

TH.KOHL

Viale dell'Industria, 37 - 37030 Badia Calavena (VR) - tel. 045 6511811; fax 045 6511815
 Numero verde 800 441111 - www.thkohl.it; info@thkohl.it



Il percorso della linea che Alberto Meda ha disegnato per **Th.Kohl**, iniziato con il convegno sul design organizzato a Milano a marzo e proseguito con la presentazione ufficiale a Cosmofarma a maggio, è ormai entrato a vele spiegate nella fase operativa: dal mese di settembre sono, infatti, in consegna le realizzazioni della linea XF che evadono gli ordini raccolti, in quantità superiore alle attese, in questi primi mesi.

L'interesse dei farmacisti per la nuova linea non è, infatti, rimasto confinato al piano teorico, ma si è tradotto in un successo commerciale di grandi dimensioni, soprattutto se rapportato alle difficoltà economiche del mercato.

Prodotto nello stabilimento industriale Th.Kohl di Badia Calavena (VR), XF è un sistema di esposizione che non sovrasta mai con la sua fisicità il prodotto, ma anzi ne valorizza personalità e appeal. L'impatto emozionale della nuova linea è sorprendente e inedito: semplicità e leggerezza sono il filo conduttore, immediatamente percepibile, di un progetto di grande e distintivo design.

STUDIO ALFONSO MALIGNO

Viale degli Angeli, 1 - 12100 Cuneo (CN) - tel. 0171 698348;
 fax 0171 66811 - www.alfonsomaligno.com;
comunicazione@alfonsomaligno.com

Una nuova esperienza d'acquisto. Lo **Studio Alfonso Maligno** ha inaugurato, nell'agosto scorso, l'apertura della farmacia Marinoni a Biella, rinnovata negli ambienti e ampliata nei servizi proposti alla clientela. Nel punto vendita, contraddistinto da linee sobrie che incorniciano l'esposizione e avvolgono gli spazi, si respira una chimica di esperienza composta da colori, ambientazioni e luci.

Tra le novità della farmacia Marinoni si annoverano le postazioni consiglio, che garantiscono all'utente un livello elevato di privacy e al farmacista un contatto diretto con lo spazio a libero servizio. Sono quattro i punti d'ascolto in questo punto vendita, identificati attraverso un elemento ad albero che si dirama dal pavimento fino al soffitto, che funge da richiamo per la clientela. La farmacia è caratterizzata, inoltre, dall'alternarsi di volumi trasparenti e di palcoscenici espositivi, che offrono al cliente nuovi modelli d'interazione con il prodotto e gli propongono nuove attività, quali trattamenti di benessere e percorsi di salute. Si scopre così che persino il gusto dell'acquisto ha a che vedere con la qualità della combinazione tra prodotto, servizi e ambiente. La valenza emozionale dello shopping in questa farmacia si riscontra, nei primi mesi dopo l'apertura, dai tempi di permanenza dei clienti all'interno del punto vendita, dalla qualità dell'esperienza e dal processo d'acquisto.

