


Prendi&vai, la spesa senza casse

di Teresa Bergamasco

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/Gdo

Una ragazza entra nel supermercato, prende un paio di prodotti dagli scaffali e li mette nello zaino, fa un click sul cellulare ed esce, senza pagare. Non siamo a New York, ma nel centro di Verona, a due passi dalla casa di Giulietta, dove a novembre Dao, distributore Conad in Trentino Alto Adige, Veneto e Lombardia, ha inaugurato il primo negozio *cashierless* (senza casse) di Italia.

«Abbiamo preso il format Taday Conad, dedicato alla spesa di prossimità, e lo abbiamo proiettato nel futuro, applicando per primi l'intelligenza artificiale a un negozio di vicinato – spiega Alessandro Penasa, Ceo di Dao –. Il nome **Prendi&vai** riassume l'essenza del progetto, che vuole offrire un'esperienza di acquisto smart, in cui il fattore tempo ha un ruolo cruciale».

Il modello è quello degli store automatici aperti negli Usa con alterne fortune da colossi come Amazon: grazie a una rete di telecamere e sensori, il sistema di Ai registra ogni volta che un cliente preleva un prodotto dallo scaffale; quando la persona si avvicina all'uscita, l'app genera un Qr code con il suo conto, che può essere pagato sul cellulare o accostando la carta a un totem, ricevendo lo scontrino on line.

«Nella scelta dei fornitori, Dao ha posto due priorità: volevamo la garanzia di non essere trattati come numeri, ma poter customizzare il

prodotto, e che i costi della tecnologia fossero abbordabili – spiega Massimo Volpe, Cofounder di Retail hub, società di scouting per start up, partner del progetto –. Dopo lunghe analisi abbiamo puntato su Sensei, giovane tech company portoghese che garantisce la giusta disponibilità al cliente e un adeguato know-how, avendo già implementato store autonomi in Portogallo e in Sud America».

Prossimità e centralità

«Il Gruppo Custom – afferma il suo President & Founder Carlo Stradi – ha svolto un ruolo chiave nello sviluppo della parte check-out del Taday Conad “Prendi&vai” di Verona. System Retail, nostra società

leader nel settore Do e Gdo, ha ridefinito gli standard di efficienza e sicurezza nei processi di transazione. L'uso dell'intelligenza artificiale ha contribuito a una gestione più efficiente delle transazioni, migliorando la privacy e la sicurezza durante l'esperienza di acquisto».

Il modello Prendi&vai è pensato per store di prossimità (circa 300-400 mq), situati in location centrali, a forte vocazione turistica e aree metropolitane con un'alta densità di uffici.

«Oltre ad azzerare tempi di attesa e disagi in cassa, la tecnologia elimina le barriere, create dai tornelli e cancelli, e permette di dire addio al carrello, perché i prodotti possono essere messi in borsa o in tasca. Questo è prezioso per i disabili, ma anche per manager con borsa 24 ore, turisti con valigie e mamme con passeggini al seguito – continua Penasa –. Il format offre diversi vantaggi anche all'imprenditore, capaci di compensare l'investimento iniziale: il sistema virtuale abbassa drasticamente il rischio di furti, aiuta a tenere in ordine e rifornire in tempo reale

gli scaffali, segnalando ogni volta che un prodotto manca o è fuori posto. Elaborando i dati provenienti da sensori e telecamere, il software di Ai permette inoltre di studiare i comportamenti di acquisto».

«La nostra proposta rielabora il modello americano, adattandolo al mercato italiano e ai punti di forza del brand. A differenza degli store di Amazon, la tecnologia è al servizio della spesa tradizionale, rende l'esperienza di acquisto più veloce e fluida, ma non la spersonalizza e non toglie spazio all'assistenza del personale qualificato, che resta un ingrediente chiave del rapporto con i clienti – aggiungono da Conad –. Nel format prevediamo lo stesso numero di addetti vendita che, invece di essere impiegati alle casse o alla vigilanza, possono dedicarsi all'accoglienza e al customer care. Nessun rischio infine sul fronte della tutela della privacy. La tecnologia non memorizza volto e dati del cliente, che viene identificato con un codice numerico cui vengono abbinati i prodotti. Le informazioni sui comportamenti di acquisto vengono aggregate e non c'è profilazione: solo se il soggetto si iscrive all'app e dà il consenso, le sue scelte potranno essere memorizzate per offrirgli supporto e promozioni nelle prossime visite in store».

Vista l'ottima accoglienza ricevuta dal primo store veronese, Dao prevede nel giro di pochi mesi l'apertura di un secondo Prendi&vai a Trento. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

