



SIMULAZIONE ATTIVA DEL SISTEMA MERCEOLOGICO E
TECNOLOGICO INTEGRATO DELLA MODERNA UNITÀ
DI VENDITA AL DETTAGLIO



Con il patrocinio di:



Fiera Milano Rho 3 – 6 maggio

www.shop2015.eu

COMUNICATO STAMPA

SHOP2015: The Future Now

Quattro giornate di dimostrazioni, workshop, casi di successo per anticipare e capire cosa vogliono i consumatori del terzo millennio, come evolve il commercio e cosa di più avanzato offre il mercato “chi c’è, ci sarà”.

Ne discutono e si confrontano i leader della distribuzione, i fornitori di prodotti e soluzioni, gli stakeholder del comparto, a livello internazionale

Parallelamente all’apertura della grande Esposizione Universale di Milano, a Fiera Rho, in un’area dedicata di Tuttofood, verrà realizzato il simulatore del negozio del futuro. Un vero laboratorio di idee e soluzioni per il commercio di oggi e di domani, afferma **Oddone Sangiorgi**, presidente del Consorzio FIA e organizzatore di SHOP 2015. Già nel 1991 (i servizi televisivi TG1, TG3 e TG5 su <http://www.youtube.com/watch?v=1m2YuDY7DP0>) e le successive edizioni degli anni 1992, 1993 e 1994, in Italia, Germania e Spagna, hanno anticipato e promosso le soluzioni di lay out, gestionali e tecnologiche, i format, nonché gli arredi e gli assortimenti, in gran parte ancora validi e attuali nei punti di vendita di oggi, testimoniando la visione e la concretezza di quanto allora prospettato. Temi quali la connettività e la convergenza cambieranno il volto del commercio al dettaglio, permettendo ai commercianti di fondere digitale, virtuale e fisico in un unico modello di negozio online con punti vendita reali.

Questo canale integrato diventerà probabilmente la norma in futuro, sostiene **Fabrizio Venturini**, presidente della Rete di Imprese TecnoShop e direttore generale dell’Associazione Comufficio di Confcommercio che promuove dal 1945 in Italia, la modernizzazione e lo sviluppo dell’innovazione nel commercio e nel sistema horeca.

Per **Riccardo Garosci**, economista, presidente del Comitato Scuola e Cibo EXPO 2015 del MIUR e cofondatore SHOP, il tema del commercio e della centralità dei consumatori nel realizzare punti di vendita che rispondessero alle aspettative crescenti di qualità e sicurezza dei cibi, oltreché di servizio a prezzi equi e vantaggiosi, hanno costruito la fortuna dei diversi SHOP che si sono susseguiti negli anni, in Italia ed in Europa. Ora, nell’anno dell’EXPO 2015 e in contemporanea all’esposizione universale, una riflessione e confronto professionale, aperto ai diversi contributi e visioni degli operatori del comparto non solo italiani, ma mondiali, appare “irresistibile”.

Fin da quando ero nel board dei supermercati PAM e Member of BOD di National Geographic, dice **Sergio Benini**, la ricerca di nuovi format e canali distributivi anche atipici è stato uno dei “must” della mia attività e percorso professionale. Recentemente le esperienze dei flag shop National Geographic di Londra e Madrid che ho contribuito a realizzare, testimoniano con l’apertura delle aree di ristorazione per il pubblico, la possibilità di creare business valorizzando e facendo conoscere le produzioni tipiche del mondo.

Per **Alain-Jean Tusseau**, architetto, padre dei centri commerciali “alla francese”, che rimangono ancora oggi un punto di riferimento per lo sviluppo delle unità distributive decentralizzate, dopo aver realizzato oltre 70 insediamenti di grandi dimensioni in Francia, Italia, Germania e Francia, la sfida oggi è quella dei pdv urbani di medie e piccole dimensioni, antidoto alla disertificazione commerciale dei centri storici.

Secondo **Maria Grazia Turri**, economista e filosofa all’Università di Torino, è in corso una vera rivoluzione digitale che coinvolge in prima linea i punti vendita e contempla strumenti in grado di coinvolgere, stimolare, sedurre e premiare il cliente protagonista di una esperienza d’acquisto inedita. Le soluzioni dalla

distribuzione organizzata pongono il cliente al centro di una nuova “custode experience” che coinvolge, stimola e premia la persona.

Per **Davide Cozzarolo** direttore commerciale e marketing del gruppo SIGMA, uno dei temi centrali della distribuzione del terzo millennio, rimarrà lo sviluppo dei marchi commerciali, come quello della internazionalizzazione delle piccole imprese di prodotti di qualità.

Il “popolo dei discount” è in crescita perché non comprende più soltanto le famiglie che hanno difficoltà ad arrivare a fine mese, ma anche quei consumatori che stanno ripensando le strategie di acquisto, riducono gli sprechi e sono pronti ad abbandonare le marche senza un valore che giustifichi la differenza di prezzo, afferma **Adriano Checchetto**, Amministratore Delegato IN'S.

Che cosa è

“SHOP2015” non è una nuova fiera, è una **unità dimostrativa, un laboratorio di idee e soluzioni, un prototipo** promossa da Comufficio e dalle associazioni del commercio e ha come obiettivo la creazione di un “punto vendita realistico” allestito, all’altezza dei cambiamenti che il nuovo millennio sta imponendo alla distribuzione commerciale.

A chi si rivolge

Agli operatori commerciali della rete distributiva al dettaglio che potranno verificare in SHOP 2015 le applicazioni e le diverse possibili soluzioni gestionali per la propria attività.

Ad un commercio protagonista, aggiornato che reagisce alla crisi economica con una sempre maggiore professionalità e una maggiore redditività.

Chi vi partecipa

Sono invitate a partecipare a SHOP2015 le aziende che producono distribuiscono sistemi, tecnologie, arredi e attrezzature per il commercio. Imprese di produzione e/o commercializzazione di beni di generale e largo consumo, alimentari e non alimentari.

Queste aziende avranno modo di esporre i propri prodotti sugli **scaffali** come se si trovassero realmente in un punto di vendita innovativo sia per le soluzioni tecnologiche, sia per i criteri e le modalità espositive.

Link al video di presentazione SHOP 2015: <http://youtu.be/vIGXP6XSKQE>

Per informazioni:

Consorzio FIA

Fabbrica di Idee ed Azioni

**Sede legale: blocco 1 B, Galleria B n. 179 Centergross
40050 Fano di Argelato (BO)**

Tel. +39 051-863192 - Fax +39 051-862045, e-mail info@consorziofia.it

C.F., P.IVA e Iscrizione Reg. Imprese Bologna n. 04225670373 –

Sede Lombardia: via Sangro 13/A – 20132 Milano

Tel. +39 02 28381307 – Fax +39 02 2841032

Reg. Imprese di Milano n. 2015644

