

APERTO A VERANO BRIANZA (MI) IL PIÙ GRANDE PDV DI 8.000 MQ E 27 MIO DI EURO ATTESI DI VENDITE

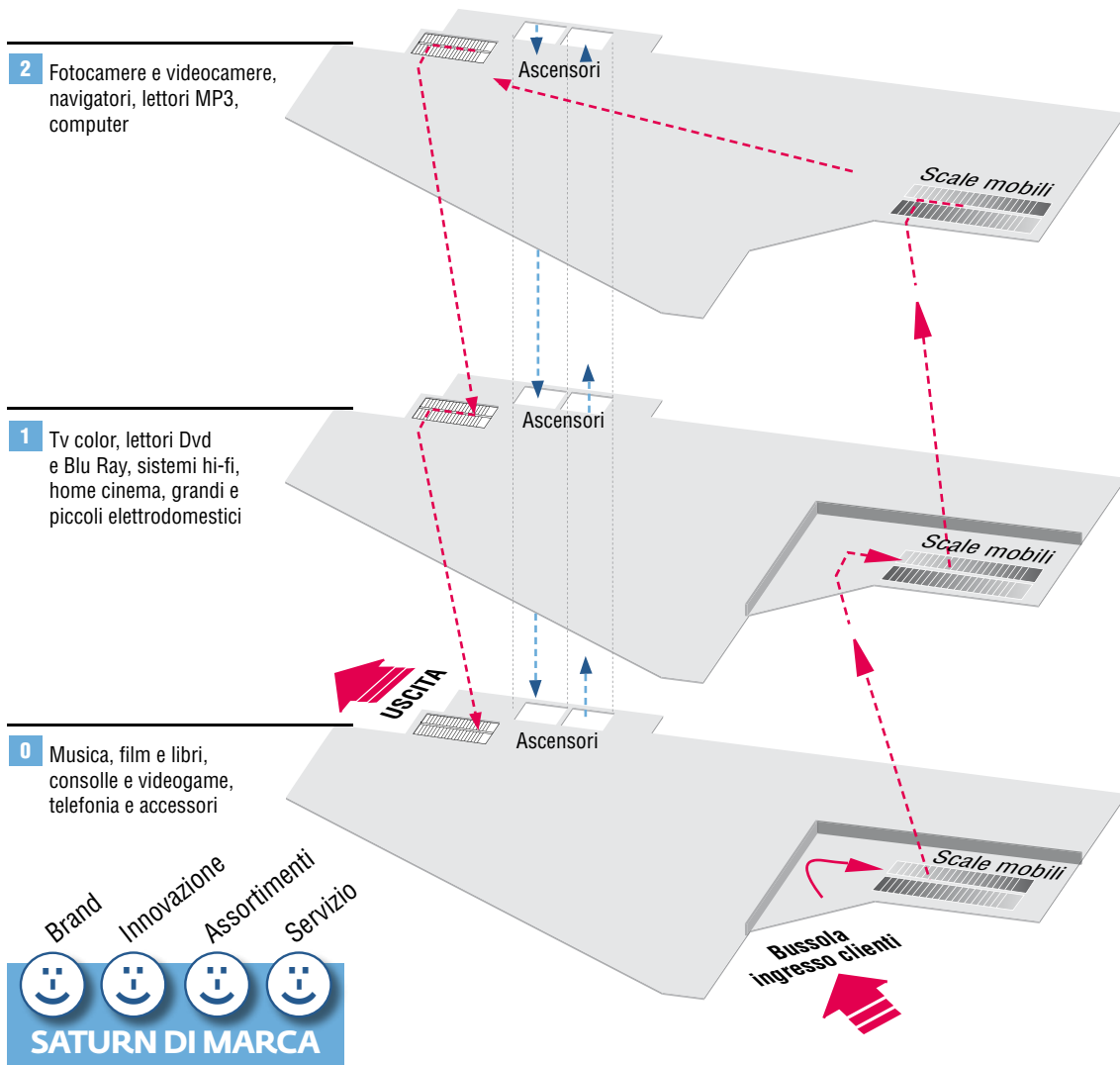
Saturn studia i flussi su tre livelli, facendo entrare i clienti dal più alto

Testo e foto di Luigi Rubinelli

Cosa deve fare il leader di mercato se non innovare in modo che il follower copi a sue spese l'innovazione prodotta? È quello che sta succedendo a Verano Brianza (Mi) dove il Ceo

1. Un'innovazione critica e importante
2. Una nuova politica di marca diffusa

PierLuigi Bernasconi ha affidato a Saturn, la seconda insegna di Media Market, il compito di sfidare le leggi di gravità, ribaltando i flussi e facendo salire per due piani con le scale mobili chi accede al negozio, farlo acquistare, ridiscendere, avviarlo alle casse e farlo uscire. Una scommessa non tanto ardua perché il gruppo ha ad Amburgo un 6 livelli di 3.000 mq ciascuno con produttività da record: 8.300 euro al mq in cui ha imparato molto.



Corporate

Il negozio è ben visibile dalla superstrada Milano-Lecco e ha un accesso diretto ai parcheggi per chi arriva da Lecco. La facciata è tripartita e un lato riporta in grande il logo dell'insegna. L'illuminazione notturna è assicurata da diodi Philips con un risparmio energetico del 30%.

Foto&Video 1

Proprio all'ingresso del 3° livello, il primo che il cliente visita, Saturn ha unificato sulla destra, in un unico banco, fotografia e videocamere per le convergenze spinte fra le due categorie. Efficace il sistema di sicurezza e abile il merchandising che presenta per i grandi corpi l'abbinamento a un obiettivo.





Foto&Video 2

Nel grande banco di foto&video il cliente può provare in modo ergonomico ottimale tutti i prodotti. Il banco è stato costruito per permettere al personale di **avere il prodotto al centro del rapporto** che si crea con il cliente. In questo caso il video è supportato da schermi.



Computer di marca

Avendo a disposizione 8.000 mq, i reparti appaiono tutti più vasti e profondi. In questo caso una parte del lineare è **stato addobbato con i valori, i loghi** e i colori delle marche più rappresentative per dare nuovi suggerimenti al cliente. Molti anche i box personalizzati.



Alta tecnologia

L'alta tecnologia, l'ultima innovazione, sono la mission commerciale di Saturn. Il pdv abbina **la presentazione all'experience** in tutte le categorie ma soprattutto nei complementi dei computer, inserendo appositi spazi, come questo degli hard disk.



Cucina aperta

Il business delle cucine è promettente, soprattutto in una zona di antichi mobiliari come questo angolo della Brianza. Saturn ha fatto bene a dargli evidenza e ad aprire a tutto il piano questo spazio con un **effetto scenico imponente**, condito da complementarità.



Bianco da corporate

La politica di branding arriva anche nel maturo mercato dei bianchi. I grandi frigoriferi allocati a parete hanno a lato di ciascuno **una colonna verticale** dove in modo ordinato vengono descritte informazioni e caratteristiche del prodotto, oltreché il prezzo.



Tv rivitalizzata

L'équipe di Bernasconi deve aver ragionato a lungo sulla **progressiva commodizzazione** del bruno, categoria dove i prezzi subiscono spettacolari ribassi nei pochi mesi di vita. Hanno allestito appositi spazi sottolineando nuove funzioni, sostituendosi alle grandi marche.



Home cinema aperto

Come il lettore avrà notato, i colori corporate la fanno da padroni con l'arancio che spicca dappertutto. Anche nell'home theatre, asso nella manica del pdv, che qui è stato progettato aperto ma sempre in **una zona centrale della vendita**. Forse perde un po' di appeal nella vendita e nell'intimacy.



Cucina dietetica Sat

Abbiamo parlato non a caso d'innovazione diffusa. Ed è bene che il visitatore professionale la vada a cercare con cura. È il caso della robotica domestica, dove a Verano viene sviluppata con grande enfasi **a celebrare i suoi record nel mercato**, addirittura con un lineare che più corporate di così non si può.



Telefonia ampia

La telefonia, come mostrato nel disegno della divisione degli spazi nella pagina precedente, è al livello 0, appena scesi al livello sulla destra. Il banco è particolarmente sviluppato e la categoria ben rappresentata. All'opposto sono attivi i servizi e sul perimetro a parete un **imponente accessoristica**.



Ascoltare costa

Le apparecchiature per l'ascolto dei Cd previo passaggio del codice sotto il lettore hanno avuto negli anni scorsi una buona diffusione, ma via via sono andati rarefacendosi per l'alto costo. Eccoli di nuovo in Saturn, ben visibili. Il servizio ha un costo, **ma il leader se lo può permettere**. Per vantaggio.