

COMUNICATO STAMPA

Tolmezzo, 4 aprile 2022

A Dordolla arriva ProXima, il negozio di prossimità “a chiamata”

Mercoledì 6 aprile inaugurazione per il totem interattivo ideato da Cramars e Melius

TOLMEZZO - Restituire centralità e forza ai piccoli negozi di paese, rivitalizzando le comunità considerate più marginali. E' l'intento del **progetto ProXima**, messo a punto negli ultimi mesi dalla **cooperativa per lo sviluppo locale Cramars** e dall'**impresa sociale Melius** grazie al sostegno della Fondazione Friuli.

Un'iniziativa a cui hanno già aderito diverse realtà in Friuli Venezia Giulia e una nel Bellunese, che finalmente sarà attiva anche in Val Aupa, in Comune di Moggio Udinese, e precisamente nella **borgata di Dordolla**. Il paese che conta 36 abitanti dispone di un locale con un piccolo alimentari nell'ambito del “Bar da Fabio”, e proprio da qui partirà l'ultima sperimentazione di ProXima, la vetrina digitale. L'inaugurazione ufficiale è prevista per **mercoledì 6 aprile alle ore 12 a Dordolla**, alla presenza delle autorità locali. Residenti e turisti avranno così modo di scoprire la “**vetrina digitale di prossimità**”, strumento pensato per facilitare l'accesso a molteplici prodotti e servizi, altrimenti irraggiungibili in molti paesi di montagna.

Si tratta di uno **speciale totem interattivo** dotato di schermo con tecnologia touch che consente di fare acquisti o prenotazioni online attraverso un software estremamente intuitivo. L'utilizzo è semplice, studiato per permettere agli abitanti delle aree interne di ricevere comodamente nella propria località e nell'arco di 24 ore tutto ciò di cui hanno bisogno: basta selezionare il prodotto o il servizio, la data di consegna prevista, e confermare l'acquisto. I clienti verranno informati su quando potranno ritirare l'ordinazione. Smartphone, app, connessione a internet, o tutto ciò che spesso rappresenta un limite per le persone più anziane o meno abituate a interagire con strumenti tecnologici, non sono assolutamente necessari. È sufficiente recarsi nell'attività commerciale che ospita ProXima e sottoscrivere un abbonamento mensile o annuale: la versione base dà accesso all'acquisto di prodotti e prevede il ritiro della merce in negozio, mentre la modalità Premium dà il diritto alla consegna a domicilio.

Spiega **Vanni Treu**, responsabile del progetto per Cramars: «I gestori dei piccoli negozi hanno manifestato la voglia di innovare perché hanno ben chiare le proprie potenzialità di vendita ed erogazione di servizi. Hanno un legame con la comunità che si è rafforzato durante la pandemia, un aspetto che oggi, con ProXima, possiamo valorizzare, senza tralasciare l'aspetto umano. Il Covid ha stravolto il mercato, i modelli di business e i comportamenti dei consumatori - prosegue Treu - facendo diventare necessaria la presenza di negozi di vicinato, ma talvolta nei piccoli paesi di montagna anche il reperimento di prodotti freschi o facilmente deperibili può risultare difficile. Ecco, quindi, che ProXima rappresenta la risposta a un'esigenza reale».

Il progetto delle “vetrine digitali” sarà illustrato durante il Congresso delle Fondazioni di origine bancaria e delle Casse di Risparmio in programma a Cagliari il 7 e 8 aprile. A illustrarlo sarà direttamente il vicepresidente dell'Acri nonché presidente di Fondazione Friuli, **Giuseppe Morandini**. Questa edizione del Congresso si intitola “Sulle strade dell'Uguaglianza” e la tavola rotonda in cui interverrà Morandini riguarderà i progetti finanziati dal sistema delle Fondazioni bancarie per colmare le disuguaglianze territoriali. «Siamo molto soddisfatti dei risultati già ottenuti dal progetto ProXima – spiega il presidente – si tratta di uno strumento

dalle potenzialità notevoli, perché può riguardare non soltanto l'approvvigionamento dei generi di prima necessità, ma può estendersi a tantissimi altri servizi per contrastare lo spopolamento di ampie zone del nostro territorio».

ProXima rappresenta la risposta concreta alle esigenze emerse dall'indagine intitolata "Gli ultimi. Forme di welfare comunitario", condotta da Cramars in collaborazione con Melius all'interno del progetto Innovalp Experiences. L'attività, finanziata da Intesa Sanpaolo e da Fondazione Friuli, è stata sostenuta anche dall'Azienda sanitaria universitaria Friuli Centrale e dall'Azienda sanitaria Friuli Occidentale. La ricerca, condotta nei primi mesi del 2021, ha fatto emergere la disponibilità dei gestori dei negozi di prossimità alla plurifunzionalità commerciale e all'innovazione digitale per corrispondere alle esigenze degli abitanti durante il periodo di lockdown, che ha cambiato le scelte di consumo e i vincoli allo spostamento, portando a riscoprire il senso del vicinato e i legami con la comunità.

Con preghiera di pubblicazione/diffusione

Per ulteriori info
Alessandro Cesare
3483731430