Albino, le Botteghe rilanciano la app “Last minute sotto casa”

Se l’immagine è un elemento sempre più determinante per il successo, il nuovo direttivo dell’associazione Le Botteghe di Albino ha cominciato con il piede giusto. Per presentare il proprio programma ha infatti organizzato una serata, lo scorso martedì 19 aprile, e preparato un video con riprese suggestive e le nuove proposte illustrate in chiara successione.

Tra queste c’è il rilancio del progetto “Last minute sotto casa”, una app sviluppata dal Politecnico di Torino che consente ai commercianti di mettere in vendita a prezzi scontati la merce che rischia di restare invenduta, lanciando il proprio “food alert”, e ai consumatori di visualizzare con comodità sullo smartphone le offerte disponibili in zona.

Nella pratica, il fornaio che avanza un certo numero di prodotti a fine giornata segnala che sono in vendita, ad esempio, a metà prezzo e gli iscritti ricevono la preziosa informazione, con vantaggi per entrambi e la riduzione degli sprechi. «Il progetto era già stato proposto qualche tempo fa dall’Amministrazione comunale – ricorda il nuovo presidente dell’associazione, Beppe Duci – ma non è decollato. Ora lo abbiamo ripreso con la volontà di farlo diventare uno strumento utile al rilancio delle attività. Il meccanismo è semplice, la app è gratuita e i benifici si colgono facilmente. Si tratterà più che altro di presentare con precisione ai commercianti il sistema e di “allenarli” ad inserire le offerte già prima del lancio, in modo che il paniere sia da subito ricco e risulti interessante per i potenziali clienti. Per fare questo organizzeremo degli incontri mirati, zona per zona, in collaborazione con il Comune e con un tecnico dell’applicazione».

Un altro punto caratterizzante (intuibile già dalla scelta di dotarsi di un video di presentazione) è la svolta in fatto di comunicazione. L'Associazione, che ha anche un nuovo logo, nel quale la "modernità" del codice a barre si unisce alla silhouette del famoso pittore albinese Giovan Battista Moroni, utilizzerà per divulgare le proprie iniziative la pagina Facebook "Sei di Albino se…" che conta oltre 3.200 iscritti e a partire da giugno realizzerà la rivista "Sei di Albino se… 2.0", che avrà una tiratura di 10mila copie e sarà distribuita gratuitamente.

«Abbiamo capovolto la prospettiva – fa notare Duci –. Se prima l'associazione doveva spendere per avere spazi di visibilità, con questa operazione editoriale gli spazi ce li costruiamo da soli e abbiamo in più la possibilità di raccogliere inserzioni e sponsor per sostenere le nostre iniziative». Il calendario degli eventi viene infatti rafforzato e a due manifestazioni ormai consolidate come Albino Shopping Festival, d'estate, e Albino Chrtimas Village, si aggiunge "Scary Albino Halloween", pensato, in particolare, per i bambini.

Tante idee e voglia di fare sono già state premiate da un'ottantina di iscrizioni all'associazione raccolte solo nella serata di presentazione.