

Lettera per la Qualità ed il Networking di Riccardo Peroni

Un habitat per vendere

E' sempre più frequente trovare una particolare attenzione nel creare un "habitat", un ambiente ed un'atmosfera, funzionali all'attività svolta in un particolare luogo. Questo approccio è ora diffuso anche nei supermercati, nei bar, ecc.¹

Poi ci sono casi di "ricerca di armonia cromatica", tra punti di vendita di aziende, che operano in settori diversi. E' il caso, per esempio, di una Stazione di Servizio IP integrata con un Punto di Vendita Blockbuster. Le due aziende, infatti, hanno una certa "affinità" cromatica. Ancora, nella grande distribuzione, l'area dedicata ai prodotti "freschi" è arredata in modo più "tradizionale" e "caldo" rispetto al resto della scaffalatura del negozio.

Tutto questo trova fondamento nei principi della comunicazione. Anche piccoli dettagli stanno iniziando a prestare più attenzione a questi aspetti, forse aiutati da approcci di marketing (come il franchising) che permettono un più facile passaggio di conoscenze dalle grandi alle piccole e piccolissime imprese.

Tutte queste attività hanno un nome: è una branca del Marketing, il Merchandising ed in particolare (pochi fanno questa seconda distinzione), la maggior parte dei casi che ho menzionato, potrebbero rientrare nel **Visual Merchandising**.

Detto questo...

Sembrerebbe che, in questo campo, ci siano opportunità di lavoro. A questo scopo, per chi, tra i Destinatari delle Lettere fosse interessato, indico le seguenti fonti sull'argomento:

- Un'intervista ad un esperto del settore, Roberto Danieli, tratta da www.vetrinisti.it;
- Un articolo, "Italia a corto di Visual Merchandising", tratto da Milano Finanza Fashion

¹ Ahimé (ma non voglio ora, qui, affrontare questo tema!!!) i luoghi dove, generalmente, non si usano ancora queste tecniche in modo sistematico sono le ASL, le Scuole Pubbliche, gli Uffici Pubblici etc.

(MFFashion) n.083 di Venerdì 26 Aprile 2002 - www.mffashion.it, a cura di Valentina Stramare, che contiene le opinioni di Joe Weishar, guru del Visual Merchandising, professore al Fashion Institute of Technology di New York, e Beatrice Rizzi, una delle fondatrici di Venus, azienda di Treviso che ha tra le proprie mission quella di divulgare la conoscenza di questa disciplina.

Il primo sito non dovrebbe essere difficile individuarlo, per il secondo, in caso di problemi, penso di poter aiutare chi fosse interessato.

Altre informazioni

- Vi segnalo che Sabato 28.02.2004, l'Associazione A.C.A.N.T.Overland organizza una gita alle serre di orchidee del Parco Nazionale del Circeo. Potete rivolgerVi alla segreteria dell'associazione (sig.ra Paola) 06/50.91.38.03 (sera) - 339/54.67.212.
- Segnalo che, il Comune di Roma, in collaborazione con Università degli Studi di Roma Tre, Maria Teresa Ferretti Rodari e l'Associazione Culturale "G.B. Studio", con la finalità, anche, di far conoscere l'opera di questo grande scrittore per l'infanzia. Il logo del progetto è "Tamburi Rodari". Mensilmente si organizzano (in diversi municipi) i "salotti letterari". Il 21.01.2004 ne è stato tenuto uno, molto ben organizzato, al Teatro del Lido di Ostia. Il prossimo incontro è il 18.02.2004 al Municipio V. Per il programma rivolgersi a "Tamburi Rodari" call center 06/67.10.20.32 - www.comune.roma.it/bambini.

**Come al solito mi scuso per eventuali imprecisioni. I miei migliori saluti a tutti.
Riccardo Peroni**

Tutti i contenuti di tutte le Lettere possono essere riprodotti, anche solo parzialmente, esclusivamente dietro richiesta ed esplicita approvazione a info@polysiec.org. Qualsiasi uso è vietato senza il preventivo accordo e, comunque, è consentito esclusivamente con la citazione completa delle fonti. Tutte le informazioni potrebbero contenere imprecisioni, omissioni ed altri errori involontari, di cui è possibile darne segnalazione all'indirizzo di cui sopra. I link riportati possono rimandare ad altri siti web, sui quali Polysiec non ha alcun controllo.