



EUROVENT Innovation HUB – Pagani: “L’evoluzione della refrigerazione commerciale”

redazione ZZ 29 dicembre 2016

105 0



copyright: EUROVENT

All’**Innovation HUB** di **Eurovent** tenutosi a settembre a Cracovia è intervenuto anche **William Pagani, EPTA’s Group Marketing Director**, che ha spiegato quali sono secondo lui i cambiamenti futuri della refrigerazione commerciale. Tre sono, secondo Pagani, i fattori che stanno cambiando e che influenzeranno in qualche modo la refrigerazione commerciale, ovvero:

- La **GENTE**, il fattore umano. Oggi su 7,4 miliardi di persone circa la metà è connessa a Internet e il 21% circa è attivo nello shopping online. In altre parole: un valore di circa 2 trilioni di US\$ che viene commercializzato online, in crescita del 20%/anno. Una parte riguarda l’alimentare. Non tanto per ora, ma anch’esso in crescita. Tra chi fa acquisti online, il 40% decide proprio online cosa acquistare, paragonando tra di loro diversi prodotti. E poi si reca in un luogo fisico per acquistare. Solo il 21% acquista direttamente online. Quindi c’è la richiesta di una molteplicità di canali da parte del cliente potenziale, da parte della stessa persona. E c’è ancora bisogno di esperienze: sia quelle reali, fisiche, che si concretizzano nel luogo in cui ci si reca, sia quelle online, virtuali;
- Il **RETAIL**: oggi essere online è standard. Nessuno nel retail alimentare può permettersi di non esserlo e nessuno può permettersi di essere solo online. Quindi il retail soprattutto dovrà investire in entrambe le presenze, possibilmente con strategie integrate e complementari. Ed è questa la buona notizia per l’industria: si moltiplicano i canali, integrandosi e non sostituendosi ma il retail continuerà ad investire per il futuro.
- Il **NEGOZIO**: è fondamentale tenere presente che la scelta del cliente dipende anche dalla sua esperienza durante l’acquisto. Il negozio deve diventare il luogo dell’esperienza, il luogo dove le domande del cliente trovano una risposta, il luogo che rimane impresso per ricordi piacevoli. E questa esperienza diventa il valore aggiunto del negozio come luogo fisico.

Questi sono secondo Pagani i cambiamenti che avranno un impatto sulla refrigerazione commerciale e sui quali la refrigerazione commerciale deve integrarsi divenendo il “**partner invisibile e integrato**” del retail, delle sue strutture e del suo apparato commerciale.

L’intera presentazione è disponibile in inglese [QUI](#)

Condividi:



Ritaglio stampa
Testata: zerosottozero.it
Data: 29 Dicembre 2016