

COMMERCIO

Porto a Napoli i negozi a tempo

Francesco Nunziata vara il primo temporary shop: La durata? Massimo due mesi



Napoletano, 35 anni, celibe, commercialista, è uno dei tre soci alla guida della Viviani Eventi Temporary Shop, società nata per rispondere all'esigenza di innovazione nelle strategie di marketing e comunicazione

Francesco Nunziata, 35 anni, celibe, commercialista, è uno dei tre soci alla guida della Viviani Eventi Temporary Shop, società nata per rispondere alla forte esigenza di innovazione nelle strategie di marketing e comunicazione delle aziende. I temporary store sono negozi monomarca che restano aperti soltanto per un certo periodo di tempo (da pochi giorni fino a 1-2 mesi) non solo per vendere, anzi soprattutto per comunicare, lanciare nuovi prodotti e testare il valore di un brand. I temporary store, pop-up store

oppure vacant shop, riflettono una nuova tendenza del commercio e del fare shopping: una moda nata in Gran Bretagna, importata negli Stati Uniti e da lì diffusasi anche in Italia, in linea con il nuovo modo di fare acquisti che caratterizza la vita nelle metropoli urbane. Il temporary shop, il primo a Napoli, che la Viviani aprirà a piazza Fuga al Vomero, di fronte alla Funicolare Centrale, si articola su 2 livelli per una superficie totale di 160 metriquadrati, con arredamento volutamente neutro e minimalista.

GIANPAOLO SANTORO

È l'esatto contrario del negozio di fiducia. Ecco il "pop up store" - vetrine apri e fuggi che si illuminano, fanno pubblicità, vendono e chiudono. Competitive, aggressive, stagionali, precarie. Mordi e fuggi, domani è un altro giorno. Flessibilità e creatività. Può essere una formula vincente anche per Napoli?

Io penso di sì. Chiarendo subito un punto di partenza determinante: l'obiettivo primario che offriamo ai nostri committenti è il marketing e non la vendita del prodotto in esposizione. L'obiettivo è quello di "creare l'evento" e di giocare sulla curiosità indotta dalla limitatezza del tempo e dall'esclusività delle offerte. Certo stimolando, ma solo come obiettivo secondario, anche l'acquisto d'impulso.

Una comunicazione non tradizionale..

Absolutamente no, la comunicazione tradizionale è invadente è ormai obsoleta. Noi offriamo una comunicazione non più bidimensionale (tipo cartellonistica stradale, stampa e media) ma tridimensionale: il visitatore viene, vede, tocca e prova il prodotto, ne tasta la funzionalità. E non solo, c'è anche un altro fattore importante...

A che cosa si riferisce?

E' possibile fare ciò che con qualsiasi altro strumento di comunicazione non è possibile fare: misurare in tempo reale e con precisione l'efficacia della comunicazione effettuata.

Per spiegare la filosofia dei temporary shop Massimo

Costa, direttore generale di Assotemporary, ha citato il filosofo e sociologo Zygmunt Bauman. " Viviamo in una società liquida, dove identità e appartenenze hanno mu-

tato significato e le strutture sociali sono divenute fluide. E mutano anche le modalità di distribuzione". Per questo tutti i "pop up store" hanno un orologio che scandisce il conto alla rovescia?

Quel conto alla rovescia è il segno che caratterizza la nostra iniziativa e che ci contraddistingue dagli outlet e gli stock house che ormai sempre più spesso si nascondono anche sotto l'etichetta dei temporary, per effettuare le loro grandi svendite. E questo perché la loro presenza è esclusivamente legata all'esaurimento della merce.

Quali sono i servizi che offrite come Viviani Eventi Temporary Shop?

Offriamo la licenza commerciale e registratore di cassa, una addetta alla supervisione, una addetta customer care e vendita e un addetto al controllo del flusso di visitatori. E poi assistenza logistica, impianti di illuminazione, d'allarme e tvcc, riscaldamento e condizionamento, energia elettrica e acqua, connessione wi-fi e fibre ottiche a 100 Mb/s, diffusione audio e proiezione monitor, comunicazione su sito e mailing-list, clientela Viviani Eventi, feedback book (statistiche visitatori store) e pulizia iniziale al termine allestimento. Poi ci sono una serie di servizi che offriamo se richiesti.

Che tipo di servizi?

Possiamo offrire la progettazione di eventi e la realizzazione allestimenti interni/esterni, l'ospitalità di operatori fuori sede, l'assistenza e alcuni costi vivi come occupazione di suolo pubblico, tasse pubblicitarie per insegna, Siae, pulizia giornaliera e ufficio stampa e pubbliche relazioni.

Quando aprirete?

I temporary shop puntano molto sull'effetto sorpresa. Quindi non posso dire né

quando apriremo né quale marchio proporremo. Posso solo dire che sicuramente sarà prima di Natale, che il marchio è quello di una azienda di servizi operante in Italia ma con sede all'estero.

Lei pratica lo snowboard e le immersioni subacquee: discipline sportive molti particolari, non proprio sport estremi ma, certamente, non alla portata di tutti...

Non sono discipline comuni, ma non le ritengo pericolose. Certo bisogna sapere quello che si fa.

Sorprende anche la grande versatilità, mare e montagna per lei non fa alcuna differenza..

Sì, perché sia il mare che la montagna mi regalano la stessa sensazione di libertà. Una sensazione che riesco a provare solo se sono immerso sott'acqua o sul pizzo di una montagna, al lontano da tutti e da tutto.

Nelle immersioni subacquee è qualcosa di più di un semplice sportivo..

Sono un istruttore subacqueo. Qualifica che mi sono guadagnato conseguendo ben dodici brevetti specifici. Purtroppo ho sempre meno tempo da dedicare alle immersioni. Allo snowboard, invece, ogni anno dedico di inverno una settimana: non resisto al fascino delle Dolomiti che non per niente sono state nominate patrimonio naturale dall'Unesco.

L'ultimo libro letto?

Angeli e demoni (Angels & Demons) il romanzo di Dan Brown.