

EIRE DUC e DID – Milano, 10 Giugno 2010

Oltre il format: quale concept per i DUC e i DID? – Fabrizio Valente – Fondatore Kiki Lab

E' fuorviante pensare ai Distretti come possibili format commerciali. Si parla di Centri Commerciali Naturali, quando ormai i Centro Commerciali tradizionali sono già in declino. Si cercano modelli nel Retail tradizionale, che però segue logiche diverse. I Distretti devono comprendere che è necessario inventarsi formule nuove e specifiche, con un giusto equilibrio di Retail Mix e di Community Mix. Per questo, anche alla luce dello studio annuale internazionale Retail Innovations che pubblichiamo dal 2005, **preferiamo parlare di Concept più che di Format**. Tre caratteristiche del concept Distretto appaiono oggi da approfondire: Integrazione, Animazione, Glocalismo. **Integrazione**, cioè un governo che favorisca l'esperienza complessiva del cittadino, grazie al giusto di mix dell'offerta di prodotti, servizi e attività di tempo libero. Ma anche il giusto mix fra piccoli operatori indipendenti e Retailer di dimensioni (e, in genere, anche visioni) più ampie. Illuminante l'esempio dello Spazio Ambasciatori col suo successo sia commerciale, sia di motore rivitalizzante del centro di Bologna. Un caso che si contenderà al World Retail Congress di Berlino ad ottobre la palma di concept Retail più innovativo dell'anno. **Animazione**, cioè sviluppare le culture imprenditoriali degli operatori e attirare nel mix attività ad alto tasso di coinvolgimento dei clienti e dei cittadini. Esempi dal mondo: Purl, negozio di lane a New York, La Cremerie, negozio di BTX a Parigi, 15th Avenue, la nuova catena lanciata da Starbucks. **Glocalismo**, cioè capacità di coniugare globale e locale. La Umpqua Bank americana offre nelle filiali a operatori locali la possibilità di esporre e vendere i propri prodotti e nel kit di benvenuto per nuovi clienti inserisce una compilation di 12 brani da scegliere nel catalogo dei gruppi musicali della città (inclusi quelli meno conosciuti). inQbox a Singapore è un concept che mixa prodotti di designer internazionali emergenti con spazi e iniziative di associazioni locali.

Kiki Lab è un laboratorio specializzato sul Retail che offre consulenze, ricerche, formazione e servizi. Membro fondatore di Ebeltoft, una business alliance internazionale che raggruppa 19 società di consulenza e opera in tutto il mondo, pubblica ogni anno la ricerca internazionale Retail Innovations. Collabora anche con alcune Camere di Commercio nei settori del Commercio e del Turismo.

Fabrizio Valente, fondatore di Kiki Lab, è presidente della Giuria degli Esperti al Retail Innovation Award del World Retail Congress e fa parte della giuria di Confcommercio che ogni anno assegna il Premio dell'Innovazione del Commercio e dei Servizi.