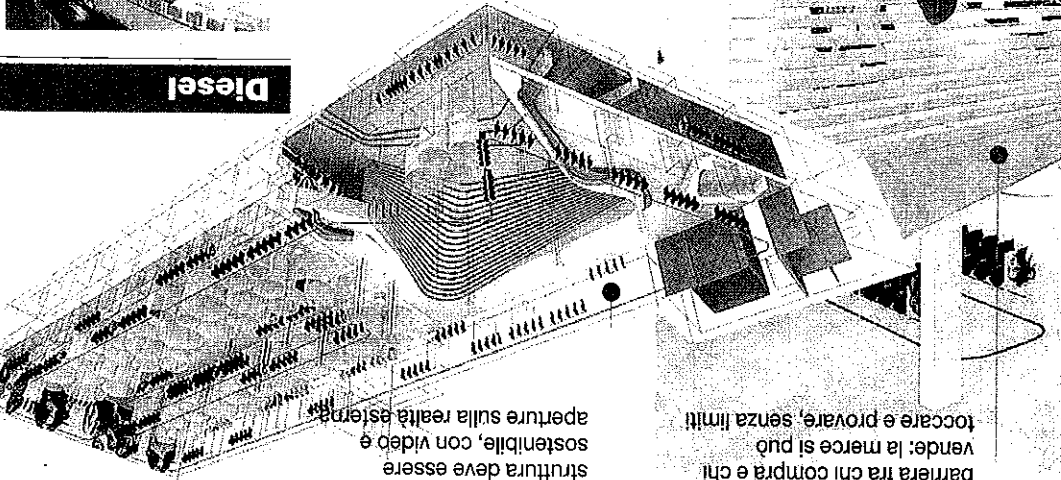


# Reality shop, il negozio senza commesse



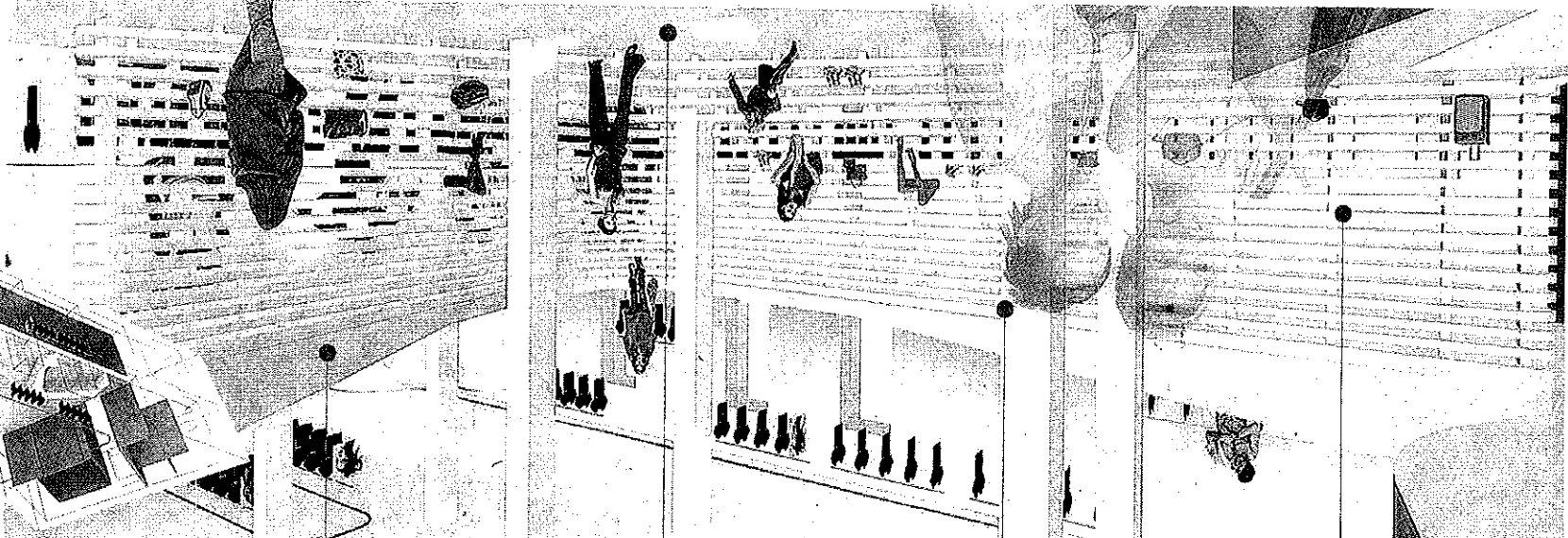
**Eco-compatibili**  
È il nuovo vanaggio: tutta la struttura deve essere sostenibile, con video e aperture sulla realtà esterna.

**Il bancone**  
Completamente eliminata la barriera fra chi compra e chi vende: la merce si può toccare e provare, senza limiti.

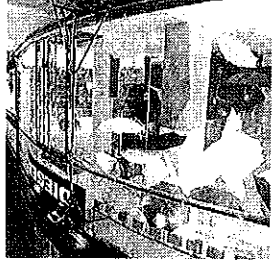
**Le commesse**  
Sempre più *personal shopper*: non più in giro per il negozio ma in spazi dedicati al «consigli». Oppure virtuali.

**Il «realtà»**  
C'è chi punta tutto sul cliente, si confronta con gli altri, in una sorta di «reality shop».

**L'agorà**  
I negozi somigliano sempre più a piazze dove comprare è un'esperienza individuale che coinvolge tutti i sensi.



**Il progetto**  
Due immagini del progetto di Luis Pereira che ha vinto il concorso sostenuto dalla mostra alla Triennale di Milano.



Diesel

**È lo specchio riflette a 360 gradi**

MILANO — È lo specchio delle «mie brame».

Quello che non fa sentire una dea, però permette una visione (obiettiva) a 360 gradi. Senza trucchè, né inganni. Si chiama «magic mirror» e una aiutano il cliente a scegliere. Oppure — all'opposto — il cliente stesso che si pone al centro e si esibisce, dialoga, mostra.

«Credo che si andrà verso un sorta di *realtà shop*, che chiede agli altri clienti, in negozi sempre più carichi di emozioni, degli agorà che rafforzano gli acquisti come esperienza individuale e sensiva appunto, dove nascono nuovi sentimenti», riasse-me Benetton.

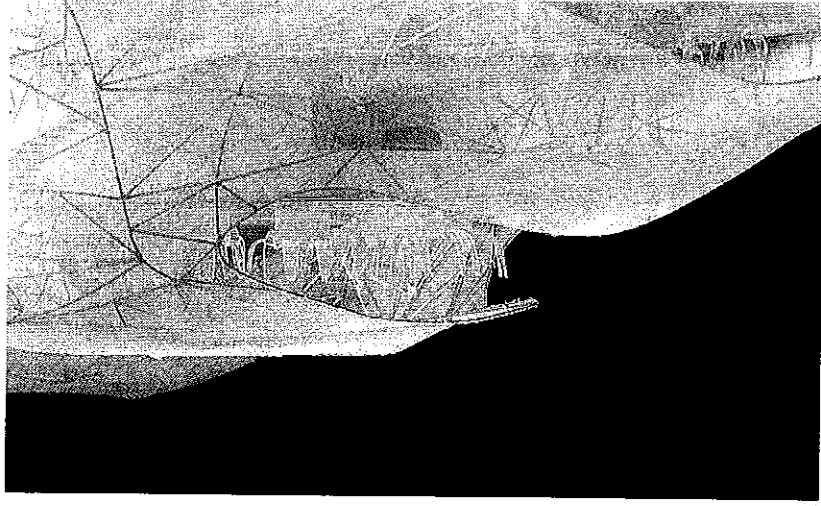
**Paola Pollo**  
«Mi è piaciuta la giusta dose di visione e pragmatismo. È lo avrei voluto progettare il negozio di Pereira — assieme a Alessandro Benetton —. Mi è piaciuta la giusta dose di innovazione e risposte».

**Paola Bulbarelli**  
lavaggi a disposizione. 150 modelli e altrettanti 5000 paia di jeans per lettura. È, naturalmente, musica dal vivo. Angoli di ascolto per cd e permettono lo shopping postazioni wi-fi artiva al cellulare. Poi messaggio di benvenuto bluetooth acceso, un sì entra, e con il negozio», dice. Appena non c'è mai stato in un mettere tutto quello che tre piani ho voluto ma ne è valsa la pena: su Renzo Rosso. «Ho atteso quadrati in San Babila) di spazio (1500 metri Planet di Milano, il mega delle tecnologie meraviglie del Diesel «magic mirror» e una né inganni. Si chiama 360 gradi. Senza trucchè, una visione (obiettiva) a Quello che non fa sentire delle «mie brame».

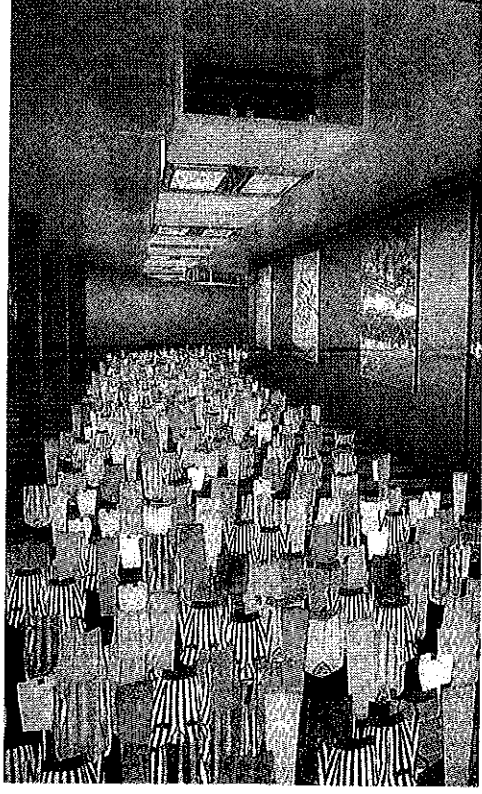
I negozi diventano strutture nomadi: con video e specchi riflettono la città o, al contrario, eliminano ogni rumore urbano

MILANO — Vanno, vengo- no e cambiano. Quasi sem- pre ogni due anni. Così an- che le mappe dello shopping cittadino si aggiornano, in au- tomatico. Ristrutturazioni, spostamenti, aperture, chi- sure. L'ultima frontiera, i tem- porary shop (negozio us&getta) che erano nati per «smaltire» i fondi di ma- gazzino (una sorta di outlet in centro) e sono diventati concept-store veri e propri. Non stupisce che domani al- tra Triennale di Milano, si apra una mostra-concorso, sistema di vendita: via i banco- «Opening soon...» (curatori: Andrea Branzi e Luisa Colli- e le scatole. La merce fuori, pile di maglioni colorati da ver- ribili per lo shopping che ver- rà. «Sempre più come agora», piazzate di gente, di culture, di scambi di idee, di luoghi di ri- trova dove i prodotti saran- no il filo conduttore», sostie- no Alessandro Benetton.

Il suo gruppo ha sostenuto il concorso e ha mostra e rea- lizzata, a Omsk, in Siberia, il progetto vincente dell'archi- tetto Luis Pereira che è una sorta di percorso fra spazio digitale e telecomunicazione con l'uno, l'altro e con il pro- dotto.



Le foto di Benetton e di Fokas. Accanto, un allestimento a Mosca



un continuo divenire. Che sia la boutique della grande grette o gli store di massa, ogni due anni, già tutto è al- tro giro. «È vero c'è in atto un'accelerazione importante, ma proprio perché il negozio te che conduciamo, un ritu- gio, un luogo di incontro, scambio e confronto. Così gruppi e marchi tendono ad essere interattivi per accatti-

«Per- sonalmente penso quello che vate e dialogare con la gen- te». Dal concorso, lo studio e le conclusioni elaborando i con- cetti che hanno portato sette- cento progetti in gara, da tut- to il mondo: strutture noma- te che conduciamo, un ritu- no anche il mondo fuori con video, specchi, vetri o esatta- mente il contratto isole senza suoni urbani ma angoli relax. Molto sentito il tema della so-

«**Alessandro Benetton** il negozio oggi vuole rappresentare un luogo di incontro, scambio e confronto»

«Per anni poi si è andato avanti così. Ma da qualche tempo a questa parte il siste- ma si è rimosso in moto, cer- cando nuove strade. Ed ora è