

L'attuale mantra per i consumatori è avere tutto a portata di 15 minuti a piedi. È un trend che era già in atto nel periodo prepandemico e che nell'ultimo anno e mezzo è cresciuto esponenzialmente. I **negozi di prossimità** sono – e saranno – preferiti dai consumatori perchè è più comodo raggiungerli, è più veloce fare acquisti, forniscono l'occasione per una passeggiata evitando l'uso dell'auto, perchè si è conosciuti e spesso c'è un rapporto quasi amicale col negoziante e, non da ultimo, per sostenere la ripresa economica del proprio quartiere.

Le aziende retail si trovano, quindi, a dover fronteggiare una sfida importante: i diversi brand sono nati e cresciuti con un approccio univoco e globale e una forte identità di marca del proprio posizionamento. Negli anni si sono sviluppati ubicando i propri negozi prevalentemente nei centri cittadini, nelle principali vie dello shopping e nei centri commerciali forti di un marketing mix catalizzatore del loro target. Ora, la progressiva minor propensione dei clienti a spostarsi per i propri acquisti porta le aziende retail a dover introdurre nuove strategie tra cui:

- **DIGITALIZZAZIONE**  
Permette di accorciare le distanze e offrire nuove esperienze di acquisto coi consumatori grazie all'e-commerce, a servizi click&collect, a strumenti automatizzati per coordinare le visite in negozio, ad un dialogo facile e diretto con la marca, alla comprensione delle nuove esigenze del mercato. Ne abbiamo parlato anche in precedenti articoli ma l'innovazione in ambito digitale sta producendo un continuo fiorire di nuove applicazioni.
- **RAZIONALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA**  
Contestuale ridimensionamento delle superfici e scelta di location più periferiche ma sempre all'interno delle città: più negozi più piccoli distribuiti sul territorio urbano sono le parole d'ordine di tante catene in franchising.

# QUALI OPPORTUNITÀ PER IL RETAIL?

Tutto a portata di “15 minuti a piedi”

*Rubrica a cura di Evolvere.*

**Signum** **evolvere** **VINCENZO GAGLIO ARCHITETTURA** **RDS**

**SmUDI!**

**Smart Urban District: costruire la nuova piazza phygital all'interno della città**

foto Lilli Sorina

## QUALI SONO GLI OBIETTIVI

SmUDI! mette insieme il mondo virtuale e fisico per:



**CREARE UNA  
COMMUNITY ED  
ELIMINARE LE  
DISTANZE**



**VALORIZZARE E  
AUMENTARE LA  
NOTORIETA' DI  
DISTRETTO**



**INCREMENTARE  
LE PROPOSTE  
DI PROSSIMITA'**



**FORNIRE NUOVI  
SERVIZI**



**RIQUALIFICARE  
IL TERRITORIO**



- **DECLINAZIONE DELLA COMUNICAZIONE E DELLE AZIONI DI MARKETING**

Per interpretare anche le differenze territoriali e di contesto del bacino gravitazionale delle nuove location dei punti vendita.

Un'ulteriore opportunità è rappresentata dallo **sviluppo di progetti di rigenerazione dei quartieri** volti a creare delle vere Community radicate sul territorio e a rivitalizzare il commercio di prossimità. Questi progetti si stanno diffondendo a macchia di leopardo e genereranno benefici ai negozianti indipendenti e appartenenti a reti in franchising. Ne abbiamo parlato coi tre ideatori di **SmUDI!**, **SMART URBAN DISTRICT**, una piazza phygital in cui l'ambiente digitale e urbano connettono gli abitanti di un quartiere e la domanda-offerta di beni e servizi. **SmUDI!** è stato **accreditato dal Comune di Milano** e presentato in occasione dell'ultima edizione di **MDW-Milano Digital Week** e sta raccogliendo consensi anche in altre città.

SmUDI! è un progetto che nasce dal basso interpretando le esigenze di chi vive un quartiere, lo frequenta e dei negozianti presenti. Come spiega **Laura Giunti**, uno dei tre ideatori di SmUDI!, "l'analisi preliminare delle caratteristiche stesse del quartiere e dell'esistente costituisce il punto di partenza per la sua corretta progettazione. È fondamentale, infatti, valorizzare quello che già esiste in termini di Community, di iniziative sociali e di esigenze della comunità."

Marco Andolfi, esperto dell'anima digital di SmUDI!, precisa che "la soluzione ha una forte componente digitale che permette di arricchire e di contaminare tutto l'aspetto urbano e fisico. Grazie al digitale riusciamo a sviluppare ed orchestrare sapientemente il customer journey dei frequentatori del quartiere e costruire nuovi servizi a supporto degli commercianti ed esponenti produttivi." Infine Vincenzo Gaglio, architetto urbano e docente del Politecnico di Milano, aggiunge "SmUDI! ha una forte ricaduta positiva sulla qualità urbana in quanto incentiva processi di rigenerazione dello spazio pubblico e di aree dismesse, potenziando l'identità del sistema commerciale di vicinato e del quartiere nel suo complesso. Questo strumento integrato, contribuisce a migliorare la qualità della vita degli abitanti e a incentivare un modello di città sostenibile, per tutti, e nella quale poter provare una più gratificante shopping experience."

## EVOLVERE

<http://www.evolvere.it/>, società specializzata in Mystery Shopping e ricerche di Customer Insight, supporta aziende Retail e in Franchising con progetti di miglioramento della competitività e performance di vendita. Negli anni ha messo a punto una serie di metodologie di ricerca digitali anche attraverso piattaforme CRM, tra cui iNovaRetail, al fine di approfondire il dialogo delle aziende col proprio parco clienti. Evolvere collabora inoltre stabilmente all'Osservatorio evolutivo sul Futuro del Retail di InTribe <https://www.intribetrend.com/#Osservatori> per tracciare i trend trasformativi in atto.

## INOVARETAIL

iNovaretail <http://inovaretail.it/> è la piattaforma tecnologica messa a punto da Disignum che risponde ai cambiamenti in atto nel mondo del Retail: nasce per semplificare la gestione dello store e la relazione con il cliente, migliorandone la customer experience (online e offline). Mette al centro il consumatore e gestisce l'omnicanalità e i servizi tipici dell'e-commerce, anche all'interno del negozio fisico, garantendo un'esperienza "seamless" che integri in modo fluido l'online con l'offline.

## DISIGNUM

Disignum <http://www.disignum.it/> è una azienda che progetta soluzioni tecnologiche innovative, incentrate sulla multicanalità ed orchestrate con un sapiente CRM. Disignum si rivolge principalmente ad aziende che operano in ambito consumer e B2B e le aiuta a trasformare azioni di marketing (digitale) e vendita in un effettivo coinvolgimento del cliente.

## VGA VINCENZO GAGLIO ARCHITETTURA

Vincenzo Gaglio Architettura <https://vincenzogaglio.com/> è uno studio di progettazione architettonica e urbana che supporta committenti pubblici e privati nei processi di trasformazione di spazi aperti e del costruito. Sviluppa progetti su misura per ogni contesto, attraverso l'ascolto costante e la verifica degli obiettivi. Il processo ideativo si nutre anche della ricerca scientifica sviluppata in ambito accademico. Al centro dell'attività progettuale si trovano i temi dell'Urbanistica commerciale, del Progetto urbano e del Social housing. Vincenzo Gaglio collabora stabilmente con il Politecnico di Milano <https://www.polimi.it/>.