

“Ecco perché scommettiamo su Tigros Drive”

Pubblicato: Lunedì 8 Settembre 2014

«Se credessimo di più all’economia digitale, crescerebbe l’occupazione con posti di lavoro sempre più interessanti, sicuri e con maggiore professionalità. Ne trarremmo un beneficio tutti».

Le parole di **Paolo Orrigoni sul lancio di Tigros Drive** ci portano a riflettere a largo raggio sulle scommesse della sua azienda, sull’innovazione e su diversi aspetti dell’economia. Da buon imprenditore il patron di Tigros osserva il mondo, lo studia e cerca elementi di sviluppo per la propria realtà. Un atteggiamento fortemente pragmatico, ma che affonda le radici non solo nella tradizione, ma anche **nel coraggio di guardare ai cambiamenti. Tigros diventa così un “caso” nazionale introducendo un**



nuovo sistema di e-commerce.

Da oggi è online il nuovo servizio che permette di fare la spesa online passando poi a ritirarla in appositi spazi esterni al punto vendita. Il cliente avrà così la possibilità di scegliere come fosse all’interno del supermercato. Potrà decidere quantità a suo piacimento come si trovasse di fronte al banco dei freschi, sia per la frutta e verdura, sia per la carne, il pesce o la gastronomia. Il servizio è completamente gratuito e richiede solo la registrazione e la Tigros card.

Come è nata questa idea di Tigros Drive?

«La nostra mission è servire al meglio i clienti. Garantire loro un’ottima qualità che si accompagna a una relazione di fiducia reciproca. Per noi è importante capire nei tempi giusti i cambiamenti. Così circa un anno fa, con alcuni collaboratori, siamo andati a conoscere e studiare alcuni negozi francesi che praticano il “click e-connect”, una formula diversa dal classico e-commerce. L’idea di avere come punto di ritiro il negozio ci è sembrata la migliore perché garantiamo al cliente un’offerta identica a quella che troverebbe facendo la spesa nel suo punto vendita. Questo poi non avrà alcuna maggiorazione di prezzo per la consegna. Soddisfatti di questo modello siamo andati a studiare come viene praticato in altre parti del mondo perché in Italia non esiste e noi saremo i primi a utilizzarlo ».



Il vostro slogan è “il fresco più buono”...

«Noi vogliamo fare Tigros Drive restando trasparenti sui prodotti freschissimi. I consumatori non si fidano ancora di acquistare sul web i prodotti freschi. Con la nostra formula permetteremo ai clienti di

conoscere bene chi lavorerà sulla loro spesa. Confidiamo molto sul rapporto di fiducia con loro. Noi gestiremo al meglio il servizio e loro saranno responsabili dei loro acquisti e in più potranno pagare direttamente al momento del ritiro della spesa superando un altro dei timori dell'e-commerce».

Che difficoltà avete incontrato nel predisporre Tigros Drive?

«Noi siamo un'azienda di discrete dimensioni, ma non siamo una multinazionale con esperienza nell'e-commerce. Abbiamo comunque sviluppato un sistema molto complesso che funziona bene e che è già stato testato per due mesi dai nostri collaboratori. La scelta importante è stata a chi affidare tutto lo sviluppo. Abbiamo lavorato con una piccola azienda ancora in start up a Como Next fondata da Federico Dall'Acqua e Norberto Viganò. Abbiamo lavorato in stretto contatto per molti mesi fino a oggi. Siamo soddisfatti delle nostre scelte e ringraziamo molto questi due giovani per l'impegno dimostrato nel realizzare il nostro progetto».

Il modello che avete scelto è diverso dal classico e-commerce...

«Chi farà la spesa con Tigros Drive non dovrà nemmeno entrare nel punto vendita, troverà dei box predisposti per la consegna della spesa e ci metterà un paio di minuti. Quello che cambia è solo questo e il fatto che non si paga online, ma direttamente al ritiro. È una scelta di attenzione al cliente perché non vogliamo che ci siano altri costi. Troverà le stesse condizioni del negozio. Vogliamo garantire la comodità a tutti visto che per usare il servizio servirà solo la Tigros card e una connessione a internet».

Avete previsto anche un possibile sviluppo di consegna in luoghi dove non siete presenti?

«Per il momento il servizio sarà attivo in quattro punti vendita (Solbiate Arno, Buguggiate, Malnate e Caronno Pertusella). Presto ce ne sarà un quinto (Besozzo) e se poi vedremo che funziona bene lo estenderemo ad altri. Non è nei nostri programmi cambiare politica. Potremmo farlo quando vogliamo, ma ora crediamo a Tigros Drive».

Un ricerca recentissima della Camera di commercio ha evidenziato che oltre il 40% delle aziende non usa internet perché non ne vede vantaggi. Più che di digital divid oggi si parla di ritardo culturale rispetto al digitale. Come la vede lei?

«Il digitale può portare grandi vantaggi alle persone. Il boom della sua diffusione però non è una questione solo tecnologica. Non dipende dalle connessioni più veloci o dall'arrivo degli smartphone o dei tablet. Dipende dal fatto che la vita è stata molto semplificata. Le grandi aziende come Google, Apple, Facebook e Amazon hanno reso più semplici le cose che già tutti facevamo. Le dimensioni sono cresciute e con queste le opportunità per ogni persona. La stessa logica deve valere per le aziende e anche per noi di Tigros. Drive è un modo di semplificare la vita ai nostri clienti. Siamo consapevoli che per fare una scelta innovativa ci vuole coraggio e determinazione. L'utente che farà la spesa online sarà più esigente e maggiormente critico rispetto a quello che continuerà a frequentare il negozio. Se sbagliamo e non soddisferemo le sue esigenze il servizio non funzionerà».

Che effetto avrà sull'occupazione lo sviluppo di Tigros Drive?

«Sgombriamo il campo da luoghi comuni sbagliati. Il digitale per un'esperienza come la nostra non taglia posti di lavoro, ma ne crea di nuovi. Nei punti vendita dove sarà attivo Tigros Drive abbiamo potenziato il personale di almeno tre unità perché l'attività che avrebbe fatto il cliente la dobbiamo fare noi. È una scommessa sul tempo sperando di vendere di più. Oltre ai nuovi occupati per la gestione della spesa, abbiamo preso delle persone che lavoreranno sul sito. Questi progetti innovativi aprono a nuove opportunità e non tolgono certo il lavoro».

È convinto che innovazione significhi maggiori opportunità, così come afferma Enrico Moretti nel suo libro sulla nuova geografia del lavoro?

«Trovo illuminante le riflessioni di Moretti e del resto basta guardare al resto del mondo. Ovunque hanno creduto nel digitale e nell'innovazione ci sono effetti positivi e si creano posti di lavoro più interessanti e con vantaggi che vanno a beneficio di tutta la società. Dobbiamo crederci e avere il coraggio di progettare. Noi lo stiamo facendo. Vedremo se i risultati ci daranno ragione».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it