

## La spesa interattiva per evitare le file al supermercato

PAOLO STRINGARI

Basta code alle casse. Basta volantini promozionali. La spesa degli italiani è destinata a cambiare grazie ai pod self-scanning connessi ai chioschi di autopagamento che, oltre scongiurare lunghe attese alle casse, consentono di ricevere tutte le informazioni sui prodotti e le offerte del punto vendita, sui valori nutrizionali e sulle ricette. Un modo di fare la spesa interattivo che, a Mestre, ha già convinto 12.000 clienti del centro Auchan, dove l'installazione di Joya consente di accedere al servizio di CassaExpress tramite la sottoscrizione di una carta fedeltà.

Il pod di Datalogic Mobile EBS, azienda leader nella progettazione di soluzioni complete per il self shopping e consumer relationship technologies per il mondo retail, dopo tre ore dal suo debutto, era già stato richiesto da 150 clienti. E in futuro potrà essere agevolmente utilizzato nei casinò, nei musei e nei cinema multisala: con un click appariranno sullo schermo del pod le notizie relative al quadro che si sta ammirando, la recensione e la trama del film o le puntate che conviene fare su un tavolo da gioco.

«Si tratta di un servizio assolutamente rivoluzionario - spiega Luigi Frison, marketing manager di Datalogic Mobile EBS - laddove la tecnologia è un ausilio e una risorsa per gestire in maniera autonoma e intelligente la spesa, ottimizzando il tempo dedicato alla selezione dei prodotti, invece che perderlo spazientiti in coda alle casse». Il 2009, segnato non tanto dalla riduzione

Si fa strada il Self Shopping, modalità di acquisto autogestito: grazie ai pod Joya di Datalogic già 12.000 le carte fedeltà sottoscritte al centro Auchan di Mestre

dei consumi quanto dalla propensione verso un consumo migliore, è un anno di successo per il self shopping. «Il punto di partenza - sottolinea Frison - per integrare questa filosofia alle operazioni di acquisto e sviluppare le sue potenzialità anche in base alle differenti esigenze». Una sorta di rivoluzione copernicana nel settore acquisti che si basa sulla capacità di farsi riconoscere con un'immediata e automatica associazione di idee.

«Nella mente del cliente - spiega ancora marketing manager di Datalogic Mobile EBS - deve scattare subito l'idea che in quello specifico punto vendita troverà un servizio in-trovabile altrove». Lo shopping interattivo offerto dalla tecnologia porta con sé alcuni punti interrogativi circa la privacy dei consumatori. «Questa tecnologia è sinonimo di intelligenza e non di invadenza - afferma Frison - Bisogna considerare che siamo nell'età adulta del consumatore, lui ha la piena consapevolezza di ciò che vuole ed è sempre e solo il cliente che conferisce il permission marketing, il placet per far sì che il servizio venga integralmente strutturato attorno a lui».



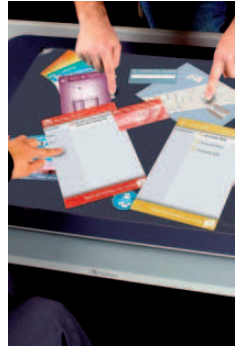
## Venezia, alla Mostra del cinema arrivano Avanade e Microsoft

La tecnologia incontra il grande schermo in occasione del lancio di Style Star, nuovo canale disponibile sul portale Msn

Avanade, fornitore di servizi tecnologici aziendali, in collaborazione con Microsoft, sarà presente presso la Style Star Lounge, durante la 66ma Mostra del Cinema di Venezia, da oggi al 12 settembre, e offrirà la possibilità di toccare con mano le funzionalità di Microsoft Surface, la rivoluzionaria piattaforma con la quale è possibile muovere oggetti virtuali, tramite movimenti delle mani o l'uso di determinati oggetti fisici.

Microsoft Surface avrà come cornice l'Hotel Excelsior, dove verrà allestita la Style Star Lounge, un ampio spazio dedicato a moda, cinema e tecnologia che farà da palcoscenico al debutto dell'omonimo nuovo canale volto ad avvicinare la moda e il cinema al grande pubblico, disponibile online sul portale Msn ([www.stylestar.msn.it](http://www.stylestar.msn.it)).

«Come il cinema e la moda, Microsoft Surface incanta e stupisce. Credo fortemente che Avanade rappresenti il partner ideale per far vivere questa esperienza anche ai nostri clienti», ha dichiarato Roberto Chinelli, Cto, Avanade Milano. Marina Garzoni, direttore del Progetto Style Star e presidente di Moda e Tecnologia, ha commentato: «La moda sperimenta nuovi linguaggi della creatività, grazie al cinema alimenta il sogno, ma per raggiungere il vasto pubblico oggi ha bisogno della tecnologia e dei new media e non solo di mezzi di comunicazione tra-



dizionali. Style Star, grazie al suo innovativo format, consente di mantenere con i clienti un contatto continuo, e il suo circuito di eventi e iniziative, sia fisiche che virtuali, un mix di moda, cinema e tecnologia, favorisce interazione, scambio e divertimento. Surface si inserisce in questo nuovo contesto consentendo di usufruire dei contenuti in modo semplice, intuitivo e giocoso». Uno spazio esclusivo su Surface è dedicato a Moët & Chandon, il quale ha reso disponibile in anteprima italiana durante la Mostra del Cinema, la nuova campagna pubblicitaria che ha come protagonista la celebre attrice Scarlett Johansson.

## Ravelli non teme la crisi e aumenta il fatturato

L'azienda bresciana, produttrice di stufe a pellet, punta su ricerca e innovazione per consolidare la crescita e sfruttare le potenzialità del mercato europeo e mondiale delle energie alternative

Ravelli, produttore di primo piano di stufe domestiche a pellet e a legna, non solo conferma, ma accelera, nonostante la grave congiuntura di crisi economica internazionale, il deciso trend di crescita dell'ultimo biennio.

Nel 2008, grazie al migliore posizionamento della società e un'attenzione maggiore alle esigenze della clientela e alle nuove strategie commerciali che hanno permesso di conquistare 150 nuovi clienti, il fatturato ha superato i 18 milioni di euro con un notevole incremento (+37,2%) realizzato tra mercato nazionale ed estero. L'azienda di Palazzo Sull'Oglio, guidata dai fratelli Diego e Stefano Ravelli ha portato a crescere del 468% nel 2008 il reddito operativo netto (Ebit) e il risultato di esercizio del 95,4% per cento.

Per supportare al meglio l'attuale espansione in atto non solo in Italia, ma anche sui principali



mercati mondiali, tra cui Nord ed Est Europa, Germania, Austria e Spagna, Stati Uniti, Giappone e Nuova Zelanda, si è dato via nel novembre 2008 ad un aumento di capitale interamente sottoscritto e versato che ha portato il medesimo da 100 mila a 1.706.350 euro con un netto miglioramento nel rapporto tra mezzi propri e di terzi che porterà l'azienda a raddoppiare la capacità produttiva nel corso del prossimo anno.

Fra le prime a comprendere le richieste del mercato per prodotti a basso impatto ambientale e a puntare sulle energie rinnovabili, la Ravelli sta intensificando gli investimenti in programmi di ricerca e sviluppo volti all'innovazione tec-

nica e funzionale ed alla sperimentazione di tecnologie all'avanguardia nei processi di produzione che hanno permesso negli ultimi mesi l'acquisizione delle più severe certificazioni che, oltre a garantire la massima qualità affidabilità e sicurezza, sono sempre più fondamentali per l'espansione nei mercati internazionali.

Proprio sul fronte dell'innovazione attente all'ambiente si segnala il notevole successo della gamma «Hydro» di stufe termocombustibili a pellet ad alta efficienza per il riscaldamento domestico ad acqua che permette di sostituire completamente la tradizionale caldaia domestica a gasolio o gas con un notevole risparmio in termini di costi energetici, che possono arrivare fino al 70% e con la possibilità di funzionare in modo completamente automatico con il kit Gprs per il controllo a distanza.

## Piemonte: più sostegno ai viticoltori

Ristrutturazione e riconversione vigneti: la Regione ha aumentato il contributo medio per le aziende agricole a 9.500 euro per ettaro

La Regione Piemonte ha aumentato il sostegno finanziario alle aziende agricole che si impegnano ad adeguare i vigneti, ristrutturandoli o riconvertendoli a varietà di vite più richieste dal mercato. La misura rientra all'interno del programma nazionale di sostegno per la ristrutturazione e riconversione vigneti, per le campagne viticole dal 2009/2010 al 2012/2013. In questo contesto, la Regione ha fortemente sostenuto, in sede nazionale, la scelta di adeguare i contributi ai viticoltori, rendendo così possibili l'aggiornamento dei contributi massimi concedibili alle aziende per le singole tipologie di interven-



to, con un importo medio per ettaro pari a 9500 euro per il 2010. «La ristrutturazione e la riconversione vigneti è una procedura ormai attuata da anni e prevista dai regolamenti comunitari - sottolinea l'assessore all'Agricoltura Mino Tarico - in questo caso, come Regione, abbiamo voluto portare alla massima soglia possibile il sostegno finanziario che si dà alle aziende, per sostenerle ed aiutarle, in questa fase contingente, ad adeguare gli impianti nel miglior modo possibile. Anche questo rappresenta un tassello della politica di modernizzazione e di valorizzazione della qualità che portiamo avanti su diversi fronti».

## Calzature: Stonefly apre ad Arezzo il primo monomarca in Toscana

Stonefly, azienda operante nel settore della produzione e distribuzione di calzature ad alto contenuto tecnologico per il benessere del piede, inaugura ad Arezzo il primo monomarca toscano, nella centratissima via Madonna del Prato al numero 112. All'interno del nuovo punto vendita, aperto dallo storico partner Bidini Calzature, i clienti possono trovare le ultime collezioni Stonefly delle linee Uomo, Donna e Bambino.

Il nuovo monomarca si estende su oltre 70 metri quadrati e propone due ampie vetrine che si affacciano su via Madonna del Prato, cuore dello shopping cittadino.



Ogni calzatura proposta è dotata di Blu Soft System, lo speciale cuscinetto in gel che garantisce tre importanti benefici: riduce la forza d'impatto del piede al suolo; rende la camminata più fluida e leggera grazie all'elasticità del gel; e aumenta la stabilità d'appoggio del piede senza disperdere energia. Con l'apertura del primo monomarca nella Regione Toscana, Stonefly prosegue nello sviluppo del progetto retail, dimostrando l'attenzione che riserva alla presenza capillare su tutto il territorio nazionale. Oggi i monomarca Stonefly nel mondo sono 130 di cui 20 in Italia e 14 in Europa.