



> REINPO RETAIL

V

REGIONAL INNOVATIVE POLICIES
TO REINFORCE THE RETAIL SECTOR

POLITICHE REGIONALI INNOVATORIE
PER RAFFORZARE IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

POLÍTICAS REGIONALES INNOVADORAS PARA
REFORZAR EL COMERCIO MINORISTA



Projet cofinancé par le Fonds
Européen de Développement Régional

Project cofinanced by the European
Regional Development Fund



>REINPO RETAIL



REGIONAL INNOVATIVE POLICIES
TO REINFORCE THE RETAIL SECTOR

POLITICHE REGIONALI INNOVATIVE
PER RAFFORZARE IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

POLÍTICAS REGIONALES INNOVADORAS PARA
REFORZAR EL COMERCIO MINORISTA



Index



Preface	8
---------	---

THE PROJECT REINPO RETAIL: Regional Innovative Policies to reinforce the Retail Sector	10
--	----

Chamber of Commerce of Castellón SPAIN	13
---	----

Andalusian Council of Chambers of Commerce, Industry and Navigation SPAIN	16
--	----

Chamber of Commerce and Industry of Lyon FRANCE	18
---	----

UIP - University development center and university incubator of Primorska SLOVENIA	21
---	----

Chamber of Commerce and Industry of Heraklion GREECE	22
--	----

Chamber of Commerce and Industry of Drama GREECE	25
--	----

Chamber of Commerce of Naples ITALY	27
---	----

International Telematic University UNINETTUNO ITALY	32
---	----

Abruzzo Region ITALY	36
-------------------------	----

Main products	39
---------------	----

References	42
------------	----

Indice

Prefazione	46
IL PROGETTO REINPO RETAIL: Politiche regionali innovative per rafforzare il settore Retail	48
Camera di Commercio di Castellón SPAGNA	51
Consiglio Andaluso delle Camere di Commercio, Industria e Navigazione SPAGNA	54
Camera di Commercio e Industria di Lione FRANCIA	56
UIP – Centro di sviluppo universitario e incubatore universitario di Primorska SLOVENIA	59
Camera di Commercio e Industria di Heraklion GRECIA	60
Camera di Commercio e Industria di Drama GRECIA	63
Camera di Commercio di Napoli ITALIA	65
International Telematic University UNINETTUNO ITALIA	70
Regione Abruzzo ITALIA	74
Prodotti principali	77
Referenze	80

Índice

Prólogo	84
EL PROYECTO REINPO RETAIL: Políticas Innovadoras Regionales para reforzar el sector minorista	86
Cámara de Comercio de Castellón ESPAÑA	89
Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación ESPAÑA	92
Cámara de Comercio e Industria de Lyon FRANCIA	94
UIP - Centro de Desarrollo de la Universidad e Incubadora de la Universidad de Primorska ESLOVENIA	97
Cámara de Comercio e Industria de Heraklion GRECIA	98
Cámara de Comercio e Industria de Drama GRECIA	101
Cámara de Comercio de Nápoles ITALIA	103
Universidad Telemática Internacional UNINETTUNO ITALIA	108
Región Abruzzo ITALIA	112
Los principales productos	115
Referencias	118



ENGLISH



Projet cofinancé par le Fonds
Européen de Développement Régional

Project cofinanced by the European
Regional Development Fund

Results of the Project

Transfer of best innovative practices in the retail sector

REINPO RETAIL



Preface

The Retail sector in the EU has been suffering a lack of R&D and Innovation, a high level of fragmentation and several obstacles during the last years.

Retail sector represents 13% of European Union GDP and employs 15 million people from 2 million companies. In spite of this, this sector suffers from an insufficient direct investment in innovation and development. In order to achieve the Lisbon and Gothenburg targets and the future European Union Strategy 2020, the competitiveness of enterprises needs to be enhanced.

The **REINPORETAIL Project** aims to do so by improving access to innovation for retail enterprises, identifying innovative knowledge in retail across Europe, and designing common innovative tools.

The key theme of this project will be to improve and reinforce the retail sector through a better understanding of the problems and needs, promote the cooperation among the main economic and territorial actors and foster innovation and the use of ICT tools.

All this proposal will be implemented by the creation of an innovative retail map: the creation of a Virtual Community (as a collaborative environment) in the retail sector. Through this platform, all the involved actors will put in practice their best experiences and problems and help each other to reinforce the retail sector. Besides, the lead partner, the Chamber of Commerce, Industry and Navigation of Castellón will capitalise the initiatives and studies he has carried out during the last years focused on the design and improvement of new models and policies for the retail sector. The possible transfer of this approach will be the basis of this proposal.

In general, innovation in the retail sector is a novelty for most territories and economic actors involved in the project. Thus, real innovative policies and pilot actions for retail stakeholders with the added value of transnationality will be set in motion.

In Europe, even if there are not many transnational products or dynamics as in sectors like industry or services, there are many public initiatives to support the sector. Composed, in many cases, of micro enterprises of less than 5 members, the sector lacks of European mechanisms to access innovation. In this sense, the fact that the 99 White Paper on Commerce was not implemented has been to detriment of a sector which has no voice in Europe and lacks of good cooperation mechanisms between agents.

Currently, there are no collaborative environment (virtual community) equivalent to the one proposed in the project. All European platforms studied and analyzed focus on e-commerce and commerce B2B, and enable only the interaction between sellers and purchasers offering and buying their products online. The platform pretends to create this knowledge space to analyze the retail sector, enhancing a heterogeneous partnership able to transfer knowledge and create an innovative system.



All project partners have developed and worked in local and regional initiatives related to retail sector, which will be an advantage when analyzing the situation of the sector, needs and new ways for innovation and competitiveness. Chambers of Commerce have been working directly with their retailers associations, SMEs and other local stakeholders. Regions have a great deal of experience designing new ways for retail innovation and a real application in their territories, but they need a practical point of view in order to improve the regional innovative policies. Apart from that, some partners from Greece and Slovenia have carried out studies with the East Europe (Bulgaria...) as Cross Border Cooperation experiences and good practices that could be developed for the continuity and the opening of other MED areas.

For the 1st time, the experience of all partners will draw up the project developing a superior, transnational and multidisciplinary product, which will enhance economic development and innovation through the implementation of a new retail mark in MED area.

Chamber of Commerce of Castellón

THE PROJECT REINPO RETAIL

Regional Innovative Policies to reinforce the Retail Sector

REINPO RETAIL is the name of a European project, co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) which aims to improve innovation policies in the retail sector.

REINPO RETAIL aims at improving regional policies to incorporate innovation in the retail sector and services in the Mediterranean, focusing on research and technological development capacity, entrepreneurship support, development of new businesses and innovative initiatives, through the promotion of a 2.0 Technological Platform that allows the implementation of common services for the local development and economical promotion of the agency networks in the Mediterranean.

Geographical area covers the main and more important territories in the Mediterranean Area: Spain (Valencian Region, Andalusia); Italy (Abruzzo, Campania and Lazio); Greece (Western Greece and East Macedonia Trace); France (Rhône) and Slovenia (Slovenija). Each region will cover local and regional areas: regions of Valencia, Andalusia, Abruzzo and Western Greece and the territories of Naples, Drama, Lyon and Koper. Following the guidelines of the MED Programme, the main areas will be covered by the project.

All partners show the different features of the MED area: developed and urbanized areas, regions with specific needs in retail sector, with different economic structures and with the purpose of improving their sustained economic growth.

Reinpo Retail partnership is composed of 9 partners from 5 different countries (France, Greece, Italy, Slovenia and Spain):

- The Chamber of Commerce of Castellón,
- The Andalusian Regional Council of Chambers of Commerce,
- The Ministry for Economic Development, Innovation and Technology and Informatics of the Region of Abruzzo,
- The Chamber of Commerce of Naples,
- The International Telematic University UNINETTUNO,
- The Chamber of Commerce of Drama,
- The Chamber of Commerce and Industry of Heraklion,
- The Chamber of Commerce and Industry of Lyon,
- The University Development Center and University Incubator of Primorska

TRANSNATIONAL ADDED VALUE OF THE PROJECT REINPO RETAIL

The REINPO RETAIL Virtual Community allows the transfer of innovation from public bodies to economic actors in the Mediterranean, achieving the implementation of the pilot actions by the 5 participating Chambers of Commerce, inspired in the policies designed by Public Authorities and monitored by a Research Centre.

Transnationality increases the knowledge of the local and regional territories and companies and the exchange of experiences and good practices, bringing together key actors to **strengthen the research, political and entrepreneurship dimension of the project.**

OBJECTIVES

Improve regional policies in the retail Sector through innovation, focusing on regional capacities for research and technological development, supporting enterprises and new entrepreneurs and developing business and innovative initiatives in the retail sector.

- Create a Virtual Community for the transfer of best practices in the retail sector that becomes a reference at a European level.
- Define a Network of Innovative Agents in the retail sector in the Mediterranean. Develop the 1st European Multisectorial Innovation Map integrating experiences and best practices in the retail sector of the whole Mediterranean area.
- Design a Good Practice Catalogue on the retail sector.
- Elaborate a European Innovation Guide for Commerce addressed at EU SMEs.
- Create a Green Paper on Innovation in the retail sector that fosters the placement of retail as a priority in the EU policy definition.

The project will be carried out in three stages:

1. Creation of a collaborative platform (Virtual Community), technically ready to insert the first retail sector knowledge map at a transnational level that includes the studies and analysis made at a regional level;
2. Transfer of innovation from regional public agents to economical agents involved in the project;
3. Implementation of pilot projects, reinforcing transnationality and the capitalization of results and improving agents' innovative potential and competitiveness.

Pilot projects will focus on 4 strategic areas:

- ICTs.
- Commerce innovation.
- Green Commerce Innovations.
- Innovation on the implementation of new Business.

The project will try to promote the results at a European, proving the potential of the retail sector and the Virtual Community created by partners.

MAIN PRODUCTS AND RESULTS

- **Virtual Platform:** become a member of the first network at a European level focused on Retail and Innovation.
- **Green Paper** on Innovation and Retail: because we need lobby actions in Brussels to obtain support to reinforce the competitiveness of the retail sector.
- **Innovative** Agents definition and selection: more than 100 key agents selected on the basis of their innovative profile.



The Chamber of Commerce of Castellón is a consultative and collaborative body whose main role is the representation, the promotion and the defence of the general interest of companies of the province of Castellón. The CC of Castellón provides special services (information, programmes, and training) for companies focused on activities in the fields of innovation, international business, ICT, environment, management, construction, etc.

THE PILOT PROJECT

Objectives of pilot project	<ul style="list-style-type: none">• Retail sector analysis.• Retail distribution proposals.• Marketing, merchandising and ICT proposals.• Energy saving proposals.• Innovative proposals.• New investments.• Target market positioning.• Dynamization and promotion.• Conduct individualized assessments about the state of technological innovation and energy efficiency in businesses and make proposals for improvement in both aspects.
Methodology	<ul style="list-style-type: none">• Signature of an Agreement between Centre Ciutat Castelló and the Chamber of Commerce of Castellón.• 22 companies have been selected for a first meeting held on April 19th with retailers of the Association.
Action field	<p>Consist in four action lines:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Point of Purchase (POP) Diagnosis.2. Quality Service and Client Support3. Energy Efficiency Audits.4. Management Tutorial Plans in Retail.

Services for SMEs

1. POINT OF PURCHASE (POP) DIAGNOSIS

Analysis of main aspects of the retail sector:

- Retail management.
- Identification of strengths and weaknesses.

Modernization of POPs:

- Lead retailers to a profitable business model.
- Establish strategies for the optimization of resources.
- Promote an improvement action plan.
- Define the improvements and investments to be done.
- Be a basis to make a technical and strategic plan to guarantee.

2. QUALITY SERVICE AND CLIENT SUPPORT AUDITS “MYSTERY CLIENT”

- Audit based on the mystery client technique.
- Retail analysis regarding its daily work in order to figure out the loyalty parameters of their purchasers and make a comprehensive client support evaluation and improvement plan.
- Efficient research tool that provides with service quality improvement tools.

3. ENERGY EFFICIENCY AUDITS

Analysis of the energy consumption of the retail and improvement proposal.

Objectives:

- Reducing energy demand.
- Improving energy efficiency in retail.
- Reducing energy costs (bill savings).
- Reducing the environmental impact associated to this energy consumption.



4. RETAIL MANAGEMENT TUTORIAL PLAN

According to point 1 and 2, one of the following action plans will be recommended:

- Show windowing: Application of shop window installation design and techniques.
- Purchase surface: Organization and distribution of the departments and families on the selling surface.
- Exhibition area: installation and exhibition of products on the shop shelves.
- Entertainment and promotion: Entertainment and promotion plan in the points of purchase.

Number of SMEs involved	21	Number of diagnosis on SMEs	88
Number of SMEs trained	22	Number of training/information actions organized	<ul style="list-style-type: none">• 1st meeting with businessmen. Information on the project.• 1 retail management training course for the companies involved.• 4 meetings per company with the consultant and the staff from the Chamber of Commerce of Castellón for the presentation of the results of the individual reports, to analyze the results and propose improvement actions; 4 field work actions by the consultant.• 4 monitoring sessions of the project every six months with the companies.





Corporation of Public law that represents and coordinates the fourteen Chambers of Commerce and Industry of Andalusia, defending the socio-economic interests of the region. The ACCC gives assistance to the companies of the region, encouraging internationalization through direct and inverse trade missions and facilitating and detecting business opportunities in third countries.

A screenshot of a video conference interface. The main window displays a presentation slide titled 'REINPO RETAIL MEETING: ANDALUSIAN PILOT PROJECT' dated 'Marzo 2012'. The slide features logos for MED (Mediterranean Europe), the European Regional Development Fund, and Cámaras Andalucía. The background of the slide shows a field of green wheat. On the left, there is a sidebar with a video feed of a woman, a list of attendees, and a chat window. The top of the screen shows a browser-like interface with tabs and navigation buttons.

THE PILOT PROJECT

Objectives of pilot project	<ul style="list-style-type: none">• Develop and disseminate a manual of good practices on innovation in retail.• Create a tool for self diagnosis on innovation in business.• Lead a discussion on innovation in commerce in Andalucia, from sending information about RETAIL REINPO to major institutional and corporate agents and requesting their cooperation.• Hold a workshop to present results and encourage small retailers to innovation.		
Action field	The main action will be a workshop on innovation in retail.		
Services for SMEs	Development and dissemination of a manual of good practices on innovation in retail.		
Tools for SMEs	Tool for self diagnosis on innovation in business.		
Number of SMEs involved	40	Number of diagnosis on SMEs	10 diagnosis
Number of SMEs trained	40 assistants 12 assistants	Number of training/information actions organized	<ul style="list-style-type: none">• 1 workshop in Andújar 12 april, h.3:30-6:30 pm.• Virtual meeting on 21 March, h. 10:00 am for project and results presentation (ICT good practices and self assessment ICT tool for retailers).





Non-profit organization that acts as a driving force for the competitiveness of the 71,000 businesses that contribute to the vitality of the region of Lyon. The CCI of Lyon works to boost the competitiveness of businesses and the local area, represents business interests, increases the training capabilities of companies and accelerates the growth of small and medium-sized businesses.

THE PILOT PROJECT

Objectives of pilot project	The CCI of Lyon has collaborated with the network “Lyon Commerce Leaders” which gathers about 60 innovative retailers from Greater Lyon area, who seek to develop their brands nationally and internationally. Lyon Commerce Leaders has been created by the CCI of Lyon to help its members to develop their business quicker. Most of Lyon Commerce Leaders’ shopkeepers will be part of the economic operators with whom the CCI of Lyon will develop pilot initiatives in the framework of REINPO Retail project. As “new business” cannot be dissociated from ICT and e-business, the CCI of Lyon will help these SME’s in developing them in their businesses.
Action field	Retail, services to the individual.
Services for SMEs	<p>The shopkeepers, selected by the CCI of Lyon, are offered a specific support:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A dedicated person who adds a personal touch to the relationship, to grant to shopkeepers’ requests in a very reactive way, informs them about appropriate collective actions: retail outlet merchandising, franchising, fair “Lyon’s shopkeepers at MAPIC”, business intelligence meetings... • Setting up targeted business intelligence made by the dedicated person according to the shopkeepers needs. Quotation and invoicing if specific studies are needed by shopkeepers. • Thematic meetings are organized for all the members of Lyon Commerce Leaders: financing growth, franchising, ICT, communication, human resources... • Interactive Technologies Workshops.

- *Form and content:* demonstrations, conference, exchanges, linking with suppliers. New technologies applied to merchandising, point-on-sale promotion, stock control: mobile applications, RFID, QR code, intelligent showcases, touch sensitive screens, augmented reality, interactive showcase.
- *Expected outputs:* Benchmarking – Good practices, documentary references, referenced providers
- *Objective:* raising awareness of retailers about new technologies and new uses able to enhance their offer to customers.
Setting up a specific support with experts to promote their development (pre-diagnosis, recommendations for strategic plan...).

Tools for SMEs

Web diagnosis

- *Form and content:* Online diagnosis with open and closed questions.
- *Topics:* strategy, supply, demand, location, shop fitting, human resources, technical means, e-commerce strategy, website structure, e-marketing, rules and regulation issues...
- *Expected outputs:* Recommendations and delivery proposals, information, guidance.
- *Objective:* providing a relevant positioning to retailers according to the diagnosis to increase the number of new customers and to generate new contacts.

Promotion - Communication

- *Form and content:* Competition of best web sites with selection criteria and evaluation by a panel of judges - Awards ceremony.
- *Expected outputs:* Professionalization. Strengthen collaboration between retailers and web experts.
- *Objective:* Increase the quality of shopkeepers' websites.
- Promotion of retailers and web experts' know-how



Number of SMEs involved	74	Number of diagnosis on SMEs	<p>74 self-diagnosis made online: www.cci-diagnostic.fr including 44 retailers from the targeted audience: household equipment (30%), beauty well-being (30%) equipment of the person (25%), food (10%), others (5%)</p> <p>29 appointments with a CCI advisor: additional analysis on ergonomics, graphics, content etc.</p> <p>16 were selected to be supported by an ICT expert Lyon Shop WEBdesign</p> <ul style="list-style-type: none"> - Public vote from April 15 to May 15 to award the “Prix des internautes” (2100 voters) Awards Ceremony May 31, 2012 (220 participants)
--------------------------------	----	------------------------------------	--

Number of SMEs trained	39	Number of training/information actions organized	<p>Workshops:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Future stores and smart shopping” 17/10/2011 - Lyon’s shopkeepers at MAPIC: new technology and new consumer trends November 2011 - “Which response to new consumers’ expectations? 18/06/2012 <p>Targeted audience: Retailers</p>
-------------------------------	----	---	---



SLOVENIA



UIP links the academic sphere with the economy in order to extend the entrepreneurship culture among target groups in the region. UIP provides a complete support service in terms of infrastructure and business counseling for newly developed high added value innovative SMEs and new top-level research organizations in the region.

Monitoring Report of the Pilot Project

Collection and draft of the Pilot Projects' monitoring report.



Chamber of Commerce and Industry of Heraklion

GREECE



Consultative and advisory body that represents, monitors and promotes large and small industrial production, commerce and services for the benefit of national economy. The CCI of Heraklion gives support to local companies to promote actions that boost entrepreneurship through the organization of workshops, the dissemination of information and the provision of assistance.

THE PILOT PROJECTS

Objectives of pilot projects	Commerce innovation
Action field	<ul style="list-style-type: none">Retail sector.Local commercial SMEs in the city centre in the city of Heraklion.Local traditional taverns and restaurants in the city centre of Heraklion.Local transport services (taxis) within the city of Heraklion.
Services for SMEs	<ul style="list-style-type: none">Administrative and technical support on the implementation of the action.Promotional support of the action.Dissemination actions to local community and local entrepreneurs.Creation and distribution of info material related to the action.

Tools for SMEs

Pilot Project 1: Simpratto

Action ΣΥΜΠΡΑΤΤΩ (“Action Parking”) between Heraklion Chamber of Commerce and Commercial Association of Heraklion targeting at the support of consumers in the form of discounts on the parking sector of Heraklion city with the cooperation of retailers

The Action Parking includes the following lines of application:

- Cooperation of parking owners of Heraklion with commercial enterprises of the city offering: 15-20% special discounts from SMEs to consumers who buy products from these shops and have parked their car in contracted parking spots
- Reduced parking ticket to all customers including special categories such as families having more than 3 children and disabled people who have made purchases from affiliated stores.

It also includes the creation of information material of «ACTION PARKING» which includes a map of the city contracted with shops and parking space and information material action.

As well as the creation of stickers of the action «parking» that are placed in prominent locations in affiliated shops and parking areas. Moreover includes promotion and communication of the action through the printed and electronic press (TV and radio, portals of Heraklion Chamber of Commerce and Commercial Association of Heraklion).

The promotion and briefing both of consumers and commercial world through the realization of several events. Such as events in the Lions' Square and outside the Loggia (in consultation with the Municipality of Heraklion), including

- The distribution of a «parking» map to consumers.
- The distribution of information material regarding the «parking» initiative to local people.
- Briefing of traders / shopkeepers for this particular initiative aiming both at the registration of new members and the expanding of the entrepreneurs through the participation of restaurants / taverns/ fast-foods.
- Placement of a table by the Commercial Association in Heraklion, with relevant materials.

Pilot Project 2: Discount Point

Heraklion Chamber of Commerce in cooperation with the Commercial Association of Heraklion and the Port Authority of Heraklion developed a specific and tailor made designed promotional program aiming at the attracting of more cruise ships tourists in visiting the commercial shops of our city. Creation and printing of the discount signal “Discount Point” that will be delivered (free of charge) to the local enterprises that will participate in the pilot action.

Tools for SMEs

The map presented with intense colors the entry of visitors/tourists in the centre of the city, and the main commercial streets of city that were declared as commercial streets. On the map existed the signal “Discount Point” which showed which commercial enterprises offered special prices – discounts in the visitors of cruise ships. This map was shared by the service of Port Authority in each passenger that visited the city. The discount signal “Discount Point” (point with handing-over) was stuck on the windows of commercial shops in which the passengers of Cruise ships would have special offers. The signals were delivered to the commercial enterprises that had signed a convention with the Commercial Association of Heraklion. An explanatory leaflet that described in a more analytical way the operation of the new discount signal was created as well. The booklet was delivered along with the map in the exit of the Heraklion’s port. Moreover eight new directional plates were constructed and put on the way to the city from the port on which the commercial streets with the new signal Discount Point were shown.

Number of SMEs involved	PILOT PROJECT 1 116	PILOT PROJECT 2 250
-------------------------	------------------------	------------------------





Non-profit organization that plays a leading role in the general development and growth of the Drama region by supporting the local economy and the promotion of the entrepreneurial spirit of the region. The CCI of Drama provides assistance to the small and medium-sized enterprises of the Drama region and supports the economic, commercial and entrepreneurial development in the area.

THE PILOT PROJECT

Green Commerce

- Improving the environmental performance of SMEs with position goals and objectives, and evaluating results.
- Optimal management-exploitation of natural resources, energy, raw materials at all stages of SMEs => Environmental & Economic benefit.
- Minimize the volume of waste produced and Optimum management / utilization through application of recycling / reuse => Environmental & Economic benefit.
- Briefing the media on national and EU institutional framework of environmental protection and management, and for the rights, obligations, possibilities and opportunities by sector.
- Enhance environmental awareness and adoption of green awareness and action for SMEs to implement procedures for Environmental Management Systems (EMS) to economic and environmental development.
- Develop and implement evidence-based proposals for SMEs, local communities, society and the environment.
- Gain competitive advantage for SMEs through the implementation of green policies and certification

Objectives of pilot project

Action field	<p>One hundred eighteen companies in Drama participated in the Pilot Project, either through questionnaires or through the electronic platform. All data were entered into the system. The SMEs Companies were informed about green entrepreneurship, energy savings, water efficiency, and other risk factors that lead to environmental pollution through of green electronic platform.</p> <p>In this category DOTSOFT worked for the involvement of local organizations supporting entrepreneurship and training institutions for policy development of pilot initiatives that will help develop the program REINPO. These services are supported by a “European Innovation Wizard ‘to Trade.</p>
Services for SMEs	<p>The Chamber created a Manual Green Entrepreneurship as a useful guide and Best Green Entrepreneurship Practices. A study and report on the involvement of 118 businesses from the area on Green Trade.</p> <p>A study conducted using a questionnaire, using the method of personal interview, telephone interview and the completion of the online method via the page that was created for the project REINPO RETAIL (http://version.ds.dotsoft.gr/reinpo/questionnaire).</p> <p>Emphasis is given to modern best practices to reduce environmental impact:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energy Management • Save electricity • Air cooling / heating • Lighting • Utilization of RES • Management of Water Resources • Waste Management

Number of SMEs involved	118
Number of SMEs trained	<p>20</p> <p>Number of training/information actions organized</p> <p>1 workshop for innovated education in trade with the central theme of the environment. The theme is “investing” in the ecological practices in the design, production, development, promotion, sale and use of products and services offered by the Small and Medium Enterprise.</p>





The 3rd largest CCI in Italy that operates at a regional, national and European level by giving support to the 230,000 companies registered in Naples in all their activities of internationalization and promotion, including territorial marketing and exporting as well as providing economics and financial information, training, economic research, assistance for innovation, quality certification, arbitration and conciliation.

THE PILOT PROJECT

Objectives of pilot project	Commerce innovation/Marketing
Action field	The pilot Project for retail and hospitality enterprises in Naples will involve 21 companies from the 7 pearls of Naples (Napoli, Ischia, Capri, Procida, The Phleorean Fields, Pompeii and Mount Vesuvius, The Sorrento Coast). The Naples Chamber of Commerce is the Pilot site coordinator, in charge of organizing all SMEs within the pilot site and coordination common action at the pilot site.
Services for SMEs	The overall aim is to develop and integrated mobile marketing platform, exploiting fully new media applications and social media, to empower SMEs that are active at the broader retail tourism and hospitality sectors. The authoring and campaign management tools that enable content originators to place their business into mobile internet and to easily launch their mobile marketing campaigns. After downloading the native apps, virtually every owner of a Smartphone will be able to use the services.

Tools for SMEs

The marketing toolkit will offer a large variety of reach media, including:

- A novel rich media authoring tool to create mobile micro sites towards easily establishing mobile presence and reaching out to mobile customers.
- A physical markers campaign and conversion tracking tool that can be printed and/or attached to products, stores or even walls, in order to promote to mobile consumers services and products.
- A flexible campaign management and conversion tracking tool that offers the functionality of sending promotional messages to mobile consumers with enabled applications.
- Analytics to interpret the behavior of mobile consumers when accessing promotions, campaigns and mobile presence.
- Apps to reach end mobile users/consumers any time place, accessed via Google Play.

Typical use case scenarios

Contacts

Scanning a contact code allows a mobile device to store the contained information as a contact card. A business owner can install this type of code to allow a user/client to:

- Access this information at any time to communicate with the selected business (via phone, email, etc).
- Locate a store.
- Access a facebook profile or other SNS accounts (e.g. to be informed about special offers, etc.).

Events

The events category allows the generation of codes containing information about a specific event. Scanning an event code displays all event information. The information can also be stored in the mobile device's calendar (depending on the mobile device Operating System).

An Event code can be used to:

- Allow a new store to provide information about it's opening day.
- Let a company inform about a special event (e.g. concerts, seminars).
- Inform potential audience about a new product demonstration.

Point of interest

The POI code, contains information about a specific Point of interest (e.g. a retail store, a gas station etc.)

You can use a POI QR code to indicate the exact position of your store. For instance, install a POI at an airport or a railroad station to direct potential customers to your car rental business

Text	A text code contain any form of information in simple text. The applications of a text code are unlimited. For instance, you can: <ul style="list-style-type: none"> • Install a code next to any of your products to provide any possible information (e.g. available sizes, colours, pricing info, typical usage etc.). • Provide special offers, promotional codes for specific days or specific types of products or services.
Sms	Codes generated in this category allow the scanning device to directly send an SMS to a desired number in a single Step. An SMS can be used for various case such as: <ul style="list-style-type: none"> • Allow a user to subscribe to services, in order to receive future information about new products, promotional campaigns etc. • Participate in promotional events, competitions, lotteries. • Reserve a product, a table at a restaurant etc. • Request progress update for an existing order.
Email	Codes generated in this category allow the scanning device to directly send an email to a desired contact in a single step Use an email code to: <ul style="list-style-type: none"> • Allow user to become a member of you company, in order to receive future information about new products, promotional campaigns, etc. • Participate in promotional events, competitions, lotteries. • Allow users to email the company with possible questions about products or other information, leave comments, file complaints...
URL	A URL code allows the scanning device to directly visit a specified Graffiti (given that all have permalinks) or Website. Use a Url Code to: <ul style="list-style-type: none"> • Direct customers to your mobile landing page with the logo of your store, it's location and contact details. • Further enhance your marketing activity via offers or events included in your landing page • Redirect customers to specific websites providing product or any other information, thus reducing your company's workload.

Geo Coordinates

A Geo Coordinates code contains geographical information (address & geo coordinates) about a specific location, which can be displayed on the scanning device either on a supported map application, or using the device's web browser (via Google maps).

Let your audience know the exact position of you store and easily receive navigation instructions (via Google maps).

Phone call

The phone Call code allows the scanning device to directly place a call to specific Telephone Number. Allow your customers to:

- Call directly to participate in promotional events (e.g. a contest, answer a specific question to win prizes)
- Place an order via phone
- Directly access customer care

Mobile sites

The tool provides enhanced flexibility in designing a mobile site: from a simple landing page a full mobile site. Of course, the SME can create a single lading page with a variety of conten (daily offer, lotteries, coupons, etc.)

The SMES creates a landing page with a daily offer and associate the page with a QR code. When the end user scans the QR code, he or she receives the offer. The following day the SME can change the offer (creating new landing page) or even put a full mobile site in place.

Another option is that the SME creates a landing page with coupon or a lottery. The customers can either click or scan the coupon and receive the benefits. The SME can in any time alter the landing page, thus cancelling or updating the coupon/lottery.

Promotional messages

Notifications messages are available for a plethora activities, events, offers, promotions, stores/restaurant info. For example a restaurant or a bar can sent a push notification for a special event to all end users that have the app installed on their Smartphone.

The notification campaigns can be targeted, i.e., a specific group of audience can be selected based on:

- Date
- Users interests.

Finally, via notifications, URL can be sent . When the URL is integrated with a mobile site or even a landing page that has been created, the content can change dynamically. The URL remains the same, but in the back end the content can be modified according to the needs of the SME. Finally, additional campaign concepts the fill specific marketing needs will of the pilot SME's such as, happy-hours notifications, coupons, one item for free for limited time, etc.

APS

Through the Loyalty app. The end mobile user will be able to receive the campaigns notifications from the participating SMEs. It will also feature a QR code scanner, that will allow to read all QR codes.

Finally it will offer, QR codes management offering of the codes the have been scanned and categorization along with campaigns an notifications history for future easy retrieval.





Founded in 2005, the International Telematic University UNINETTUNO (UTIU) sprang from NETTUNO Consortium, a non-profit association of 43 Italian and international universities, promoted by the Italian Ministry of Education, University and Research.

UTIU delivers academic titles acknowledged in Europe and represents the continuation and success of the Project Med Net'U Mediterranean Network of Universities, funded by the European Commission in the frame work of the EUMEDIS cooperation programme aimed at creating a Euro-Mediterranean Distance University. In these years the International Telematic University UNINETTUNO has been designing and realising common curricula that are recognised in Europe and in some countries of the Arab World.

REINPO RETAIL VIRTUAL PLATFORM

<http://reinpo.uninettuno.org>

Objectives of the Platform	<p>Exchange of knowledge that:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Is at the disposal of the companies.2. Benefits interaction and dialogue between agents.3. Allows exchanging experiences and suggesting new projects.4. Becomes a reference in European Retail sector.
Tools of the Platform	<ul style="list-style-type: none">• Virtual environment with management tools.• The overall system provides a virtual environment that allows the registration of agents and the management (insertion, edit, search, display) of the projects and the proposals.• The system also offers a forum with different areas for the interchange of information between stakeholders.• It also offers several tools for the management by end-users and administrators of the platform (creating forums, updates of data, roles, users, web pages, components, etc.).
Management of the directory of the members of the partnership	<p>The system allows, as described below, the management of members (agents) who are registered and partners of the project.</p> <p>It also offers tools for dynamical creation of directories of users filtered with specific criteria and it allows the creation and validation of new users.</p>

Advanced services search	The system allows, as described below, the search according to different criteria, optionally combinable, of users of the platform and projects and proposals. Each of the preceding types has a specific set of search criteria
General forum and forum for knowledge thematic communities	The system includes, as described below, a forum area with thematic forums on specific topics of interest of the users of the platform. It is possible to define a moderator for each forum and to restrict the access to them. In addition, all the typical features of the forum have been implemented
Bank of initiatives and projects.	The system contains, as described below, a mechanism for inserting, managing, searching, and viewing projects and initiatives. This tool allows the sharing of such information, the association of agents to projects, etc. It is possible to create dynamically directories of projects based on search criteria
Bank of proposals for co-operative projects between members	The system contains, as described below, a mechanism for inserting, managing, searching and displaying proposals for collaboration. This tool allows the sharing of such information, the association of agents to projects, etc. It is possible to dynamically create directories of projects based on search criteria
Online dynamization actions: directory supply, contributions from experts and collaborators, invitations, news, etc.	The system contains tools for creating news and information, using the underlying CMS. In addition, many tools and modules allow the dynamic generation of the information. Appropriate authentication criteria (roles) allow to edit the contents



Contents of the section:

1. **How to become a member?** This space will describe the requirements the members must fulfill and the process to become part of the network.
A dedicated page was created using the CMS with directions on how to become a member of the network. On the page there are links to access the registration module, the profile management and the search of projects and proposals.
2. **Management of agents:** through this space, partners will be able to register (access form), change their data or cancel their membership. It will be necessary to have a user name and a password.
Dedicated modules were developed to handle the registration phase of an agent and to allow the data management of a profile.
With regard to the registration of a new agent, a form with the required entries was implemented as described in the specifications.
In the registration form the entries are managed by items in the vocabulary as defined in the specification. Items in the lists are managed through the CMS functionalities.
Username and a password to log on are automatically generated.
An e-mail notification that contains the credentials is sent to the user.
It is possible to activate a user's approval by authorized users of the platform (users with appropriate role).
Finally, a captcha control it is provided on the page in order to prevent fraudulent access by software that explores the net.
With regard to the management of an agent profile, there is a module that allows the management and the editing of the data entered.
Users with sufficient privileges (administrators) can get into editing multiple profiles while the agent can change only his own profile.
Any information previously inserted but the logon credentials can be changed.
In this module it is also possible to associate projects to agents.
3. **Directory of agents:** this search system will generate directories based on different criteria: country, action fields, services provided and areas of interest.
It was created a module that allows to all users to browse the agents in the platform.
Selection criteria, optionally combinable, include: the country, the scope, the services provided, the area of interest. The criteria allow dynamic creation of directory of agents filtered with the chosen policy

Management of the Community

The Projects

Contents of the section:

- 1. Projects and initiatives:** this section will describe the objective of having a project catalogue, encouraging partners to present their best projects.
A dedicated page was created using the CMS with indications on how to enter, manage and search projects in REINPO.
On this page there are the links to access the main functions to manage and search projects and to register new agents.
- 2. New projects:** this section will contain a description of the most recent projects presented by agents.
It was created a module that shows the recent projects in reverse chronological order. Summary data are shown, including the title, the partner type, the project type, the nation, the scope, dates of the projects. It is possible to access a page containing all the details of a project. It is also possible to sort the projects by date or other criteria.
- 3. Projects management:** this section will allow partners to self-diagnose their projects, registering and modifying the projects presented.
Modules capable of handling the creation of a new project or initiative were developed and that allow the management of the projects associated with an agent.
With respect to registering a new project it was created a special module that implements the following descriptive entries: project title, start date, end date, visibility, completeness, partner type, project type, country, acronym, description, information, abstracts, and operational scope. It is also possible to insert an image related to the project.
Creating a new project takes place only after user authentication.
With respect to the management of projects/initiatives, it was created a module that allows the management and the editing of data entered, after authentication within the system. Users with sufficient privileges (administrators) can get into editing multiple profiles while the agent can change only the projects associated to his own profile.
- 4. Project directory:** this section will contain a project search system by date, type of partner and action field.
It was created a module available to all users where it is possible to search for projects and initiatives in the platform.
The selection criteria can be combined and they include: the type of partners, operational scope, the start date, the finish date.
The criteria allow dynamic creation of projects/actions directories according to the filters; it is then possible to select and view the details of each project.

Abruzzo Region ITALY



The Regional Ministry for Economic Development, Innovation Technology and Informatics of the Abruzzo Region supports regional economy, both in terms of promotion and development of competitiveness, and in terms of harmonization and monitoring of the internal market, by promoting entrepreneurship and supporting territorial development programmes and internationalization of the regional economic system.

Action 1: Retail Innovative Actions in Med Area Report

Mission	Elaboration of a report on the innovative actions in Med Area.
Objectives	<ul style="list-style-type: none">To emphasize the changing concept of the retail trade sector which not just acts as a delivery channel of products to the customer, but forms a critical part of the producer value chain shaping producer business strategies.To define a meaningful patterns in the retail sector.
Methodology	The report was conducted through a careful search of the most innovative experiences on the retail trade in the affected area.



Goals

Emerging from the scenarios and supported by our previous observations, key innovation themes are strongly related to internationalization, changes in consumer demand and to ICT solutions related to these demands.

Some of the main innovation themes identified in this study are the following:

- **Sustainability or “greening”.** This is a driver for various innovative developments such as new retail formats, green and eco-efficient supply chains and logistics, smart energy-efficient buildings, innovative packaging materials.
- **Personalization.** Enabled by ICTs and changing lifestyles, personalization leads to innovative and customized products and services as well as organizational changes in the value chain. Mass customization combines individual customization and mass production.
- **ICT solutions.** Underlying most of the innovations is the role of ICT as an enabling technology. This includes ICT-based services as part of product service systems across the product life cycle, enabling efficient logistics and supply chains, and enabling customer-producer interaction and co-creation.

On the basis of these criteria have been sought in the network, analyzed and evaluated some innovative experiences on retail trade, structuring the report according to a meaningful pattern:

- **Retailers ‘Environmental Action:** are counted innovative actions conducted and promoted by large retail companies operating in the MED area for the preservation of environment.
- **Sustainability in Retail:** are given some specific examples, as small shops Greeks, at a time of economic crisis interpret the responsibilities and opportunities of retailing in green key.
- **Innovation in products:** are given examples of proposed innovative products born in a place like Cyprus, from which it would seem difficult to bring out innovations.
- **ICT innovations:** are analyzed examples of ICT innovation in different fields to support the retail.

Action 2: Networking

Mission	Promotion of the Network, funder by the project partnership, for the innovation in the Retail Sector
Methodology	<ul style="list-style-type: none">• To elaborate the protocol• To define the stakeholders database• To involve the stakeholders• To sign of the protocol/s• To promote the signed protocols.
Goals	Protocol Signed.



MAIN PRODUCTS

Best Practices to Foster Innovation in Retail Good Practice Guide

Abstract

The work is a collection of best practices from REINPO RETAIL project partners. The partners of the project come from Greece, Italy, Slovenia, France and Spain. The Andalusia Council of Chambers of commerce has been the partner in charge of collect, select, and compiles the best practices written by the partners.

Partners involved in this work package are:

- Chamber of Commerce and Industry of Lyon with experiences about new concepts in retail,
- Chamber of Commerce, Industry and Navigation of Castellon, with experiences about energy efficiency,
- Drama and Heraklion Chamber of Commerce Industry, with experiences in green commerce,
- Chamber of Commerce and Industry of Naples, with good practices in restoration,
- Abruzzo Region,
- Andalusia Regional Council of Chambers of Commerce, with experiences in technologies of communication and information in the retail.

The work consisted in to gathering the experiences of the participants that are illustrative on how businesses innovate and overcome new challenges, such technological adaptation and environmental care. Some of the participant experiences do not directly relate to retail business particularities but to complementary service activities, such as restaurants, consulting, etc.

This experiences compilation aims to inspire other firms in the pursuit of innovation and new challenges overcoming.

The Green Paper on Retail Innovation Guide

Abstract

Green Paper for the development of a common strategy for the improvement of the Retail model in the Mediterranean.

The European retail sector has to confront typical challenges of a deep transition period of the European economy. There is a series of common worries among retail sector actors in the Mediterranean countries which is necessary to make known and where solutions need to be found. The economic and social role of the retail is little recognized. It needs to acquire a new community European dimension reflected in the EU policies.

Objectives of the Green Paper:

- Make known, through a series of key data, the importance of the retail sector, especially in the Mediterranean field.
- Identify the basic characteristics of the retail model in the Mediterranean.
- Lay the foundations of a protection and improvement strategy of our retail model through community policies.
- Define new representation and exchange mechanisms for the agents of the retail sector.

Outline of the contents

1. Introduction

2. The European retail sector: essential data

- 2.1. An economic and social importance little recognized
- 2.2. The retail as an employment generator
- 2.3. SMEs and microenterprises, main actors
- 2.4. Retail models: the Mediterranean, British and Nordic

3. The challenges of the European retail. A global approach

- 3.1. Recognizing the role of the European retail
- 3.2. Defending the retail SMEs tissue
- 3.3. Gaining competitiveness
- 3.4. Protecting the retail model of the Mediterranean
- 3.5. The community policy priorities and the retail

4. The strategic options: The battlefield.

- 4.1. Competitiveness
- 4.2. Modernization
- 4.3. Innovation
- 4.4. Cooperation: public/private approach
- 4.5. Social and environmental responsibility

5. A common action frame: The 2020 scenario

- 5.1. Basic principles of a common action frame
- 5.2. Integrating the retail in the EU policies: Europe 2020
- 5.3. European funds for the sector? The horizontal view
- 5.3. European Agency for services and retail
- 5.4. Smart cities and urban retail

6. Synthesis

European Innovation Guid Innovation Map

Abstract

The innovation Guide is a map of all the experiences implemented at public and semi public levels and a collection of data, figures, projects, services from the partners projects.

Outline of the contents

Methodology	<p>All partners working at regional level: Regional info = regional dates = regional figures. Underlining local singularities. All experiences implemented at public and semi public levels:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Regional and local authorities.2. National programmes with a clear impact at local level.3. Universities.4. Research centers.5. Retailers association programmes.6. Innovation Institutes.7. Others
Searching the information needed	<p>Projects and services: Investments programmes, technical assistance programmes (including budget and source of funding). This info is also part of the VP (innovative agents).</p> <ul style="list-style-type: none">• Data and figures: structured information:• Employment (gross).• Employment (comparative figure: the global size of the sector in terms of employment).• Employment (average per business, shop).• GDP (gross).• GDP (comparative figure: global size of sector).• Innovation investment (gross – including strength of competitiveness, entrepreneurship, energy saving and global marketing actions).• Innovation investment (comparative figure: the global size of the sector).• Innovation (source of funding: national, regional, local and distribution per category: regional authority, university, CCI, etc).• Number of business at regional level.• New business opened in the last 2 years.• Business “death” in the last 2 years. <p>Data and figures: non- structured information:</p> <ul style="list-style-type: none">• SWOT Analysis.• Innovation NEEDs of the sector.• Investments NEEDs of the sector.• Other public support asked by the sector.• Main future (collective) challenges Strategic point of view.

REFERENCES

This Guide was conducted through a careful search of the most information coming from the documents of partners project.



ITALIANO



Projet cofinancé par le Fonds
Européen de Développement Régional

Project cofinanced by the European
Regional Development Fund

Risultati del Progetto

*Trasferimento delle migliori pratiche innovative
nel settore del Commercio al Dettaglio*

REINPO RETAIL

*Politiche regionali innovative per rafforzare
il settore del Commercio al Dettaglio*



ABRUZZO SVILUPPO SPA
SOCIETÀ DI PROMOZIONE INDUSTRIALE

Prefazione

Negli ultimi anni il **settore Retail** in Europa ha sofferto dell'assenza di R&S e innovazione, di un elevato livello di frammentazione e di numerosi ostacoli.

Il settore rappresenta il 13% del PIL dell'Unione Europea e dà lavoro a 15 milioni di persone su un totale di 2 milioni di aziende. Nonostante ciò, insufficiente è l'investimento diretto in Innovazione e Sviluppo. Al fine di conseguire gli obiettivi di Lisbona e di Göteborg e quelli fissati dalla Strategia 2020 dell'Unione Europea, la competitività delle imprese deve essere migliorata.

Il **Progetto REINPORETAIL** intende perseguire tali obiettivi migliorando l'accesso all'innovazione per le imprese del commercio al dettaglio, identificando le conoscenze più innovative presenti in Europa e progettando strumenti innovativi comuni.

Il tema chiave del Progetto è quello di migliorare e rafforzare il commercio al dettaglio attraverso una migliore comprensione di problemi ed esigenze, promuovendo la cooperazione tra i principali attori economici e territoriali e stimolando l'innovazione e l'uso di strumenti ICT.

Quanto indicato viene attuato attraverso la messa a punto di una mappa innovativa: la creazione di una Comunità Virtuale (in termini di ambiente collaborativo) del Commercio al Dettaglio. Attraverso questa piattaforma, tutti gli attori coinvolti mettono in campo le migliori esperienze territoriali e le loro problematiche attivando un processo di cooperazione per il rafforzamento del settore.

Inoltre il partner capofila, la Camera di Commercio, Industria e Navigazione di Castellón, metterà a frutto le iniziative e gli studi svolti negli ultimi anni sulla progettazione e il miglioramento di nuovi modelli e politiche per il settore.

In generale, l'innovazione nel settore della vendita al dettaglio rappresenta una novità per la maggior parte dei territori e per gli operatori economici coinvolti nel progetto. Saranno così promosse reali politiche innovative dai Partner di Progetto, capaci di generare valore aggiunto transnazionale.

Sebbene in Europa non siano presenti particolari iniziative private per il commercio al dettaglio come invece nell'industria e nei servizi, esistono invece numerose iniziative pubbliche a suo sostegno. Composto, in molti casi, da micro imprese con meno di 5 unità, il settore non gode però di meccanismi europei per l'accesso all'innovazione. In tale ottica, la mancata attuazione del Libro Bianco del Commercio /99° ha comportato un danno al settore in Europa, facendo venir meno i meccanismi di cooperazione tra gli agenti economici.

Non esistono attualmente ambienti collaborativi (comunità virtuali) equivalenti a quelli proposti nel Progetto. Tutte le piattaforme europee studiate e analizzate mettono l'attenzione sull'e-commerce e sul commercio B2B, facilitando solo l'interazione tra vendori e acquirenti che offrono e acquistano i loro prodotti online. La piattaforma ha l'ambizione di creare uno spazio di conoscenze per studiare il settore Retail, valorizzando una partnership eterogenea in grado di trasferire conoscenze e creare un sistema innovativo.

Tutti i Partner del Progetto hanno sviluppato e implementato iniziative locali e regionali in ambito Retail. Queste rappresentano un notevole vantaggio per l'analisi del settore, dei bisogni e delle nuove modalità per l'innovazione e la competitività. Le Camere di Comercio hanno lavorato direttamente con le associazioni di settore, con le PMI e gli stakeholders locali. Le Regioni hanno a loro volta una grande esperienza nella progettazione di nuove dinamiche per l'innovazione nel Retail e nella reale applicazione nei loro territori, ma hanno bisogno di un punto di vista pratico, al fine di migliorare le politiche regionali innovative. A ciò si aggiungono i contributi di partner come Grecia e Slovenia che hanno condotto, in collaborazione con alcuni paesi dell'Europa Orientale (come la Bulgaria), studi ed esperienze di cooperazione transnazionale, fornendo così l'opportunità di utilizzare le migliori pratiche risultanti per la continuità e l'apertura di altre aree MED.

Per la prima volta, l'esperienza di tutti i Partner contribuirà al rafforzamento dello sviluppo economico e dell'innovazione e rappresenterà un nuovo punto di riferimento per il Retail in area MED.

Camera di Comercio di Castellón

IL PROGETTO REINPO RETAIL

Politiche regionali innovative per rafforzare il Settore del Commercio al Dettaglio

REINPO RETAIL è il nome di un progetto europeo, co-finanziato dal Fondo Europeo di sviluppo Regionale (ERDF), che mira a migliorare le politiche di innovazione nel settore della vendita al dettaglio.

REINPO RETAIL ha lo scopo di migliorare le politiche regionali in termini di innovazione nel commercio al dettaglio e nei servizi nell'area del Mediterraneo, puntando sulla ricerca e capacità di sviluppo tecnologico e sostenendo l'imprenditorialità e la nascita di imprese innovative, attraverso la promozione di una Piattaforma Tecnologica 2.0 che permetta l'implementazione di servizi comuni per lo sviluppo locale e la promozione economica delle reti di agenzie del Mediterraneo.

La Zona geografica individuata comprende i territori più importanti del Mediterraneo: Spagna (Regione di Valencia, Andalusia), Italia (Abruzzo, Campania e Lazio), Grecia (Grecia occidentale, Macedonia orientale e Tracia), Francia (Rhône) e Slovenia (Slovenija). Ogni regione tratterà le tematiche locali e territoriali di competenza: Valencia, Andalusia, Abruzzo, Grecia occidentale e i territori di Napoli, Drama, Lione e Capodistria. Seguendo le linee guida del Programma MED, le aree principali saranno dunque coperte dal Progetto.

Tutti i Partner mostrano le caratteristiche dell'area MED: aree sviluppate e urbanizzate, le regioni con esigenze specifiche nel settore della vendita al dettaglio, con differenti strutture economiche e con lo scopo di migliorare la loro crescita economica sostenuta.

La partnership di **Reinpo Retail** è composta da 9 partner di 5 diversi paesi (Francia, Grecia, Italia, Slovenia e Spagna):

- la Camera di Commercio di Castellón
- il Consiglio Regionale Andaluso delle Camere di Commercio
- l'Assessorato allo Sviluppo Economico, Innovazione Tecnologica e Informatica della Regione Abruzzo
- la Camera di Commercio di Napoli
- l'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO
- la Camera di Commercio di Drama
- la Camera di Commercio e Industria di Heraklion
- la Camera di Commercio e Industria di Lione
- il Centro di Sviluppo Universitario e l'Incubatore Universitario di Primorska.

Valore aggiunto transnazionale del Progetto

La Comunità Virtuale di REINPO RETAIL consente il trasferimento di innovazione dagli enti pubblici agli operatori economici del Mediterraneo, promuovendo l'attuazione di 5 azioni pilota realizzate dalle Camere di Commercio partecipanti, ispirate nelle politiche disegnate da Enti Pubblici e monitorate da un centro di ricerca.

La transnazionalità aumenta la conoscenza dei territori locali e regionali, le imprese e lo scambio di esperienze e buone prassi, che riunisce gli attori principali per **rafforzare la ricerca, la dimensione politica e imprenditoriale del progetto.**

Obiettivi

- Migliorare le politiche regionali nel settore della vendita al dettaglio attraverso l'innovazione, concentrandosi sulla capacità regionale di ricerca e sviluppo tecnologico, dando supporto alle imprese e nuovi imprenditori sviluppando business e iniziative innovative nel settore della vendita al dettaglio.
- Creare una comunità virtuale per il trasferimento di buone prassi nel settore della vendita al dettaglio che diventi un punto di riferimento a livello europeo.
- Definire una rete di agenti innovativi nel settore retail nel Mediterraneo. Sviluppare la prima Mappa europea dell'innovazione Multisettoriale integrando esperienze e buone pratiche nel settore della vendita al dettaglio di tutta l'area mediterranea.
- Progettare un Catalogo buone pratiche sul settore al dettaglio.
- Elaborare una guida europea all'Innovazione per il Commercio per le PMI dell'UE.
- Creare un Libro Verde sull'innovazione nel settore della vendita al dettaglio che favorisca il posizionamento della vendita al dettaglio come una priorità nella definizione delle politiche dell'Unione europea.

Il progetto si svolge in tre fasi:

1. **Creazione di una piattaforma collaborativa (comunità virtuale)**, tecnicamente pronta per inserire la prima mappa al dettaglio della conoscenza del settore a livello transnazionale che comprenda gli studi e le analisi effettuate a livello regionale;
2. **Trasferimento di innovazione regionale dalle agenzie pubbliche agli agenti economici** coinvolti nel progetto;
3. **L'attuazione di progetti pilota** che rafforzano la transnazionalità e la capitalizzazione dei risultati e sviluppano il potenziale innovativo e la competitività degli agenti.

I progetti pilota si concentreranno su 4 aree strategiche:

1. ICT
2. Innovazione del Commercio
3. Innovazioni nel Commercio Verde
4. Innovazione nello sviluppo di un nuovo Business.

Il progetto cercherà di promuovere i risultati a livello europeo, dimostrando il potenziale del settore Retail e della Comunità virtuale creata dai Partner.

Principali prodotti e risultati

- **Piattaforma Virtuale:** diventare membro della prima rete a livello europeo focalizzata sul Retail e l'innovazione.
- **Libro Verde sull'Innovazione e Retail:** per attuare azioni di lobby a livello europeo e rafforzare la competitività del settore.
- **Definizione e selezione di Agenti Innovativi:** oltre 100 agenti chiave selezionati sulla base del loro profilo innovativo.



La Camera di Commercio di Castellón è un organo consultivo e di collaborazione il cui ruolo principale è la rappresentanza, la promozione e la difesa degli interessi generali delle imprese della provincia di Castellón. La Camera di Commercio di Castellón fornisce servizi speciali (informazioni, programmi e formazione) per le aziende focalizzate su attività nei settori di innovazione, business internazionale, ICT, ambiente, gestione, costruzione, ecc.

IL PROGETTO PILOTA

Obiettivi del progetto pilota	<ul style="list-style-type: none">• Analisi del setore Retail.• Proposte distribuzione Retail.• Proposte Marketing, merchandising e ICT.• Proposte risparmio energetico.• Proposte innovative.• Nuovi investimenti.• Posizionamento marketing.• Dinamicità e promozione.• Condurre valutazioni individuali sullo stato dell'innovazione tecnologica e dell'efficienza energetica nelle imprese e formulare proposte di miglioramento in entrambi gli aspetti.
Metodologia	Firma di un accordo tra il Centro Ciutat Castelló e la Camera di Commercio di Castellón. 22 aziende sono state selezionate per una prima riunione tenutasi il 19 aprile con i dettaglianti dell'Associazione.
Campo d'azione	Consiste in 4 linee d'azione: <ol style="list-style-type: none">1. Diagnosi del Punto Vendita (POP)2. Servizio, Qualità e Supporto al Cliente3. Controlli sull'efficienza energetica4. Piani di monitoraggio e di gestione del Punto Vendita.

1. Diagnosi del POP (Punto Vendita)

L'analisi degli aspetti principali del settore al dettaglio:

- Gestione del Punto Vendita
- Identificazione dei punti di forza e di debolezza.

Modernizzazione dei POP:

- Condurre i dettiglanti a un modello di business redditizio;
- Stabilire le strategie per l'ottimizzazione delle risorse;
- Promuovere un piano di miglioramento;
- Definire i miglioramenti e gli investimenti da fare;
- Essere una base per fare un piano tecnico e strategico da sviluppare.

2. Qualità del servizio e controlli sul supporto al Cliente “Mystery Client”

- Controllo basato sulla tecnica Mystery Client;
- Analisi del Punto Vendita relativa alla sua attività quotidiana, al fine di capire i parametri di fedeltà dei loro acquirenti e fare una valutazione completa dell'assistenza ai Clienti e un piano di miglioramento.
- Sviluppo di un efficiente strumento di ricerca che fornisca gli strumenti di miglioramento per la qualità del servizio.

Servizi per le PMI

3. Controlli di Efficienza Energetica

Analisi del consumo energetico della proposta al dettaglio e miglioramento.

Obiettivi:

- Riduzione della domanda di energia;
- Miglioramento dell'efficienza energetica nella vendita al dettaglio.
- Riduzione dei costi energetici (risparmio bolletta).
- Ridurre l'impatto ambientale associato a questo consumo di energia.



Servizi per le PMI

4. Piani di monitoraggio e gestione del Punto Vendita

Dall'analisi dei punti 1 e 2 sarà sviluppato uno dei seguenti piani d'azione:

- Show windowing: progettazione, tecnica di applicazione, installazione delle vetrine;
- Purchase surface: organizzazione e distribuzione dei servizi sulla superficie di vendita;
- Exhibition area: installazione ed esposizione dei prodotti sugli scaffali dei negozi;
- Entertainment e promotion: intrattenimento e piano di promozione nei punti di acquisto.

Numero di PMI coinvolte	21	Numero di diagnosi sulle PMI	88
Numero di PMI formate	22	Numero corsi di formazione /azioni di informazione organizzate	<ul style="list-style-type: none">• Primo incontro con gli imprenditori. Informazione sul progetto.• 1 corso di gestione per le aziende coinvolte.• 4 incontri con l'azienda con il consulente e con lo staff dalla Camera di Commercio di Castellón per la presentazione dei risultati dei report individuali, per analizzare i risultati e proporre azioni di miglioramento; 4 azioni sul campo fatte dal consulente.• 4 sessioni di monitoraggio del progetto ogni sei mesi con le aziende.





Una Corporazione di diritto pubblico che rappresenta e coordina le quattordici Camere di Commercio e dell'Industria Andaluse, che difendono gli interessi socio-economici della regione. La ACCC fornisce assistenza alle aziende della regione, favorendo l'internazionalizzazione attraverso missioni commerciali dirette, facilitando le opportunità e il rilevamento di business in paesi terzi.



The screenshot shows a video conference interface with a presentation slide. The slide has a red header with the text 'Cámaras Andalucía' and 'REINPO RETAIL MEETING: ANDALUSIAN PILOT PROJECT'. Below the header is a green field with wheat stalks. The slide also features logos for MED (Mediterranean Europe), the European Regional Development Fund, and UNED. On the left side of the screen, there is a sidebar with a video feed of a woman, a list of participants, and a chat window.

Presentación_Sevilla.pdf

L'Europe en Méditerranée
Europe in the Mediterranean

Programme Co-financed by the European Regional Development Fund

Cámaras Andalucía
Centro Andaluz de Cámaras de Comercio

REINPO RETAIL MEETING: ANDALUSIAN PILOT PROJECT

Marzo 2012

IL PROGETTO PILOTA

Obiettivi del progetto pilota	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppare e diffondere un manuale di buone pratiche sull'innovazione nel retail. • Creare uno strumento per l'auto diagnosi dell'innovazione gestionale. • Condurre una discussione sull'innovazione nel commercio in Andalusia, mandare informazioni sul REINPO RETAIL a grandi agenti istituzionali e imprenditoriali richiedendo la loro collaborazione. • Fare un workshop per presentare i risultati e incoraggiare i piccoli venditori all'innovazione. 		
Campo d'azione	L'azione principale sarà un workshop sull'innovazione nel Retail.		
Servizi per le PMI	Sviluppo e Diffusione di un manuale di buone pratiche sull'innovazione del Retail.		
Strumenti per le PMI	Strumenti per l'auto diagnosi dell'innovazione gestionale.		
Numero di PMI coinvolte	40	Numero di diagnosi sulle PMI	10 diagnosi
Numero di PMI formate	40 assistenti 12 assistenti	Numero di corsi di formazione/ azioni di informazione organizzate	<ul style="list-style-type: none"> • Workshop, Andújar, 12/04, h.15.30-18.30 • Meeting virtuale, 21/05, h.10:00 per la presentazione del progetto e i risultati (buone pratiche in ICT e strumenti di autocontrollo ICT per i venditori).



FRANCIA



Organizzazione non-profit che agisce come una forza trainante per la competitività delle 71.000 imprese che contribuiscono alla vitalità della regione di Lione. La CCI di Lione contribuisce ad aumentare la competitività delle imprese e del territorio, rappresenta gli interessi di business, aumenta le capacità di formazione delle imprese e accelera la crescita delle piccole e medie imprese.

IL PROGETTO PILOTA

Obiettivi del progetto	La CCI di Lione ha collaborato con la rete “Lione Leader Commercio”, che raccoglie circa 60 rivenditori innovativi della zona di Lione, che cercano di sviluppare i loro marchi a livello nazionale e internazionale. Lione Leader Commercio è stata creata dalla CCI di Lione per aiutare i suoi membri a sviluppare il loro business più velocemente. La maggior parte dei commercianti di Lione Leader Commercio farà parte degli operatori economici con i quali la CCI di Lione svilupperà iniziative pilota nel quadro del progetto REINPO Retail. Come “nuovo business” non può essere disgiunta dalla ICT ed e-business, la CCI di Lione aiuterà queste PMI a sviluppare le loro imprese.
-------------------------------	---

Campo d'azione	Retail, servizi all'individuo.
Servizi per le PMI	<ul style="list-style-type: none">• Una persona dedicata che aggiunge un tocco personale al rapporto, rispondendo alle richieste dei commercianti in un modo reattivo, li informi circa le opportune e le azioni collettive: merchandising punto vendita, Franchising Fiera, “Lione negozianti al MAPIC”, incontri di business intelligence.• Impostazione di intelligence mirata, attività fatta dalla persona dedicata in base alle esigenze dei negozi. Offerta e fatturazione se studi specifici sono necessari dai commercianti.• Incontri tematici sono organizzati per tutti i membri del Lione Leader Commerce: crescita finanziamento, franchising, ICT, comunicazione, risorse umane, ecc.• Workshop e tecnologie interattive.

- *Forma e contenuto:* Dimostrazioni, conferenze, scambi, il collegamento con i fornitori, le nuove tecnologie applicate al merchandising, i promozioni in punto-vendita, controllo delle scorte: RFID, codici a barre, vetrine intelligenti, gli schermi delicati, realtà aumentata, vetrina interattiva.
- *Risultati attesi:* Benchmarking - Buone pratiche, riferimenti documentali, i fornitori di riferimento.
- *Obiettivi:*
Sensibilizzazione dei rivenditori su nuove tecnologie e nuovi usi in grado di migliorare la loro offerta ai clienti. Impostazione di un sostegno specifico con gli esperti per promuovere il loro sviluppo (pre-diagnosi, raccomandazioni per il piano strategico...).

Strumenti per le PMI

Diagnosi Web

- *Forme e contenuto:* Diagnosi online con domande aperte e chiuse.
- *Argomenti:* strategia, fornitura, richiesta, location, adattamento negozio, risorse umane, mezzi tecnologici, strategia e-commerce, struttura sito, e-marketing, problemi riguardanti leggi ecc.
- *Risultati attesi:* Raccomandazioni e proposte, informazioni.
- *Obiettivi:* Fornire un posizionamento importante ai venditori secondo le diagnosi in modo da aumentare il numero di clienti e generare nuovi contratti.

Promozione - Comunicazione

- *Forma e contenuto:* Gare sui migliori siti web con una selezione e valutazione fatta da un pannello di giudici – cerimonia di premiazione.
- *Risultati attesi:* Professionalizzazione. Rafforzare collaborazione tra rivenditori e esperti web.
- *Obiettivi:* Aumentare la qualità dei siti web dei negozi. Promozione del know-how dei venditori e esperti web.



Numero di PMI coinvolte	74	Numero di diagnosi sulle PMI	<p>74 auto diagnosi fatte online: www.cci-diagnostic.fr, includendo 44 venditori selezionati: cose per la casa (30%), bellezza (30%), attrezzature per la persona (25%), cibo (10%), altro (5%);</p> <p>29 appuntamenti con il consulente CCI: altre analisi riguardanti ergonomia, grafica, contenuto ecc.;</p> <p>16 sono state selezionate per essere supportate da un esperto ICT Lyon Shop WEBdesign;</p> <p>Voto pubblico dal 15 aprile al 15 maggio per premiare il “Prix des Internautes” (2100 votanti)</p> <p>Cerimonia di premiazione 31 maggio 2012 (220 partecipanti).</p>
--------------------------------	----	-------------------------------------	--

Numero di PMI formate	39	Numero di diagnosi sulle PMI	<p>Workshops</p> <ul style="list-style-type: none"> “Future stores and smart shopping”, 17/10/2011 Negozianti di Lione al MAPIC: nuove tecnologie e nuovi trend dei consumatori, novembre 2011 Quale risposta alle nuove aspettative dei consumatori?, 18/06/2012 <p>Pubblico di riferimento: Venditori.</p>
------------------------------	----	-------------------------------------	--



UIP – Centro di sviluppo universitario e incubatore universitario di Primorska

SLOVENIA



UIP collega il mondo accademico con l'economia al fine di estendere la cultura imprenditoriale tra i gruppi di riferimento della regione. UIP fornisce un servizio completo di supporto in termini di consulenza e di business per nuove piccole e medie imprese altamente sviluppate ad alto valore innovativo aggiunto e nuovi istituti di ricerca nella regione ad alto livello.

Report di monitoraggio dei Progetti Pilota

Raccolta e realizzazione della relazione di monitoraggio dei progetti pilota.



Camera di Commercio e Industria di Heraklion

GRECIA



Organo consultivo che rappresenta, controlla e promuove grandi e piccole aziende industriali, del commercio e dei servizi a vantaggio dell'economia nazionale. La CCI di Heraklion offre supporto alle aziende locali per promuovere azioni che stimolano lo spirito imprenditoriale attraverso l'organizzazione di seminari, la diffusione delle informazioni e la fornitura di assistenza.

IL PROGETTO PILOTA

Obiettivi del progetto	Innovazione del Commercio
Campo d'azione	<ul style="list-style-type: none">Settore Retail.PMI locali nel centro della città di Heraklion.Taverne tradizionali locali e ristoranti nel centro della città di Heraklion.Trasporti locali (taxi) all'interno della città di Heraklion.
Servizi per le PMI	<ul style="list-style-type: none">Supporto tecnico e amministrativo riguardante l'implementazione dell'azione.Supporto promozionale dell'azione.Azioni di disseminazione alla comunità locale e imprenditori locali.Creazione e distribuzione di informazione riguardante l'azione.

Strumenti per le PMI

Progetto Pilota 1: Simpratto

Progetto ΣΥΜΠΡΑΤΤΩ (“Action Parking”) tra Camera di Comercio di Heraklion e Associazione Commerciale di Heraklion che mira al sostegno dei consumatori, sotto forma di sconti nei parcheggi della città di Heraklion con la collaborazione dei rivenditori.

L’Action Parking comprende le seguenti linee di applicazione:

- La cooperazione tra i proprietari di parcheggio di Heraklion con imprese commerciali offrendo: sconti speciali del 15-20% presso piccole e medie imprese ai consumatori che vi acquistano prodotti e hanno parcheggiato la propria auto in parcheggi convenzionati.
- La riduzione del biglietto del parcheggio per tutti i clienti delle categorie speciali come le famiglie con più di 3 bambini e le persone disabili che hanno fatto acquisti nei negozi affiliati.
Esso inoltre comprende la realizzazione del materiale informativo su Action Parking, che include una mappa della città con i suoi negozi e parcheggi.
Inoltre, sono creati adesivi Action Planning che vengono collocati in posti di rilievo nei negozi affiliati e nelle aree di parcheggio. L’Azione comprende la promozione e la comunicazione delle azioni attraverso la carta stampata ed elettronica (TV, radio, portali di Heraklion Camera di Comercio e Associazione Commerciale di Heraklion).

Attraverso la realizzazione di diversi eventi i consumatori saranno informati delle varie promozioni, come eventi nella piazza dei Leoni e fuori la Loggia (insieme al Comune di Heraklion), tra cui:

- La distribuzione di una mappa dei parcheggi per i consumatori;
- La distribuzione di materiale informativo in merito all’iniziativa Action Parking i locali;
- Briefing degli operatori/negozi per questa particolare iniziativa che mira sia alla registrazione di nuovi membri che all’espansione degli imprenditori attraverso la partecipazione di ristoranti/trattorie/fast-food;
- Posizionamento di una tabella dall’Associazione commercio Heraklion, con il materiale pertinente.

Progetto Pilota 2: Punto Discount

La Camera di Commercio di Heraklion, in collaborazione con l'Associazione commerciale di Heraklion e l'Autorità Portuale di Heraklion hanno sviluppato uno specifico programma promozionale su misura finalizzato ad attrarre dei turisti da crociera ai negozi commerciali della città. Creazione e stampa del “Punto Discount” che sarà consegnato (gratuitamente) alle imprese locali che partecipano all’azione pilota.

La mappa presenta con colori intensi l’ingresso a visitatori/turisti nel centro della città, e le vie commerciali principali della città che sono state dichiarate strade commerciali. Sulla mappa c’è il “Punto Discount” segnalato che dimostra le imprese commerciali che offrono prezzi speciali - sconti per i visitatori di navi da crociera. Questa mappa è stata condivisa dal servizio di Autorità Portuale con ogni passeggero che ha visitato la città. Il “Punto Discount” (punto di consegna) è stato attaccato alle vetrine dei negozi commerciali in cui i passeggeri delle navi da crociera hanno offerte speciali. Gli adesivi sono stati consegnati alle imprese commerciali che avevano firmato una convenzione con l'Associazione Commerciale di Heraklion. Un opuscolo esplicativo descrive in modo più analitico il funzionamento. L'opuscolo è stato consegnato insieme alla mappa al porto di Heraklion. Inoltre otto nuovi segnali direzionali sono stati costruiti e messi in cammino verso la città dal porto su cui sono state mostrate le vie commerciali con il nuovo Punto Discount.

Strumenti per le PMI

Numero di PMI coinvolte

PROGETTO PILOTA 1
116

PROGETTO PILOTA 2
250



Camera di Commercio e Industria di Drama

GRECIA



Organizzazione non-profit che svolge un ruolo di primo piano nello sviluppo generale e nella crescita della regione di Drama sostenendo l'economia locale e la promozione dello spirito imprenditoriale della regione. La CCI di Drama fornisce assistenza alle piccole e medie imprese della regione e sostiene lo sviluppo economico, commerciale e imprenditoriale della zona.

IL PROGETTO PILOTA

Commercio Verde

Obiettivi del progetto

- Migliorare l'impatto ambientale delle PMI con obiettivi e valutazione dei risultati.
- Gestione-sfruttamento delle risorse naturali, energia, materia prima a tutti gli stati delle PMI => Beneficio Ambientale e Economico.
- Minimizzare il volume di scarto prodotto e gestione/ utilizzo Optimum attraverso il riciclo => beneficio Economico e Ambientale.
- Informare i media riguardo il quadro istituzionale nazionale e dell'UE di tutela ambientale e di gestione, e per i diritti, gli obblighi, le possibilità e le opportunità per settore.
- Migliorare la consapevolezza ambientale e l'adozione di consapevolezza verde per le PMI per implementare procedure di Sistemi di Gestione Ambientale (EMS) per lo sviluppo economico e ambientale.
- Sviluppare e attuare proposte per le PMI, le comunità locali, la società e l'ambiente.
- Ottenere un vantaggio competitivo per le PMI, attraverso l'attuazione di politiche verdi e di certificazione.

Campo d'azione

118 società a Drama hanno partecipato al Progetto Pilota, sia attraverso questionari che attraverso la piattaforma elettronica. Tutti i dati sono stati inseriti nel sistema. Le aziende sono PMI informate sull'imprenditorialità verde, il risparmio energetico, l'efficienza idrica, e di altri fattori di rischio che portano a inquinamento ambientale attraverso la piattaforma elettronica di verde.

In questa categoria DOTSOFT ha lavorato per il coinvolgimento delle organizzazioni locali a sostegno delle istituzioni e la formazione imprenditoriale per lo sviluppo delle politiche di iniziative pilota che contribuiranno a sviluppare il programma REINPO. Questi servizi sono supportati da "European Innovation Wizard"to Trade.

Servizi per le PMI

La Camera ha creato un manuale di Imprenditorialità Verde, una guida utile e Migliori Pratiche di imprenditorialità verde.

Uno studio e relazione sul coinvolgimento di 118 imprese della zona per il commercio verde.

Uno studio condotto utilizzando un questionario, utilizzando il metodo del colloquio personale, intervista telefonica e il completamento del metodo on-line tramite la pagina che è stata creata per il progetto REINPO RETAIL (<http://version.ds.dotsoft.gr/reinpo/questionnaire>).

- Gestione dell'energia
- Risparmiare energia elettrica
- Raffreddamento aria / riscaldamento
- Utilizzo di fonti energetiche rinnovabili
- Gestione delle Risorse Idriche
- Gestione dei rifiuti.

Numero di PMI coinvolte

118

Numero di PMI formate

20

Numero di azioni di training/informazione organizzate

1 workshop per l'educazione innovativa nella vendita con il tema centrale dell'ambiente. Il tema è "investire" nelle pratiche ecologiche di design, produzione, sviluppo, promozione, vendita e uso di prodotti e servizi offerti da Piccole e Medie Imprese.





La terza più grande Camera di Commercio in Italia opera a livello regionale, nazionale ed europeo, dando supporto alle 230.000 aziende registrate a Napoli in tutte le loro attività di internazionalizzazione e di promozione, tra cui marketing territoriale e esportazione, oltre a fornire informazioni economiche e finanziarie, formazione, ricerca economica, assistenza per l'innovazione, certificazione di qualità, arbitrato e conciliazione.

IL PROGETTO PILOTA

Obiettivi del progetto pilota	Innovazione commercio/Marketing
Campo d'azione	<p>Il Progetto Pilota per le imprese di vendita al dettaglio e l'ospitalità a Napoli coinvolge 21 aziende dalle 7 perle di Napoli (Napoli, Ischia, Capri, Procida, Campi Flegrei, Pompei, il Vesuvio e la Costa di Sorrento)</p> <p>La Camera di Commercio di Napoli è il coordinatore del Progetto Pilota, il cui compito è di organizzare tutte le PMI all'interno del sito pilota e coordinare l'azione comune.</p>
Servizi per le PMI	<p>L'obiettivo generale è quello di sviluppare la piattaforma integrata di mobile marketing, sfruttando appieno le nuove applicazioni multimediali e i social media, per potenziare le PMI attive nel settore del turismo al dettaglio e delle ospitalità. Gli strumenti di gestione di authoring consentono ai creatori di contenuti di mettere le loro attività in internet mobile e di lanciare facilmente le loro campagne di mobile marketing.</p> <p>Dopo aver scaricato le applicazioni, praticamente ogni proprietario di un smartphone sarà in grado di utilizzare i servizi.</p>

Strumenti per le PMI

Il kit di strumenti di marketing offrirà una grande varietà di mezzi di comunicazione, tra cui:

- Uno strumento ricco di strumenti di authoring multimediale per creare micro siti mobili per raggiungere facilmente i clienti di telefonia mobile;
- Una campagna fisica di marcatori e strumenti di tracking che possono essere stampate e/o attaccati ai prodotti, negozi o anche pareti, al fine di promuovere servizi di telefonia mobile per i consumatori e prodotti;
- Una gestione delle campagne di monitoraggio e uno strumento di conversione flessibile che offre la funzione di invio di messaggi promozionali agli utenti mobili con le applicazioni abilitate;
- Analitiche per interpretare il comportamento dei consumatori di telefonia mobile per l'accesso alle promozioni, campagne e presenza mobile;
- App per raggiungere utenti/consumatori in qualsiasi momento, accessibile tramite Google Play.

Tipici scenari di utilizzo

Contatti	<p>Scansione di un codice contatto permette un dispositivo mobile di memorizzare le informazioni contenute in una scheda. Un imprenditore può installare questo tipo di codice per consentire a un utente / cliente di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Accedere a queste informazioni in qualsiasi momento per comunicare con l'azienda selezionata (via telefono, email, ecc);• Individuare un negozio;• Accedere a un profilo Facebook o altri account SNS (ad esempio, per essere informati su offerte speciali, ecc.).
Eventi	<p>La categoria Eventi consente la generazione di codici contenenti informazioni su uno specifico evento. Il codice dell'evento permette l'accesso a tutte le informazioni relative allo stesso. L'informazione può essere archiviata nelle applicazioni di Calendario del dispositivo mobile (a seconda del sistema operativo dello stesso).</p> <p>Il codice di un evento può essere utilizzato per:</p> <ul style="list-style-type: none">• Consentire a un nuovo punto vendita di fornire informazioni sui suoi orari di apertura;• Comunicare un evento speciale (ad esempio concerti o seminari);• Informare i potenziali clienti sulle azioni dimostrative riguardanti nuovi prodotti.

Punti d'interesse

Il codice POI contiene informazioni su un punto specifico di interesse (ad esempio, un negozio al dettaglio, una stazione di benzina ecc.).

È possibile utilizzare un codice QR POI per indicare la posizione esatta del proprio negozio. Ad esempio, installare un POI in un aeroporto o una stazione ferroviaria per indirizzare i potenziali clienti all'attività di noleggio auto.

Testo

Un codice di testo contiene una forma di informazioni in testo semplice. Le applicazioni di un codice di testo sono illimitate. Per esempio, è possibile:

- Installare un codice vicino a qualsiasi dei tuoi prodotti per fornire qualsiasi informazione (ad esempio taglie possibili, colori, prezzi, uso ecc.)
- Fornire le offerte speciali, codici promozionali per giorni specifici o tipi specifici di prodotti o servizi.

Sms

I Codici generati in questa categoria consentono al dispositivo di inviare direttamente un SMS a un numero desiderato in un unico passaggio. Un SMS può essere utilizzato per vari casi quali:

- Consentire a un utente di abbonarsi ai servizi, al fine di ricevere informazioni futuro su nuovi prodotti, campagne promozionali, ecc.;
- Partecipare a eventi promozionali, concorsi, lotterie;
- Prenotare un prodotto, un tavolo in un ristorante, ecc.;
- Essere aggiornato su un ordine esistente.

Email

I Codici generati in questa categoria consentono al dispositivo di inviare direttamente una mail ad un contatto desiderato in un unico passaggio.

Utilizzare un codice e-mail per:

- Consentire all'utente di diventare un membro della tua azienda, al fine di ricevere informazioni future su nuovi prodotti, campagne promozionali ecc.;
- Partecipare a eventi promozionali, concorsi, lotterie;
- Consentire agli utenti di inviare all'azienda possibili domande sui prodotti o altre informazioni, commenti, reclami ecc.

URL	<p>Un codice URL consente al dispositivo di visitare direttamente un link specificato o siti web.</p> <p>Utilizzare un codice Url per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clienti diretti per la tua pagina di destinazione per cellulari con il logo del tuo negozio, la sua posizione e le coordinate; • Migliorare la tua attività di marketing attraverso delle offerte o eventi inclusi nella pagina di destinazione; • Reindirizzare i clienti di siti web specifici che forniscono prodotti o qualsiasi altra informazione, riducendo così il carico di lavoro della vostra azienda.
Coordinate Geo	<p>Un Codice Coordinate Geo contiene informazioni geografiche (indirizzo e le coordinate geografiche) in merito a una posizione specifica, che può essere visualizzato sul dispositivo o su una domanda di carta supportata, o utilizzando il browser web del dispositivo (tramite Google Maps).</p> <p>Il pubblico di riferimento conosce la posizione esatta del negozio e riceve facilmente le istruzioni di navigazione (tramite Google Maps).</p>
Codice di chiamata	<p>Il codice di chiamata telefonica consente al dispositivo di inserire direttamente il numero di telefono specifico. Permette ai clienti di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chiamare direttamente per partecipare a eventi promozionali (ad esempio un concorso, rispondere a una domanda specifica per vincere premi); • Un ordine per telefono; • Accesso diretto per la soddisfazione del cliente (Customer Care).
Siti mobili	<p>Lo strumento fornisce una maggiore flessibilità nella progettazione di un sito mobile: da una semplice pagina di destinazione a un sito mobile completo. Naturalmente la PMI può creare una singola pagina di contenuti (offerta del giorno, lotterie, coupon, ecc.). La PMI crea una pagina con un'offerta giornaliera e associa la pagina con un codice QR. Quando l'utente finale esegue la scansione del codice QR, lui o lei riceve l'offerta. Il giorno seguente la PMI può modificare l'offerta (la creazione di nuova pagina di destinazione) o addirittura mettere un sito completo mobile in posizione.</p> <p>Un'altra possibilità è che la PMI crei una pagina di atterraggio con coupon o una lotteria. I clienti possono fare clic o scannerizzare il coupon e ricevere i benefici. La PMI può in qualsiasi momento modificare la pagina di atterraggio, in modo da annullare o aggiornare il coupon / lotteria.</p>

Messaggi Promozionali

Messaggi di notifiche sono disponibili per numerose attività, eventi, offerte, promozioni, info negozi/ristorante. Per esempio un ristorante o un bar può inviare una notifica push per un evento speciale per tutti gli utenti finali che hanno l'applicazione installata sul proprio smartphone.

Le campagne di notifica possono essere mirate, cioè, un gruppo specifico di pubblico può essere selezionato in base a:

- data
- interessi degli Utenti.

Infine, attraverso le comunicazioni, l'URL può essere inviato. Quando l'URL è integrato con un sito mobile o anche una pagina di atterraggio che è stata creata, il contenuto può cambiare dinamicamente. L'URL rimane la stessa, ma alla fine il contenuto può essere modificato nuovamente secondo le esigenze del PMI. Infine, potranno essere veicolati ulteriori messaggi promozionali, come happy-hours, notifiche, coupon, un elemento gratuito per un tempo limitato, ecc.

APP

Attraverso l'applicazione di fedeltà, l'utente finale sarà in grado di ricevere le notifiche delle campagne delle PMI. Sarà inoltre dotato di un lettore di codice QR, che permetterà di leggere tutti i codici QR.

Infine offrirà codici QR offrendo codici che sono state scannerizzate e categorizzazione per future campagne e di facile recupero.





Fondata nel 2005, l'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO (UTIU) nasceva dal Consorzio NETTUNO, una associazione non-profit di 43 università italiane e internazionali, promosso dal Ministero italiano dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

UTIU offre titoli accademici riconosciuti in Europa e rappresenta la continuazione e il successo della Rete Progetto Med Net'U Mediterranea delle Università, finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del lavoro della struttura del programma di cooperazione EUMEDIS finalizzato alla creazione di una zona euromediterranea di Università a Distanza. In questi anni l'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO ha progettato e realizzato programmi comuni che sono riconosciuti in Europa e in alcuni paesi del mondo arabo.

PIATTAFORMA VIRTUALE <http://reinpo.uninettuno.org>

Obiettivi delle piattaforma	Scambio di conoscenza che: <ol style="list-style-type: none">1. è a disposizione delle aziende;2. giova l'interazione e il dialogo tra gli agenti;3. permette lo scambio di esperienze e suggerisce nuovi progetti;4. diventa un riferimento nel settore del Retail europeo.
Strumenti della Piattaforma	<ul style="list-style-type: none">• Ambiente virtuale con gli strumenti di gestione.• Il sistema nel suo complesso offre un ambiente virtuale che consente la registrazione degli agenti e la gestione (inserimento, modifica, ricerca, visualizzazione) dei progetti e delle proposte.• Il sistema offre anche un forum con diverse aree per lo scambio di informazioni tra le parti interessate.• Inoltre offre diversi strumenti per la gestione degli utenti finali e gli amministratori della piattaforma (la creazione di forum, aggiornamenti di dati, i ruoli, gli utenti, pagine web, componenti ecc.).
Gestione dell'elenco dei membri del partnership	Il sistema permette, come descritto di seguito, la gestione dei membri (agenti) che sono registrati e partner del progetto. Esso offre anche strumenti per la creazione dinamica di elenchi di utenti filtrati con criteri specifici e consente la creazione e la validazione di nuovi utenti.

Ricerca di servizi avanzati	Il sistema permette la ricerca in base a diversi criteri, eventualmente combinabili, degli utenti della piattaforma e dei progetti e proposte. Ciascuno dei tipi precedenti ha un insieme specifico di criteri di ricerca.
Forum generale e forum per conoscenza comunità tematiche	Il sistema comprende un'area forum con forum tematici su argomenti specifici di interesse degli utenti della piattaforma. E' possibile definire un moderatore per ogni forum e di limitare l'accesso ad essi. Inoltre, tutte le caratteristiche tipiche del forum sono state implementate.
Banca di iniziative e progetti	Il sistema contiene un meccanismo per l'inserimento, la gestione, la ricerca e visualizzazione di progetti e iniziative. Questo strumento permette la condivisione di tali informazioni, l'associazione degli agenti di progetti, ecc. E' possibile creare delle directory di progetti in base a criteri di ricerca.
Banca di proposte per proporre progetti collaborativi tra membri	Il sistema contiene un meccanismo per l'inserimento, gestione, ricerca e visualizzazione di proposte di collaborazione. Questo strumento permette la condivisione di tali informazioni, l'associazione degli agenti di progetti ecc. E' possibile creare in modo dinamico repertori dei progetti in base a criteri di ricerca.
Azioni online di dinamizzazione: fornitura della directory, contributi da esperti e collaboratori, inviti, novità ecc.	Il sistema contiene gli strumenti per la creazione di notizie e informazioni, utilizzando il sottostante CMS. Inoltre, molti strumenti e moduli consentono la generazione dinamica delle informazioni. Criteri di autenticazione appropriati (ruoli) consentono di modificare il contenuto.



Gestione della comunità

Contenuto della sezione

1. **Come diventare membro?** Questo spazio descriverà i requisiti che i membri devono soddisfare e il processo per entrare a far parte della rete.
Una pagina dedicata è stata creata usando il CMS con le indicazioni su come diventare un membro della rete. Nella pagina ci sono i link per accedere al modulo di registrazione, la gestione dei profili e la ricerca di progetti e proposte.
2. **Gestione degli agenti:** attraverso questo spazio, i partner saranno in grado di registrare (modulo di accesso), modificare i propri dati o cancellare la loro iscrizione. Sarà necessario disporre di un nome utente e una password.
Moduli dedicati sono stati sviluppati per gestire la fase di registrazione di un agente e per consentire la gestione dei dati di un profilo.
Per quanto riguarda la registrazione di un nuovo agente, un modulo con le voci richieste è stato attuato come descritto nelle specifiche.
Nel modulo di registrazione le voci sono gestite da elementi del vocabolario come definito nella specifica.
Gli articoli negli elenchi sono gestiti tramite le funzionalità CMS.
Nome utente e password per l'accesso sono generati automaticamente.
Un messaggio e-mail che contiene le credenziali viene inviato all'utente. È possibile attivare l'approvazione di un utente da utenti autorizzati della piattaforma (utenti con ruolo appropriato).
Infine, un controllo captcha è fornito sulla pagina in modo da impedire l'accesso fraudolento dal software.
Per quanto riguarda la gestione di un profilo agente, vi è un modulo che permette la gestione e la modifica dei dati inseriti.
Gli utenti con privilegi sufficienti (amministratori) possono modificare profili multipli, mentre l'agente può modificare solo il proprio profilo.
Tutte le informazioni inserite in precedenza tranne le credenziali di accesso possono essere cambiate.
In questo modulo è anche possibile associare agli agenti i progetti.
3. **Elenco degli agenti:** il sistema di ricerca genererà le directory in base a criteri diversi: paese, campi d'azione, i servizi forniti e le aree di interesse.
E' stato creato un modulo che permette a tutti gli utenti di sfogliare gli agenti nella piattaforma. I criteri di selezione, eventualmente combinabili, sono: il paese, il campo di applicazione, i servizi forniti, l'area di interesse. I criteri consentono la creazione dinamica di directory di agenti filtrati con la politica scelta.

I Progetti

Contenuto della sezione:

- 1. Progetti e iniziative:** questa sezione descriverà l'idea di avere un catalogo progetto, incoraggiando partner a presentare i loro migliori progetti.
Una pagina dedicata è stata creata usando il CMS con le indicazioni su come inserire, gestire e cercare progetti REINPO. In questa pagina sono presenti i link per accedere alle principali funzioni per la gestione e la ricerca di progetti e per registrare nuovi agenti.
- 2. Nuovi progetti:** questa sezione contiene una descrizione dei progetti più recenti presentati dagli agenti.
È stato creato un modulo che mostra i progetti recenti in ordine cronologico inverso. Dati di sintesi sono riportati, tra cui il titolo, il tipo di partner, il tipo di progetto, la nazione, il campo di applicazione, le date dei progetti. È possibile accedere a una pagina contenente tutti i dettagli di un progetto. È anche possibile ordinare i progetti in base alla data o altri criteri.
- 3. Gestione dei progetti:** questa sezione consentirà ai partner di auto-diagnosticare i loro progetti, la registrazione e la modifica dei progetti presentati.
Moduli capaci di gestire la creazione di un nuovo progetto o iniziativa sono stati sviluppati e che consentono la gestione dei progetti associati con un agente. Per quanto riguarda la registrazione di un nuovo progetto è stato creato uno speciale modulo che implementa le seguenti voci descrittive: titolo del progetto, data di inizio, data di fine, la visibilità, la completezza, tipo di partner, tipo di progetto, il paese, l'acronimo, descrizione, informazioni, abstract e ambito operativo. È anche possibile inserire un'immagine correlata al progetto. La creazione di un nuovo progetto avviene solo dopo l'autenticazione dell'utente. Per quanto riguarda la gestione dei progetti / iniziative, è stato creato un modulo che permette la gestione e la modifica dei dati inseriti, dopo l'autenticazione all'interno del sistema. Gli utenti con privilegi sufficienti (amministratori) possono entrare in modifica di profili multipli, mentre l'agente può modificare solo i progetti associati al proprio profilo.
- 4. Elenco dei progetti:** questa sezione conterrà un sistema di ricerca di progetto tramite data, tipo di partner e campo d'azione.
È stato creato un modulo a disposizione di tutti gli utenti dove è possibile la ricerca di progetti e iniziative nella piattaforma. I criteri di selezione possono essere combinati e comprendono: tipo di partner, ambito operativo, data di inizio, data di fine. I criteri consentono la creazione dinamica di elenchi di progetti/azioni in base ai filtri; è quindi possibile selezionare e visualizzare i dettagli di ogni progetto.

Regione Abruzzo ITALIA



L'Assessorato allo Sviluppo Economico, Innovazione Tecnologica e Informatica della Regione Abruzzo sostiene l'economia regionale, sia in termini di promozione e sviluppo della competitività, sia in termini di armonizzazione e monitoraggio del mercato interno, promuovendo l'imprenditorialità e sostenendo programmi di sviluppo territoriale e internazionalizzazione del sistema economico regionale.

Azione 1: Report sulle azioni innovative in area MED

Mission	Elaborazione di un report riguardante le azioni innovative nell'Area Med.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none">Sottolineare il concetto mutevole del settore del commercio al dettaglio, che non si comporta proprio come un canale di consegna dei prodotti al cliente, ma costituisce una parte fondamentale della catena del valore dei produttori.Definire un pattern significativo nel settore della vendita al dettaglio.
Metodologia	La relazione è stata condotta attraverso una ricerca attenta delle esperienze più innovative sul commercio al dettaglio nella zona interessata.



Obiettivi

Emergenti dagli scenari e sostenuti da osservazioni precedentemente condotte, i temi chiave dell'innovazione sono fortemente correlati all'internazionalizzazione, all'evoluzione della domanda dei consumatori e alle soluzioni ICT relative a queste richieste.

Alcuni dei temi principali dell'innovazione individuati in questo studio sono i seguenti:

- **Sostenibilità o “verde”.** Questo è un driver per vari sviluppi innovativi come i nuovi formati di vendita al dettaglio, catene di approvvigionamento verdi ed eco-efficienti e logistica, edifici intelligenti ad alta efficienza energetica, materiali da imballaggio innovativi.
- **Personalizzazione.** Mediante l'ICT e stili di vita che cambiano, la personalizzazione consente di ottenere prodotti innovativi e personalizzati e servizi, nonché modifiche organizzative all'interno della catena del valore. La personalizzazione di massa unisce personalizzazione individuale e la produzione di massa.
- **Soluzioni ICT.** Alla base della maggior parte delle innovazioni è il ruolo delle ICT come tecnologia abilitante. Questo include servizi basati sulle ICT nell'ambito dei sistemi di prodotto-servizio in tutto il ciclo di vita del prodotto, consentendo una logistica efficiente e catene di fornitura, consentendo interazione e co-creazione cliente-produttore.

Sulla base di questi criteri, sono stati rilevati in rete, analizzate e valutate alcune esperienze innovative in materia di commercio al dettaglio, strutturando la relazione in base a un modello significativo:

- **Azione ambientale per i rivenditori:** si individuano azioni innovative condotte e promosse da grandi imprese di vendita al dettaglio operanti nel settore MED per la conservazione dell'ambiente.
- **La sostenibilità nel Retail:** sono riportati alcuni esempi specifici, come piccoli negozi greci, in un momento di crisi economica interpretare le responsabilità e le opportunità di vendita al dettaglio in chiave verde.
- **L'innovazione dei prodotti:** sono riportati esempi di proposte di prodotti innovativi nati in un posto come Cipro, in cui sembra difficile mettere in evidenza le innovazioni.
- **Innovazioni ICT:** vengono analizzati esempi di innovazione ICT in diversi settori per sostenere la vendita al dettaglio

Azione 2: Attività di Network / Rete

Missione	Promozione del Network promosso e fondato dalla partnership di progetto per l'innovazione nel settore Retail.
Metodologia	<ul style="list-style-type: none">• Elaborare un protocollo;• Definire un database degli stakeholders di riferimento;• Coinvolgere gli stakeholders identificati;• Promuovere i protocolli firmati.
Obiettivi	Protocolli firmati.



PRODOTTI PRINCIPALI

Le migliori pratiche per promuovere l'innovazione in Retail. Guida alle Buone Pratiche

Abstract

La Guida è una raccolta di buone pratiche da parte dei Partner del progetto REINPO RETAIL. I Partner del progetto provengono da Grecia, Italia, Slovenia, Francia e Spagna. Il Consiglio Andaluso delle Camere di Commercio è stato il partner responsabile della raccolta, selezione e compilazione delle migliori pratiche scritte dai Partner.

Partner coinvolti in questo lavoro sono:

- Camera di Commercio e Industria di Lione con esperienze su nuovi concetti di vendita al dettaglio
- Camera di Commercio, Industria e Navigazione di Castellon, con esperienze circa l'efficienza energetica
- Drama e la Camera di Commercio e Industria di Heraklion, con esperienze nel commercio verde
- Camera di commercio e dell'industria di Napoli, con le buone pratiche di restauro,
- Regione Abruzzo
- Consiglio Regionale Andaluso delle Camere di Commercio, con esperienze nel campo delle tecnologie di comunicazione e informazione nella vendita al dettaglio.

Il lavoro consisteva nel raccogliere le esperienze dei partecipanti che sono illustrativi su come le aziende innovano e superano nuove sfide, quali adeguamento tecnologico e la cura dell'ambiente. Alcune delle esperienze dei partecipanti non riguardano direttamente le specificità di business retail, ma attività di servizi complementari, come ad esempio ristoranti, consulenza ecc.

Questa raccolta di esperienze si propone di ispirare altre aziende nella ricerca di innovazione e nuove sfide.

Il Libro Verde sul Commercio al Dettaglio

Guida all'innovazione

Abstract

Il Libro Verde per lo sviluppo di una strategia comune per il miglioramento del modello di vendita al dettaglio nel Mediterraneo.

Il settore europeo della distribuzione deve affrontare le sfide tipiche di un periodo di transizione profonda dell'economia europea. Vi è una serie di preoccupazioni comuni tra gli operatori del settore di vendita al dettaglio nei paesi del Mediterraneo, che è necessario far conoscere, emergere e suggerire le soluzioni eventuali. Il ruolo economico e sociale del commercio al dettaglio è poco riconosciuto, ha bisogno di acquisire una nuova dimensione comunitaria europea che rifletta le politiche dell'UE.

Obiettivi del Libro Verde

- Far conoscere, attraverso una serie di dati fondamentali, l'importanza del settore della vendita al dettaglio, in particolare nel settore del Mediterraneo.
- Identificare le caratteristiche di base del modello di vendita al dettaglio nel Mediterraneo.
- Porre le basi di una strategia di protezione e miglioramento del nostro modello di vendita al dettaglio attraverso le politiche comunitarie.
- Definire nuova rappresentazione e meccanismi di scambio per gli agenti del settore Retail.

Profilo del contenuto

1. Introduzione

2. Il settore europeo del retail: dati essenziali

- 2.1. Una importanza economica e sociale poco riconosciuta
- 2.2. Il retail è un generatore di impiego
- 2.3. Le PMI e microimprese, attori principali
- 2.4. Modelli Retail: il Mediterraneo, Gran Bretagna e Nord

3. Le sfide del retail europeo: un approccio globale

- 3.1. Riconoscendo il ruolo del commercio retail
- 3.2. Difendere il tessuto retail delle PMI
- 3.3. Guadagnare competitività
- 3.4. Proteggere il modello di vendita retail del Mediterraneo
- 3.5. Le priorità politiche della comunità e la vendita al dettaglio

4. Le opzioni strategiche: il campo di battaglia.

- 4.1. Competitività
- 4.2. Modernizzazione
- 4.3. Innovazione
- 4.4. Cooperazione: approccio pubblico/privato
- 4.5. Responsabilità sociale e ambientale

5. Una cornice d'azione comune: lo scenario 2020

- 5.1. Principi di base per una azione comune
- 5.2. Integrare il retail nelle politiche dell'UE: la strategia Europa 2020
- 5.3. I fondi europei per il settore? Il punto di vista orizzontale
- 5.4. Agenzia Europea per i servizi di retail
55. Città intelligenti e retail urbano

6. Sintesi

Guida all’Innovazione Europea

Mappa dell’Innovazione

Abstract

La Guida all’Innovazione è sia una mappa di tutte le esperienze attuate a livello pubblico e semi pubblico, sia una raccolta di dati, progetti, servizi dei progetti partner.

Profilo del contenuto

Metodologia	<p>Tutti i partner che operano a livello regionale devono:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fornire informazioni e dati regionali• Sottolineare singolarità locali.• Mettere a disposizione le esperienze implementate a livello pubblico e semi pubblico:<ol style="list-style-type: none">1. Autorità regionali e locali2. Programmi nazionali con chiaro impatto a livello locale3. Università4. Centri di ricerca5. Programmi di associazioni di commercianti al dettaglio6. Istituti d’Innovazione7. Altri.
--------------------	---

Informazioni	<p>Progetti e servizi Programmi d’investimento, programmi d’assistenza tecnica (includendo budget e fonte di finanziamento). Queste informazioni fanno anche parte di VP (agenti innovativi).</p> <p>Dati e informazioni strutturate</p> <ul style="list-style-type: none">• Occupazione (linda).• Occupazione (dimensione globale del settore in termini di occupazione).• Occupazione (medio per azienda, negozio).• PIL (lordo).• PIL (dimensione globale del settore).• Investimenti in Innovazione (compresa la forza della competitività, l’imprenditorialità, il risparmio energetico e le azioni di marketing globale).• Investimenti in Innovazione (la dimensione globale del settore).• Innovazione (fonte di finanziamento: nazionale, regionale, locale e distribuzione per categoria: autorità regionale, università, CCI, ecc.).• Numero di imprese a livello regionale.• Nuove imprese aperte negli ultimi 2 anni.• “Morte” di imprese negli ultimi 2 anni. <p>Dati e informazioni non strutturate:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analisi SWOT.• Bisogni d’innovazione del settore.• Bisogni d’investimento del settore.• Altro supporto pubblico chiesto dal settore.• Sfide principali future (collettive) strategiche.
---------------------	--

REFERENZE

Questa Guida è il risultato di una accurata ricerca e compendio delle informazioni più rilevanti provenienti dalla documentazione di progetto dei Partner.



ESPAÑOL



Projet cofinancé par le Fonds
Européen de Développement Régional

Project cofinanced by the European
Regional Development Fund

Resultados del proyecto

Transferencia de las mejores prácticas innovadoras en el sector minorista

REINPO RETAIL
Políticas innovadoras regionales para reforzar el sector minorista



ABRUZZO SVILUPPO SPA
SOCIETÀ DI PROMOZIONE INDUSTRIALE

Prólogo

El sector minorista en la UE ha estado sufriendo una falta de Investigación y Desarrollo e Innovación, un alto nivel de fragmentación y varios obstáculos durante los últimos años.

El sector minorista representa el 13% del PIB de la Unión Europea y da empleo a 15 millones de personas a partir de 2 millones de empresas. A pesar de ello, este sector adolece de una insuficiente inversión directa en la innovación y el desarrollo. Con el fin de alcanzar los objetivos de Lisboa y Gotemburgo y el futuro de la estrategia de la Unión Europea 2020, la competitividad de las empresas debe mejorar

El Proyecto REINPORETAIL pretende alcanza estos objetivos mediante la mejora del acceso a la innovación para las empresas minoristas, la identificación de conocimientos innovadores en el comercio minorista en toda Europa, y el diseño de herramientas comunes innovadoras.

El tema principal de este proyecto es mejorar y reforzar el sector de la venta al por menor a través de una mejor comprensión de los problemas y las necesidades, del promover la cooperación entre los principales actores económicos y territoriales y fomentar la innovación y el uso de herramientas TIC.

Toda esta propuesta se llevará a cabo mediante la creación de un “mapa del minorista innovador”: una comunidad virtual (como un entorno de colaboración) en el sector minorista. A través de esta plataforma, todos los actores involucrados van a poner en práctica sus mejores experiencias y problemas y se ayudan mutuamente para reforzar el sector minorista.

Además, el socio principal, la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Castellón aprovechará las iniciativas y estudios que ha realizado en los últimos años centrados en el diseño y mejora de nuevos modelos y políticas para el sector minorista. La posible transferencia de este enfoque será la base de esta propuesta.

En general, la innovación en el sector de la venta al por menor es una novedad para la mayoría de los territorios y de los actores económicos que participan en el proyecto. Por lo tanto, verdaderas políticas innovadoras y acciones piloto para las partes interesadas al por menor con el valor añadido de la transnacionalidad se pusieron en marcha.

En Europa, aunque no hay muchos productos transnacionales o dinámicas como en sectores como la industria o los servicios, hay muchas iniciativas públicas de apoyo al sector. Compuesto, en muchos casos, de las microempresas de menos de 5 miembros, el sector carece de mecanismos europeos para acceder a la innovación. En este sentido, el hecho de que el Libro Blanco del Comercio 99 no se llevara a cabo ha consistido en un detrimento de un sector que no tiene voz en Europa y carece de mecanismos de cooperación adecuados entre los agentes involucrados.

En la actualidad, no hay ambiente de colaboración (comunidad virtual) equivalente al propuesto en el proyecto. Todas las plataformas europeas estudiadas y analizadas se concentran en el comercio electrónico y comercio B2B, y permiten sólo la interacción entre vendedores y compradores que ofrecen y compran sus productos en línea. La plataforma pretende crear este espacio de conocimiento para analizar el sector de la distribución, la mejora de una sociedad heterogénea capaz de transferir conocimientos y crear un sistema innovador.

Todos los socios del proyecto han desarrollado y trabajado en iniciativas locales y regionales relacionadas con el sector minorista, que será una ventaja a la hora de analizar la situación del sector, las necesidades y las nuevas formas de innovación y competitividad. Las Cámaras de Comercio han estado trabajando directamente con sus asociaciones minoristas, las PYME y otras partes interesadas locales. Las regiones tienen una gran experiencia en el diseño de nuevas formas de innovación comercial y una aplicación real en sus territorios, pero necesitan un punto de vista práctico, con el fin de mejorar las políticas de innovación regionales. Aparte de eso, algunos socios de Grecia y Eslovenia han llevado a cabo estudios con Europa del Este (Bulgaria ...) como experiencias de Cooperación transfronteriza y buenas prácticas que se podrían desarrollar para la continuidad y la apertura de otras áreas MED.

Por vez primera, la experiencia de todos los socios permitirá el proyecto de desarrollo de un producto superior, transnacional e interdisciplinario, que fomente el desarrollo económico y la innovación a través de la implementación de una nueva marca al por menor en la zona MED.

EL PROYECTO REINPO RETAIL

Políticas Innovadoras Regionales para reforzar el sector minorista

REINPO RETAIL es el nombre de un proyecto europeo, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), que tiene como objetivo mejorar las políticas de innovación en el sector minorista.

REINPO RETAIL tiene por objeto mejorar las políticas regionales para incorporar la innovación en el sector comercio y servicios en el Mediterráneo, centrándose en la capacidad de investigación y desarrollo tecnológico, y en la promoción del espíritu empresarial, el desarrollo de nuevos negocios e iniciativas innovadoras, a través de la promoción de una Plataforma Tecnológica 2.0 que permite la implantación de servicios comunes para el desarrollo local y la promoción económica de las redes de agencias en el Mediterráneo.

La zona geográfica abarca los territorios principales y más importantes en el área mediterránea: España (Comunitat Valenciana, Andalucía), Italia (Abruzzo, Campania y Lazio), Grecia (Grecia Occidental y del East Macedonia Trace), Francia (Ródano) y Eslovenia (Slovenija). Cada región tratará aspectos locales y regionales: las regiones de la Comunidad Valenciana, Andalucía, Abruzzo y Grecia occidental y los territorios de Nápoles, Drama, Lyon y Koper. Siguiendo las directrices del Programa MED, el proyecto abarcará las principales áreas.

Todos los socios muestran las diferentes características de la zona MED: áreas desarrolladas y urbanizadas, regiones con necesidades específicas en el sector de venta al por menor, con diferentes estructuras económicas y con el fin de mejorar su crecimiento económico sostenido.

El parternariato Reinp Retail está compuesta por 9 socios de 5 países diferentes (Francia, Grecia, Italia, Eslovenia y España):

- La Cámara de Comercio de Castellón,
- La Junta Regional de Andalucía de Cámaras de Comercio,
- El Ministerio de Desarrollo Económico, Innovación y Tecnología e Informática de la Región de Abruzzo,
- La Cámara de Comercio de Nápoles,
- La Universidad Telemática Internacional UNINETTUNO,
- La Cámara de Comercio de Drama,
- La Cámara de Comercio e Industria de Heraklion,
- La Cámara de Comercio e Industria de Lyon,
- El Centro de Desarrollo de la Universidad y el Incubador de la Universidad de Primorska.

Valor añadido transnacional del proyecto reinpo minorista

La Comunidad virtual REINPO RETAIL permite la transferencia de innovación de los organismos públicos a los agentes económicos en el Mediterráneo y promueve, en un ambiente internacional, las acciones piloto de las 5 Cámaras de Comercio participantes, inspiradas en las políticas diseñadas por las Administraciones Públicas y controladas por un centro de investigación.

La transnacionalidad aumenta el conocimiento de los territorios locales y regionales y las empresas y el intercambio de experiencias y buenas prácticas, que reúne a actores clave para **fortalecer la investigación, la dimensión política y empresarial del proyecto.**

Objetivos

- Mejorar las políticas regionales en el sector de venta al por menor a través de la innovación, centrándose en las capacidades regionales de investigación y desarrollo tecnológico, apoyando las empresas, los nuevos empresarios y las iniciativas innovadoras en el sector minorista.
- Crear una comunidad virtual para la transferencia de buenas prácticas en el sector de la venta al por menor que se convierte en una referencia a nivel europeo.
- Definir una red de agentes innovadores en el sector minorista en el Mediterráneo. Desarrollar el primer Mapa Europeo de Innovación Multisectorial integración de experiencias y buenas prácticas en el sector minorista de la zona mediterránea.
- Diseñar un Catálogo de Buenas Prácticas en el sector minorista.
- Elaborar una Guía de la Innovación Europea de Comercio de la UE dirigida a las PYME.
- Crear un Libro Verde sobre la innovación en el sector minorista que fomente la colocación de venta al por menor como una prioridad en la definición de las políticas de la UE.

El proyecto se llevará a cabo en tres etapas:

1. **Creación de una plataforma de colaboración (Comunidad Virtual)**, técnicamente lista para insertar el primer mapa de conocimiento del sector minorista a nivel transnacional, que incluye los estudios y análisis realizados a nivel regional.
2. **La transferencia de innovación de los agentes regionales públicos a los agentes económicos** que participan en el proyecto.
3. **Ejecución de proyectos piloto**, lo que refuerza la transnacionalidad y la capitalización de los resultados y mejora el potencial innovador de los agentes y la competitividad.

Los proyectos piloto se centrarán en cuatro áreas estratégicas:

1. Las TIC.
2. Innovación del comercio
3. Innovación de Comercio Verde.
4. La innovación en la implementación de nuevos negocios.

El proyecto tratará de promover los resultados a escala europea, demostrando el potencial del sector de la distribución y la Comunidad Virtual creado por los socios.

Principales productos y resultados

- **Plataforma Virtual:** primera red a nivel europeo centrada en Venta al por menor e Innovación.
- **Libro Verde de la Innovación y venta al por menor:** porque necesitamos acciones de lobby en Bruselas para obtener apoyo y para reforzar la competitividad del sector minorista.
- **Definición y selección de agentes INNOVADORES:** más de 100 agentes clave seleccionados sobre la base de su perfil innovador.



La Cámara de Comercio de Castellón es un órgano consultivo y de colaboración que tiene como principal función la representación, promoción y defensa de los intereses generales de las empresas de la provincia de Castellón. El CC de Castellón ofrece servicios especiales (información, programas y capacitación) para las empresas centradas en actividades en los ámbitos de la innovación, negocios internacionales, TIC, medio ambiente, gestión, construcción, etc.

EL PROYECTO PILOTO

Objetivos del proyecto piloto	<ul style="list-style-type: none">• Análisis del sector minorista.• Propuestas de distribución al por menor.• Marketing, merchandising y las propuestas de TIC.• Propuestas de ahorro de energía.• Propuestas innovadoras.• Nuevas inversiones.• Posicionamiento en el mercado objetivo.• Dinamización y promoción.• Realizar evaluaciones individualizadas sobre el estado de la innovación tecnológica y la eficiencia energética en las empresas y realizar propuestas de mejora en ambos aspectos.
Metodología	Firma de un Acuerdo entre Centre Ciutat Castelló y la Cámara de Comercio de Castellón. 22 empresas han sido seleccionadas para una primera reunión celebrada el 19 de abril con los minoristas de la Asociación.
Campo de acción	<ol style="list-style-type: none">1. Consiste en cuatro líneas de acción:2. 1. Diagnóstico de Punto de Venta (POP).3. 2. Calidad de Servicio y Soporte al Cliente4. 3. Auditorías de eficiencia energética.5. 4. Planes del tutorial de gestión en el sector minorista.

Servicios para las PYME

1. Diagnóstico del Punto de Venta (POP)

Análisis de los principales aspectos del sector minorista:

- Gestión minorista.
- Identificación de fortalezas y debilidades.

Modernización de los POP (Point of Purchase):

- Dirigir a los minoristas a un modelo de negocio rentable.
- Establecer estrategias para la optimización de los recursos.
- Promover un plan de acción de mejora.
- Definir las mejoras e inversiones a realizar.
- Ser una base para hacer un plan técnico y estratégico para garantizar.

2. Calidad de servicio y auditorías de soporte al cliente “Cliente Misterioso”

- Auditoría basada en la técnica del cliente misterioso.
- Análisis de Venta al por menor en relación con su trabajo diario con el fin de determinar los parámetros de lealtad de sus compradores y hacer una evaluación de soporte al cliente y un plan de mejora.
- Eficiente herramienta de investigación que proporciona una herramienta para mejorar la calidad de servicio.

3. Auditoría de eficiencia energética

Análisis del consumo de energía de la propuesta de venta al por menor y mejora.

Objetivos:

- La reducción de la demanda energética.
- Mejorar la eficiencia energética en el sector minorista.
- Reducir los costos de energía (ahorros en la factura).
- Reducir el impacto ambiental asociado a este consumo de energía.



4. Tutorial del plan de gestión al por menor

De acuerdo con el punto 1 y 2, se recomendará uno de los siguientes planes de acción:

- Mostrar ventanas: Aplicación de diseño y las técnicas de la instalación de escaparates.
- Superficie de compra: Organización y distribución de los departamentos y de las familias en la superficie de venta.
- Zona de exposiciones: instalación y exhibición de los productos en las estanterías de las tiendas.
- Entretenimiento y promoción: Entretenimiento y plan de promoción en los puntos de venta.

Servizi per le PMI

Número de PYME que participan

21

Número de diagnóstico en las PYME

88

Número de PYME capacitados

22

Número de acciones de formación/información organizadas

- 1 primera reunión con los empresarios. Información sobre el proyecto.
- 1 curso de formación sobre gestión de venta para las empresas involucradas.
- 4 reuniones por empresa con el consultor y el personal de la Cámara de Comercio de Castellón para la presentación de los resultados de los informes individuales, para analizar los resultados y proponer acciones de mejora, 4 acciones de trabajo de campo por el consultor.
- 4 sesiones de seguimiento del proyecto cada seis meses con las empresas





La Corporación de Derecho Público que representa y coordina las catorce Cámaras de Comercio e Industria de Andalucía, defiende los intereses socio-económicos de la región. La ACCC brinda asistencia a las empresas de la región, promoviendo la internacionalización a través de misiones comerciales a través de la facilitación y la detección de oportunidades de negocio en terceros países.

A screenshot of a video conferencing software interface. On the left, there is a sidebar with a video feed of a woman, a list of attendees, and a chat window. The main area shows a presentation slide. The slide has a red header with the text "Cámaras Andalucía" and "Cámaras Andalucía del Comercio e Industria". It also features logos for MED (Mediterranean Europe), the European Regional Development Fund, and UNED. The main content of the slide is titled "REINPO RETAIL MEETING: ANDALUSIAN PILOT PROJECT" and includes the date "Marzo 2012".

EL PROYECTO PILOTO

Objetivos del proyecto piloto	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar y difundir un manual de buenas prácticas en materia de innovación en el comercio minorista.• Crear una herramienta de autodiagnóstico sobre la innovación en los negocios• Dirigir una discusión sobre la innovación en el comercio en Andalucía, desde el envío de información sobre REINPO MINORISTA a los principales agentes institucionales y empresariales y solicitar su cooperación.• Realizar un taller para presentar los resultados y animar a los pequeños comerciantes a la innovación.		
Campo de Acción	La acción principal será un taller sobre la innovación en el comercio minorista		
Servicios para las PYME	Elaboración y difusión de un manual de buenas prácticas en materia de innovación en el comercio minorista.		
Herramientas para la PYME	Herramienta de autodiagnóstico sobre la innovación en los negocios.		
Número de PYME que participan	40	Número de diagnóstico en las PYME	10 diagnósticos
Número de PYME capacitados	40 asistentes 12 asistentes	Número de acciones de formación / información organizadas	<ul style="list-style-type: none">• Un taller en Andújar el 12 de abril, de 15.30 a 18.30 h• Reunión Virtual del 21 de marzo, 10: 00 h para el proyecto y la presentación de resultados (buenas prácticas en materia de TIC y auto herramienta de evaluación de las TIC para minoristas)





Organización sin fines de lucro que actúa como motor de la competitividad de las 71.000 empresas que contribuyen a la vitalidad de la región de Lyon. La CCI de Lyon trabaja para impulsar la competitividad de las empresas y el área local, representa los intereses empresariales, aumenta la capacidad de formación de las empresas y acelera el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

EL PROYECTO PILOTO

Objetivos del proyecto piloto	<p>La CCI de Lyon ha colaborado con la red “Líderes del Comercio de Lyon”, que reúne a unos 60 minoristas innovadores de área metropolitana de Lyon, que buscan desarrollar sus marcas a nivel nacional e internacional. “Líderes del Comercio de Lyon” ha sido creado por la CCI de Lyon para ayudar a sus miembros a desarrollar su negocio más rápido. La mayoría de los comerciantes de Líderes del Comercio de Lyon son parte de los agentes económicos con los que el CCI de Lyon desarrollará iniciativas piloto en el marco del proyecto REINPO RETAIL. Un “New Business” no puede disociarse de las TIC y el comercio electrónico, el CCI de Lyon ayudará a las PYME a desarrollarlas en sus empresas.</p>
Campo de Acción	Servicios de venta minorista, a la persona.
Servicios para las PYME	<p>Los tenderos, seleccionados por el CCI de Lyon, reciben un apoyo específico:</p> <ul style="list-style-type: none">• Una persona dedicada que le da un toque personal a la relación, a conceder a los comerciantes las peticiones de una manera muy reactiva, les informa sobre las acciones colectivas adecuadas: merchandising de punto de venta, Franchising Fair, “tenderos de Lyon en MAPIC”, reuniones de inteligencia comercial...• Configuración de instrumentos de Inteligencia comercial desarrollados a medida del cliente y de acuerdo a las necesidades de los comerciantes. Busqueda de presupuestos y apoyo en el desarrollo de estudios específicos.• Se organizan reuniones temáticas para todos los miembros de Líderes del Comercio de Lyon: el crecimiento del financiamiento, franquicias, TIC, comunicación, recursos humanos...• Talleres de Tecnologías Interactivas

- *Forma y contenido:* demostración, conferencias, intercambios, enlace con los proveedores. Nuevas tecnologías aplicadas a merchandising, promoción de punto de venta, control de stock: aplicaciones móviles, RFID, código QR, vitrinas inteligentes, pantallas táctiles sensibles, realidad aumentada, escaparate interactivo
- *Resultados que se esperan:* Benchmarking - Buenas prácticas, referencias documentales, proveedores de referencia
- *Objetivo:* sensibilización de los minoristas sobre las nuevas tecnologías y los nuevos usos capaces de mejorar su oferta a los clientes. Creación de un soporte específico con expertos para promover su desarrollo (pre-diagnóstico, recomendaciones para el plan estratégico...).

Diagnóstico Web

- *Forma y contenido:* El diagnóstico en línea con preguntas abiertas y cerradas
- *Temas:* estrategia, el suministro, y demanda, ubicación, montaje de taller, recursos humanos, medios técnicos, estrategia de comercio electrónico, estructura de sitio web, e-marketing, las normas y las cuestiones de regulación...
- *Resultados que se esperan:* Recomendaciones y propuestas de entrega, información, orientación
- *Objetivo:* proporcionar un posicionamiento correspondiente a los minoristas según el diagnóstico para aumentar el número de nuevos clientes y para generar nuevos contactos

Herramientas para la PYME

Promoción - Comunicación

- *Forma y contenido:* La competencia de los sitios web con los mejores criterios de selección y evaluación por un panel de jueces - Ceremonia de Premios
- *Resultados que se esperan:* Profesionalización. Fortalecer la colaboración entre los minoristas y los expertos web.
- *Objetivo:* Aumentar la calidad de los sitios web de comerciantes. Promoción del conocimiento de los minoristas y los expertos web.



Número de PYME que participan	74	Número de diagnóstico en las PYME	74 auto-diagnósticos realizados en línea: www.cci-diagnostic.fr en 44 tiendas: artículos para el hogar (30%), belleza y bienestar (30%) equipo de la persona (25%), alimentos (10%), otros (5%).
			29 citas con un consejero CCI: análisis adicional sobre la ergonomía, gráficos, contenido, etc.

Número de PYME capacitadas	39	Número de acciones de formación / información organizadas	<p><i>Talleres:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - “Las futuras tiendas y tiendas inteligentes” 17/10/2011 - Tenderos de Lyon en MAPIC: las nuevas tecnologías y las nuevas tendencias de consumo noviembre de 2011 - “¿Qué respuesta a las expectativas de los nuevos consumidores ?” 18/06/2012 <p>Público objetivo: Minoristas</p>
-----------------------------------	----	--	--



UIP – Centro de Desarrollo de la Universidad e Incubadora de la Universidad de Primorska ESLOVENIA



UIP vincula el ámbito académico con la economía con el fin de extender la cultura empresarial entre los grupos de la región. UIP ofrece un servicio de asistencia completo en términos de infraestructura y asesoría empresarial para PYME de reciente desarrollo de alto valor agregado innovadoras y nuevos niveles superiores de investigación de la región.

Informe de seguimiento del Proyecto Piloto



Cámara de Comercio e Industria de Heraklion

GRECIA



Órgano consultivo y asesor que representa, promueve y supervisa la producción industrial a pequeña y gran escala, el comercio y los servicios en beneficio de la economía nacional. El CCI de Heraklion da apoyo a las empresas locales para promover acciones que estimulen la iniciativa empresarial mediante la organización de talleres, la difusión de información y la prestación de asistencia.

LOS PROYECTOS PILOTO

Objetivos de los proyectos piloto	Innovación de comercio
Campo de acción	<ul style="list-style-type: none">Sector de Venta al por menorPYME locales comerciales en el centro de la ciudad en la ciudad de Heraklion.Tabernas tradicionales locales y restaurantes en el centro de la ciudad de Heraklion.Servicios de transporte local (taxis) dentro de la ciudad de Heraklion.
Servicios para las PYME	<ul style="list-style-type: none">Apoyo administrativo y técnico sobre la ejecución de la acción.Apoyo promocional de la acción.Acciones de difusión a la comunidad local y empresarios locales.La creación y distribución de material informativo relacionado con la acción.

Proyecto piloto 1 - Simpratto

Acción “ΣΥΜΠΡΑΤΤΩ” (APARCAMIENTO DE ACCIÓN) entre la Cámara de Comercio de Heraklion y de la Asociación Comercial de Heraklion que se enfocan en el apoyo de los consumidores en forma de descuentos en el sector de estacionamiento de la ciudad de Heraklion, con la cooperación de los minoristas.

El aparcamiento de acción incluye las siguientes líneas de aplicación:

- La cooperación de los propietarios de estacionamientos de Heraklion con las empresas comerciales de la ciudad que ofrece: Descuentos especiales de 15-20% de las pymes a los consumidores que compran productos de estas tiendas y han aparcado su coche en plazas de aparcamiento contratados
- Reducción del boleto de estacionamiento a todos los clientes, incluyendo categorías especiales tales como las familias que tienen más de 3 niños y personas con discapacidad que han hecho compras en comercios afiliados
- También incluye la creación de material informativo de «ACCIÓN DE APARCAMIENTO», que incluye un mapa de la ciudad contratada con tiendas y plaza de aparcamiento y acción material de información.
- Además de la creación de adhesivos de la acción «aparcamiento» que se colocan en lugares prominentes en las tiendas afiliadas y áreas de estacionamiento. Además incluye la promoción y comunicación de la acción a través de la prensa impresa y electrónica (TV y radio, portales de Cámara de Comercio de Heraklion y la Asociación Comercial de Heraklion).

La promoción y de información, tanto de los consumidores y el mundo comercial a través de la realización de varios eventos. Tal como eventos en la Plaza de los Leones y fuera de la Logia (en consulta con el Ayuntamiento de Heraklion), incluyendo

- La distribución de un mapa de «aparcamiento» de los consumidores
- La distribución de material informativo sobre la iniciativa «aparcamiento» de la población local.
- Información a los comerciantes/tenderos acerca de esta particular iniciativa apunta tanto a la inscripción de nuevos miembros y la expansión de los empresarios a través de la participación de los restaurantes / tabernas / fast-food
- Colocación de una mesa junto a la Asociación de Comercio de Heraklion, con material relevante.

Herramientas para la PYME

Proyecto piloto 2 - Punto de Descuento

Cámara de Comercio de Heraklion en colaboración con la Asociación Comercial de Heraklion y la Autoridad Portuaria de Heraklion han desarrollado un programa promocional específico y hecho a medida diseñado y destinado a atraer más cruceros de turistas a visitar las tiendas comerciales de nuestra ciudad. La creación e impresión de la señal de descuento “Punto de descuento” que se entregarán (gratis) a las empresas locales que participarán en la acción piloto. El mapa presenta con colores intensos la entrada de visitantes/turistas en el centro de la ciudad y las principales calles comerciales de la ciudad que fueron declaradas como las calles comerciales. En el mapa existía la señal de “Punto de Descuento”, que mostró que las empresas comerciales ofrecen tarifas especiales - descuentos en los visitantes de cruceros. Este mapa fue compartido por el servicio de la Autoridad Portuaria de cada pasajero que visitó la ciudad. La señal de descuento “Descuento Point” (punto con entrega) fue pegada en las ventanas de los locales comerciales en los que los pasajeros de los cruceros tienen ofertas especiales. Las señales fueron entregadas a las empresas comerciales que ha firmado un convenio con la Asociación Comercial de Heraklion. Un folleto explicativo describe de una manera más analítica de la operación de la señal de descuento nueva se ha creado así. El folleto fue entregado junto con el mapa en la salida del puerto de Heraklion. Además ocho placas direccionales nuevas fueron construidas y se colocaron en el camino a la ciudad desde el puerto en el que se mostraron las calles comerciales con el Punto de señal de Descuento nuevo.

Herramientas para la PYME

Número de PYME que participan

PROYECTO PILOTO 1
116

PROYECTO PILOTO 2
250



Cámara de Comercio e Industria de Drama GRECIA



Organización no lucrativa que desempeña un papel fundamental en el desarrollo general y el crecimiento de la región de Drama por apoyar a la economía local y la promoción del espíritu empresarial de la región. El CCI de Drama presta asistencia a las pequeñas y medianas empresas de la región de Drama y apoya el desarrollo económico, comercial y empresarial de la zona.

EL PROYECTO PILOTO

Objetivos del proyecto piloto	Comercio Verde
	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar el desempeño ambiental de las Pymes con los objetivos estratégicos y de posición, y evaluar los resultados.• Óptima gestión - explotación de los recursos naturales, la energía, las materias primas en todas las etapas de las PYME => beneficio Ambiental y Económico.• Minimizar la cantidad de residuos producidos y la gestión óptima / utilización mediante la aplicación de reciclaje/ reutilización => beneficio Ambiental y Económico.• Reunión informativa sobre los medios de comunicación nacional y el marco institucional de la UE de protección del medio ambiente y la gestión, y para los derechos, obligaciones, posibilidades y oportunidades por sector.• Mejorar la conciencia ambiental y la adopción de la conciencia verde en las PYME a través de la implementación de procedimientos para Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) para el desarrollo económico y el medio ambiente.• Desarrollar e implementar propuestas basadas en la evidencia para las PYME, las comunidades locales, la sociedad y el medio ambiente.• Obtener una ventaja competitiva para las PYME mediante la aplicación de políticas ecológicas y certificación.

Acción campo

Ciento dieciocho compañías en Drama participaron en el proyecto piloto, ya sea a través de cuestionarios o a través de la plataforma electrónica. Todos los datos se introducen en el sistema. Las Empresas Pymes fueron informadas sobre el espíritu empresarial verde, ahorro de energía, la eficiencia del agua y otros factores de riesgo que llevan a la contaminación ambiental a través de la plataforma electrónica verde.

En esta categoría, DOTSOFT trabajó para la participación de las organizaciones locales de apoyo a las instituciones de la iniciativa empresarial y la formación para el desarrollo de políticas de iniciativas piloto que ayuden a desarrollar el programa REINPO. Estos servicios están respaldados por una “innovación Wizard europea” al Comercio.

Servicios para las PYME

La Cámara crea un Emprendimiento Verde Manual como una guía útil y mejores prácticas empresariales verdes.

1 Estudiar e informar sobre la participación de 118 empresas del área de Comercio Verde.

Un estudio llevado a cabo mediante un cuestionario, utilizando el método de la entrevista personal, entrevista telefónica y la realización del método en línea a través de la página que se ha creado para el proyecto REINPO RETAIL (<http://version.ds.dotsoft.gr/reinpo/questionnaire>).

- Gestión de la Energía
- Ahorro de electricidad
- Aire frío/calor
- Iluminación
- La utilización de las energías renovables
- Gestión de los Recursos Hídricos
- Gestión de Residuos

Número de PYME que participan

118

Número de PYME capacitados

20

Número de acciones de formación / información organizadas

1 taller:

para innovar la educación en el comercio con el tema central del medio ambiente.

El tema es la decisión de “invertir” en las prácticas ecológicas en el diseño, producción, desarrollo, promoción, venta y uso de productos y servicios ofrecidos por la pequeña y mediana empresa.



Cámara de Comercio de Nápoles ITALIA



Naples Chamber of Commerce



La tercera CCI más grande de Italia que opera a un nivel regional, nacional y europeo mediante el apoyo a las 230.000 empresas registradas en Nápoles en todas sus actividades de internacionalización y promoción territorial, incluida la comercialización y la exportación, así como proporcionar la economía y la información financiera, capacitación, la investigación económica, la ayuda a la innovación, certificación de calidad, el arbitraje y la conciliación.

EL PROYECTO PILOTO

Objetivos del proyecto piloto	Innovación de Comercio / Marketing
Campo de acción	<p>El proyecto piloto para las empresas comerciales y de hostelería en Nápoles incluirá 21 empresas de las 7 perlas de Nápoles (Nápoles, Ischia, Capri, Procida, Los Campos Flegreos, Pompeya y el Vesubio, la costa de Sorrento)</p> <p>La Cámara de Comercio de Nápoles es el coordinador del sitio piloto, a cargo de la organización de las PYME en el sitio piloto y de coordinación de actividades comunes en el sitio piloto.</p>
Servicios para las PYME	<p>El objetivo general es desarrollar una plataforma integrada de marketing móvil, aprovechando plenamente las nuevas aplicaciones de medios sociales y medios de comunicación, para potenciar las PYME que operan en el turismo minorista más amplio y de hostelería. La autoría y herramientas de gestión de campañas que permitan que los creadores de contenido pongan su negocio en Internet móvil y fácilmente lancen sus campañas de marketing móvil.</p> <p>Después de descargar las aplicaciones nativas, prácticamente todo propietario de un teléfono inteligente será capaz de utilizar los servicios.</p>

Herramientas para la PYME

El conjunto de herramientas de marketing ofrece una gran variedad de medios de comunicación de alcance, incluyendo:

- Una rica y nueva herramienta de creación de medios de comunicación para crear micro sitios móviles hacia el establecimiento de presencia móvil fácilmente y llegar a los clientes de telefonía móvil.
- Una campaña de marcadores físicos y una herramienta de seguimiento de conversiones que se puede imprimir y/o unir a los productos, tiendas o incluso las paredes, con el fin de promover a los consumidores los servicios móviles y de los productos.
- Una gestión de campañas y una herramienta de seguimiento flexible de conversiones que ofrece la funcionalidad de envío de mensajes promocionales a los consumidores móviles con aplicaciones habilitadas.
- Análisis para interpretar el comportamiento de los consumidores móviles cuando se accede a promociones, campañas y presencia móvil.
- Aplicaciones para llegar a usuarios móviles finales/consumidores en cualquier lugar y hora, con acceso a través de Google Play

Típicos escenarios de casos de uso:

Contactos

Escanear un código de contacto permite a un dispositivo móvil almacenar la información contenida como una tarjeta de contacto. El propietario de un negocio puede instalar este tipo de código para que el usuario/cliente a:

- Acceda a esta información en cualquier momento para comunicarse con la empresa seleccionada (por teléfono, correo electrónico, etc),
- Localice una tienda,
- Acceda a un perfil de Facebook u otras cuentas del SNS (por ejemplo, para ser informado sobre ofertas especiales, etc)

Eventos

La categoría de eventos permite la generación de códigos que contienen información sobre un evento específico. Escanear un código de evento muestra toda la información del evento. La información también se puede almacenar en el calendario del dispositivo móvil (en función del sistema operativo del dispositivo móvil).

Un código de evento se puede utilizar para:

- Permitir que una nueva tienda proporcione información sobre su día de apertura
- Que una empresa informe sobre un evento especial (por ejemplo, conciertos, seminarios)
- Informar a una audiencia potencial acerca de una demostración de nuevos productos.

Puntos de interés	<p>El código PDI contiene información sobre un punto específico de interés (por ejemplo, una tienda, una gasolinera, etc)</p> <p>Usted puede usar un código QR POI para indicar la posición exacta de su tienda. Por ejemplo, instalar un punto de interés en un aeropuerto o una estación de ferrocarril para dirigir a los clientes potenciales a su negocio de alquiler de coches</p>
Texto	<p>Un código de texto contiene cualquier tipo de información en forma de texto simple. Las aplicaciones de un código de texto son ilimitadas. Por ejemplo, usted puede:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalar un código al lado de cualquiera de sus productos para proporcionar toda la información posible (por ejemplo, tamaños, colores disponibles, información de precios, uso típico, etc) • Proporcionar ofertas especiales, vales de descuento para días específicos o tipos específicos de productos o servicios
Sms	<p>Los códigos generados en esta categoría permiten que el dispositivo de escaneo envíe directamente un SMS a un número deseado en un solo paso. Un SMS se puede utilizar para casos diversos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permitir que un usuario se suscriba a los servicios, a fin de recibir información futura acerca de nuevos productos, campañas promocionales, etc • Participar en eventos promocionales, concursos, loterías • Reservar un producto, una mesa en un restaurante, etc • Solicitar una actualización de progreso para una orden existente
Correo electrónico	<p>Los códigos generados en esta categoría permiten que el dispositivo escanee para enviar directamente un correo electrónico a un contacto deseado en un solo paso.</p> <p>Utilice un código de correo electrónico para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permitir al usuario convertirse en un miembro de su empresa, con el fin de recibir información futura de nuevos productos, campañas promocionales, etc • Participar en eventos promocionales, concursos, loterías • Permitir que los usuarios envíen por correo electrónico a la empresa las posibles preguntas sobre productos o cualquier otra información, comentarios, quejas permisos de archivos...

URL	<p>Un código de URL permite que el dispositivo de exploración visite directamente a Graffiti especificado (dado que todos tienen permalinks) o página web.</p> <p>Usar un código de URL para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir a los clientes a la página de destino móvil con el logo de su tienda, su ubicación y datos de contacto. • Seguir fomentando su actividad de marketing a través de ofertas o eventos incluidos en la página de destino • Redirigir a los clientes a sitios web específicos que ofrezcan productos o cualquier otro tipo de información, lo que reduce la carga de trabajo de su empresa
Coordinadas Geo	<p>Un código de Coordenadas Geo contiene información geográfica (dirección y coordenadas geo) acerca de una localización específica, que se puede visualizar en el navegador web del dispositivo de exploración ya sea en una aplicación de mapas compatible o utilizando el dispositivo (a través de Google Maps).</p> <p>Deje que su audiencia conoce la posición exacta de su tienda y fácilmente recibir instrucciones de navegación (a través de Google Maps).</p>
Llamada telefónica	<p>El código de llamada del teléfono permite que el dispositivo de exploración coloque directamente una llamada al número de teléfono específico. Permite que sus clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llamen directamente para participar en eventos promocionales (por ejemplo, un concurso, responder a una pregunta específica a ganar premios) • Hagan un pedido a través del teléfono • Accedan directamente a la atención al cliente.
Sitios móviles	<p>La herramienta proporciona una mayor flexibilidad en el diseño de un sitio móvil: desde una sencilla página de destino a un sitio móvil completo. Por supuesto, la PYME puede crear una página de embarque única con una variedad de contenido (oferta diaria, sorteos, cupones, etc)</p> <p>Las PYMES crean una página de destino con una oferta diaria y asocian la página con un código QR. Cuando el usuario final escanea el código QR, él o ella recibe la oferta. Al día siguiente, la PYME puede cambiar la oferta (creación de la página de destino nuevo) o incluso poner un sitio lleno móvil en su lugar.</p> <p>Otra opción es que el SME cree una página de aterrizaje con un cupón o lotería. Los clientes pueden hacer clic o escanear el cupón y recibir los beneficios. La PYME puede en cualquier momento modificar la página de destino, cancelando o actualizando el cupón/lotería.</p>

Mensajes promocionales

Los mensajes de notificaciones están disponibles para una pléthora de actividades, eventos, ofertas, promociones, tiendas/información de restaurante. Por ejemplo, un restaurante o un bar pueden enviar una notificación de inserción para un evento especial a todos los usuarios finales que tienen la aplicación instalada en su Smartphone.

Las campañas de notificación pueden ser dirigidas, es decir, un grupo específico de audiencia puede ser seleccionado en base a:

- Fecha
- intereses de usuarios.

Por último, a través de notificaciones, se puede enviar la dirección URL. Cuando la dirección URL está integrada con un sitio móvil o incluso una página de destino que ha sido creada, el contenido puede cambiar dinámicamente. El URL sigue siendo el mismo, pero en el extremo posterior del contenido puede variar de acuerdo a las necesidades de la SME. Por último, los conceptos adicionales de campaña que cubren las necesidades específicas de marketing de tal voluntad del PYME piloto como notificaciones de hora feliz, cupones, un elemento de forma gratuita por tiempo limitado, etc.

APS

A través de la aplicación de la Lealtad. El usuario final móvil será capaz de recibir las notificaciones de las campañas de las PYME participantes. También contará con un lector de código QR, que le permitirá leer todos los códigos QR.

Por último ofrecen, la oferta de gestión de los códigos QR que han sido escaneados y la categorización junto con las campañas de un historial de notificaciones para facilitar su recuperación futura.





Fundada en 2005, la Universidad Telemática Internacional UNINETTUNO (UTIU) surgió del Consorcio NETTUNO, una asociación sin fines de lucro de 43 universidades italianas y extranjeras, promovidas por el Ministerio Italiano de Educación, Universidad e Investigación.

UTIU ofrece títulos académicos reconocidos en Europa y representa la continuación y el éxito del proyecto Med Net'U Red Mediterránea de Universidades, financiado por la Comisión Europea en el marco de trabajo del programa de cooperación EUMEDIS con el objetivo de crear una Universidad Euromediterránea a Distancia. En estos años la Universidad Telemática Internacional UNINETTUNO ha diseñado y realizado planes de estudios comunes que son reconocidos en Europa y en algunos países del mundo árabe.

PLATAFORMA VIRTUAL DE REINPO RETAIL <http://reinpo.uninettuno.org>

Objetivos de la Plataforma	Intercambio de conocimientos que: <ol style="list-style-type: none">1. Está a disposición de las empresas.2. Beneficia la interacción y el diálogo entre los agentes3. Permite el intercambio de experiencias y propone nuevos proyectos.4. Se convierte en una referencia en el sector minorista europeo
Herramientas de la Plataforma	<ul style="list-style-type: none">• Entorno virtual con herramientas de gestión.• El sistema global proporciona un entorno virtual que permite el registro de los agentes y la gestión (inserción, edición, búsqueda, visualización) de los proyectos y las propuestas.• El sistema también ofrece un foro con diferentes áreas para el intercambio de información entre las partes interesadas.• También ofrece varias herramientas para la gestión de los usuarios finales y administradores de la plataforma (creando foros, actualizaciones de datos, roles, usuarios, páginas web, componentes, etc.)
Gestión del directorio de los miembros de la asociación	El sistema permite, como se describe a continuación, la gestión de los miembros (agentes) que están registrados y los socios del proyecto. También ofrece herramientas para la creación dinámica de los directorios de los usuarios filtrados con criterios específicos y que permite la creación y validación de nuevos usuarios.

Servicios avanzados de búsqueda	El sistema permite, como se describe a continuación, la búsqueda según diferentes criterios, opcionalmente combinables, de los usuarios de la plataforma y los proyectos y propuestas. Cada uno de los tipos anteriores tiene un conjunto específico de criterios de búsqueda.
Foro general y foro de comunidades de conocimiento temático	El sistema incluye, como se describe a continuación, una zona de foro con foros temáticos sobre temas específicos de interés de los usuarios de la plataforma. Es posible definir un moderador para cada foro y de restringir el acceso a ellos. Además, todas las características típicas del foro han sido implementadas
Banco de iniciativas y proyectos	El sistema contiene, como se describe a continuación, un mecanismo para la inserción, la gestión, la búsqueda y visualización de proyectos y las iniciativas. Esta herramienta permite el intercambio de información, la asociación de agentes a los proyectos, etc. Es posible crear directorios dinámicos de los proyectos sobre la base de criterios de búsqueda
Banco de propuestas para proponer proyectos de colaboración entre los miembros	El sistema contiene, como se describe a continuación, un mecanismo para la inserción, gestionar, buscar y mostrar las propuestas de colaboración. Esta herramienta permite el intercambio de información, la asociación de agentes a los proyectos, etc. Es posible crear dinámicamente directorios de proyectos basados en criterios de búsqueda
Acciones de dinamización en línea: suministro de directorio, las contribuciones de expertos y colaboradores, invitaciones, noticias, etc.	El sistema contiene herramientas para la creación de noticias e información, con el subyacente CMS. Además, muchas herramientas y módulos permiten la generación dinámica de la información. Los criterios adecuados de autenticación (roles) permiten editar el contenido



Administración de la Comunidad

Contenidos de la sección:

1. Cómo convertirse en un socio? Este espacio describe los requisitos que los miembros deben cumplir y el proceso para formar parte de la red.

Una página especial se ha creado en CMS con instrucciones sobre cómo llegar a ser un miembro de la red.

En la página hay enlaces para acceder al módulo de registro, la administración de perfiles y la búsqueda de proyectos y propuestas.

2. Gestión de agentes: a través de este espacio, los socios podrán registrarse (formulario de acceso), cambiar sus datos o cancelar su membresía. Será necesario disponer de un nombre de usuario y una contraseña.

Se desarrollaron módulos dedicados para manejar la fase de registro de un agente y para permitir la gestión de los datos de un perfil.

Con respecto a la inscripción de un nuevo agente, una forma con las entradas requeridas se llevó a cabo como se describe en las especificaciones.

En el formulario de registro de los registros se administran por artículos en el vocabulario tal como se definen en la especificación.

Los elementos de las listas se gestionan a través de las funcionalidades de la CMS.

El nombre de usuario y una contraseña para iniciar la sesión se generan automáticamente.

Una notificación por correo electrónico que contiene las credenciales se envía al usuario.

Es posible activar la aprobación de un usuario a los usuarios autorizados de la plataforma (usuarios con función apropiada).

Finalmente, un control de código de la imagen se proporciona en la página con el fin de evitar el acceso fraudulento por software que explore la red.

Con respecto a la gestión de un perfil de agente, hay un módulo que permite la gestión y la edición de los datos introducidos.

Los usuarios con privilegios suficientes (los administradores) pueden entrar en la edición de varios perfiles, mientras que el agente sólo puede cambiar su propio perfil.

Cualquier información previamente insertada, pero las credenciales de inicio de sesión se puede cambiar.

En este módulo, también es posible asociar proyectos a los agentes proyectos.

3. Directorio de agentes: este sistema de búsqueda generará directorios basados en diferentes criterios: país, campos de acción, los servicios prestados y áreas de interés. Se creó un módulo que permite a todos los usuarios navegar por los agentes en la plataforma.

Los criterios de selección, opcionalmente combinables, incluyen: el país, el alcance, los servicios prestados, el área de interés. Los criterios permiten la creación dinámica de directorio de agentes de filtrado con la política elegida.

Los Proyectos

Contenidos de la sección:

1. Proyectos e iniciativas: en esta sección se describen el objetivo de disponer de un catálogo de proyectos, animando a los socios a presentar sus mejores proyectos.

Una página especial se ha creado con CMS con indicaciones sobre cómo participar, gestionar y buscar proyectos en REINPO.

En esta página están los enlaces para acceder a las funciones principales para la gestión de proyectos y la búsqueda y el registro de nuevos agentes.

2. Nuevos proyectos: esta sección contiene una descripción de los proyectos más recientes presentados por los agentes. Se creó un módulo que muestra los proyectos más recientes en orden cronológico inverso. Se muestra el resumen de los datos, incluyendo el título, el tipo de pareja, el tipo de proyecto, la nación, el alcance, las fechas de los proyectos. Es posible acceder a una página que contiene todos los detalles de un proyecto. También es posible ordenar los proyectos por fecha o por otros criterios.

3. Gestión de proyectos: esta sección permitirá a los socios hacer a un autodiagnóstico de sus proyectos, el registro y la modificación de los proyectos presentados.

Se han desarrollado módulos capaces de manejar la creación de un nuevo proyecto o iniciativa y que permiten la gestión de los proyectos asociados a un agente.

En lo que respecta al registro de un nuevo proyecto se creó un módulo especial que implementa las siguientes entradas descriptivas: título del proyecto, fecha de inicio, fecha de finalización, la visibilidad, la integridad, el tipo de socio, tipo de proyecto, país, siglas, descripción, información, resúmenes, y el margen de maniobra. También es posible insertar una imagen relacionada con el proyecto.

La creación de un nuevo proyecto se lleva a cabo sólo después de la autenticación del usuario.

En lo que respecta a la gestión de proyectos/iniciativas, se creó un módulo que permite la gestión y la edición de los datos introducidos, después de la autenticación en el sistema. Los usuarios con privilegios suficientes (los administradores) pueden entrar en la edición de varios perfiles, mientras que el agente puede cambiar sólo los proyectos asociados a su propio perfil.

4. Directorio del proyecto: esta sección incluye un sistema de búsqueda de proyectos por fecha, tipo de pareja y campo de acción.

Se creó un módulo disponible para todos los usuarios en los que es posible la búsqueda de proyectos e iniciativas en la plataforma.

Los criterios de selección pueden ser combinados e incluyen: el tipo de socios, el ámbito operativo, la fecha de inicio, la fecha de llegada.

Los criterios permiten la creación dinámica de los proyectos/acciones directorios de acuerdo a los filtros, es posible entonces seleccionar y ver los detalles de cada proyecto.

Región Abruzzo ITALIA



ABRUZZO SVILUPPO SPA
SOCIETA' DI PROMOZIONE INDUSTRIALE

El Ministerio de Desarrollo Económico, Innovación Tecnológica e Informática de la Región Abruzzo apoya la economía regional, tanto en términos de promoción y desarrollo de la competitividad, y en términos de armonización y seguimiento del mercado interior, mediante la promoción de la iniciativa empresarial y el apoyo a programas de desarrollo territorial e internacionalización del sistema económico regional.

Acción 1: Acciones Innovadoras Minoristas en el Informe de Área Med

Misión	Elaboración de un informe sobre las acciones innovadoras en el Área Med
Objetivos	Enfatizar el concepto cambiante del sector de comercio al por menor, que no sólo actúa como un canal de entrega de productos a los clientes, sino que forma una parte fundamental de la cadena de valor del productor para formular estrategias empresariales de productores. Definir los patrones significativos en el sector minorista
Metodología	El informe se realizó a través de una búsqueda cuidadosa de las experiencias más innovadoras en el comercio al por menor en la zona afectada.



Objetivos

Al salir de los escenarios y con el apoyo de nuestras observaciones anteriores, los temas clave de innovación están estrechamente relacionados con la internacionalización, los cambios en la demanda de los consumidores como para las soluciones de TIC relacionadas con estas demandas.

Algunos de los temas principales de innovación identificados en este estudio son los siguientes:

- **Sostenibilidad o “verde”.** Este es un “driver” fundamental para el desarrollo de nuevos formatos comerciales, cadenas de suministro verdes y eco-eficientes y la logística, elegantes edificios energéticamente eficientes, materiales innovadores de embalaje.
- **Personalización.** Basada en las TIC y estilos de vida cambiantes, la personalización conduce a productos y servicios innovadores y personalizados, así como cambios en la organización de la cadena de valor. La personalización masiva combina la personalización y la producción en masa.
- **Soluciones TIC.** Detrás de la mayoría de las innovaciones se encuentra el papel de las TIC como tecnología instrumental. Esto incluye servicios basados en las TIC, como parte de los sistemas de servicios de productos en todo el ciclo de vida del producto, lo que permite una eficiente logística y cadenas de suministro, y la interacción que permite al cliente-productor y la co-creación.

Sobre la base de estos criterios se ha buscado en la red analizar y evaluar algunas experiencias innovadoras en el comercio minorista, la estructuración del informe de acuerdo con un patrón significativo:

- **Acción de los minoristas ambientales:** se cuentan las acciones innovadoras llevadas a cabo y promovidas por las grandes empresas de distribución que operan en el área MED para la preservación del medio ambiente
- **La sostenibilidad en el sector minorista:** se dan algunos ejemplos concretos, como las pequeñas tiendas griegas, en un momento de crisis económica interpretan las responsabilidades y las oportunidades de venta al por menor en clave verde.
- **Innovación en productos:** se dan ejemplos de propuestas de productos innovadores que nacen en un lugar como Chipre, en la que parece difícil de llevar a cabo innovaciones.
- **Innovaciones TIC:** se analizan ejemplos de innovación en TIC en diferentes ámbitos de apoyo a la venta al por menor.

Acción 2: Redes

Misión	Promoción de la Red, fundador de la asociación del proyecto, para la innovación en el sector minorista.
Metodología	Elaborar el protocolo; Definir la base de datos de los interesados; Involucrar a las partes interesadas; Firmar el protocolo/s Promover los protocolos firmados
Objetivos	Protocolo firmado



LOS PRINCIPALES PRODUCTOS

Las mejores prácticas para fomentar la innovación Guía Best Practice del sectore del comercio minorista

Resumen

La obra es una recopilación de las mejores prácticas de los socios del proyecto comercial REINPO RETAIL. Los socios del proyecto proceden de Grecia, Italia, Eslovenia, Francia y España. El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio ha sido el socio a cargo de recolectar, seleccionar y recopilar las mejores prácticas escritas por los socios.

Los socios implicados en este paquete de trabajo son:

- Cámara de Comercio e Industria de Lyon con experiencias sobre los nuevos conceptos de venta al por menor,
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Castellón, con experiencias en torno a la eficiencia energética,
- Drama y la Cámara de Comercio e Industria Heraklion, con experiencias en comercio verde,
- Cámara de Comercio e Industria de Nápoles, con las buenas prácticas en la restauración,
- Región de Abruzzo,
- Consejo Regional de Cámaras de Comercio de Andalucía , con experiencia en las tecnologías de comunicación e información en el comercio minorista.

El trabajo consistió en la recopilación, entre las experiencias de los participantes, de las experiencias que permitieran ilustrar cómo las empresas innovan y superan nuevos retos, la adaptación tecnológica y el cuidado del medio ambiente. Algunas de las experiencias de los participantes no se refieren directamente a las particularidades del negocio al por menor, sino a las actividades de servicios complementarios, tales como restaurantes, consultoría, etc.

Esta compilación experiencias tiene como objetivo inspirar a otras empresas en la búsqueda de la innovación y la superación de nuevos retos.

Libro verde sobre la guía minorista de innovación

Resumen

Libro Verde para el desarrollo de una estrategia común para la mejora del modelo al por menor en el Mediterráneo.

El sector minorista europeo tiene que afrontar desafíos típicos de un período de transición profunda de la economía europea. Hay una serie de preocupaciones comunes entre los actores del sector al por menor en los países mediterráneos, que es necesario dar a conocer y deben encontrarse las soluciones. El papel económico y social de la venta al por menor es poco reconocido. Es necesario adquirir una nueva dimensión de la comunidad europea que se refleje en las políticas de la UE.

Objetivos del Libro Verde

- Dar a conocer, a través de una serie de datos clave, la importancia del sector de la venta al por menor, especialmente en el ámbito mediterráneo.
- Identificar las características básicas del modelo de venta al por menor en el Mediterráneo.
- Sentar las bases de una estrategia de protección y mejora de nuestro modelo de venta al por menor a través de las políticas comunitarias.
- Definir nueva representación y mecanismos de intercambio para los agentes del sector minorista..

Esquema del contenido

1. Introducción

2. El sector minorista europeo: datos esenciales

- 2,1. La importancia económica y social poco reconocida
- 2,2. La venta al por menor como generador de empleo
- 2,3. Las PYME y las microempresas, los actores principales
- 2,4. Modelos minoristas: el Mediterráneo, británicos y nórdicos

3. Los retos de la distribución europea. Un enfoque global

- 3,1. Reconociendo el papel de la distribución europea
- 3,2. La defensa del tejido PYME al por menor
- 3,3. Ganar competitividad
- 3,4. La protección del modelo de distribución del Mediterráneo
- 3,5. Las prioridades de las políticas comunitarias y la venta al por menor

4. Las opciones estratégicas: el campo de batalla.

- 4,1. Competitividad
- 4,2. Modernización
- 4,3. Innovación
- 4,4. Cooperación: enfoque público / privado
- 4,5. La responsabilidad social y ambiental

5. Un marco de acción común: el escenario 2020

- 5,1. Principios básicos de un marco de acción común
- 5,2. La integración del menor en las políticas de la UE: Europa 2020
- 5,3. Los fondos europeos para el sector. La vista horizontal
- 5,3. Agencia Europea para los servicios y el comercio minorista
- 5,4. Las ciudades inteligentes y retail urbano

6. Síntesis

Guía europea de innovación / mapa de innovación

Resumen

La Guía de la innovación es un mapa de todas las experiencias llevadas a cabo en los niveles públicos y semi-públicos y una colección de datos, cifras, proyectos, servicios de los proyectos asociados.

Esquema del contenido

Metodología	<p>Todos los socios que trabajan a nivel regional: Información Regional = fechas regionales = cifras regionales. Subrayando singularidades locales.</p> <p>Todas las experiencias llevadas a cabo en los niveles públicos y semi-públicos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Las autoridades regionales y locales.2. Los programas nacionales con un claro impacto a nivel local.3. Universidades.4. Los centros de investigación.5. Asociación de Minoristas de programas.6. Innovación Institutos.7. Otros.
Búsqueda de la información necesaria	<p>Proyectos y servicios</p> <p>Las inversiones, programas de asistencia técnica (incluyendo el presupuesto y fuente de financiación). Esta información también es parte de los VP (agentes innovadores).</p> <p>Datos y cifras: información estructurada:</p> <ul style="list-style-type: none">• Empleo (bruto).• Empleo (cifra comparativa: el tamaño global del sector en términos de empleo).• Empleo (media por empresa, tienda).• PIB (bruto).• PIB (cifra comparativa: el tamaño global del sector).• La inversión de innovación (bruta - incluyendo fuerza de la competitividad, el espíritu empresarial de ahorro de energía, y las acciones de marketing global).• La inversión de innovación (cifra comparativa: el tamaño global del sector).• Innovación (fuente de financiamiento: nacional, regional, local y distribución por categorías: la autoridad regional, la universidad, ICC, etc.).• Número de empresas a nivel regional.• Nuevos negocios abiertos en los últimos 2 años.• Negocios “muertos” en los últimos 2 años. <p>Datos y cifras: no estructuradas de información:</p> <ul style="list-style-type: none">• Análisis DAFO.• Necesidades de innovación del sector.• Necesidades de inversiones del sector.• Otras ayudas públicas formuladas por el sector.• El futuro principal (colectivo) desafía el punto de vista estratégico.

REFERENCIAS

Esta Guía ha sido realizada a través de una búsqueda cuidadosa de la mayoría de la información proveniente de los documentos de los socios del proyecto.

PROJECT PARTNERSHIP

- Chamber of Commerce of Castellón**
 Avda. Hermanos Bou, 79 - 12003 Castelló
 Tel./Fax +964 35 65 00/ +964 35 65 10 www.camaracastellon.com

Ref. Project:	José Antonio Martínez Noelia Pérez	jmartinez@camaracastellon.com nperez@camaracastellon.com
----------------------	---------------------------------------	--
- Andalusian Council of Chambers of Commerce**
 C/ Santo Tomás 13, 41004 Sevilla
 Tel./Fax +95 4501303/ +95 4218645 www.camarasandalucia.com

Ref. Project:	Mariló Galán	mgalan@camarasandalucia.org
----------------------	--------------	--
- Abruzzo Region/Abruzzo Sviluppo Spa**
 Piazza Ettore Troilo 27 65127 Pescara (PE)
 Tel./Fax + 39 085.67078/ + 39 085.67078 www.abruzzosviluppo.it

Ref. Project:	Elena Tiberio	elenatiberio@abruzzosviluppo.it
----------------------	---------------	--
- Chamber of Commerce of Naples/Com-Tur**
 Corso Meridionale, 58 - 80143 Napoli
 Tel./Fax +39 081266512/ +39 0815634839 www.com-tur.com

Ref. Project:	Manuela Barzan	barzancomtur@gmail.com
----------------------	----------------	--
- International Telematic University UNINETTUNO**
 Corso V. Emanuele II, 39 00186 Roma ITALIA
 Tel./Fax +39 06/69207673 www.uninettuno.it

Ref. Project:	Raimondo Sepe	r.sepe@uninettuno.it
----------------------	---------------	--
- Chamber of Commerce and Industry of Drama**
 Lambrianides STR. 66100 Drama, Greece
 Tel./Fax +30 2521055160/+30 2521025835 www.dramanet.org

Ref. Project:	Alkis Papademetriou	pap@dramanet.gr
----------------------	---------------------	--
- Chamber of Commerce of Heraklion**
 14 Koronaio Str., GR 71202, Heraklion Crete, Greece
 Tel./Fax +30 2810342136/ +30 2810227189 www.cbeh.gr

Ref. Project:	Georgia Dimari	dimari@cbeh.gr
----------------------	----------------	--
- Chamber of Commerce and Industry of Lyon**
 Place de la Bourse 69002 Lyon Cedex 02
 Tel./Fax +33 (0)472405782/ +33 (0)472405950 www.lyon.cci.fr

Ref. Project:	Laurence Jacquinot	Jacquinot@lyon.cci.fr
----------------------	--------------------	--
- University development Center and university incubator of Primorska (UIP)**
 Ferrarska ulica 8 6000 Koper – Slovenia
 Tel./Fax +386 5 611 79 50/ +386 5 611 79 59 www.uip.si

Ref. Project:	Petra Dežot	petra@uip.si
----------------------	-------------	--

Edited by Abruzzo Sviluppo on behalf of the partner Abruzzo Region



Programme Co-financed
by the European Regional
Development Fund

Chamber of Commerce of Castellón
Camera di Commercio di Castellón
Cámara de Comercio de Castellón



Andalusian Council of
Chambers of Commerce,
Industry and Navigation.
Consiglio Andaluso
delle Camere di Commercio,
Industria e Navigazione
Consejo Andaluz de Cámaras
de Comercio, Industria
y Navegación



Chamber of Commerce and Industry of Lyon
Camera di Commercio e Industria di Lione
Cámara de Comercio e Industria de Lyon



UIP - University development center
and university incubator of Primorska
UIP – Centro Universitario
e Incubatore di Primorska
UIP – Centro Universitario de Desarrollo
de la Universidad e Incubadora de Primorska



Chamber of Commerce and Industry of Heraklion
Camera di Commercio e Industria di Heraklion
Cámara de Comercio e Industria de Heraklion



Chamber of Commerce and Industry of Drama
Camera di Commercio e Industria di Drama
Cámara de Comercio e Industria de Drama



Chamber of Commerce of Naples
Camera di Commercio di Napoli
Cámara de Comercio de Nápoles



International Telematic
University UNINETTUNO
Università Telematica
Internazionale UNINETTUNO
Universidad Telemática
Internacional UNINETTUNO



Region of Abruzzo
Abruzzo Sviluppo SPA
Regione Abruzzo
Abruzzo Sviluppo SPA
Región de Abruzzo
Abruzzo Sviluppo SPA



ABRUZZO SVILUPPO SPA
SOCIETÀ DI PROMOZIONE INDUSTRIALE