

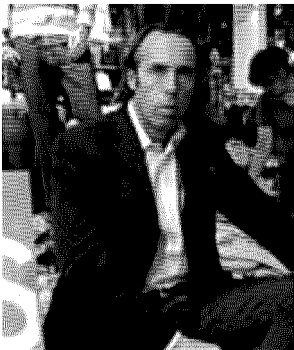
## Abbigliamento Nei negozi Camerini virtuali Oviesse si allea con Google

VENEZIA — Metti un camerino di prova in cui, oltre ad uno specchio, quasi nemmeno indispensabile, ci siano un monitor e una piccola videocamera. Immagina che dall'interno sia possibile provare capi d'abbigliamento senza indossarli ed avere, tuttavia, una simulazione più che affidabile sull'effetto che potrebbero avere addosso.

Questo, sia pure in senso ancora generale, dato che i dettagli saranno presentati giovedì prossimo, a Milano, sarà l'esperienza che i clienti Ovs (gruppo Coin) potranno sperimentare inizialmente in alcuni negozi pilota grazie ad un'intesa fra l'azienda del fashion e Google.

«Il primo retailer italiano – spiega Stefano Beraldo, amministratore delegato di Coin – si prende l'impegno di offrire soluzioni nuove ed esperienze di acquisto multicanale. Il negozio rimarrà il luogo elettivo dove si completa la relazione con il cliente, ma sarà arricchito da nuove esperienze di informazione e coinvolgimento».

Il debutto della tecnologia è affidato al



**Alla guida**  
Stefano Beraldo, amministratore delegato di gruppo Coin: gli sviluppi sul fronte dei negozi anticipa la quotazione di Oviesse

negozio Ovs di via Dante, a Milano, fra due giorni, e da lì si potrà comprendere se i nuovi strumenti siano effettivamente in grado di far risparmiare tempo al cliente e al personale. Di sicuro potrà essere un momento divertente. Dallo schermo in camerino si potrà ad esempio chiamare un addetto alla vendita segnalando di cosa si ha bisogno, di vedere in tempo reale le alternative in termini di taglie e colori dei capi in prova e di condividere in tempo reale l'aspetto complessivo dell'abbinamento con i propri contatti tramite i social network. E ancora non basta, perché tramite Street view, cioè la funzione di Google che permette di osservare a 360 gradi il contesto in cui ci si trova dal piano stradale, sarà possibile «entrare» negli altri negozi Ovs alla ricerca di un ca-

po, ottenere le indicazioni stradali per raggiungere il sito oppure, in alternativa, ordinarlo ed attendere il suo arrivo.

Per Eric Haddad, direttore per l'Europa meridionale di Google, l'esperienza coinvolgerà dipendenti e i clienti «in un percorso di innovazione che unisce la collaborazione sociale, la funzionalità di ricerca, le mappe e le applicazioni di Google per migliorare le prestazioni a tutti i livelli».

