



Estratto del discorso dell'Ing. Franco Fortis, amministratore delegato di Feedback Italia

La grande distribuzione - per sua natura - deve colmare le distanze, avvicinare luoghi e persone.

E' un bisogno primario perché la formazione del personale, l'incentivazione, piuttosto che la comunicazione di valori e di senso di appartenenza aziendale sono fondamentali nello sviluppo dell'impresa.

In questa maniera la grande distribuzione riesce ad essere incisiva anche nei processi di responsabilità sociale dell'impresa che sta rapidamente diventando il vero e proprio bagaglio ideologico del sistema.

Le tecnologie di comunicazione a distanza - sostenute da tecnologie avanzatissime che consentono una gestione indifferenziata dei vari linguaggi multimediali - sono quindi uno strumento fondamentale nel processo Grande Distribuzione - Responsabilità.

Le nuove tecnologie comunicative ci permettono di annullare le distanze spaziali, per ritrovarci a discutere con mille chilometri tra me e voi del valore della comunicazione in quest'epoca dove sono padroni Internet e i satelliti.

Non voglio cadere nei luoghi comuni, ma dare spunti attivi di come utilizzare le innovazioni per un vero valore aggiunto all'interno della società.

Non so quanti tra i presenti si ritrovano a vivere di corsa, con una sempre maggiore riduzione degli spazi personali ed un aumento dei periodi di spostamento tra casa, ufficio e convention. Eppure esistono tecnologie, tra cui quella sviluppata dalla mia azienda, che permettono di superare il concetto dello spostamento spaziale e temporale per una interattività reale al di là del locus di appartenenza di ciascun attore.

Ottimizzare i costi: il must che governa tempi di crisi economica si esprime in tagli a risorse che a volte divengono fondamentali per dare competitività nei costi dei propri prodotti. Uno dei settori in cui è possibile effettuare una rivoluzione aiutati dall'informatica e dalle sue applicazioni è la razionalizzazione dei trasferimenti, perché consente di non perdere tempo su treni, taxi o aerei per raggiungere sedi distanti o meeting dislocati all'estero. Una persona riesce così ad essere produttiva fino ad un momento prima, durante e dopo la riunione di routine, senza la seccatura di dover pernottare lontano dalla famiglia o subire uno sciopero a sorpresa.

I risvolti psicologici, in questi tempi di timore terroristico vero o presunto, sono notevoli. Non c'è più da preoccuparsi per i luoghi affollati, o sorvegliare l'ambiente in cui interviene l'uomo politico o la figura di riferimento.

Non vi è più la necessità di un archivio cartaceo perché i documenti vengono condivisi a distanza tra i partecipanti al meeting. E forse in un futuro non molto lontano province e comuni non dovranno più istituire provvedimenti antipopolari come le targhe alterne o il divieto di circolazione, perché dalla propria casa si potrà seguire ogni attività.

L'evoluzione è veloce, in ogni campo. E' l'obbligo soprattutto per la grande distribuzione. La formazione di ciascun punto vendita, l'aggiornamento dei propri collaboratori, il renderli partecipi degli sviluppi interni anziché farli rimanere punto di esaurimento di ogni comunicazione, sono necessità sempre più avvertite. Ed è in questi ambiti che interviene l'aiuto delle nuove tecnologie.

Se aiutati da strumenti facilmente utilizzabili anche da coloro che con la tecnologia non vanno d'accordo, i collaboratori possono sentirsi parte attiva di un qualcosa di più grande del proprio punto vendita, parte di un'idea, di un progetto. L'interazione li rende coscienti

del proprio ruolo, portandoli a mostrare – nel loro modo di porsi nei confronti del cliente – un'appartenenza che difficilmente si crea in occasione dell'unica convention annuale. Il sentirsi parte attiva di una comunicazione centro – periferia e ritorno permette di portare il proprio contributo personale in idee ed esperienze che diventano patrimonio aziendale condiviso. Mostrano soddisfazione, perché si possono dire: "questo l'ho fatto io". Ed è vero.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Feedback Italia

Claudia Ambrosini

T: +39 011 19 50 11 11

F: +39 011 19 50 11 99

ambrosini@feedbackitalia.it

Feedback interactive systems Italia Srl (denominazione abbreviata Feedback Italia) è un'azienda specializzata nella progettazione e nello sviluppo di sistemi e servizi ad alto contenuto tecnologico destinati alla comunicazione interattiva in ambito aziendale. La società è punto di riferimento e leader di mercato in Europa grazie al suo innovativo sistema di radiovotazione, utilizzato da alcune tra le maggiori Società europee in occasione delle proprie assemblee degli azionisti. La suite di videocomunicazione interattiva, FeedbackIVC, copre un ampio ventaglio di esigenze di comunicazione interna ed esterna delle aziende e degli Enti: formazione a distanza, comunicazione istituzionale e commerciale, business television, comunicazione pubblicitaria sui punti vendita e datacasting. Feedback Italia, società privata con capitale netto di 1.750.000 euro, opera in tutta Europa. La sede ed i laboratori sono situati a Moncalieri (TO) in via J.F.Kennedy 10 (011-19501111, fax 011-19501199, info@feedbackitalia.it). Maggiori informazioni sono disponibili sul sito web: www.feedbackitalia.it.