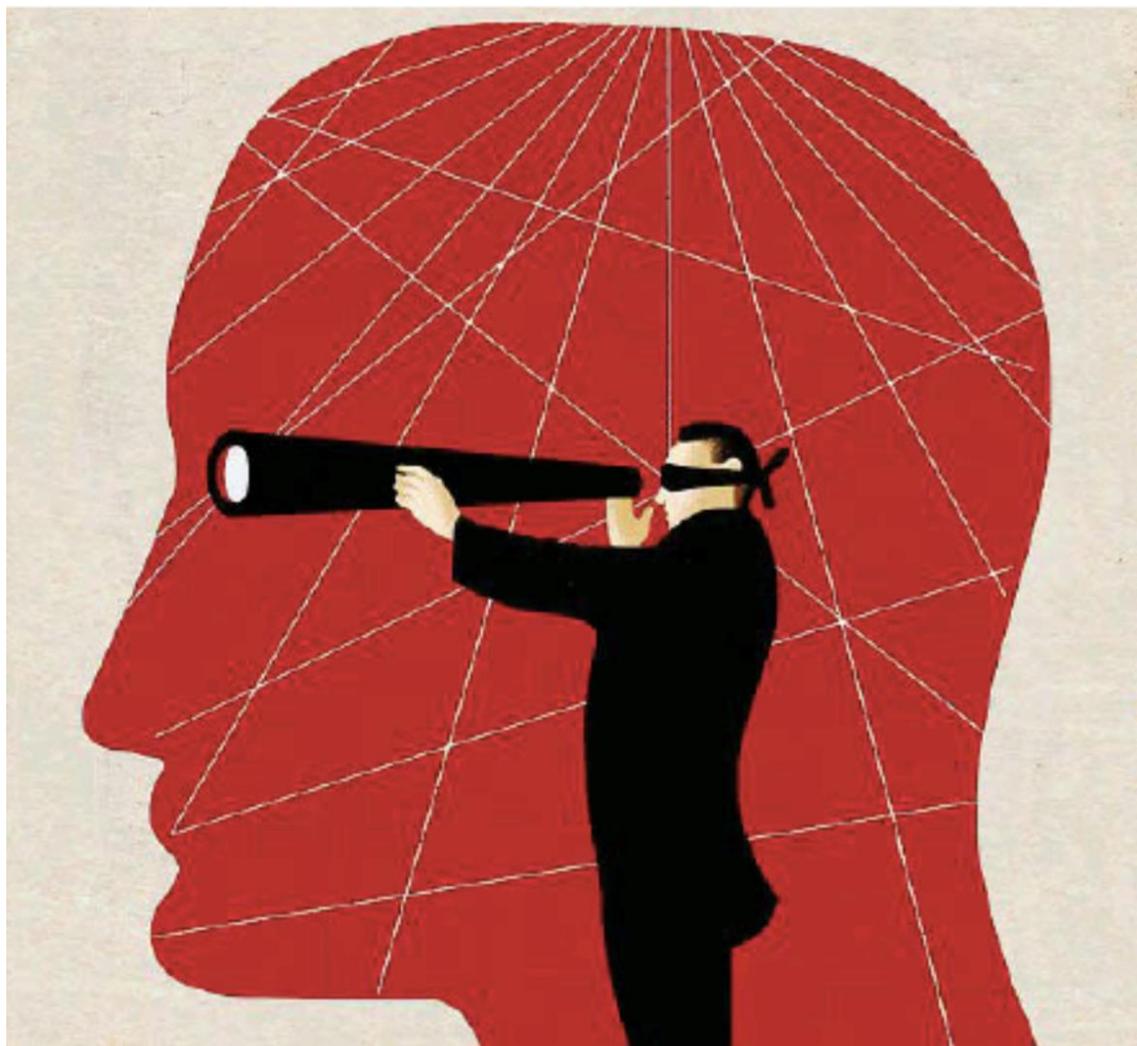


# Per chiudere ...

---

- La competitività si giocherà sempre più nella capacità delle imprese di **proporre percorsi (fisici e virtuali) del tutto distintivi**
- Il punto vendita fisico rimarrà un asset fondamentale ma deve essere in grado di **garantire un'esperienza fluida**
- I nuovi spazi di collaborazione riguarderanno **la relazione con il cliente-consumatore** che dovrà essere sempre più **personale**
- La **comunicazione** continuerà ad avere un ruolo importante, specialmente se integrata
- La capacità di proporre la diversità attraverso soluzioni uniche che spaziano **dall'assortimento, ai servizi, passando per la narrazione e la creazione di esperienze** faranno la differenza nella (ri)configurazione del punto vendita di domani

# Futuro prossimo venturo



*“Paradossalmente, in un mondo in costante divenire, agire in modo sicuro è uno dei rischi più grandi che si possano correre”*  
*R. Hoffman*