

# Spesa e servizi diventano smart La nuova app di Bennet

**Grande distribuzione.** Lo strumento si integra al nuovo sito dell'azienda  
«Strategia di omnicanalità, elemento di vicinanza e semplicità per i clienti»

Una nuova App, scaricabile da App Store e Google Play, per effettuare la spesa online. A pochi mesi dall'uscita del nuovo sito, Bennet sviluppa una nuova strategia digitale per facilitare le abitudini dei propri utenti.

L'applicazione permette l'utilizzo di tutti i principali servizi: il bennetdrive, attivo in 60 punti vendita Bennet oppure il servizio bennet a casa nei punti vendita in cui è presente l'home delivery. L'applicazione permette inoltre di scaricare i volantini e il programma fedeltà Bennet Club, ed è anche interfaccia digitale per l'utilizzo della carta Bennet Club e dei coupon nei punti vendita attrezzati. Per quanto riguarda il design l'applicazione adotta un impianto semplificato ma del tutto simile a quello del sito di e-commerce, che rimane il punto di accesso principale e più completo al mondo dei servizi online di Bennet e di cui l'app si configura come ulteriore supporto.

«La società moderna è sempre più caratterizzata da un comportamento mobile - afferma Luca Girotti, direttore Sistemi Informativi e Innovazione Digitale di Bennet - tutti noi abbiamo uno smartphone come primo strumento di approccio alla tecnologia. Lo utilizziamo per socializzare, per lavorare,



Bennet ha oggi 74 ipermercati e superstore e circa 8mila collaboratori

per immortalare i momenti più importanti ed anche per gli acquisti, in qualsiasi momento della giornata. Proprio per questo il nostro sito di e-commerce trova la sua massima espressione nella app, elemento di vicinanza e semplicità che aggiunge servizio ai nostri consumatori, coerente con il percorso di omnicanalità che Bennet sta perseguendo».

Una strategia che risulta strategica nella visione aziendale che ruota attorno al mondo Bennet, leader nel settore della

grande distribuzione, con sedi in tutti il nord Italia.

Bennet conta attualmente 74 ipermercati e superstore e 60 punti di ritiro bennetdrive attivi, con una superficie di vendita complessiva maggiore di 350.000 metri quadrati di superficie, circa 8.000 dipendenti e oltre 50 gallerie commerciali di proprietà con più di 1.250 negozi al proprio interno.

«Lo sviluppo di questa nuova porta di accesso al mondo di Bennet si inserisce perfettamente all'interno della nostra

strategia di omnicanalità - dichiara Simone Pescatore, direttore Marketing e Comunicazione di Bennet - Con la nostra App il customer journey dei clienti diventa sempre più veloce, semplice e ricco di valore. La realizzazione di questo ulteriore punto di contatto risponde alle esigenze di un pubblico che non si accontenta più di un'unica modalità d'acquisto, ma cerca soluzioni ibride e smart che sappiano combinare comodità, personalizzazione ed esperienza». F. Ber.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# La moda per il calcio Il Made in Como vestirà il Servette

## L'iniziativa

La designer comasca Roberta Redaelli firmerà le divise ufficiali della formazione svizzera



Roberta Redaelli

Moda e calcio, un binomio capace di suggellare grandi storie d'amore come nel caso di Giorgio Armani e delle divise della Nazionale Italiana di calcio. La storia si ripete con una designer comasca e il campionato elvetico. Le divise ufficiali dei giocatori della squadra della Crédit Suisse Super League, il Servette Football Club, saranno completamente made in Como. La linea "R4R Redaelli's Family Project" firmerà le divise ufficiali che i giocatori, il personale e la direzione vestiranno durante gli eventi ufficiali della squadra, con all'attivo 17 titoli di campione svizzero, durante le trasferte e in tutte le occasioni che vedranno i giocatori protagonisti. La società ginevrina è uno storico riferimento del calcio svizzero, la Juventus in Champions.

Una bella sfida per l'azienda comasca Roberta Redaelli che ha saputo coniugare la sua sapienza nel mondo della moda con quella del calcio e dell'internazionalità.

Soddisfatta di intraprendere questa nuova avventura la stilista. «Sono molto orgoglio-

sa di questo risultato - afferma - è un progetto a cui tengo moltissimo perché credo nel valore del made in Italy e nel potere dello sport. In un periodo così complesso come quello attuale sapersi rinnovare è fondamentale e questa partnership è per me e la mia azienda una bellissima sfida».

L'azienda comasca, che da oltre trent'anni è bandiera del vero Made in Italy, con la sua nuova linea incontrerà la tradizione svizzera in un sodalizio denso di significato.

La squadra elvetica, il Servette Football club, nasce nel 1890 e si afferma nel mondo del calcio dal 1900 vantando diciassette titoli nazionali, sette coppe svizzere, quattro coppe delle alpi, tre coppe della lega e il titolo di terza miglior squadra della storia della Svizzera. Una partnership che unisce la sapienza e il coraggio creativo della stilista al talento sportivo di una delle migliori squadre calcistiche svizzere.

# Più forti nel cambiamento Grazie alle competenze

## Formazione

Nuovo percorso focalizzato sulle soft skill promosso dall'associazione Ex Allievi del Setificio

«Lo sviluppo delle soft skill: le competenze per un nuovo project management». L'associazione ex allievi del Setificio è promotrice di un'iniziativa formativa basata su un

percorso realizzato e sperimentato dalla Supsi, la Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana. All'iniziativa hanno dato il proprio contributo e sostegno la Fondazione Setificio, il museo della seta, il Carcano e l'Enfapi di Como. Si tratta di un corso per superare le difficoltà attuali verso un futuro più tecnologico e sfidante. «Durante la prima fase della pandemia ci siamo resi

conto che il mondo del lavoro stava richiedendo degli immediati aggiornamenti - spiega il presidente dell'associazione degli ex allievi Alessandro Ventimiglia - L'obiettivo è fornire e rinforzare le competenze che servono per affrontare uno scenario caratterizzato da imprevedibilità, criticità, velocità, complessità che nascono dalla combinazione tra ambiente socio culturale e tecnologia». An-

che Graziano Brenna, presidente della Fondazione Setificio, ribadisce l'utilità di un corso di questo livello: «In questo momento così delicato per la nostra economia e la nostra società - aggiunge Brenna - è importante fornire dei sostegni che abbiano valore nell'immediato ma anche nel tempo. Le nostre aziende stanno reagendo con vigore alle difficoltà contingenti e ai continui mutamenti di scenario, e avere collaboratori in grado di dialogare a livello internazionale con maggior autorevolezza e maggior efficienza è un punto di forza notevole che può fare la differenza. Inoltre questo percorso formativo va incontro alle esi-



Graziano Brenna, presidente di Fondazione Setificio

genze anche dei più giovani». Come sottolineato dalla docente Elia Contoz, l'incidenza della digitalizzazione, la sempre maggior interdisciplinarietà, il tempo sempre più compresso e la necessità di apprendere e applicare metodologie

nuove sono alcune delle motivazioni per aderire al corso. Il corso dura 120 ore ed è online più due moduli in presenza al museo della Seta.

Iscrizioni entro il 14 Gennaio all'indirizzo [info.lurate@enfapicom.it](mailto:info.lurate@enfapicom.it). A. Qua.

# Mondo Convenienza, cento assunzioni Si cercano addetti alla vendita

## Arredo

La multinazionale italiana prevede inserimenti anche nel negozio in provincia di Como

Cento posizioni aperte nei punti vendita di Como, Curno, Lissone, Rescaldina, San Giuliano e Trezzano di Mondo Convenienza.

La multinazionale italiana è specializzata nella grande distribuzione organizzata di mo-

bili e complementi d'arredo. 35 anni di attività, 3500 collaboratori e una governance che fa capo alla famiglia Carosi, Mondo Convenienza ha conosciuto un buon andamento sul mercato negli ultimi anni.

Il gruppo è presente in Italia con 45 punti vendita e 41 hub logistici e ora, per sostenere l'aumento delle richieste, è alla ricerca di 100 addetti alla vendita in Lombardia in sei punti vendita, tra questi c'è anche il negozio a Montano Lucino.

Si richiedono, oltre a diploma o laurea e alla patente di guida, un'esperienza pregressa nelle vendite, doti di problem solving, un forte orientamento ai risultati, capacità comunicative e relazionali, una buona predisposizione all'organizzazione e alla gestione lavorativa. Costituirà titolo preferenziale la conoscenza dei software Cad di progettazione. Tutti i venditori neo-assunti vengono accompagnati nel loro inserimento in azienda attraverso un percorso di for-

mazione di circa quattro settimane, strutturato e graduale, articolato in più fasi durante.

Il contratto proposto inizialmente è in somministrazione finalizzato all'inserimento diretto in azienda.

La ricerca di personale si svolge con l'obiettivo più ampio di attrarre talenti e accompagnarli in ogni momento e fase del percorso aziendale. L'idea di fondo della gestione delle risorse umane è di valorizzare le persone e il loro contributo e porre il giusto equilibrio tra obiettivi e competenze per perseguirli.

Il focus è in particolare sui giovani: il 70% dei collaboratori complessivi ha un'età inferiore ai 35 anni.

# Allarme peste suina Task force regionale

## Allevatori

Regione Lombardia ha istituito una task force per prevenire e contrastare la peste suina, in seguito al rinvenimento di alcune carcasse di cinghiali vettori della malattia in Piemonte e Liguria.

«Abbiamo deciso - ha detto l'assessore Fabio Rolfi - di sospendere al momento le forme di attività venatoria vagante e collettiva al cinghiale in provincia di Pavia, il territorio più

a rischio vista la vicinanza territoriale con i casi registrati in Piemonte e Liguria, per evitare spostamenti rapidi dei cinghiali. Promuoveremo, in collaborazione con Polizia provinciale e Carabinieri forestali, una intensa attività di sorveglianza passiva invitando anche agricoltori e cacciatori a segnalare eventuali carcasse presenti sul territorio. La peste suina rappresenta un disastro per l'export di un comparto strategico come quello dei suini».