



Regioni & Città - Confcommercio Lombardia: "Smart idea 4 Smart city". A Palazzo Bovara l'evento per la #MilanoDigitalWeek

Milano - 14 mar 2019 (Prima Pagina News) A Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Milano, si è svolto "Smart idea 4 Smart city" l'evento organizzato da Confcommercio Lombardia in occasione della #MilanoDigitalWeek con la presentazione di progetti innovativi per rendere più attrattivi città e territori.

A Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Milano, si è svolto "Smart idea 4 Smart city" l'evento organizzato da Confcommercio Lombardia in occasione della #MilanoDigitalWeek con la presentazione di progetti innovativi per rendere più attrattivi città e territori. "L'intelligenza urbana" ha dichiarato il vicepresidente di Confcommercio Lombardia Carlo Massoletti "è la leva per aumentare l'attrattività del territorio attraverso la circolazione di nuove conoscenze adeguate ad un ambiente in continua evoluzione, l'accessibilità di luoghi e informazioni, la fruibilità del patrimonio storico, artistico e naturalistico". I progetti presentati (TripConcierge, E-Bay negozi storici e Leonardo à la Carte di Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza, il Progetto Hermes di Confcommercio Bergamo, trovacasacomito.it di Confcommercio Como, Cremona Centro Street Counting di Confcommercio Cremona, Wow che sconti di Confcommercio lecco, Portale web turismo di Confcommercio Mantova, V.I.TA - Valtellina in tavola dell'Unione CTS di Sondrio e MyShopping di Uniascom Varese) hanno riguardato tutti gli ambiti che definiscono il concetto di intelligenza urbana: il fil rouge è stato quello di ripensare in chiave 2.0 i principali processi che coinvolgono l'esperienza di acquisto e di fruizione dei servizi nell'era digitale, l'orientamento allo start up d'impresa, le nuove soluzioni per la promozione dei diversi asset del terziario, dal turismo ai negozi storici. "Per questo - continua Massoletti - nell'obiettivo di far generare futuro e contribuire positivamente alla definizione dei bandi regionali, vogliamo avviare una call rivolta alle Università e ai loro studenti, per sintetizzare proposte sui diversi temi quali: nuovi concept per spazi commerciali, nuovi modelli esperienziali capaci di fondere tra loro diverse merceologie, idee e proposte per la migliore vivibilità delle aree commerciali e dello spazio urbano; nuovi modelli gestionali per aumentare il business ed il posizionamento strategico; identificare nuovi modelli di rete nelle aree dei distretti commerciali per condividere programmazioni di marketing e di comunicazione di medio/lungo periodo".

(Prima Pagina News) Giovedì 14 Marzo 2019