Le soluzioni di Metro Italia per la digitalizzazione della ristorazione

metro-cash-n-carry-afc8c807

Metro Italia anima la tavola rotonda **R-Evolution**, la trasformazione digitale nella ristorazione, un momento di approfondimento e condivisione su un tema che sta coinvolgendo sempre di più il mondo dell'Horeca. L'evento si svolge presso la location Accenture Customer Innovation Network in Piazza Gae Aulenti 8 a Milano.

All'incontro, moderato dal giornalista **Alessio Jacona**, Metro ha invitato a partecipare i protagonisti del settore: i consumatori rappresentati da **Massimiliano Dona**, Presidente dell'Unione Nazionale Consumatori; i ristoratori, **Emma Marveggio** e **Luca Rudilosso**, proprietari dei locali Sciatt à Porter e SlowSud; **Filippo Greco**, Responsabile Marketing di Passbot e **Francesco Medda**, CEO di Scloby, startup digitali italiane che propongono soluzioni innovative per la ristorazione. Completeranno l'approfondimento **Alessandro Urbani**, Direttore Food Service Distribution e membro del Consiglio di Amministrazione di Metro Italia, **Fabio Lotto**, Managing Director, Accenture Strategy, **Chiara Corbo**, dell'Osservatorio Digital Innovation, e **Manuela Mallia**, Head of Marketing, Branding e Innovation di Metro Italia.

Metro, solido partner dei professionisti della ristorazione e dell'ospitalità, svolge un ruolo di "facilitatore" della fase di trasformazione digitale. Innanzitutto punta a diventare l'hub di riferimento dell'Horeca per poter snellire la complessità di questo processo e supportare i professionisti nel cogliere le opportunità offerte dalla digitalizzazione. Ad oggi Metro offre ai suoi clienti Eatbu, ossia una piattaforma web attraverso cui i professionisti dell'Horeca possono creare e personalizzare i propri siti web in modo gratuito, per sempre. Un call center a loro dedicato risponde alle loro domande per supporto o semplici curiosità.

Il sito è uno strumento personalizzato di contatto con gli utenti, aumenta la visibilità online e il potenziale di attrarre nuovi clienti. Tuttavia non si può sottovalutare la complessità del rintracciare competenze adatte a mettere a punto le migliori soluzioni digitali.

La barriera più rilevante verso il cambiamento sembrerebbe proprio la mancata percezione del rapporto costi/benefici da esso derivanti, soprattutto per i ristoratori indipendenti che hanno poco tempo da dedicare a questo tipo di attività. Le sfide per i ristoratori sono quindi: selezionare e adottare le tecnologie migliori per ottimizzare il proprio business e testarne l'efficacia, senza affrontare eccessivi investimenti di cui non può ancora stimare i benefici.

Metro ha fatto grandi passi nella ricerca di soluzioni digitali su misura per rispondere alle esigenze dei ristoratori e in generale dei gestori di punti di consumo fuori casa. Proprio in questi giorni compie un anno il Pilota METROpolitano, il progetto lanciato a Milano con l'obiettivo di testare per un anno le soluzioni digitali più innovative per misurarne i reali benefici ai ristoratori. Metro si occupa di fare scouting di start-up locali, seleziona i ristoratori pilota, fa testare loro le soluzioni in base alle loro necessità. Infine li accompagna nell'attivazione e implementazione sostenendo i costi per tutta la durata del test. Il lavoro è solo all'inizio e Metro continua a sostenere un team dedicato alla ricerca e sviluppo di nuovi soluzioni digitali per l'Horeca per i servizi di domani, analizzando trend di mercato e generando case history con l'obiettivo finale di fornire ai suoi clienti ciò che può portare più valore al proprio business.