

Ravioli, supermercati e il digitale che cambia tutto

Pubblicato: Venerdì 28 Agosto 2015



Cosa ha cambiato e cosa, invece, cambierà il digitale nelle nostre abitudini quotidiane? Trovare una risposta anche minimamente esaustiva sull'argomento è cosa difficile se non impossibile ma tanti sono gli spunti usciti dal dibattito di **apertura di Anche Io 2015**, la festa della comunità di Varesenews alla Schiranna. A parlarne insieme al pubblico e al direttore **Marco Giovannelli** quattro ospiti d'eccezione del territorio: **Andrea Latino**, digital champion; **Luigi Prevosti** di Prealpi Spa; **Massimiliano Di Caro** di Lo Scoiattolo e **Paolo Orrigoni** di Tigros.

Il tema, di stringente attualità tra gli addetti ai lavori ma ancora di più nella quotidianità di ognuno, è stato declinato attraverso il racconto di ognuna delle tre esperienze imprenditoriali attive nella provincia di Varese secondo il grado di penetrazione che la digitalizzazione ha avuto in colossi come Tigros e Prealpi spa ma anche nell'ulteriore rilancio del pastificio Lo Scoiattolo.

«Abbiamo aperto un sito internet anni fa senza grandissima convinzione – **ha spiegato Prevosti a proposito dell'esperienza di Prealpi Spa** – ora, invece, abbiamo avviato con serietà anche un progetto di comunicazione social sul quale stiamo puntando molto. Ad oggi abbiamo 25mila fan sulla nostra pagina Facebook, un successo oltre a quello che avevamo preventivato».

Molto spinta sulla comunicazione social anche **Lo Scoiattolo**, che ha legato lo sviluppo dei prodotti del raviolificio ad una comunicazione ad hoc: «la nostra azienda ha introdotto alcune innovazioni che senza una corretta comunicazione con la propria clientela non possono dispiegarsi completamente – **spiega Di Caro** -. Sappiamo molto bene, però, che la comunicazione senza un prodotto qualitativamente elevato e

inattaccabile da vendere rischia di essere un boomerang. Se si lavora bene le opportunità social sono un volano altrimenti si rischia un effetto opposto».

Forte l'esperienza anche dei **supermercati Tigros** che oltre all'aspetto della comunicazione hanno legato la digitalizzazione a due aspetti importanti: «da un lato la digitalizzazione di molti aspetti logistici interni ha permesso di rivoluzionare fortemente il nostro lavoro garantendo una gestione più efficiente dei rifornimenti ma anche di aspetti operativi che hanno migliorato il nostro lavoro e il servizio alla clientela – ha spiegato **Paolo Orrigoni** -. Dall'altro lato abbiamo avviato alcune esperienze importanti come quella di Tigros drive, un sistema di spesa online che si passa a ritirare presso il punto vendita. Sono esperienze che intendiamo sviluppare insieme ad una fortissima attenzione alla fidelizzazione dei nostri clienti».

Un intervento fortemente spinto sulla necessità di avviare seriamente una rivoluzione digitale è stato il digital champion **Andrea Latino** convinto della necessità di far uscire l'Italia dal fanalino di coda dei paesi su questo tema per evitare di rimanere tagliati fuori dall'innovazione che i colossi, da Amazon, Google e Facebook, stanno egemonizzando. «Non ci accorriamo che fuori dal nostro paese il mondo sta correndo da anni a velocità fortissime – spiega Latino -. Servono infrastrutture, cultura digitale, penetrazione di questi temi nelle aziende e un sistema educativo capace di ripensare al proprio ruolo nel lungo periodo».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it