



Io e D

Class

AAA CERCANSI IDEE ONLINE

Si chiama QvcNext il programma che si rivolge alle start-up italiane per individuare nuovi prodotti da mettere a disposizione per lo shopping in rete

di Chiara Cantoni

AAA cercansi prodotti raccontabili, nella genesi, nella funzione, nei materiali. Ossia, cercansi storie: di imprenditori e delle loro aspirazioni. Perché ogni idea racchiude un mondo. E Qvc, leader multimediale dello shopping televisivo e online, con 14 milioni di clienti in sette paesi e più di 31.799 articoli di oltre 703 marchi presentati in Italia, sa comunicarlo. «Lo scouting di nuove referenze, dai gioielli alla moda&accessori, dal beauty alla casa, dalla cucina alla tecnologia, fa parte del nostro dna, così come il know how per proporli nel modo più efficace», spiega Paolo Penati, a.d. di Qvc Italia. «Oggi, li mettiamo a disposizione delle start-up, con attenzione al mondo femminile».

Si chiama QvcNext ed è il programma lanciato per sostenere imprese emergenti, offrendo loro un piano di accelerazione tailor made, garantito dal sito Qvc e soprattutto da un palinsesto live di 17 ore al giorno, 364 giorni l'anno, con un format tv di successo centrato sullo storytelling. «Abbiamo coinvolto operatori dell'ecosistema innovazione,

come UniCredit, dpixel e Digital Magic, Assolombarda e Confindustria, il Politecnico di Milano e Italia Startup, per selezionare i progetti migliori da promuovere attraverso il nostro canale tv e lo store online, capaci di raggiungere 25 milioni di famiglie sul territorio nazionale». Oltre ai mercati esteri presidiati da Qvc: Usa, Gran Bretagna, Germania, Giappone, Francia e Cina in joint venture con Cnr Mall. «Stiamo valutando una cinquantina di imprese, dopo una prima scrematura operata dai partner esterni. Il nostro ruolo è quello di accompagnarle nell'ultimo miglio, offrendo la possibilità di raccontarsi al pubblico, monitorando e dando feedback istantanei sui risultati di business e sul gradimento dei prodotti. Il market

test in tempo reale è l'asset differenziante

rispetto ai punti vendita tradizionali, che consente ai nuovi brand di individuare il proprio potenziale e ridurre il rischio».

Paolo Penati,
a.d. di Qvc, retailer
multicanale
attivo in Italia dal 2010.
Ha partecipato
al programma
Boss in incognito.



I siti che consulta più spesso?

Ansa e Bloomberg per l'informazione, divethegalapagos.com quando voglio sognare: sono appassionato di subacquea.



Le app più utili?

AroundMe: in base alla posizione, mostra un elenco completo di servizi e attività intorno a te, come bar, ristoranti, hotel, cinema... Consulto anche TripAdvisor: le recensioni negative per non avere sorprese, le risposte dei gestori perché sono uno spasso.

Usa task manager?

Remember come to do list. Ma il task manager più efficiente rimane la mia assistente.

Altri hobby oltre alla subacquea?

Il motociclismo. Guido una Harley Dyna Glide. In questo caso gli accessori li compro in negozio: da Harley-Davidson Monza, a Concorezzo.

Il miglior acquisto online?

Lo Scubapro Mantis 1.0 per il diving. Compro sul web abbigliamento sportivo e accessori per le immersioni.

Preferenze di lettura?

Testi di management e autori come Camilleri e Malvadi. Ho abbandonato i libri cartacei, gli eBook mi hanno salvato la vita.

Sostiene progetti di crowdfunding?

Sto tenendo d'occhio un paio di piattaforme interessanti per la moda e il design di prodotto: Wowcracy.com e Werealize.it