

Quando la vetrina osa

*Per comunicare
efficacemente
bisogna attirare
l'attenzione,
emozionare
e -perché no?-
lanciare
messaggi a effetto.
Ecco come fare*

Di norma studiamo il tema per la vetrina pensando alla stagione in corso, a una promozione o a un servizio che vogliamo evidenziare. Il progetto si traduce in un'esposizione di prodotti selezionati e valorizzati da un elemento scenografico creato ad hoc. Il risultato? La vetrina dialoga con il passante, trasmette emozione e genera coinvolgimento. Qualche volta, però, si potrebbe osare qualcosa di più, seguendo canoni espositivi non così tradizionali e sviluppando un'idea in maniera inconsueta.

Azzardare di più per attirare maggiormente l'attenzione e provocare reazioni immediate rappresenta una scelta che richiede, però, più attenzione. In questi casi prevedere un messaggio grafico è imperativo, al fine di rendere subito comprensibile a tutti la vetrina. È certo inusuale, in un afoso mese di luglio, trasmettere una sensazione di benessere refrigerante attraverso una vetrina. L'utilizzo di elementi al di fuori della stagione, quali neve, cubetti di ghiaccio e pinguini, rappresenta la logica azzardata con cui è stata progettata un'esposizione di prodotti solari.

Se il messaggio è indispensabile

Ma si può ancora osare di più. Pensare all'utilizzo di un water per una vetrina dedicata ai problemi intestinali richiede intraprendenza e coraggio. Certo l'esposizione attirerà attenzione, generando reazioni favorevoli e non; questa è un'idea forte, ma non volgare, che ha bisogno di una frase -uno slogan- pertinente al contesto. La necessità di uno slogan si ravvisa in tipologie di allestimenti come questi o quando si vuole informare di una promozione, di un'offerta, di un evento o di un appuntamento legati al lancio di un prodotto. È importante che i messaggi siano concisi e diretti; frasi lunghe con informazioni eccessive creano confusione, ammesso che le persone abbiano voglia e tempo di leggerle. Preferire il "tu" al "lei", al fine di essere più diretti. ♦

COMUNICARE IN MODO ALTERNATIVO

In queste immagini due soluzioni adottate per incuriosire i passanti e dialogare attraverso messaggi mirati e immediatamente comprensibili. Pinguini, neve e cubetti di ghiaccio -utilizzati per gli allestimenti estivi- attirano l'attenzione sui prodotti solari grazie al contrasto tra gli elementi decorativi e il clima afoso della stagione. Più in basso, un audace e inconsueto allestimento legato al tema dei problemi intestinali, corredato dal suo indispensabile cartello esplicativo.



Farmacia Consolaro
Busto Arsizio - VA

-La scenografia-



Farmacia Consolaro
Busto Arsizio - VA

- Particolare del display:
solari, neve e ghiaccio-



Farmacia Consolaro
Busto Arsizio - VA

-Il tema:
"I problemi intestinali"-



-Lo slogan-

UN SUGGERIMENTO PER IL NATALE

In questo periodo le vetrine dei negozi si vestono a festa e tra luci e colori espongono il meglio dei loro prodotti, offrendo idee regalo. La farmacia non deve essere da meno. Ma che cosa esporre? Cosmetici, confezioni regalo, apparecchi elettromedicali, calzature e tutto quanto possa rappresentare un suggerimento per una stenna da mettere sotto l'albero.

Non dimentichiamo poi che il Natale è la festa dei bambini e quindi una vetrina, o parte di essa, potrà essere dedicata a loro. Ricordiamo anche che il cliente desidera uscire dalla farmacia con il suo acquisto avvolto in un bell'incarto. Bisogna dunque munirsi di carta, sacchetti

e fiocchi per accontentarlo. Esistono in commercio varie soluzioni per fare confezioni veloci, economiche e di tutto rispetto. Apporre un'etichetta adesiva con il nome della farmacia personalizzerà il pacchetto.



Packaging realizzato con sacchetto metal e pick decorativo. Preparare prima i pick, che esistono anche già pronti, velocizza il lavoro di confezionamento. Fissarli con la colla a caldo



Farmacia N. 3 Agesp Servizi - Busto Arsizio - VA

-Vetrina monomarca- Ottima la sintonia di colori tra scenografia e cartelli



Farmacia S. Lorenzo - Parabiago - MI

-Vetrina monomarca- Cartelli e scenografia in sintonia di colore, gruppi di prodotti intercalati da adeguati spazi