

NUOVO FLAGSHIP CHE SOSTITUISCE UN PRECEDENTE LAFELTRINELLI E RICORDI CHE RIVIVE PERÒ QUI

A Genova *laFeltrinelli* riscopre i basic del mestiere e i bambini

Testo e foto di Luigi Rubinelli

Questo è un negozio che va assolutamente visto per diversi motivi.

1. Un flagship per sperimentare e riassumere
2. Nuovi sistemi espositivi e nuove categorie di prodotto e di servizio

LE CHIUSURE

È stata chiusa una precedente libreria in via XX Settembre, arteria commerciale di prim'ordine, e un Ricordi. La nuova location di via Ceccardi è un pò defilata ma il passaparola dovrebbe evitare de-faillance.

L'ARCHITETTURA

È un capolavoro di equilibri perchè il negozio si sviluppa su 7 livelli e 1.700 mq ed è stato sfruttato ogni piccolo anfratto e, molto bene, le scale. I livelli, per giun-

ta, sono merceologicamente diversi.

L'OFFERTA E I SERVIZI

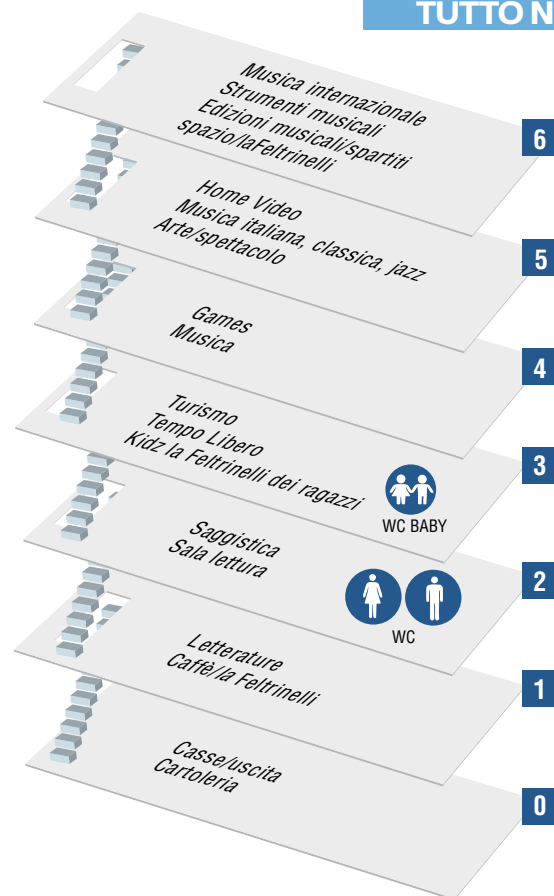
All'ingresso, finalmente, è attivo il banco delle info e del post vendita. Sono diversi, poi, i chioschi a self-service, per interrogazioni varie. Al terzo livello (la lezione di Ikea è illuminante) ecco uno spazio per i bambini e l'intrattenimento, nuovo concettualmente e nella sua articolazione.

LA MULTIMEDIALITÀ

Analizzando l'offerta, di prodotti e di servizi, si può davvero parlare di un apparato multimediale senza precedenti, nè in casa di Feltrinelli, nè in altri appartamenti. Sarà difficile da gestire (addirittura è presente il Re-game per il ritiro dei video giochi usati) e soprattutto da mantenere, ma la squadra di vendita dovrebbe aver previsto alcune difficoltà.

L'INNOVAZIONE

Le innovazioni introdotte sono diverse e anche se alcune possono sembrare distoniche, va dato atto all'insegna di essere tornata a ragionare sui mestiere di base. ■



Esposizione/1

A Genova l'insegna sta studiando un nuovo sistema di visual con nuovi banchi che permettono l'esposizione dei libri sdraiati anziché di costa. Lo stock continua nella shelf sottostante. È una bella sfida per il pdv che ha in catalogo 60.000 titoli



Informazioni

Il bisogno di informazioni è prioritario da soddisfare nei libri. In questi chioschi self-service è possibile cercare il libro desiderato. Di più: è possibile anche vedere in tempo reale i punti fedeltà accumulati. Un servizio che sarà spalmato in tutta la rete. Rimane centrale il libraio



Sala lettura

Al 3° livello ecco la sala lettura, un grande tavolo rettangolare con diverse sedute tradizionali. La sala è adibita anche alla lettura dei quotidiani ed è wi-fi. Un servizio e una rinuncia di spazio per le vendite significativa. Sarà apprezzata



Scale

Come per alcuni mobili appena commentati (e molti potranno storcere il naso) anche le tante scale sono state adibite con apposite attrezzature a esposizione e vendita. È una soluzione interessante che produce ulteriore experience



Bambini-Kidz

Feltrinelli ha inaugurato dopo un anno di studio lo spazio Kidz in collaborazione con Reggio Children. È stato studiato il layout, apposite attrezzature, apposite segmentazioni. Ma sarà l'animazione culturale la vera padrona di quest'area



Esposizione/2

Continuiamo sottolineando l'attenzione per il visual. In questo caso il mobile è addirittura a leggio per presentare i migliori titoli dei libri di arte e architettura. Sono molti gli esperimenti di visual in questo flagship



Pozzo

Il lavoro dell'architetto è stato cruciale nella divisione degli spazi di questo ex cinema. Il pozzo è particolarmente scenografico ed è un inno al brand, ben evidenziato e giustamente ben visibile da tutti i livelli



Merchandising

Altre novità riguardano l'offerta merceologica. I dischi di vinile sono tutti rappresentati ma è iniziata la vendita di gadget delle singole etichette discografiche contrassegnate da un'alta marginalità e da una certa ricchezza assortimentali



Sala e localismo

Interessante il concetto sviluppato per aderire al territorio e alla sua storia. La sala degli eventi è stata intitolata a Fabrizio De Andrè, ma sono molte le immagini di artisti e intellettuali liguri rappresentati nel negozio di Genova



Strumenti musicali

Chiudere un Ricordi e farlo rivivere all'ultimo livello non è un gioco da ragazzi. In realtà l'esposizione utilizzata, la vicinanza del corner degli spartiti, le aggettanze sul pozzo, dovrebbero fare di questo livello uno dei momenti di maggior traffico qualificato dell'intera città



Personalizzazione

Nei libri di maggior richiamo sono presenti le etichette di commento di un libraio, non necessariamente di Genova. Non sono scritte a mano e sono firmate soltanto da un nome senza il cognome. Beghe fra librai a parte, forse sarebbe meglio mettere in evidenza anche il cognome



Corner Lefel

L'azienda si sta espandendo in altri canali, come quello dell'oggettistica e del regalo. Qui e nel nuovo store milanese servirebbe un lavoro più deciso e soprattutto un'anima, merceologica e filosofica, che mancano. Il fatturato del flagship non dovrebbe essere lontano dai 20 mio di euro e più