

# DATALOGIC E NORDICONAD ANNUNCIANO L'INTRODUZIONE DELLA SOLUZIONE DI SELF-SCANNING SHOPEVOLUTION NEI PUNTI VENDITA CONAD DI BOLOGNA E VERCELLI

Bologna, 27 gennaio 2003 - Datalogic, società quotata presso il Nuovo Mercato di Borsa Italiana S.p.A., attiva nella progettazione, produzione e distribuzione di sistemi per la lettura di codici a barre e Nordiconad, impresa cooperativa aderente a Conad (Consorzio Nazionale Dettaglianti) con 350 punti vendita sotto le insegne Conad, Superstore Conad, Pianeta e Margherita, hanno annunciato oggi l'avvio del nuovo servizio Spesa al Volo™, basato sull'innovativo sistema CRM Shopevolution™ di Datalogic, nei punti vendita Conad di Bologna e di Vercelli.

Si chiama Spesa al Volo™ il nuovo servizio di Nordiconad, riservato esclusivamente ai titolari della Carta Insieme, che cambia il modo di fare la spesa. In meglio, naturalmente, rendendola più veloce, più comoda, più divertente.

Spesa al Volo™ è attualmente in fase di test, presso il superstore Conad di Vercelli e nel supermercato Conad di Bologna - Viale Silvani, ma verrà presto esteso ad altri punti vendita della rete Nordiconad, e, nel corso del 2003, potrà generare sino ad un massimo dell'1% del fatturato annuo di Datalogic.

Con il servizio Spesa al Volo™, basato sull'innovativo sistema di scannerizzazione Shopevolution™ realizzato da Datalogic, i titolari della Carta Insieme Conad possono effettuare la lettura dei codici a barre direttamente durante la spesa con un apposito scanner portatile man mano che prelevano i prodotti dagli scaffali, verificando costantemente il prezzo dell'articolo acquistato, le eventuali promozioni attive, il totale della spesa e dei punti promozionali, velocizzando così il successivo pagamento ed evitando quindi le code alle casse.

Nordiconad, impresa cooperativa con sede a Modena con un fatturato nel 2001 di 847,837 milioni di Euro (+3,66% rispetto all'anno precedente), è una delle realtà più importanti della distribuzione organizzata italiana, presente con 350 punti vendita in Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Emilia, Veneto e Lombardia.

Il Direttore Marketing e CRM Paolo Michelis di Nordiconad, ha dichiarato: "Con Spesa al Volo prosegue lo sviluppo della nostra rete di vendite in una logica di servizi alla clientela. Con questo nuovo strumento rispondiamo alla richiesta più urgente che i nostri Consumatori ci esprimono: "ridurre i momenti di stress". Sicuramente è tale il momento del pagamento della merce spesso contrassegnato da un periodo di attesa fastidiosissimo alle casse. Lo strumento a breve avrà anche il compito di personalizzare le offerte e di realizzare in store le prime iniziative di marketing one to one partendo da quelli che sono i nostri cluster di Consumatori e cioè le famiglie con bambini tra 0 e gli 11 anni, gli acquirenti di prodotti biologici e i possessori di cani o gatti."

"A poco meno di un anno dall'installazione per primo sistema Shopevolution™ in Italia, - ha aggiunto Roberto Tunioli, Amministratore Delegato di Datalogic - l'accordo con Nordiconad è la conferma della

validità di Shopevolution™ oltre che come strumento di servizio e di fidelizzazione della clientela, anche come sistema di marketing, per una efficace comunicazione delle offerte personalizzate, in chiave one-to-one, all'interno del punto vendita."

Datalogic, azienda bolognese con sede a Lippo di Calderara di Reno (Bologna) produttrice della sofisticata soluzione di self-scanning CRM Shopevolution™, ha registrato nel 2002 ricavi di vendita pari a 116 milioni di Euro, in crescita di circa il 6% rispetto ai 109,5 milioni di Euro registrati nell'esercizio precedente.

La soluzione Shopevolution™ di Datalogic, adottata da Nordiconad per l'innovativo servizio Spesa al Volo™, è un sofisticato sistema di marketing basato sulla filosofia del self-scanning, che costituisce uno strumento all'avanguardia per sviluppare e porre in atto programmi di marketing individuale finalizzati alla fidelizzazione ed alla personalizzazione della relazione con il consumatore, in un'ottica creazione di valore per la clientela del punto vendita.