



INTERIOR DESIGN come rendere unico il proprio NEGOZIO

Chiara Bellini,

interior designer, spiega
come trasformare un punto
vendita in un ambiente
accogliente e capace
di accompagnare il cliente
all'acquisto

di Marilena Del Fatti

La sua definizione di interior design applicata a un punto vendita

Quando si occupa del settore commerciale e, nello specifico dei negozi, un interior designer deve coniugare logiche distributive funzionali e principi di marketing e visual merchandising, entrando in empatia con la mentalità dei potenziali clienti e cercando di creare un ambiente dove i fruitori si sentano a proprio agio e "guidati" agli acquisti in modo immediato, intuitivo e semplice. L'analisi del marchio, della sua storia e della sua filosofia rappresenta il punto di partenza attorno al quale ruota tutto il progetto. Grazie alla sua conoscenza infatti fissa degli obiettivi, cercando di farlo rivivere anche nelle forme e nei colori.

L'interior design può contribuire alla shopping experience del cliente? Come?

Un posto accogliente e curato in ogni dettaglio riesce a catturare anche il cliente che entra per caso o perché si è incuriosito intravedendo il negozio dall'esterno. Scegliere un tema e sfruttare la scenografia per trasmetterlo consente di realizzare vetrine di impatto che portano a vendite aggiuntive. La vetrina deve ospitare pochi oggetti, esposti con criterio secondo il tema scelto e in armonia di stile e colori. In questo modo si ricreano veri e propri momenti di vita in cui il cliente si riconosce e

viene ispirato anche ad acquisti aggiuntivi. Ad esempio, posso accostare a una carrozzina particolarmente bella o innovativa tutto il completo tessile e, magari, un manichino che rappresenti la mamma e sia completo di accessori utili per il bebè come la borsa cambio. Infine, posizionare gli oggetti alla giusta altezza e nel giusto punto aiuta ad attirare lo sguardo del cliente.

E per quanto riguarda gli interni?

Punto sempre a creare passaggi comodi secondo le misure antropometriche, così che ogni movimento risulti agevole, ben studiato e calcolato. Oltre a questo, il cliente deve avere indicazioni chiare, realizzabili o attraverso scritte poste in alto e ben visibili o con suddivisioni spaziali astratte, che evidenzino le diverse aree e risultino subito ben chiare. Non devono mancare alcune accortezze che fanno sentire a casa i neo genitori, inducendoli a passare più tempo nel negozio. È fondamentale creare un'area gioco (meglio se rilassante, come ad esempio il disegno con colori super lavabili) per i bambini, collocandola in un punto strategico che la renda sempre visibile dai genitori impegnati negli acquisti. Non sono da trascurare le luci, che devono essere sapientemente accostate nelle varie tipologie (diffuse, puntate, decorative). Quando sono presenti, i camerini e l'area antistante devono →



CHIARA BELLINI

DOPO ESSERSI DIPLOMATA IN PROGETTAZIONE DI INTERNI CIVILI E COMMERCIALI, HA PROSEGUITO GLI STUDI AL CENTRO FORMAZIONE DESIGN E SUCCESSIVAMENTE,

HA SEGUITO UN CORSO DI **BIOARCHITETTURA**

ALL'INBAR- ISTITUTO NAZIONALE DI BIOARCHITETTURA. HA CREATO

IL **SERVIZIO WELCOME BABY**

ATTRAVERSO IL QUALE PROGETTA, A DISTANZA O IN LOCO, CAMERETTE PER BAMBINI. ESEGUE CONSULENZE, PROGETTAZIONI 2D E 3D, A DISTANZA IN TUTTO IL MONDO ED IN LOCO NELLA SUA CITTÀ.

LA VETRINA DEVE OSPITARE POCHI OGGETTI, ESPOSTI CON CRITERIO SECONDO IL TEMA SCELTO E IN ARMONIA DI STILE E COLORI. IN QUESTO MODO SI RICREANO VERI E PROPRI MOMENTI DI VITA IN CUI IL CLIENTE SI RICONOSCE E VIENE ISPIRATO ANCHE AD ACQUISTI AGGIUNTIVI



ESPERTO



➔ **INSERIRE UN'AREA ALLATTAMENTO**
Deve essere comoda e funzionale e dotata di privacy, ma non totalmente chiusa per consentire un adeguato ricambio di aria

essere sufficientemente ampi, ma senza spreco di spazio. Un'area allattamento comoda e funzionale, dotata di privacy, ma non totalmente chiusa per consentire un adeguato ricambio di aria, è sempre gradita dalle mamme. Anche l'inserimento di un'area snack con prodotti bio e di alta qualità attira subito l'attenzione e consente una piacevole pausa all'interno del negozio.

Come si crea uno spazio che emozioni, ma anche rassicuri il cliente?

Creare un filo conduttore per tutto il negozio con armonia di mobili, luci e colori, rende tutto molto speciale. La logica distributiva dovrebbe essere quella che prevede un'entrata, un percorso attraverso vari

espositori e le varie aree del negozio e, in ultimo, la cassa, così che il cliente sia portato a dare un'occhiata a tutto e, magari, a farsi venire qualche ispirazione. Di solito, per un negozio della prima infanzia preferisco creare atmosfere delicate, ma allegre, usando come base colori neutri e forme morbide ed arrotondate. Ovviamente, molto dipende dal progetto, dalla richiesta del cliente e dal marchio. Il criterio generale è che soprattutto in vetrina, ma anche negli interni, bisogna evitare di mescolare troppi colori, perché creano confusione e fanno perdere immediatamente lo sguardo al cliente, disorientandolo. Curo particolarmente la qualità dei materiali, che devono essere rigorosamente atossici. Mi riferisco agli espositori e alle vernici, ma anche all'utilizzo dei profumi per gli ambienti. La sicurezza mette subito a proprio agio i genitori, che apprezzano di non doversi preoccupare troppo di angoli, spigoli, oggetti pericolosi. Infine, è buona norma collocare nei pressi della cassa piccoli oggetti ed offerte che il cliente potrebbe acquistare d'impulso mentre è in attesa di pagare.

Ha accennato alle luci, come consiglia di utilizzarle?

Le luci sono essenziali tanto per creare un ambiente sicuro e sufficientemente luminoso, quanto per realizzare atmosfere calde ed accoglienti o per mettere in evidenza determinati espositori o punti del negozio. La luce dovrebbe essere scelta anche in base ai colori utilizzati per pareti, pavimenti e soffitti, poiché tende a modificare la tonalità a seconda se è calda o fredda. Io opto quasi sempre per i led a luce bianca neutra o calda, in base alle diverse esigenze. Non meno importanti sono i corpi luminosi che devono essere attentamente selezionati e sapientemente inseriti nel contesto, cercando un risultato di impatto ma non confusionario, che consenta l'armonia anche con i prodotti. Se non si vuole osare, si può optare per una linea minimal che andrà sempre bene per tutta la vita del punto vendita.

Per essere attrattivo il negozio deve continuare ad innovarsi. In cosa questo è sfidante per un interior designer?

Creare una base neutra consente di cambiare più facilmente temi e scenografie. Istruire il cliente-negoziante su come muoversi, magari elaborando insieme un piano espositivo per tutte le stagioni è essenziale. Utilizzare arredi modulari, mensole regolabili in altezza, pareti attrezzate trasformabili e intercambiabili può essere d'aiuto al cambiamento delle esigenze espositive. Considero molto importante tramandare la logica distributiva e i principi della progettazione effettuata e mettersi, come faccio io, sempre a disposizione per qualche consiglio.

BW