



Partner a 360°

TRA AVIVA E IL GRUPPO PINALLI SI È CREATA SUBITO UNA FORTE INTESA, SFOCIATA NELLA REALIZZAZIONE DEI DUE NEGOZI A SARZANA E LA SPEZIA. I PRIMI DI UNA LUNGA SERIE IN LIGURIA E TOSCANA. di Giovanna Maffina

“A fare la differenza, oggi più che mai, è la continua attenzione alle esigenze del cliente, l'assidua ricerca di nuove soluzioni tecnologiche e il costante monitoraggio dell'evoluzione del mercato e delle modalità di consumo. Si tratta di necessità imprescindibili che noi cerchiamo di soddisfare al meglio”. Non ha dubbi **Vincenzo Nobile**, architetto, artefice di Aviva, azienda toscana che da 20 anni è tra le realtà più effervescenti nel panorama dell'arredo per profumerie: per essere vincenti in un mercato sempre più competitivo e soddisfare al meglio le richieste della clientela, bisogna porsi

come partner a 360°, studiando progetti d'arredo 'taylor made', che tengano dunque conto di parametri oggettivi - metratura del punto vendita, contesto in cui è inserito, clientela cui si rivolge ecc. - ma anche di aspettative, sogni e gusti del proprio interlocutore e, non certo ultima, della redditività del punto vendita!

IL SODALIZIO CON IL CLIENTE

Quando poi si incontra il cliente giusto, con cui si entra subito in piena sintonia, il sodalizio porta a risultati davvero sorprendenti. Come nel caso

In questa pagina, la profumeria di La Spezia; nella pagina accanto, la profumeria di Sarzana.





di Gigi e Liliana Pinalli, già titolari di 22 profumerie nel nord Italia, soprattutto in Lombardia ed Emilia Romagna, e ora impegnati in un programma di espansione in Liguria e Toscana. I due coniugi hanno deciso di affidare ad Aviva la realizzazione di due punti vendita particolarmente strategici in quanto fungeranno da start-up all'ambizioso progetto. Ecco il parere dell'intervistato: "Gigi e Liliana Pinalli ci hanno coinvolto nella realizzazione delle prime due profumerie della Pinalli Plan, la nuova società nata per gestire e coordinare il programma di apertura di 16 profumerie in territorio ligure e toscano, nell'arco di 3 anni". Una società nel cui consiglio di amministrazione ci sono Giorgia Pinalli, figlia di Gigi e Liliana, rispettivamente presidente e amministratore delegato dell'azienda madre, e i neo amministratori Alessandro Lamioni e Pier Paolo Salvati. L'inaugurazione dei due negozi è avvenuta in contemporanea lo scorso 15 luglio. Prosegue Vincenzo

Nobile, "Abbiamo lavorato con entusiasmo e in totale armonia, individuando insieme soluzioni innovative ma al tempo stesso calzanti al contesto in cui sono calate, e coerenti con i gusti del nostro cliente. In effetti, credo proprio che i due nuovi punti vendita siano efficace sintesi degli input funzionali ed estetici che connotano la filosofia aziendale del gruppo Pinalli. Liliana Pinalli, in particolare, ha senz'altro avuto il merito di essere la principale interprete della sintesi stilistica e commerciale espressa dal gruppo".

PROFUMERIE ACCESSIBILI

La profumeria di Sarzana, in provincia di La Spezia, situata sulla via Emiliana, si fa notare per le dimensioni: 350 mq di profumeria, con un parcheggio di 1000 mq. La grande superficie è utilizzata per approfondire l'assortimento di profumi, skin care e make up delle migliori case produttrici. L'obiettivo del format è quello di avvicinare un maggior numero di persone ai prodotti top di gamma e quindi di implementare la quota di mercato dei fruitori del 'mondo del lusso'. "La profumeria non è un'entità isolata ma deve confrontarsi e relazionarsi con il mondo che la circonda, dunque è giusto parlare di ambientazione della profumeria più che semplicemente di arredi. E oggi

l'ambientazione deve comunicare al massimo un'idea di accessibilità e fruibilità: accessibilità ai prodotti, in modo tale che ne possa godere il maggior numero di persone, ma anche fruibilità di tutti i servizi offerti dal punto vendita, ivi compreso il servizio. Le realizzazioni 'museali' possono portare a una redemption in termini di immagine e rafforzamento del brand, ma non in termini di redditività del punto vendita, in quanto non finalizzate al ritorno dell'investimento effettuato. Sbaglia chi pensa che il consumatore abbia necessità di ambienti e situazioni



nuove. Si trova a proprio agio in spazi 'aperti' e decodificabili in cui sa di poter entrare, guardare, toccare e, in qualche caso, provare i prodotti esposti". Anche la profumeria di La Spezia, pur avendo caratteristiche diverse da quella di Sarzana, soddisfa queste premesse. Data l'ubicazione nel centro storico della città, in Corso Cavour, è di dimensioni più contenute. "In entrambi i casi è stata posta molta attenzione al mercato di riferimento. In una fase come questa, di contenuta capacità d'acquisto, anche se dal mercato sembrano arrivare lenti segnali di ripresa, l'ambientazione deve essere adeguata, non deve esprimere lusso ostentato ma anzi essere riflesso di un gusto radical-chic che si basa sull'understatement e sull'essenzialità".

