

23

Giugno  
Luglio  
2018  
€ 5.00  
N° Bimestrale

dall'esperienza di  
**Beverage**  
& GROCERY

# inStore

instoremag.it

## Esperienze e prospettive del Retail

### HAIRCARE

Prodotti sempre più green e specializzati. L'analisi di Iri

### GROCERY OUTLET

70 anni votati al risparmio e alla frugalità

### CONSUMI

Società e cultura: sfide e opportunità per il mercato

### FORMAGGI

Il made in Italy alla conquista del mondo

## Jollibee

Il fast food del pollo fritto arriva in Italia guardando all'Europa



inStore

# sommario

## POLITICHE E ANALISI

### 04 ITINERARI

QUANTO POTREBBE PESARE  
L'AUMENTO DELL'IVA?



### 06 SCENARI

DIMMI QUANTI ANNI HAI  
E TI DIRÒ COSA MANGI

### 12 RIFLESSI DAL FUTURO

SFIDA ALL'EFFICIENZA

06



## DISTRIBUZIONE

### 14 RASSEGNA INTERNAZIONALE

RIFORMA IN SALSA FRANCESE

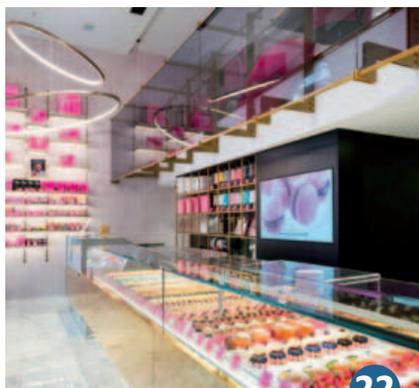


### 16 GROCERY OUTLET

ELOGIO DELLA FRUGALITÀ

### 22 CENTRI COMMERCIALI

SOTTO IL SEGNO DEL FOOD



### 26 FOOD CONCEPT

D'ÉLITE, MA NON TROPPO,  
VELOCE ED ECO-FRIENDLY

### 30 NUOVI FORMAT

JOLLIBEE,  
POLLO FRITTO  
E NON SOLO



### 34 RETAIL PLAZA

A TU PER TU CON I NUOVI SCENARI

### 36 CONCEPT

COME TI RIPENSO IL MULTISALA

### 40 MARKETING

L'EMOZIONE GUIDA  
LA SHOPPING EXPERIENCE

## MERCATI

### 42 PROMOZIONI

FRA ANTICHI E NUOVI PARADIGMI

### 46 LA VOCE DEL WEB

L'INDISCRETO FASCINO  
DEL RISPARMIO





## 48 FORMAGGI

I PRODOTTI ITALIANI CONQUISTANO IL MONDO



## 54 HAIRCARE

I DRIVER? SPECIALIZZAZIONE E SOSTENIBILITÀ

## 56 FAIRTRADE

VALE 130 MILIONI IL CARRELLO EQUO DEGLI ITALIANI

## 64 CONSUMATORI

MISURARE IL GOODWILL



**inStore**  
Esperienze e prospettive del Retail

n. 23 Giugno/Luglio 2018

www.instoremag.it

**Redazione**  
**Carlo Antonelli** • Direttore Responsabile  
**Carmela Ignaccolo** • Redattore – Coordinamento InStore  
carmela.ignaccolo@fieramilanomedia.it tel: 02 4997 6555  
**David Migliori** • Vicecaporedattore  
david.migliori@fieramilanomedia.it tel: 02 4997 6556  
**Elena Cotos** • Segreteria e abbonamenti  
elena.cotos@fieramilanomedia.it tel: 02 4997 6553

**Collaboratori**  
Amagi, Chiara Bandini, Fulvio Bersanetti, Nicole Cavazzuti, Giulia Colombo, Elena Consolani, Tiziana Corti, Iri, Andrea Matteucci, Angelica Morlacco, Rebecca Nasti, Gian Marco Stefanini, Daniele Tirelli, Loris Tirelli

**Pubblicità**  
**Giorgio Lomuio** • Sales Manager  
giorgio.lomuio@fieramilanomedia.it tel: 02.4997 7383  
**Nadia Zappa** • Ufficio Traffico  
nadia.zappa@fieramilanomedia.it tel: 02 4997 6534

**Abbonamenti**  
**N. di conto corrente postale per sottoscrizione abbonamenti:**  
48199749- IBAN: IT 61 A 07601 01600 000048199749  
intestato a: Fiera Milano Media SpA, Piazzale Carlo Magno 1, 20149 Milano.  
tel: 02 252007200 • fax: 02 49976572 • abbonamenti@fieramilanomedia.it  
Abbonamento annuale: € 30,00 IVA inclusa Abbonamento per l'estero: € 60,00

**Grafica e fotolito** Emmegi Group – Milano  
**Stampa** FAENZA GROUP – Faenza (Ra) • Stampa

**Aderente a:** **ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

Fiera Milano Media è iscritta al Registro Operatori della Comunicazione n. 11125 del 25/07/2003.

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli pubblicati sono riservati.

Bimestrale - Registrazione del Tribunale di Milano n. 235 del 24/6/2014.

**Proprietario ed Editore**



**Fiera Milano Media**

**Enio Gualandris** • Presidente

**Carlo Antonelli** • Amministratore Delegato

**Sede legale** • Piazzale Carlo Magno, 1 - 20149 - Milano

**Sede operativa ed amministrativa**

SS. del Sempione, 28 - 20017 Rho (MI)

tel. +39 02 4997.1 fax +39 02 49976573

# Come ti ripenso il Multisala

**CENTRO COMMERCIALE DI GAVIRATE: IL NUOVO CINEMA, INTEGRATO ALLA RINNOVATA FOOD COURT, SCOMMETTE SU UN'ESPERIENZA UNICA**

di *Carmela Ignaccolo*

**L**a sfida non è da poco. Nell'era della tv on demand, progettare un cinema multisala all'interno di un centro commerciale richiede infatti una buona dose di coraggio e un'idea ben chiara di ciò che si vuole proporre al pubblico.

E **Tomaso Piantini**, architetto dello **studio milanese Hit arcHITEcts**, che ha curato il progetto e la realizzazione del Multisala Electric al quinto piano del Centro commerciale Campo dei Fiori a Gavirate, certo lo ha ben presente quando ci spiega i requisiti oggi irrinunciabili per un multisala che voglia essere all'altezza delle aspettative del nuovo spettatore.

“La prima prerogativa è che abbia livelli qualitativi molto elevati. Per spettatori ormai avvezzi alla fruizione continua di contenuti multimediali, il cinema può ancora rivelarsi interessante, infatti, solo se diviene “un'esperienza superiore”. Questo l'assunto di partenza. Da qui abbiamo sviluppato il progetto, con l'intento di proporre un percorso composito che trovi il suo climax nella proiezione, ma che sia corredato -prima e dopo la visione del film - da un'esperienza sensoriale correlata e complementare.

Abbiamo in pratica lavorato perché il cinema fosse, per lo spettatore, protagonista fino all'inizio della proiezione; “si annullasse” temporaneamente durante la visione del film, per poi ricomparire alla fine, riaccompagnando il pubblico all'uscita”.

## **Parlava di un'esperienza superiore: cosa significa?**

Ispirare nel nostro pubblico sensazioni peculiari, strettamente connotate al luogo, capaci di suscitare apprezzamento e di dare una motivazione per ritornare. Per questo abbiamo lavorato su una qualità audio superiore e su schermi di dimensioni ampiamente maggiori alla media.

## **In ottica strutturale come viene integrato il multisala all'interno dello shopping center?**

Abbiamo immaginato una hall ottagonale caratterizzata da colori e trasparenze, una sorta di punto di snodo da cui dirigersi all'area ristorazione o verso il cinema; in questa area è stato dato spazio all'automazione con l'istal-



## IL RUOLO DELL'ILLUMINAZIONE



1

La luce guida il progetto e detta il ritmo dello spazio, il colore della luce ne guida le emozioni. All'interno del cinema è lei la vera protagonista fino all'inizio della proiezione: ed è stato il lavoro più complesso. L'utilizzo dei led è stata una sfida tecnologica che ha permesso di rendere lo spazio vivo (img. 1).



2

L'illuminazione inizia nella hall (img. 2) e finisce nelle sale. Cambiando colore ed intensità comunica scenari e situazioni diverse e ha così permesso di rendere lo spazio comunicativo riducendo al minimo cartelli e informazioni scritte e verbali (img. 3).



3

Tutto il sistema è controllato da micro processori collegati alle cabine di proiezione così da rendere l'illuminazione e il contenitore (il cinema) parte integrante della proiezione e dell'esperienza acquistata con il biglietto (img 4).



4

Tutti i led sono dimmerabili e la metà rgb, ciò garantisce la massima flessibilità; per lo stesso scopo ogni linea di luce è indipendente ed offre il controllo puntuale della luce.

lazione di tornelli e casse automatiche. Alle sale si accede attraverso corridoi in penombra, illuminati da fasci di luce (una sorta di preparazione all'oscurità che accompagnerà la proiezione), mentre le sale, meta del percorso, introducono lo spettatore in un ambiente accogliente dove barre led domotiche predispongono scenari collegati alla tipologia di film di volta in volta proposta.



## L'INTERIOR DESIGN

È il contenitore che valorizza il contenuto (film), non ci sarebbe altrimenti nessuna ragione per andare al cinema oggi. Una progettazione scenica mirata dello spazio aumenta il legame con il pubblico che vuole sentirsi all'interno di un sogno, possibilmente unico. Sempre la luce, unita a scelte di materiali e colori, rendono lo spazio un piccolo caleidoscopio capace di mutare a comando e di essere fortemente riconoscibile invitando lo spettatore a lasciarsi trasportare dal momento dell'ingresso fino all'uscita



## REPLICABILITÀ DEI MODELLI

“Alcuni valori studiati e integrati nel Multisala Electric – commenta Tomaso Piantini – sono un caso studio replicabile con successo anche al di fuori della specifica architettura. L'uso di metodi alternativi di comunicazione credo sia la prossima grande possibilità che la tecnologia offre all'interno dell'architettura e dell'interior design; soprattutto pensando ad una società che si sta orientando sempre più verso immagini e sensazioni, contrariando la parte scritta e verbale. L'uso quindi di luce e materiali, assieme a nuove possibilità di controllo (che vanno oltre la domotica standard) non sono più da considerare solamente come un rivestimento o una soluzione tecnica ma parte del lavoro di comunicazione che lo spazio offre a supporto della funzione.

La presenza di un percorso e la sua divisione in scenari progressivi, ognuno dei quali ha lo scopo di creare un'ambientazione e un paniere di emozioni e sensazioni, è un accorgimento molto importante per guidare l'utente. Come all'interno dei multisala il percorso e le sensazioni complesse che si vogliono trasmettere si ottengono dall'insieme di molti fattori che evocano singole semplici realtà visive e sensoriali. Questo in architettura è interamente delegato ad un'attenta scelta dei materiali ma soprattutto alla loro texture.”

## Quindi esiste un rapporto biunivoco tra Multisala e Food Court?

Senza dubbio: tra le due aree (che hanno orari di apertura più lunghi rispetto a quelli della galleria commerciale) c'è un servizio reciproco e una forte coesione; non a caso nella parte della ristorazione sono installati schermi che introducono alla programmazione in sala. Il flusso ideale che vorremmo divenisse un dato acquisito per il nostro pubblico, una sorta di appuntamento da segnare in agenda, è: cibo, cinema, casa.

## Sia sincero, non è che l'obiettivo è quello di fare del Multisala la vera ancora attrattiva di Gavirate?

Beh, perché no? Mai dire mai... **S**

## IL MIX DI LED, ALLUMINIO E LEGNO RACCONTA I SUOI EFFETTI ESTETICI ED EMOZIONALI

Similmente al film anche il contenitore vuole coinvolgere lo spettatore trasportandolo in un mondo di fantasia e i forti riflessi della pietra lucida e nera che riveste i muri dei corridoi smaterializzano lo spazio entrando e lo ricompongono uscendo, creando un luogo di calma e transizione tra la galleria del centro commerciale e l'avventura del film che sta per iniziare. Un luogo di mezzo dove si perdono i riferimenti esterni e si inizia ad entrare nella film.



All'interno delle sale le sensazioni cambiano e i materiali diventano di e accoglienti, stoffa nera, pannellature in legno di noce e morbide poltrone contrastato con i corridoi suggerendo un definitivo stato di quiete e attesa che con il mutare delle luci diventerà suspense.

Il parquet, che riveste tutti i pavimenti senza distinzione tra corridoio e sale, conferisce infine una sensazione di curato e ricercato che mette a proprio agio come se tutto fosse più a dimensione d'uomo; feeling unico ed essenziale in un piccolo multisala.

