

# Le esperienze internazionali, dalla profumeria classica ai lounge-shop



Future Concept Lab, 19 Novembre 2007, Milano



Le esperienze internazionali,  
dalla profumeria classica ai lounge-shop

**Future**  
concept



Emotional Crossense: le Sense Girls



Deep & Daily: i Pleasure Growers



## Emotional Crossense

La raffinatezza sensoriale  
delle **Sense Girls**  
e l'esperienza emotiva  
nel punto vendita

## Emotional Crossense | Sense Girls

Negli ultimi anni la componente femminile del mercato sta diventando sempre più rilevante e influente, non soltanto in termini demografici ed economici, ma soprattutto per il successo di una nuova classe di giovani donne - principalmente all'interno della fascia di età tra i 25 e i 45 anni - nell'ambito artistico, culturale e imprenditoriale. Questo fenomeno, originario dell'Asia e dei Paesi orientali e rapidamente diffusosi anche in Occidente, sta ridefinendo i parametri culturali di molti Paesi, **attraverso una sensibilità estetica raffinata**, i cui stimoli sono in grado di anticipare e dare nuove forme ai desideri più avanzati della società contemporanea.



Segnali della strada,  
femminilità orientale

## Emotional Crossense | Sense Girls

Raffinate, sensibili, esotiche, le *Sense Girls* propongono quindi una estetica lontana dalla tradizionale volgarità mediatica, anche se usano i media come veicolo per rafforzare la propria unicità. Si pongono al centro di una rivoluzione etica ed estetica in cui **l'armonia, il gesto, il gusto narrativo e la cura, segnano un deciso cambio di paradigma**, che neutralizza la corsa acritica alla modernizzazione da parte delle grandi nazioni asiatiche, contagiando anche i paesi occidentali. L'influenza nella cultura del retail delle *Sense Girls* è ampia: negli ultimi anni la loro profonda sensibilità ha guidato il nuovo ruolo assunto dai negozi, come luoghi in cui sperimentare nuove forme di bilanciamento tra corpo e mente, armonia ed equilibrio e dove potere alimentare la propria sensibilità.

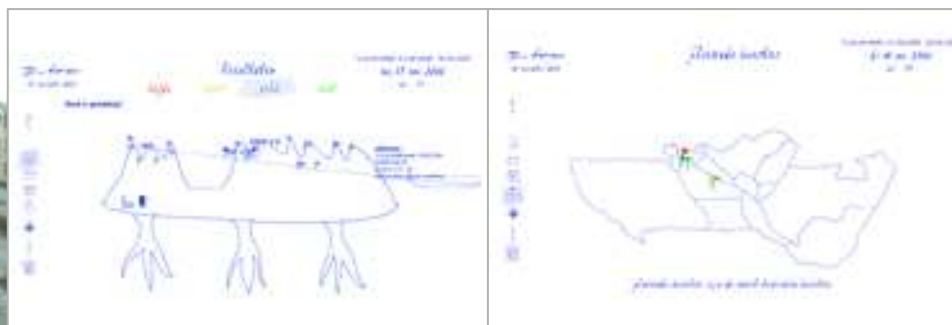


Il layout del pdv  
*No llores por mi Argentina*,  
a Buenos Aires, facilita  
un consumo decontractive

## Emotional Crossense | Sense Girls

### Shopping come Hyperceptive Sense: percezioni incrociate, equilibrio e armonia, sensibilità terapeutica

La distribuzione **si rivela fonte di esperienze sensoriali a diversi livelli:** per approfondire ogni singolo senso, come l'odorato, l'udito, il gusto, la vista o il tatto (*Hyperception*) oppure per attraversare i confini di tutti e 5 i sensi (*Sixth-sense*). Lo spazio distributivo favorisce le occasioni per rilassarsi, espandere la propria percezione interiore, esercitare la sensibilità ed accrescere la capacità intuitiva, attraverso nuovi stimoli che connettono tra loro differenti aspetti.



*D-Tower*, in Olanda monitora le emozioni dei cittadini e le rende visibili pubblicamente attraverso forma e colore

## Emotional Crossense | Sense Girls

### Shopping come Hyperceptive Sense: percezioni incrociate, equilibrio e armonia, sensibilità terapeutica

E' necessario ricorrere a stimoli *soft*, che possano andare in profondità.

**Il senso dell'olfatto e dell'udito per esempio, sono sempre più rilevanti** in ambito distributivo. Il servizio diventa allora una sorta di *soft training* che attraverso l'esperienza dell'utilizzo del prodotto, agisce a livello psico-fisico con la mediazione dei sensi.



*Habitat* a Londra facilita la relazione sensoriale con un impatto scenografico d'effetto: musica diffusa, sperimentazione sugli oggetti

# Emotional Crossense | Sense Girls

## Shopping come Hyperceptive Sense: Driver Retail

*Cuts for Women, USA*



ricercare intimamente nuove forme di equilibrio e armonia



*Shape Express for Women, USA*

sperimentare nuove esperienze sensoriali

*Mejor Flor, Buenos Aires*





## Emotional Crossense | Sense Girls

### Shopping come Refined Sensibility: eleganza e perfezione, visione artistica, originalità

La visione artistica è utilizzata per filtrare l'esperienza dell'acquisto, rendendola speciale, unica, quasi perfetta. Non si intende con questo l'“urban art”, né che il negozio si trasformi in una sorta di museo per collezionare prodotti. Al contrario, l'utilizzo di attrezzature sofisticate e tecnologie altamente specializzate **consente forme di esperienza che aiutano il cliente ad attraversare i confini di ambiti diversi.**



Stimolazione sensoriale attraverso la tecnologia avanzata nei negozi *Samsung* di New York

## Emotional Crossense | Sense Girls

**Shopping come Refined Sensibility: eleganza e perfezione, visione artistica, originalità**

“Piccoli paradisi”, fortemente caratterizzati in senso originale, che **mescolano reale e naturale con fantasia ed immaginazione**, portando i consumatori a considerare anche gli aspetti più inusuali della realtà. L’ambito della bellezza, della moda, della tecnologia sono quelli maggiormente coinvolti, tesi alla realizzazione di un mondo perfetto di stimolazione sensoriale.



Innovazione tecnologica e raffinatezza estetica degli ambienti nei pdv di Tokyo, @-mo e BBS

# Emotional Crossense | Sense Girls

## Shopping come Refined Sensibility: Driver Retail

realizzare un'esperienza  
onirica, quasi fiabesca



Vanessa Bruno,  
Parigi



5° festival *Liquid sound*,  
Germania



dal sogno portare  
nuova luce al reale

## Emotional Crossense | Sense Girls

### Shopping come Exotic Care: avventura extra-ordinaria, multisensorialità

Un ambito sperimentale che propone nuovi servizi e suggerisce nuove possibilità per riqualificare l'esperienza quotidiana. L'esotismo è il prodotto dell'attitudine avventurosa ispirata dall'immaginazione e **la sua realizzazione concreta nella vita di tutti i giorni**. Ne sono un esempio quegli spazi che nelle città ricreano "territori altri", e perciò esotici.



Nel quartiere Brick Lane a Londra, si sono ricreati inaspettatamente un angolo di mare e un'atmosfera da vacanza, in città

## Emotional Crossense | Sense Girls

### Shopping come Exotic Care: avventura extra-ordinaria, multisensorialità

In ambito distributivo - da questo punto di vista - **il servizio si propone come una miscela ricca di elementi tra loro assai differenti** e l'esperienza nel punto vendita può realmente diventare unica, coinvolgendo tutte le caratteristiche di un punto vendita, la struttura architettonica, il layout, l'illuminazione, il merchandising, la presenza di musica, la possibilità di sostare e rilassarsi.



*Plantage Books & More,*  
catena olandese  
di librerie ricche  
di servizi simili a quelli di  
una biblioteca

# Emotional Crossense | Sense Girls

## Shopping come Exotic Care: Driver Retail



*Cocoon, Orzinuovi (BS)*



ritrovare un' "oasi" di pace e relax per "decontrarsi"

*Get Fit, Salerno*



*Hotel des Arts,  
San Francisco*

*Hotel Home  
Buenos Aires*



vivere un'esperienza di qualità "semplice"

# Emotional Crossense | Sense Girls

## **Le Persone desiderano**

Equilibrio e armonia  
Eleganza  
Stimolazioni sorprendenti

## **Il Brand gestisce**

Visione artistica  
Originalità  
Qualità polimorfa

## **Il Luogo dovrebbe essere**

Multisensoriale  
Terapeutico  
Esotico



## Deep & Daily

La sapienza del gusto  
dei **Pleasure Growers**  
nella diffusione del retail  
del quotidiano



## Deep & Daily | Pleasure Growers

I *Pleasure Growers* sembrano oggi essere il target più promettente per i mercati occidentali "maturi", specialmente quelli americani ed europei.

Baby Boomers divenuti adulti, questi nuovi adulti di oltre 50 anni di età sono, nella maggior parte dei casi, pensionati, ricchi, realizzati e in cerca di nuove esperienze di consumo. **Il loro stile di vita mescola tempo libero e avventura** (ad esempio viaggiando per 6 mesi all'anno) **con una costante ricerca di esperienze gradevoli nella vita quotidiana**, per ampliare il loro orizzonte, già ricco di esperienze intelligenti ed edonistiche. Possiedono abbastanza capacità e gusto da essere in grado di riconoscere gli aspetti inutili e ridondanti della vita, e sembrano ancor più desiderosi di condividere la loro conoscenza con i propri simili.



*Mpreis* la catena tirolese di supermercati caratterizzati dal ricercato design architettonico

## Deep & Daily | Pleasure Growers

La distribuzione è un'importante sorgente di stimoli per la loro ricerca di esperienze gradevoli, aggiungendo qualità valoriale ai piccoli atti quotidiani. Il grande successo delle *American bakeries*, ad esempio, ha prodotto la diffusione di una rinnovata passione per i cupcakes e la cucina, come testimoniato dalla diffusione dei negozi specializzati. Nelle moda brand classiche come ad esempio *Ralph Lauren*, propongono nei loro negozi uno stile di vita che, combinando la libertà di movimento con l'eleganza classica e informale, **suggerisce uno scenario originale fatto di gusto, lusso, cura del dettaglio, tradizione e alta qualità.**



*Harrods102, il nuovo negozio di lusso di generi alimentari di Harrod's*

## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Soft Adventure: sfida, apprendimento di nuove capacità, condivisione di nuove passioni**

"*Fare qualcosa che non ho mai fatto prima*" è il motto di questa area dove l'invecchiare è visto come opportunità per avere più tempo libero da dedicare a se stessi e, soprattutto, a **tutto ciò che si è sempre sognato, ma per il quale non si è mai avuto abbastanza tempo**. Viaggiare è l'esperienza principe, non solo per divertimento o vacanza, ma soprattutto per ampliare la propria esperienza di vita, avvicinandosi alle diversità dei paesi, delle culture e trascorrendo più tempo all'estero.



*ElderTreks*, tour operator canadese che organizza esclusivamente viaggi per ultracinquantenni

## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Soft Adventure: sfida, apprendimento di nuove capacità, condivisione di nuove passioni**

Il **viaggio** diventa **una delle esperienze più rilevanti**, così come **lo sport** viene visto come una pratica quotidiana per tenersi in forma e in buona salute, per mantenersi giovani. La distribuzione che opera in queste aree propone nuovi paesaggi esperienziali: mescolando esotismo, autenticità e avventura nel viaggio, per esempio attraverso la scelta di destinazioni insolite, le esperienze di apprendimento e culturali, le crociere, il trekking leggero, l'esplorazione lungo le strade del vino, le proposte della ristorazione per buongustai.



*ElderTreks*, tour operator canadese che organizza esclusivamente viaggi per ultracinquantenni

# Deep & Daily | Pleasure Growers

## Shopping come Soft Adventure: Driver Retail

sperimentare  
la passione



Flow, Chicago



condividere  
le affinità

Sen, Londra



## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Emotional Luxury: di valore, paesaggio intimo del gusto, terapeutico, ergonomico, biologico**

Il lusso deve essere emozionale per avere valore, proponendo un universo di gusto. **La tradizione è rivisitata attraverso il tocco personale che attinge a una lunga esperienza.**



*Sur la table,*  
catena americana  
dedicata  
agli utensili  
ed accessori  
di cucina  
per gourmet



*Crate & Barrel*

## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Emotional Luxury: di valore, paesaggio intimo del gusto, terapeutico, ergonomico, biologico**

**Qualità dei materiali e valore della cura:** i prodotti devono essere terapeutici, ergonomici, i negozi devono dedicarsi a prodotti buoni e salutari, non solo eco-compatibili ma anche organici, proponendo un'alimentazione bilanciata, aumentando la consapevolezza del cliente.



*Williams-Sonoma,*  
catena americana  
che seleziona  
prodotti di diverse  
culture alimentari

# Deep & Daily | Pleasure Growers

## Shopping come Emotional Luxury: Driver Retail

arricchire  
l'esperienza



— Oliviers, Londra

Lobb, Londra —



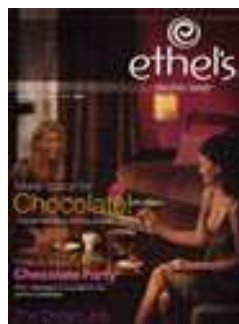
valori  
consapevoli



## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Intelligent Hedonism: autenticità nella vita quotidiana, sensoriale, rituali condivisi, intergenerazionale**

Il piacere nel quotidiano, piccole pause che ti rinfrancano, **ritualità (pranzo, the pomeridiano, caffè del mattino, happy hour) condivise con un ristretto numero di amici, in coppia o da soli**. Single, uomini e donne non necessariamente in cerca di un partner, che apprezzano la libertà di essere soli, avendo molto tempo per se stessi. La soddisfazione personale che conduce all'autenticità, essendo in grado di valorizzare tutti gli attimi della vita, anche i più piccoli.



*Ethel's chocolate lounge  
specialista in fonduta  
al cioccolato, servita  
in un'atmosfera  
molto confortevole*

## Deep & Daily | Pleasure Growers

**Shopping come Intelligent Hedonism: autenticità nella vita quotidiana, sensoriale, rituali condivisi, intergenerazionale**

**I negozi propongono esperienze profonde, sono luoghi dove rilassarsi e godere l'attimo**, riposarsi, chiacchierare. Ogni dettaglio è importante nel negozio: non solo il prodotto ma l'ambiente, i colori, l'arredamento, la musica, le riviste e i giornali, il vasellame, i profumi.



*Ethel's chocolate lounge*  
specialista in fonduta  
al cioccolato, servita  
in un'atmosfera  
molto confortevole

# Deep & Daily | Pleasure Growers

## Shopping come Intelligent Hedonism: Driver Retail

valorizzare nuove  
occasioni di consumo

Montezuma's, Londra



Notorius, Buenos Aires

Materia in movimento, Milano

autenticità



## Deep & Daily | Pleasure Growers

### **Le Persone desiderano**

Intimità  
Apprendimento  
Esperienze piacevoli e leggere

### **Il Brand gestisce**

Competenza  
Autenticità  
Gusto

### **Il Luogo dovrebbe essere**

Amorevole, terapeutico  
Sensoriale, olistico  
Un paesaggio organico

