



Conti Laura matr. n. 149197

Greco Alessandro matr. n. 159958

Lahrid Chaimaa matr. n. 154088

Masella Mattia matr. n. 131243

Negro Mauro matr. n. 130067

Pacifici Sofia

Piccirilli Damiano matr. n. 134854

Valeriani Lisa matr. n. 121531

1.EXECUTIVE SUMMARY

Per ottenere una migliore comprensione del problema, abbiamo utilizzato la “Design Process Innovation”, ponendo particolare attenzione alle prime tre fasi di lavoro.



Figura 1 - The Design Innovation Process

In particolare nella prima fase di *Sense intent*, abbiamo osservato il contesto interno ed esterno della Cooperativa **Conad Centro Nord**, per comprendere al meglio la struttura organizzativa, gli attori maggiormente coinvolti e l'obiettivo della challenge che ci era stata assegnata.

L'obiettivo principale di Conad consiste nel **creare e sviluppare il format distributivo del futuro** adatto per diverse tipologie di cliente, dalle persone più giovani a quelle più anziane, colmando le lacune presenti nella conciliazione delle evoluzioni tecnologiche e di costume in ambito distributivo.

Compreso l'obiettivo, abbiamo interloquito con le principali figure Conad ma anche con quelli che sono i consumatori attuali, per capire i problemi principali e i bisogni fondamentali.

Ci siamo poi concentrati in primis su **aspetti interni**, ponendo grande attenzione sulla innovazione con la tradizione locale e cercando di capire più da vicino i bisogni dei clienti.

Poi ci siamo concentrati su **aspetti esterni**, osservando gli esperti e i maggiori competitor in ambito tecnologico legato al contesto della grande distribuzione. L'obiettivo principale di questa seconda fase è stato **approfondire la conoscenza** e comprendere a fondo il rapporto tra questi due contesti, attualmente poco collegati.

Tutta la fase introduttiva di ricerca ci ha permesso di analizzare le informazioni raccolte, con lo scopo di evidenziare cosa è importante. Abbiamo quindi scelto di offrire un modello di business che permetta di focalizzarsi sui principali bisogni emersi dai vari stakeholder.

In ultimo ci siamo concentrati nel descrivere la costruzione della nuova applicazione, **TradizionEM**, con le relative idee di funzionamento.

Nell'ultima fase di realizzazione dell'offerta proposta, abbiamo poi stimato su base forecast (anno 2022, 2023, 2024) una valutazione economica della strategia di business adottata e le principali motivazioni inerenti alle quantità stimate, ai costi e ai ricavi valutati per l'anno di lancio della piattaforma e per gli anni futuri, focalizzandoci su una valutazione prettamente nel breve termine.