

## Retail Garden

analisi

a cura  
della redazione

# Viridea di San Martino Siccomario

fotografie di  
Manuela Leonardi

Inaugurato nella primavera 2004, il garden center Viridea di San Martino Siccomario in provincia di Pavia è il sesto della catena milanese.  
Un ottimo esempio di come dovrebbe essere un garden center.

### STARE NEL PUNTO VENDITA

> <b>Il personale</b>	Serio, motivato, professionale e facilmente riconoscibile grazie alla divisa.
> <b>Habitat</b>	Il format di Viridea rispecchia le più attuali tendenze nord europee ed è il frutto di una lunga sperimentazione nei vari punti vendita della catena.
> <b>Gamma</b>	La gamma è completa, ampia e profonda, con qualche performance fuori dagli schemi, come il reparto GeoShow dedicato ai minerali e alla natura.
> <b>Ambientazioni</b>	Il punto vendita è molto gradevole e punta tutto sul legno e sui mattoni a vista: quindi un aspetto molto naturale e familiare. Non mancano le ambientazioni che arricchiscono ulteriormente il <i>facing</i> .
> <b>Il piacere della spesa</b>	I punti vendita Viridea sono luoghi nei quali passare piacevolmente una giornata. Il Garden Café affacciato sul laghetto e con molti tavoli, l'area per i giochi dei bambini, i corsi per i più grandi e i più piccoli sono solo alcuni dei momenti piacevoli proposti da Viridea.

### L'INGRESSO



Con sei punti vendita all'attivo (e qualche nuova apertura in arrivo... l'inaugurazione del centro di Vicenza è alle porte) **Viridea** è una delle insegne più attive e significative del panorama del *gardening* italiano. Il punto vendita di San Martino Siccomario occupa un'area complessiva di 33.500 mq e conta su un'area coperta di 6.500 mq. L'offerta è completa e colpisce l'attenzione l'estrema cura della comunicazione e dei servizi per rendere piacevole la visita al garden.

Un esempio da imitare.

## I DATI GENERALI DEL GARDEN

> Promotore	Viridea è un'insegna milanese fondata nel 1997 su iniziativa di Fabio Rappo, che oggi conta sull'attività di sei punti vendita.
> Mission	Realizzare un luogo facilmente fruibile che rappresenti non soltanto un momento di <i>shopping</i> ma anche un intrattenimento. L'obiettivo è lo <i>shopping esperienziale</i> .
> Tipologia	<input checked="" type="checkbox"/> Top garden
> Formato	<input checked="" type="checkbox"/> di attrattiva
> Pay off	Dedicato alla natura
> Superficie complessiva area	33.500 mq
> Superficie di vendita e struttura	5.000 mq
> Tipologia della struttura	Vetro mattoni a vista e legno
> Area coperta	6.500 mq
> Uffici	80 mq
> Magazzino garden	600 mq
> Locali tecnici	compresi nel magazzino
> Parcheggio interno	300 posti auto
> Numero dipendenti garden	35 (media annua)
> Referenze	40.000
> Numero casse	8
> Barriera casse	Con gestionale di vendita e scanner per barcode.
> Aree merceologiche presidiate	<input checked="" type="checkbox"/> Serra calda, <input checked="" type="checkbox"/> fiore reciso, <input checked="" type="checkbox"/> serra fredda, <input checked="" type="checkbox"/> vivaio, <input checked="" type="checkbox"/> decor, <input checked="" type="checkbox"/> attrezzi giardinaggio, <input checked="" type="checkbox"/> motocoltura, <input checked="" type="checkbox"/> arredo giardino, <input checked="" type="checkbox"/> zoogarden, <input checked="" type="checkbox"/> fiori/piante artificiali, <input checked="" type="checkbox"/> bonsai
> Servizi principali	<input checked="" type="checkbox"/> Consegne a domicilio, <input checked="" type="checkbox"/> credito al consumo, <input checked="" type="checkbox"/> addobbi, <input type="checkbox"/> installazione impianti di irrigazione a domicilio, <input checked="" type="checkbox"/> montaggio a domicilio di casette e strutture in legno
> Obiettivi e medio termine	Migliorare il servizio di assistenza alla clientela e rafforzamento del fatturato e del layout.



## I PRIMI PASSI NEL PUNTO DI VENDITA



- All'ingresso il consumatore trova subito un desk informazioni e tantissime schede tecniche.



- Ottima l'idea di rendere disponibili anche dei carrelli per i portatori di handicap.



- L'ingresso nel punto vendita conduce direttamente nella serra, con un impatto emozionale notevole. Troviamo subito uno spazio dedicato alle "piante da collezione" ben segnalato.



## DIVERTIMENTO E FUNZIONALITÀ

	sufficiente	buono	ottimo
> Orientamento nel punto di vendita			
> Tipicità e originalità			
> Funzionalità acquisti			
> Ambientazioni			
> Dimostrazione prodotti			
> Animazione			
> Assistenza e servizio			
> Prodotti pronti			
> Comunicazione			
> Shopping e tempo libero			
> Innovazione e aggiornamento			
> Prove prodotto			

- L'analisi della capacità di relazionare segmenti diversi di consumo



## DIVERTIMENTO E FUNZIONALITÀ



- Viridea propone un ricco calendario di corsi, giustamente ben segnalato nel punto vendita.



- Il Garden Café è ampio, accogliente e si affaccia sul laghetto.



- Le intuizioni geniali sono spesso le più semplici: nell'area bar c'è uno spazio dedicato agli amici a quattro zampe che hanno sete.



- Gli ombrelli di cortesia, per visitare il vivaio esterno durante le giornate piovose, è un gesto di cortesia verso i clienti semplice ma molto efficace.



- Grande attenzione viene dedicata ai bambini. Segnaliamo la collaborazione con Ravensburger e l'area giochi per i bimbi.



- Ottima l'iniziativa in partnership con Gardena per rendere più allegro il reparto delle attrezzature.



## LE AREE PROMO



- Le partnership con i fornitori permettono di creare delle aree promozionali suggestive. Anziché battersi per qualche euro di sconto, i garden center dovrebbero lavorare in sinergia con i produttori per promuovere questo genere di iniziative.



- I finanziamenti sono presenti e segnalati nei punti giusti.



- La barriera casse, se ben strutturata, è un ottimo veicolo per le promozioni.

- La spiegazione dei prodotti più tecnici viene affidata a un monitor che illustra le caratteristiche del prodotto.





## LA COMUNICAZIONE



■ La cartellonistica presenta le novità stagionali presenti nel punto vendita.



■ Questa foto dimostra chiaramente l'attenzione dedicata alla comunicazione nella presentazione delle piante.



■ I cartelli dei prezzi sugli scaffali sono visibili, ben leggibili e di grandi dimensioni.



## IL GIUDIZIO DI SINTESI

■ sotto la norma

■ nella norma

■ sopra la norma

### note

- > Immagine coordinata e identità
- > Duplicabilità
- > Localizzazione
- > Ambiente e verde esterno
- > Comodità e numero parcheggi
- > Accessi al punto vendita
- > Impostazione del layout generale
- > Viabilità generale nel layout
- > Ampiezza offerta merceologica
- > Profondità offerta merceologica
- > Luce e colori
- > Personale
- > Capacità di attrattiva
- > Impostazione del punto vendita: la store directory
- > Punti informazione
- > Assistenza clienti
- > Piacevolezza ambiente
- > Ampiezza e funzionalità percorsi
- > Servizi per bambini
- > Bar & ristoro
- > Bagni
- > Servizi finanziari alla clientela
- > Check out e servizi post vendita
- > Preparazione promozioni ed eventi
- > Fruibilità e comprensibilità assortimento
- > Razionalità e praticità scaffali ordinari
- > Razionalità e praticità scaffali straordinari
- > Razionalità e praticità supporti promo
- > Individuazione promozioni
- > Comunicazione di area
- > Orientamento nei reparti
- > Orientamento nelle categorie prodotti
- > Visibilità prezzi
- > Informazione tecnica
- > Comunicazione a scaffale
- > Comunicazione prodotti
- > Identificazione personale

Una delle migliori del mercato  
Viridea duplica abitualmente il suo format  
Buona. Su strada di grande passaggio  
Ben realizzato  
Ampio e di facile accesso  
Buono  
In linea con le più moderne tendenze europee

C'è tutto  
Sopra la media  
Ben studiate  
Motivato e professionale

Tanti e ben visibili  
Ottima  
Ottima  
Corridoi ampi e spaziosi  
Spazio giochi, corsi, concorsi (Pollicino Verde), ecc.  
Spazioso e affacciato sul laghetto  
Puliti e profumati  
Credito al consumo utilizzato

Ottimo  
Ben gestiti  
Ottimi

Ben realizzata

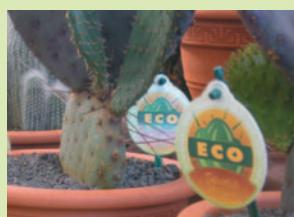
Ottima  
Ottima



## IL DISPLAY PRODOTTI



- I banchi per la presentazione delle piante, in legno e verde, sono eleganti e perfetti per conferire un'aria naturale al garden. Ottima la presenza dei cartelli sulle piante.



- La combinazione di tavoli di varia altezza e dimensione rende più gradevole la presentazione delle piante.



- Il vivaio esterno è ampio e ben organizzato.



- Le ambientazioni del reparto decorazione sono convincenti. Le gondole a forma di casette posizionate affiancate creano un ambiente piacevole e facile da visitare.

