

CNA Un'iniziativa con Smart City Center, Citroen e con il patrocinio del comune di Cremona

Promuoviti in una città che è smart

Cna a servizio dell'innovazione tecnologica. Grazie a un'iniziativa a Cremona, sono stati offerti alcuni spunti per fare impresa nell'era digitale.

Nel giugno scorso, a Cremona, allo Spazio Comune di piazza Stradivari, Cna ha presentato «Comunica nella città 2.0. Strumenti e modalità per promuovere la tua impresa nella città sempre più smart», un'iniziativa, organizzata in collaborazione con **Smart City Center** e **Citroen**, con il patrocinio del Comune di Cremona. Per l'occasione, sono stati invitati a parlare di tecnologia e comunicazione nell'era digitale l'assessore **Barbara Manfredini**, in rappresentanza dell'amministrazione comunale; i docenti all'Accademia Santa Giulia di Brescia, **Marco Castelnovo** e **Luca Rossi**, docenti rispettivamente di comunicazione pubblicitaria e di animazione digitale, e **Diana J. Afman**, fondatrice Smart City Center e coordinatrice del progetto «No spreco».

A dare il benvenuto, il direttore di Cna Cremona, **Marco Cavalli**: «Siamo lieti di poter presentare questo evento in una città digitalmente evoluta qual è Cremona, in cui di recente, nel solco di questa direzione, è stato inaugurato l'ultimo tassello in ordine di tempo, il Polo tecnologico. Con l'iniziativa di oggi, intendiamo lanciare il messaggio che Cna è al servizio delle imprese e di tutto ciò che può contribuire alla loro evoluzione».

Il Comune di Cremona, ha confermato l'assessore Manfredini, non è nuovo al concetto di smart city: «Abbiamo già iniziato a investire in questa direzione. Perché una città sia smart, però, non è sufficiente che sia tecnologicamente avanzata ma occorre che sappia sfruttare le sue potenzialità per proporre nuovi servizi ai suoi cittadini». È intervenuto anche **Cesare De Lorenzi**, titolare della Citroen di Cremona, che ha illustrato le opportunità offerte dal marchio francese ai soci Cna, grazie a una convenzione nazionale su misura. «Sono innamorato della nostra città e ogni volta che ricevo qualche ospite estero, quando lo accompagno per le vie del centro, questi rimane a bocca aperta». **Castelnovo ha tracciato** una pano-



■ CNA E LE IMPRESE EVOLUTE

Da sinistra: Diana J. Afman (fondatrice di Smart City Center e coordinatrice del progetto «No spreco»), Cesare De Lorenzi (titolare della concessionaria Citroen di Cremona), Barbara Manfredini (assessore comunale di Cremona), Richard Afman (fratello e socio di Diana), Marco Cavalli (direttore di Cna di Cremona).

ramica di come le strategie di vendita siano cambiate nei decenni e come, di conseguenza, ci si debba adattare ai nuovi linguaggi, pena l'essere tagliati fuori dal mercato. «Negli anni Ottanta del secolo scorso i prodotti si vendevano da sé; nei Novanta ci si spostò sull'importanza della marca; negli anni Dieci, qualcosa è cambiato ancora: ora, a essere al centro dell'attenzione, è il consumatore ed è diventato determinante instaurare una relazione con lui». Da qui, l'importanza di conoscere lo strumento dei social network, anche perché, entro il 2020, il 90% dei clienti li si potrebbe intercettare attraverso questo canale.

Luca Rossi, invece, ha posto in risalto lo strumento video, di cui è esperto: «Le persone amano le storie, i racconti, che sanno attirare l'attenzione e riescono meglio a farsi ricordare. In un filmato, l'80% è ciò che vediamo, rispetto a quello che sentiamo o leggiamo, qualora ci siano anche parti scritte. È anche importante tener presente che un terzo dell'attività online è costituita proprio dal guardare video; si tratta di un trend in crescita».

È toccato poi a Diana J. Afman spiegare cosa sono «Smart City Center» e il progetto «No spreco». «Smart City Center Srl» è la sua so-

cietà, nata per gestire l'omonima piattaforma digitale che ha l'obiettivo di rivitalizzare Cremona, interconnettendo domanda e offerta, senza trascurare l'attenzione al sociale.

«Smart City Center è un'unica super app da installare sullo smartphone, che al suo interno contiene molte altre mini app che abbiamo chiamato smart store, negozi intelligenti. Con questa piattaforma intendiamo contribuire a risolvere il problema dei negozi del centro lasciati al loro destino. Se io so quante cose mi può offrire la mia città, farò meno acquisti online, andrò in un negozio e mi porterò a casa ciò che mi serve». Ma non solo attività commerciali: la piattaforma mette in relazione tra loro anche associazioni, parrocchie, scuole, società sportive eccetera, per far sapere agli utenti cosa succede in città e quanti beni e servizi ci sono dietro l'angolo. Quanto al progetto «No spreco», Smart City Center mette a disposizione la sua piattaforma per mettere in contatto fra loro negozi alimentari, costretti a buttare via l'inventario alla fine della giornata, e le parrocchie, dove i pacchi alimentari per rispondere alle richieste di aiuto non sono mai sufficienti e non contengono mai prodotti freschi.

«Smart City Center» si occupa della coordinazione del progetto, la Caritas impiega i suoi volontari e un mezzo di trasporto. Un'iniziativa apprezzabile non solo dal punto di vista etico, ma anche per il suo impatto ecologico: meno sacchi di rifiuti per le strade significano meno rifiuti nella discarica.