

APERTO A MARCQ EN BAROEUL, IN FRANCIA, IL FLAGSHIP DELLA MARCA CON COMPITI A 360°

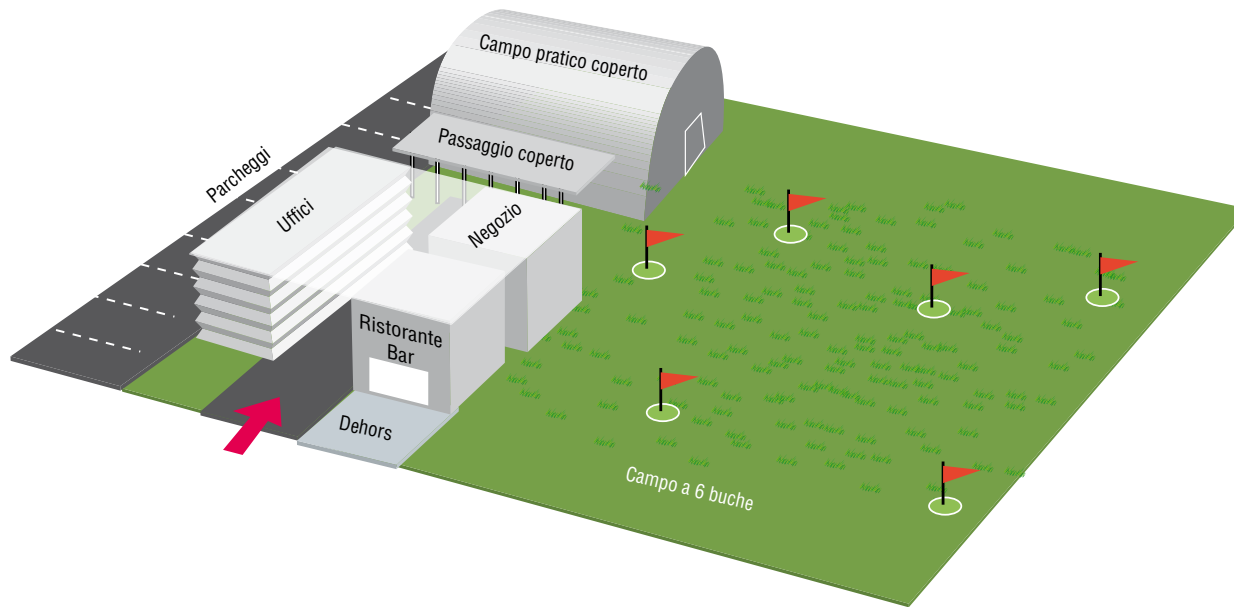
Decathlon affida a Inesis il compito di divulgare il brand del golf per tutti

Testo e foto di Luigi Rubineli

Rendere accessibile alla maggior parte delle persone il piacere del golf: questa è la missione di Inesis, lo store brand dedicato a questa disciplina, che, come nel caso di Domyos (vedere **MARK UP** n. 183, pagg. 112-113) diventa un flagship destinato a promulga-

1. Tutto sotto un unico tetto
2. Brand e laboratorio si fondono sul green open e nel negozio, passando dalla caffetteria

re valori commerciali e sociali in grado di sostenerlo sia quando si trova in Decathlon sia quando opera da solo. Come in Domyos gli uffici internazionali sono nello stesso building e i dirigenti sono a contatto diretto con gli utilizzatori (chi pratica il golf) e gli acquirenti (chi compra prodotti) per meglio capire le tendenze di acquisto e di consumo. ■



Sede internazionale

Il golf park è il sito di sviluppo di tutte le gamme di prodotti e di servizi Inesis, e, nelle intenzioni del brand, permette a tutti di praticare il golf a seconda della propria passione, da principiante a competitore. Il sistema con cui si sviluppa il brand nei suoi aspetti materiali e immateriali, una caso di marketing.

Valori

Superato l'ingresso, a sinistra sono ospitati gli uffici, con i dirigenti pronti a rispondere alle domande di utilizzatori e clienti, a destra è sviluppato il negozio, mentre un putting green con terreno adatto a capire la rispondenza di mazze e palline fa da anfitrione alla struttura.





Simulatore a 180°

Il simulatore dopo il putting green permette al visitatore la prova dei prodotti in libertà, senza uscire dalla struttura. È un mezzo moderno con un alto costo che consente, però, di differenziare la struttura rispetto alla concorrenza.



Campo pratica

Attraverso un passaggio coperto a lato del simulatore si è ammessi al campo pratica coperto con 24 postazioni. È stata curata l'ergonomia e il servizio, l'istruttore può comodamente spostarsi senza dare fastidio al praticante.



Negozi 1

Il negozio è aperto 7 giorni su 7, dalle 9 alle 19, si sviluppa su 500 mq e occupa tre addetti con formazione specialistica e sono coordinati dal direttore David Moynihan, un irlandese che parla perfettamente francese, simbolo del melting pot del flagship.



Negozi 2

L'assortimento è ampio e profondo. L'area di vendita è stata categorizzata e sembra disposta a far colloquiare prodotti primari e accessori. Proprio l'accessoristica sembra essere premiata nella costruzione del visual.



Ristorazione

Il ristorante propone una cucina tradizionale e di tendenza. Delle ricette classiche, tra le varie scelte del menu del ristorante sono presenti dei piatti tipici della regione del nord francese. Esistono tre offerte: 9,90 euro, 14,90 euro e 19,90 euro.



Sostenibilità e...

Un intero lato del building è vetrato e permette al negozio di ricevere la luce naturale. Dal negozio, in questo modo, è possibile vedere il green e gli utilizzatori che hanno iniziato il percorso. La simbiosi degli ambienti è evidente.



Golf course

L'impianto è composto da un percorso da golf-6 buche di 1.390 metri par 23 o uno par 69 di 4.170 mt. In appoggio, come detto è attivo il campo pratica di 24 posti coperti. L'équipe di istruttori è presente e ben visibile. Infine, è attiva una scuola di golf.



Dehor

Sia dal negozio sia dal ristorante è possibile accedere all'ampio dehor che si affaccia direttamente sul green. Gli utilizzatori che iniziano o finiscono una sessione di gioco possono così rilassarsi in attesa di partire o di accedere al ristorante per il pranzo o la cena.



Branding

Per gli appassionati di branding e del sistema di declinazione è necessario aggiungere che quelli di Inesis hanno fatto le cose con pignoleria. Lo dimostra, fra l'altro, l'ambientazione dei singoli ambienti, a cominciare dal ristorante, luogo, in genere, ignorato dal branding.



Story telling

Il sistema di branding del ristorante (e di Inesis) è sintetizzato dalle tovagliette utilizzate dal ristorante, in carta, dove sono raccolte alcune frasi celebri in cui è raccontato il golf, del tipo: "Il bello del golf è che permette di giocare tutta la -sua -vita", Autore sconosciuto.