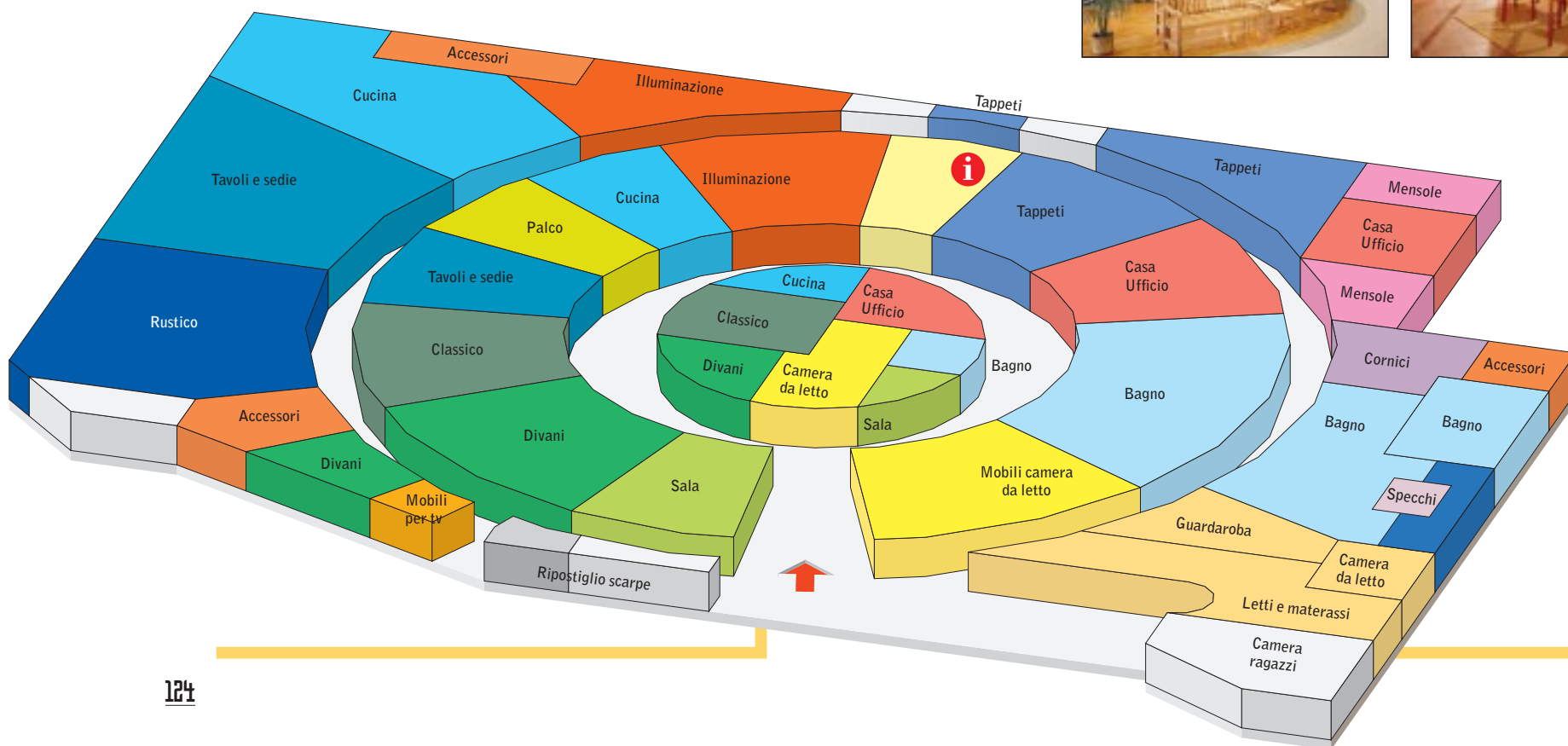


INCA PROPONE IDEE E SOLUZIONI PER LA CASA



Accoglienza. Inca gode di una piazza coperta di accesso nel corpo più piccolo di Montebello della Battaglia (Pv) che amplifica le soluzioni innovative del layout interno. La forma circolare, irradiante dal centro, è particolarmente accentuata e, curiosamente, è ripresa proprio dall'ingresso al punto di vendita.



Ambienti. Il centro del negozio, una pedana circolare, è spartito in divisioni per categoria di ambiente.



Categoria. Inca lavora sul category management irradiando l'assortimento dal centro verso il perimetro, evidenziando i plus del prodotto attraverso la ricostruzione degli ambienti.



Finiper ha lanciato alla fine del 1998 un nuovo format per la sua rete di negozi per la casa. Per farlo si è affidata a Landor, che ha superato le suggestioni di Ikea per studiare un nuovo sistema di offerta. Il layout, di pianta circolare doppia, ruota attorno a un focal point che ospita la ricostruzione di cinque ambienti-idee. Lo spicchio del singolo ambiente, a sua volta, si irradia fino alla parete fornendo una serie di idee, di ambientazioni, di suggerimenti e ovviamente di prodotti per stili di vita. Così il consumatore può percorrere agevolmente i 5 universi del concept che formano l'offerta commerciale, basata ancora su consumi di massa, adesso tagliati sui bisogni dei singoli clienti. L'idea base di marketing è quindi il sogno, la suggestione, sviluppati attraverso l'organizzazione di ambienti, sottolineati da un'informazione esauriente per ridurre le distanze con il cliente, arricchiti da molti servizi, fra i quali 4 esperti a disposizione. Il concept appare anche un tentativo per educare il consumatore, consigliando stili di vita che vorrebbero, addirittura, eliminare gli effetti perversi della stagionalità.

I N U M E R I	
Indirizzo	Montebello della Battaglia (Pv)
Anno di apertura	1998
Categorie	33
Superficie di vendita	2.000 mq
Fatturato	10 ml

L.R.

Fornitori. Per il lancio di questa insegna il management ha cambiato i fornitori. Adesso lavora con imprese di più piccole dimensioni ma che hanno la qualità come missione.



Visibilità. La visibilità e la percorribilità del negozio sono buone, favorite proprio dalla costruzione della categoria a irradiazione progressiva.

Store design. Le informazioni, generali e particolari, sono chiare e ripetute in molti momenti del negozio. Un'area verso il fondo del perimetro è dedicata alle informazioni personalizzate, fornite da addetti specializzati che preparano anche preventivi su misura.

