



UNC
CONSUMATORI.IT

PREMIO VINCENZO DONA: le voci dei protagonisti

29 Novembre 2019

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Roma, 29 novembre 2019 - Questa mattina, in occasione della tredicesima edizione del “**Premio Vincenzo Dona**”, organizzato dall’ Unione Nazionale Consumatori e dedicata all’evoluzione dei format di vendita e degli strumenti di pagamento, abbiamo ascoltato la voce di alcuni degli ospiti della manifestazione.

Massimiliano Dona, Presidente **Unione Nazionale Consumatori**: *“come da tradizione il Premio Vincenzo Dona guarda ai cambiamenti impressi dalla innovazione (non solo digitale) ai paradigmi di consumo. Ci facciamo ispirare dall’attualità: è proprio la cronaca di questo 2019 a presentarci il moltiplicarsi delle forme di pagamento. Questa spinta innovativa nel mondo payment incide profondamente anche sul punto vendita con il conseguente sviluppo di nuovi luoghi dove possiamo fare acquisti. Ma non solo: si moltiplicano i luoghi ma mutano anche le modalità di vendita e acquisto. Pensiamo alle tecnologie che, con buona probabilità, faranno ‘sparire’ le casse per il pagamento, consentendoci di individuare un prodotto con il nostro smartphone e di metterlo in un carrello virtuale senza neppure toccarlo, né fare la fila alla cassa... e magari neppure caricare le pesanti buste della spesa o pacchi ingombranti. Riceveremo il conto sul nostro home banking e la merce arriverà direttamente sul pianerottolo di casa (o persino direttamente all’interno del nostro frigorifero). All’interno dei nuovi punti vendita, il consumatore può non solo toccare con mano il prodotto, ma vivere una esperienza d’acquisto più o meno virtuale, a seconda dei nostri desideri. È una nuova esperienza d’acquisto, ma è fondamentale viverla consapevolmente se vogliamo evitare (minimizzare) il rischio di perdere l’orientamento tra le tecnologie che stanno impattando il Retail e i Pagamenti.”*

Flavio Salvischiani, Vice Direttore Generale **Agos**: *“l’evoluzione veloce che sta vivendo il mondo del retail è un tema molto stimolante. Nuovi format, nuove offerte e la necessità di fare i conti con clienti che esigono servizi di qualità nel punto vendita fisico, con la possibilità di passare sul canale on line per vivere un’esperienza totalmente integrata tra online e canale fisico, rappresentano la sfida della moderna distribuzione e, quindi, indirettamente anche di Agos che da oltre 30 anni l’accompagna nel suo processo evolutivo. Attraverso l’offerta del servizio di credito al consumo, mettiamo infatti a disposizione di dealer e clienti una comoda modalità di pagamento degli acquisti con forme sempre più innovative che comprendono strumenti di pagamento digitali, argomento su cui*

si concentra la seconda parte del convegno. Per questo abbiamo colto con grande piacere l'opportunità di sostenere il Premio Vincenzo Dona 2019, per consolidare una collaborazione che da anni ci vede accanto a UNC su tematiche di comune interesse e, soprattutto, volte a tutelare l'interesse dei clienti."

Giuseppe Benincasa, Segretario Generale **ANIASA**: *"la digitalizzazione dei pagamenti è oggi tema centrale per tutti i consumatori, sempre più propensi ad acquistare mediante device, lontani dal luogo fisico che offre il prodotto/servizio. Un tema strategico anche nell'ottica della tracciabilità delle transazioni e del contrasto al sommerso, ma altrettanto importante sul fronte della reale consapevolezza del cliente che esegue il pagamento. Su questo fronte le aziende di noleggio veicoli sono da sempre in prima fila, anche al fianco dell'Unione Nazionale Consumatori, per garantire piena trasparenza, certezza e sicurezza alle transazioni effettuate per comprare i servizi di noleggio".*

Marco Imparato, Direttore Generale **APPLiA Italia**: *"l'innovazione è uno dei driver dell'attività di APPLiA Italia, che da sempre supporta con grande entusiasmo il Premio Vincenzo Dona, realtà con la quale ha un costante dialogo positivo. L'edizione 2019 si focalizza sull'importante tema dell'evoluzione dei format di vendita e dei metodi di pagamento; APPLiA Italia monitora con attenzione le spinte evolutive in questo ambito e i riflessi sul mercato degli elettrodomestici. L'Associazione auspica per queste nuove esperienze d'acquisto la massima garanzia di sicurezza, fiducia e trasparenza per il consumatore."*

Italo Bussoli, Presidente **Assofranchising**: *"come Associazione siamo lieti di collaborare con UNC e di supportare un'iniziativa di tale rilievo, che da molti anni premia i comportamenti virtuosi di personalità e aziende nei confronti dei consumatori finali. Assofranchising dal 1971 si occupa di tutelare e promuovere il settore del franchising, un segmento che ha segnato vere e proprie rivoluzioni nel campo del retail e che in Italia continua a crescere anno dopo anno proprio grazie alla clientela e agli imprenditori che credono e in questa formula."*

Claudio Fiorentini, Responsabile Rapporti con Associazioni e Stakeholders **Enel Italia**: *"la tecnologia offre nuovi strumenti per disegnare prodotti e servizi personalizzabili in tutti gli aspetti: dalle caratteristiche alle modalità di fruizione, dagli strumenti per la gestione fino al metodo di pagamento e al rapporto con il fornitore. Per Enel la modernizzazione dei processi e la digitalizzazione delle infrastrutture rappresentano il pilastro fondamentale di un'azione sempre più sostenibile che apra la strada a un nuovo modo di utilizzare l'energia, per un cliente protagonista nella gestione consapevole dei propri consumi e del suo impatto sull'ambiente"*.

Ivano Vacondio, Presidente **Federalimentare**: *"l'industria alimentare è uno dei settori trainanti della nostra economia e pertanto è immersa a pieno titolo nel processo di digitalizzazione che sta investendo il nostro paese a tutti i livelli. In quest'ottica, la digitalizzazione dei pagamenti è solo l'ultimo tassello di un percorso che l'industria alimentare già presidia da tempo attraverso la blockchain, per favorire la trasparenza e la visibilità lungo tutta la filiera alimentare. Una necessità che nasce prima di tutto dalla richiesta dei principali azionisti del settore, i consumatori, che sempre di più chiedono attenzione sulla qualità del cibo e sulla sua sostenibilità. È indubbio che la blockchain cambierà nei prossimi anni la vendita al dettaglio e l'industria alimentare, di fronte a un cambiamento di tale portata, non intende farsi cogliere impreparata ma vuole essere tra i driver di questa innovazione"*.

Marco Cossolo, Presidente **Federfarma**: *“le farmacie sono impegnate in un processo di ampliamento della propria attività, senza dimenticare però che il loro core business è il farmaco. Tale processo si traduce in una riorganizzazione della struttura delle farmacie stesse che si attrezzano per ampliare l’offerta di prodotti e servizi e dare risposta a una domanda di salute in continua evoluzione. Da una parte assistiamo, infatti, a un aumento delle malattie croniche con una crescente richiesta di assistenza a favore di pazienti, spesso anziani, affetti da più patologie; dall’altra emerge un’articolata domanda di prodotti e servizi per la prevenzione e il benessere. La farmacia del futuro deve conciliare queste esigenze e strutturarsi per essere in grado di dare risposte adeguate, sfruttando le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. In quest’ottica è fondamentale il supporto di interlocutori attenti come l’Unione Nazionale Consumatori che, anche quest’anno, con il Premio Dona, offre interessanti spunti di riflessione su come rispondere in modo efficace ai bisogni del nuovo consumatore.”*

Gianfranco Chimirri, Direttore Risorse Umane e Comunicazione **Unilever Italia**: *“la digitalizzazione degli stili di vita e, conseguentemente, dei processi di acquisto rappresenta una delle più grandi rivoluzioni dopo quella industriale, che ha portato alla nascita di nuovi comportamenti e nuovi strumenti. In un contesto sempre più connesso e digitale, Unilever risponde alle nuove esigenze dei consumatori sviluppando esperienze di comunicazione e di consumo sempre più personalizzate. Fondamentale per la nostra azienda essere parte attiva del cambiamento, promuovendo soluzioni innovative in linea con i nuovi canali e modalità di acquisto.”*

Si ringraziano i Partner per il supporto alla realizzazione del Premio Vincenzo Dona: A2A, Acea, Agos, ANIASA, APPLiA Italia, Arval Italia, Assofranchising, AVEDISCO, Coop Italia, Enel Italia, Eni gas e luce, Euronics Italia, Federalimentare Servizi, Federfarma, Google Italia, Intesa Sanpaolo, Metro Italia Cash and Carry, Nexi, Unilever Italia, Unione Italiana Food.

Partner tecnico: MediaEngineering