

INTERVISTA A GIANGIACOMO IBBA, AD DI CRAI

# «Oggi il cliente è più attento La sfida è creare relazione»

RACHELE CALLEGARI  
Cagliari

**A**mmministratore delegato di Crai e presidente di Fratelli Ibba, Giangiacomo Ibba a Linkontro (il meeting annuale sul tema del largo consumo che si conclude oggi) ha ragionato sulla trasformazione del mondo dei consumi e dei consumatori.

## Come intercettate le esigenze dei clienti?

Abbiamo fatto dei grossi investimenti, quest'anno, per lavorare sui dati: stiamo intervenendo per migliorare la qualità del nostro dato, per poterlo leggere, per poter prendere decisioni che ci guidino. Ma sappiamo che i dati sono solo la fotografia di un momento e per questo va creata anche una relazione un po' più diretta con i clienti. Stiamo immaginando di portare i nostri uomini a casa dei nostri migliori consumatori per capire le loro esigenze, perché forse la casa, più di tutti, è il luogo della verità e della fiducia.

## Avete visto cambiare il vostro consumatore tipo?

Negli anni abbiamo visto un cliente che riconosce sempre più il valore reale del prodotto che acquista, che non è più disposto a comprare un prodotto esclusivamente perché pubblicizzato. È sempre più sensibile al territorio e al suo sviluppo e sempre più si rende conto che la sostenibilità sociale e ambientale dipende anche dalle sue scelte. Faccio un esempio: da qualche mese abbiamo cominciato a fare un'operazione con Coripet per la raccolta delle bottiglie di plastica. Sono rimasto positivamente sorpreso da quanti clienti abbiano apprezzato la possibilità di contribuire al riciclaggio della plastica. Il vero plus dell'iniziativa è proprio la possibilità di rendersi parte attiva, di avere la possibilità di fare un gesto di sostenibilità forte per il territorio.

## Quali nuovi bisogni stanno emergendo?

Io credo che ci sia un grande bisogno di relazione. E una catena come Crai, attiva soprattutto nella provincia e nei piccoli centri, è molto attenta al contatto umano. Nei nostri punti vendita, i primi clienti ogni mattina sono gli anziani o le persone sole, che vengono non solo per fare la spesa ma anche per conversare con qualcuno. Questo è il grande bisogno della società ed emergerà sempre di più. Qualcosa che l'intelligenza artificiale non potrà mai sostituire.

## Pensate di implementare progetti di intelligenza artificiale?

Credo che l'intelligenza artificiale generativa aiuterà molto. Come ogni nuova tecnologia, oggi ci spaventa ma, proprio come ogni nuovo sviluppo tecnologico, migliorerà la nostra capacità di vivere e il benessere di tutti. È una grande opportunità. Forse, in una comunità come la nostra, l'intelligenza artificiale può contribuire ad aprire dei servizi all'interno del punto vendita che molto spesso, soprattutto nei paesi più piccoli, a volte mancano. Penso al tema della salute, sarebbe utile per molti nostri utenti avere un primo punto di contatto, una sorta di ambulatorio o dei servizi online.

## Il gruppo Crai è diventato, di recente, una società benefit. Perché questa scelta?

La nostra azienda ha come missione quella di essere parte integrante della comunità in cui opera, cercando di generare e contribuire al suo sviluppo economico e sociale. Lo abbiamo sempre fatto ma ora abbiamo anche voluto scriverlo nel nostro oggetto sociale, come a sottolineare che il nostro obiettivo non è solo il rendimento economico ma anche quello sociale, ambientale, di restituzione al nostro territorio e ai nostri clienti. Scriverlo ci ha aiutato a rafforzare l'impegno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

