

# Negozi 4.0, la sfida del digitale per rilanciare il commercio

## L'incontro

L'esperto Granelli faccia a faccia con gli esercenti: «Non temete l'e-commerce e mettetevi in rete»

Immaginatevi un negozio con una vetrina olografica, con una scenografia intercambiabile e mappe interattive che invitano a scoprire cosa si cela al suo interno, dove si intravede un pavimento colorato in stampa digitale... Non varchereste la soglia? «La risposta è sì, perché il digitale rilancia il commercio e gli dona nuova vita», parola di Andrea Granelli, uno che di innovazione nel commercio se ne intende visto che è presidente di Kanso, società di consulenza che si occupa di change management. Bergamasco doc, Granelli è stato ospite del Comune nella sala Galmozzi di via Tasso per spiegare ai commercianti perché devono dire no al «negazionismo digitale»: «Ringrazio [Ascom](#), Confesercenti e Distretto urbano del commercio che hanno appoggiato questo incontro - introduce il sindaco Giorgio Gori -, il digitale infatti oggi è visto dagli esercenti come una minaccia a causa dell'e-commerce». Da assessore al Commercio però, Gori si pone

una domanda: «Come può il digitale divenire una risorsa per chi ha un negozio?». La risposta è nelle argomentazioni pratiche di Granelli: «Il digitale non è solo e-commerce o social media, ma offre miriadi di spunti per la rinascita delle città legata all'economia terziaria». La stampa 3D, i robot, la digital security, i droni, tanti gli esempi di una tecnologia che si allea agli esercizi commerciali: «Si possono infatti realizzare vetrine-home page che si animano raccontando la merce esposta e dialogando con la strada, utilizzare sensori per smartphone che monitorino il passaggio dell'utenza e calcolino la permanenza media davanti all'esercizio», spiega l'esperto. Il digitale offre dei dati, consente di analizzare i flussi in tempo reale e di capire così cosa funziona e cosa no: «Si può giocare con le luci di un negozio "mettendo in luce" nuovi aspetti della merce e invogliando la clientela a un acquisto d'impulso», continua il presidente di Kanso. E perché un negozio diventi 4.0, non serve che siano gli stessi imprenditori ad alfabetizzarsi: «È più conveniente mettersi in rete, rivolgendosi a figure competenti che rendano i negozi smart», conclude Granelli.

**Marina Belotti**

