

RETAIL & RETAIL

Festeggia i 25 anni di attività con un nuovo format di vendita dal layout rinnovato, che semplifica l'esperienza d'acquisto dei clienti

Sofia Catalano



Nel nuovo Garden di Castenedolo (Bs) si è lavorato per creare una comunicazione in store più empatica, giocata su grandi immagini evocative, che incuriosiscono maggiormente il consumatore. Anche la segnaletica di ogni reparto è contrassegnata da una colorazione dedicata. Un'altra novità è il servizio di toelettatura self service per i cani: i clienti, provvisti di tessera prepagata, possono lavare il proprio pet nello spazio dedicato all'interno del reparto zogarden.

Viridea: un tuffo nel verde

ANNA GIOIA
RESPONSABILE
COMUNICAZIONE
DI **VIRIDEA** GARDEN CENTER

ter: un mondo dove scoprire la magia e l'emozione della natura e il piacere della vita all'aria aperta.

Ogni centro si caratterizza per la tipica forma a serra: una struttura in legno con grandi pareti vetrate per una continuità tra "dentro" e "fuori", che prevede anche la presenza di categorie non direttamente adiacenti al mondo del giardino, ma legate al rispetto per l'ambiente dell'insegna, come i prodotti per la cura della persona. A raccontarci progetti e prospettive è **Anna Gioia**, responsabile della comunicazione di **Viridea**.

Quali sono le caratteristiche del nuovo format?

Un'immersione totale nel green, uno stacco dal "logorio della vita moderna": questa in sintesi la visita ad uno degli spazi **Viridea Garden Center**, catena italiana dedicata al giardinaggio, alla casa e agli animali. Il format nasce da un'idea del fondatore **Fabio Rappo**, attivo già dagli anni Ottanta nel campo del giardinaggio professionale, che si è evoluto in Garden Cen-

In quanti altri store pensate di applicarlo?

Sicuramente in tutti quelli che apriremo d'ora in poi. Nei negozi esistenti sarà possibile farlo solo quando previsto un remodelling.

Quali le priorità del prossimo futuro?

L'apertura, entro fine primavera, del nostro secondo ristorante Erba Matta presso il punto di vendita di Rho (Mi). Ma i progetti in cantiere sono molti.

A livello di location, qual è la vostra preferita?

Nessuna in particolare, dove trovate spazi adatti. Abbiamo anche inserito due negozi in centri commerciali: ad Arese (Mi) e Montebello della Battaglia (Pv).

Come costruite il vostro assortimento?

È definito per trasmettere il nostro know-how specia-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

075342

RETAIL & RETAIL



★ Molto più di una serra: uno spazio conviviale, dove vivere la natura a 360 gradi

★ Una gamma di oltre 100.000 articoli suddivisi in 9 categorie principali

★ In vendita anche prodotti per la cura della persona e in linea con il rispetto dell'ambiente



10

i pdv totali **Viridea** (Lombardia, Piemonte e Veneto)

79,2 mln €

il fatturato del 2021

+26,5%

il giro d'affari 2021 sul 2020

lizzato in tre settori: il verde (cioè piante e giardino), casa e decor, nonché animali. Parliamo di una gamma di circa 100.000 articoli dei principali brand suddivisi in 9 categorie. Per Natale organizziamo anche un'area speciale, presente nei negozi da ottobre a gennaio, che propone oltre 12.000 prodotti fra addobbi, idee regalo, abeti, luminarie, presepi e oggettistica. Un altro importante momento è il focus su arredo giardino e outdoor, da marzo a settembre. Parte integrante dell'offerta sono anche i nostri servizi che vanno dalla consulenza (su prodotti, progettazione e realizzazione di aree verdi, impianti di irrigazione) al noleggio di piante da interno ed esterno, fino alla realizzazione di addobbi floreali per eventi di vario tipo.

L'offerta comprende anche linee a marchio?

Sì. Nel 2020 **Viridea** ha lan-

ciato la linea mdd Per Passione, che include piante, sementi, attrezzi da giardinaggio, terricci e concimi. Un'offerta da circa 2 milioni di fatturato nel 2021.

Come vi muovete per quanto riguarda l'online?

Attraverso il nostro sito web e i social lavoriamo quotidianamente per rafforzare la relazione con i clienti e creare una vera e propria community di appassionati. Abbiamo anche un eCommerce che, da qualche anno, vende una selezione di quanto si trova nei negozi. Consideriamo il web come un'occasione per far conoscere il brand in zone che non raggiungiamo con gli store fisici, ma l'esperienza "immersiva" che il cliente può fare nei nostri store resta sicuramente quella vincente.

Quali sono le vostre strategie di fidelizzazione?

Restano quelle nate 25 anni fa con il nostro primo punto di vendita **Viridea** a Cusago (Mi): offrire un'esperienza in store che punti non solo alla vendita, ma a regalare piacevoli momenti in famiglia, grazie all'allargamento dell'offerta esperienziale e di prodotto e, non ultima, un'assistenza completa. La nostra fidelity card, Carta Club **Viridea**, lanciata a fine 2017, eroga vantaggi e servizi esclusivi ai suoi possessori. Al 31 dicembre 2021, le card attive sono circa 182.000.