

Arredamento tendenze oltre il secolo

Come sarà il negozio del Duemila? L'evoluzione a cui il mercato dell'Arte Bianca ha assistito nel corso di questi ultimi anni, ha avuto, com'era prevedibile, una notevole ripercussione anche sul punto vendita e sul suo arredamento.

La domanda su come si evolverà il negozio nei prossimi anni non è poi del resto troppo retorica, soprattutto in virtù delle nuove disposizioni, a livello normativo, cui il comparto dei commercianti è andato incontro nel corso degli ultimi mesi.

Il D.M. 114 del 24/4/98 sul commercio, già entrato in vigore, oltre a segnare una tappa fondamentale nella rapidissima evoluzione dei mercati, mette nuovi e vecchi commercianti di fronte ad una realtà ben precisa: l'abolizione delle vecchie tabelle merceolo-

IL FENG SHUI NELLA VENDITA

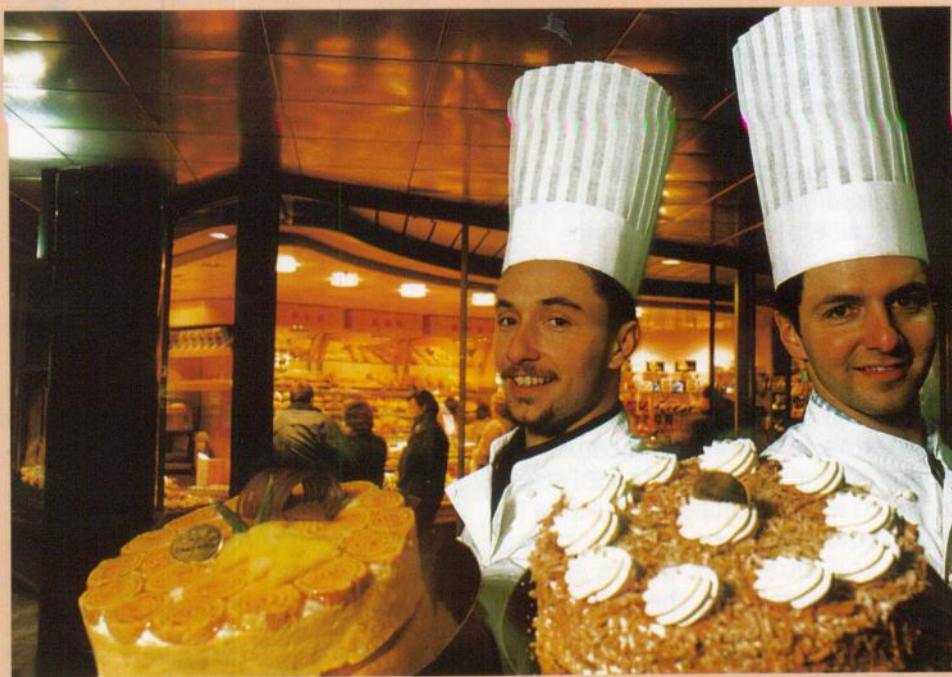
Il Feng Shui è un'antica arte cinese che mira a creare armonia, bellezza e positività intorno ad una persona. È una disciplina risalente ad oltre quattromila anni fa che, in base a numerose considerazioni, determina dove è meglio costruire una casa, in quale modo arredarla, dove posizionare gli oggetti, quali materiali e colori privilegiare per creare l'equilibrio indispensabile al benessere fisico e mentale di un individuo.

Per prima cosa bisogna individuare i punti cardinali perché ad ognuno di essi corrisponde uno dei cinque elementi del Feng Shui: acqua a nord, legno a est, fuoco a sud, terra al centro e metallo a ovest. Ad ogni elemento si associano materiali e colori: nulla deve essere lasciato al caso perché ogni ambiente è un microcosmo articolato e complesso.

Importante è far circolare liberamente il Chi, definito dai cinesi il soffio vitale, l'energia. Fondamenta-

le è pure la luce, meglio se proveniente da tante fonti differenziate per intensità, gli specchi possono multipli-

carla e quindi diventano indispensabili. Soprattutto un ambiente di lavoro deve essere luminoso, infatti occorre te-



giche che permette la vendita dei prodotti più diversi all'interno di ogni singolo spazio commerciale e la possibilità di aprire attività commerciali senza alcuna iscrizione alla Camera di Commercio.

Se questa mini rivoluzione si ripercuoterà, com'è prevedibile, in ogni settore, ciò sarà ancora più vero nei comparti della pasticceria, panificazione, gelateria, pasta fresca e pizza.

La pasticceria deve, oggi più che mai, puntare su un prodotto di alta qualità che solleciti la fantasia del cliente, su una produzione artigianale fresca e, per catturare il passante, occorre puntare su un laboratorio a vista perché è il pasticciere che lavorando "in vetrina" conquista i propri clienti. Naturalmente anche l'esposizione dei prodotti è importante, devono essere posti in maniera funzionale ed invitante. L'ambiente deve essere piacevole, con toni di colore appropriati, con una illuminazione corretta, con gli spazi concepiti in modo funzionale al cliente ed al servizio.

Inoltre è necessario analizzare se

approfittare della nuova legge che abolisce le tabelle merceologiche per diversificare al massimo l'offerta oppure specializzarsi e fare esclusivamente ciò che sappiamo fare meglio.

L'arredamento deve risultare quindi coerente alla nostra scelta.

Se puntiamo sulla diversificazione la pasticceria può avere l'angolo bar, il banco con esposte le vaschette del gelato, l'esposizione refrigerata di torte gelate e semifreddi, la vetrina ventilata per la cioccolateria, il banco per la pasticceria fresca e torte, la zona calda per pizze, salatini e spuntini vari per il mezzogiorno; un'ampia offerta, nello stesso locale con i confini sempre meno netti.

Tutte queste offerte dovranno essere coordinate e presentate nel modo giusto, la tecnologia avanzata di numerose aziende di arredamento propone soluzioni tecniche e compositive che massimizzano la visibilità dei prodotti garantendone la tenuta ottimale.

In un mondo in continuo fermento, il pasticciere può puntare anche sul

catering o sul banqueting e, se il locale si trova in una zona centrale o vicina ad uffici, sfruttare la sua posizione per proporre il mezzogiorno in pasticceria, con menu semplici, veloci e gustosi.

Anche per i locali che tendono ad una specializzazione il mercato del design propone varie soluzioni, da quelle più mirate verso la cioccolateria a quelle che puntano sulle esigenze dell'artigiano che offre il dolce fresco, a soluzioni che si avvalgono di specifici marchi come ad esempio la Merenderia e Dolce e Salato delle Officine Bano.

Il panificio, proprio per far fronte alla crescente competizione costituita dalla grande distribuzione è sempre meno semplice "forno per la produzione e vendita di pane", ma rappresenta una "boutique del fresco", laddove per fresco si intendono tutti quei prodotti freschi di forno e di produzione artigianale.

Pane, nelle sue diverse fogge, pizette, snack dolci e salati già da tempo hanno trovato il loro spazio sugli

ner presente che negli angoli bui non circola energia. Naturalmente vanno osservate anche le teorie dello yin e dello yang per contrapporre forme e colori. Gli animali e le piante sono utili per portare l'energia della natura in casa.

I negozi ed i loro arredamenti, se costruiti considerando la lunga pratica di osservazioni, intuizioni ed immagi-

nazione provenienti dagli antichi saggi cinesi, tendono a sprigionare energia positiva e benessere, quindi la teoria spiega che i clienti si sentiranno attratti da questi locali.

Un esempio: la pasticceria Bachmann di Lucerna, Svizzera, costruita nella stazione ferroviaria della città.

"Il nostro negozio - aveva sostenuto Matthias Bachmann, pensando ad una

ristrutturazione - deve essere un'isola di distensione, relax nel mezzo del febbrile ambiente della stazione. Il personale alle vendite e l'ambiente stesso devono stabilire dei rapporti vitali, sani e spontanei, trasmettendo ai clienti l'energia positiva". Un compito non facile per le esistenti caratteristiche, la difficile pianta architettonica del negozio, le voluminose offerte di merce ed i grossi flussi di vendite.

La sfida di offrire ai clienti un ambiente di distensione ed intimità è riuscita bene. È stato impiegato un anno di lavoro per elaborare il progetto di ristrutturazione, ma il tutto si è concretizzato in soli dieci giorni, grazie alla collaborazione dell'architetto Marc Jöhl e della Wescho.

L'obiettivo che si voleva raggiungere ha portato Bachmann sempre più vicino alla saggezza ed alla filosofia del Feng Shui. Attraverso l'armonia della forma e l'ottimale gioco d'insieme dei vari elementi e materiali si è rafforzato positivamente il flusso energetico dello spazio e lo si è trasmesso alle persone.



La pasticceria Bachmann, all'interno della stazione ferroviaria di Lucerna, Svizzera, ristrutturata seguendo i principi del Feng Shui.

A sinistra, Raphael e Matthias Bachmann di fronte alla loro pasticceria che presenta, fin dall'approccio esterno, totale visibilità del negozio e dei prodotti.

scaffali, mentre pasta fresca, semplice e ripiena, prodotti di pasticceria e pizze stanno conquistando spazi sempre più ampi del negozio.

A questi molto probabilmente si ag-

giungono altri prodotti freschi quali latte, yogurt, e, com'è prevedibile il layout del negozio subirà una evoluzione in questo senso.

Sempre nell'ottica di una facile e

utile esposizione, senza mai dimenticare il fattore estetico, il negozio si orienta sempre più verso uno stile naturale.

È ovvio che nelle classiche vetrine fino ad ora utilizzate, proprio a seguito dell'introduzione di questi piatti pronti o freschi vengono affiancate anche le vetrine refrigerate, che permettono la conservazione di prodotti deperibili.

In Italia il settore degli arredi e delle attrezzature espositive per negozi, tuttavia, non è ancora facilmente quantificabile, anche a causa dell'estrema frammentazione del mercato che rende difficile aggregare i dati relativi al fatturato complessivo.

È pertanto possibile confermare la situazione positiva degli anni passati; prendendo come termine di riferimento alcune delle aziende più significative del settore dell'arredamento, l'export ha per lo più registrato un incremento pari al 25% della produzione globale, con un interesse particolare per i mercati asiatici.

La previsione per la fine dell'anno è che tale cifra raggiunga la percentuale record del 30%.

Benché molti e diversi siano i cambiamenti in atto nel settore, è innegabile che oltre al fattore primario dell'igiene, diventa sempre più importante l'aspetto coreografico e la funzione informativa sui prodotti esposti, relativamente ad ingredienti, norme di legge.

Il consumatore vuole essere informato, e l'arredamento si conferma ancora essere uno degli strumenti di marketing più interessanti per la vendita di un insieme di prodotti.

Il razionale sfruttamento degli spazi, la corretta applicazione delle teorie sulla comunicazione visiva, la creazione di zone operative ben precise, un locale armonioso con personale motivato, l'illuminazione ad arte per attrarre lo sguardo su determinati prodotti per favorire l'acquisto di impulso, sono tutti elementi che aiutano ad incrementare le vendite.

È inoltre bene ricordare che, nel settore degli arredamenti, il gusto ed il design italiano, unitamente alla qualità ed alla resistenza dei materiali, sono rinomati in tutto il mondo, e presi a modello come fonte di ispirazione.

Non è infatti un caso che le aziende leader, presenti anche quest'anno al Siab, siano oggi i partner preferiti anche da grandi catene internazionali.

FIAT LUX

La luce è benessere e si può puntare proprio su di lei per aumentare le vendite. È il tipo di luce scelto che permette di esaltare o minimizzare l'effetto dei colori dell'ambiente e l'atmosfera che si intende creare. Un raggio di luce ben posizionato attira l'occhio.

Anche in un negozio esposto al sole, la luce naturale non è sufficiente e deve essere sposata con quella artificiale.

La luce non deve essere abbagliante né generare calore, in quanto danneggerebbe i prodotti e sarebbe difficile da sopportare da parte dei venditori. Al contrario, i prodotti che è bene servire caldi come pizze, quiche e torte salate, dovrebbero beneficiare di un'illuminazione al quarzo che permette di mantenerli caldi facendoli risaltare.

Una buona illuminazione significa fornire luce in quantità e qualità adeguate alle esigenze dell'ambiente, garantendo insieme comfort ed efficienza.

La qualità della luce richiede: 1) una corretta distribuzione delle luminanze in modo da evitare fenomeni di abbaglio (diretto o riflesso) e per consentire il riconoscimento degli oggetti (contrasto); 2) il rispetto della colorazione naturale degli oggetti e degli ambienti (temperatura di colore e resa cromatica).

Ad esempio nello spazio riservato alla consumazione, la luce deve essere dolce e diffusa per creare un ambiente propizio al rilassamento.

Un sistema di illuminazione si compone dei seguenti elementi: le sorgenti luminose (lampadine), gli apparecchi illuminanti (lampadari), il sistema di alimentazione elettrica e gli eventuali sistemi di controllo/regolazione della luce.

Le sorgenti luminose sono efficienti se emettono più luce a parità di consumo e se presentano un'elevata resa cromatica; si suddividono in lampade ad incandescenza (standard o ad alogeni) e a scarica (fluorescenti, ad alogenuri metallici, a vapori di mercurio ad alta pressione, a vapori di sodio a bassa o ad alta pressione).

Le lampade ad alogeni possono funzionare in bassa tensione 220 V ed alta potenza, da 70 fino a 500 W, e sono indicate per l'illuminazione indiretta degli ambienti interni; oppure sono a bassissima tensione, dai 6 ai 24 V e solitamente a bassa potenza, non oltre i 100 W, richiedono però di un trasformatore di tensione collegato alla rete. Le lampade a scarica si dividono in due categorie principali: fluorescenti, adoperate principalmente per interni, ed a scarica ad alta intensità, (Hid), adatte per l'illuminazione di esterni.

Il mercato offre lampade specifiche per illuminare fiori che negli interni soffrono per la mancanza di sole, lampade decorative che creano giochi di luce diversamente colorata, lampade con differenti temperature di calore.

Gli apparecchi illuminanti servono ad orientare i fasci luminosi secondo la distribuzione più opportuna.

Il sistema di alimentazione è utile per regolare tensione e corrente; i sistemi di controllo sono dispositivi che consentono di poter gestire la quantità di luce artificiale in base alle esigenze effettive per un dato ambiente durante la giornata, anche tenendo conto dell'apporto di luce naturale. Si tratta di sensori di presenza, dimmer, interruttori crepuscolari, stabilizzatori/regolatori di flusso.