



LA VETRINA DI PASQUA: ISTRUZIONI PER SORPRENDERE I VOSTRI CLIENTI

E' in arrivo la Pasqua, la ricorrenza religiosa più sentita dai cristiani (è la festa della Resurrezione). Negli anni, proprio per i suoi significati simbolici di rinascita, rinnovamento, sorpresa, festa, la Pasqua è diventata una tappa imprescindibile del calendario commerciale di ogni negoziante.

In questo articolo illustreremo una checklist di 12 punti su come allestire al meglio la propria vetrina per Pasqua.

Il 9 aprile si celebra la Pasqua (o festa della Resurrezione).

Una ricorrenza religiosa molto sentita dai cristiani, che cade la domenica successiva al primo giorno di luna piena di Primavera (per comodità si calcola sempre il 21 marzo come giorno dell'equinozio).

Questo spiega perché la Pasqua può variare ed essere "alta" (tra il 14 e il 25 aprile), "media" (tra il 3 e il 13 aprile) o "bassa" (dal 22 marzo al 2 aprile).

Al di là di questi aspetti, puramente informativi, è bene ricordare che da sempre la Pasqua rappresenta per i consumatori, un **ritrovato desiderio di rinascita che si traduce spesso nel voler stare insieme** (tema della convivialità e delle gite fuori porta) e nel desiderio di rinnovare il proprio guardaroba (abbigliamento, accessori, tessile casa).

A prescindere dai diversi settori merceologici di appartenenza (*Food - Non food*) il suggerimento è quello di non farsi cogliere impreparati così da organizzare, con il giusto anticipo, l'allestimento della vetrina e degli interni di Pasqua per il proprio negozio.

Lavorare sull'idea di SORPRESA (tradizione legata all'uovo di Pasqua) o sull'obiettivo di SORPRENDERE la propria clientela, potrebbe essere il punto da cui partire per proporre soluzioni espositive efficaci, ad alto valore simbolico.

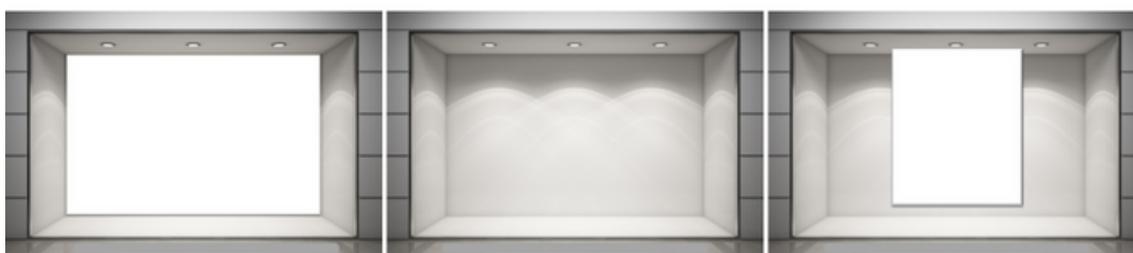
Ma procediamo con ordine, provando a costruire **prima** una *check list* con i punti principali da considerare per gestire al meglio l'allestimento, e **successivamente** riprendere *le fasi del processo* analizzate in occasione del *retro-planning* dei SALDI.



1) Per prima cosa occorrerà **selezionare** la **VETRINA** più importante in termini di **visibilità** e **dimensioni**; in questo modo gli sforzi per l'allestimento saranno capitalizzati e non si correrà il rischio di vanificare l'intervento che, come ben sappiamo, richiede sempre uno sforzo sia in fase di progettazione (creatività) che di esecuzione (operatività).

2) La domanda successiva sarà chiedersi *a quale tipologia* appartiene la VETRINA che avrete scelto.

- Vetrina APERTA (permette di vedere l'interno del negozio)
- Vetrina CHIUSA (presenta una parete di fondo che chiude totalmente la visione)
- Vetrina SEMI-CHIUSA (l'interno si vede solo in parte)



Vetrina APERTA

Vetrina CHIUSA

Vetrina SEMI-CHIUSA

Le proposte suggerite in questo articolo per l'allestimento delle vetrine di Pasqua riguardano la tipologia CHIUSA e SEMI-CHIUSA, anche se non sarà difficile adattare la creatività alla VETRINA APERTA, che consente di visualizzare l'interno del Punto Vendita.

Come abbiamo più volte sottolineato, non esistono VETRINE migliori o peggiori in senso assoluto, ma diverse opportunità comunicative per gestire lo spazio, *raccontando* una storia attraverso la presentazione dell'offerta e i criteri espositivi.



3) Proviamo ora a pensare a quale immagine/SIMBOLO ispirarsi per la scenografia della VETRINA.

Un **SIMBOLO** è un'immagine, un segno grafico, che allude a un concetto utilizzando la rappresentazione di qualcosa di diverso (es. la colomba che tiene nel becco un ramoscello di ulivo è simbolo di pace e si associa alla Pasqua).

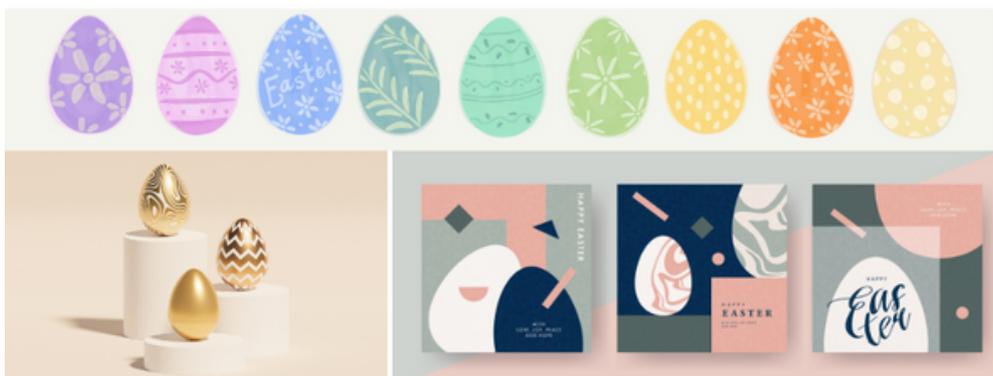
PASQUA = ... Quale associazione o relazione di rimando

(pensando, ovviamente, al vostro posizionamento e assortimento)

"Rinascita, uova con sorpresa, voglia di evasione, gite fuori porta, convivialità, preparazione piatti fatti in casa, desiderio di stare in compagnia, tempo libero e giardinaggio, cambio dell'armadio, capi nuovi e nuovi accessori, rinnovo tessile casa per seconda abitazione al mare (o in montagna), viaggi, riflessioni".

Qualche spunto di immagini evocative dal valore simbolico:

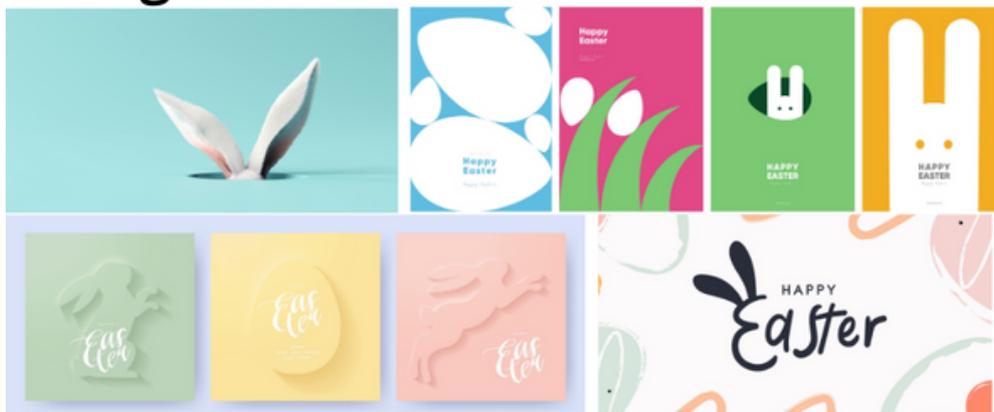
Uova



Colomba / Ulivo



Coniglio



Composizioni floreali



Le immagini suggerite potranno trasformarsi in elementi scenografici, pannelli bidimensionali, poster o vetrofanie, adattandosi perfettamente al contesto.

4) A questo punto sarà fondamentale prevedere **quinte o fondi colore** da integrare alla scenografia, in modo da suggerire una maggior profondità alla vetrina.



Pannelli quinta sospesi, come fondi colore, e sagoma uovo



Basi di appoggio, come fondi colore, e sagoma colomba

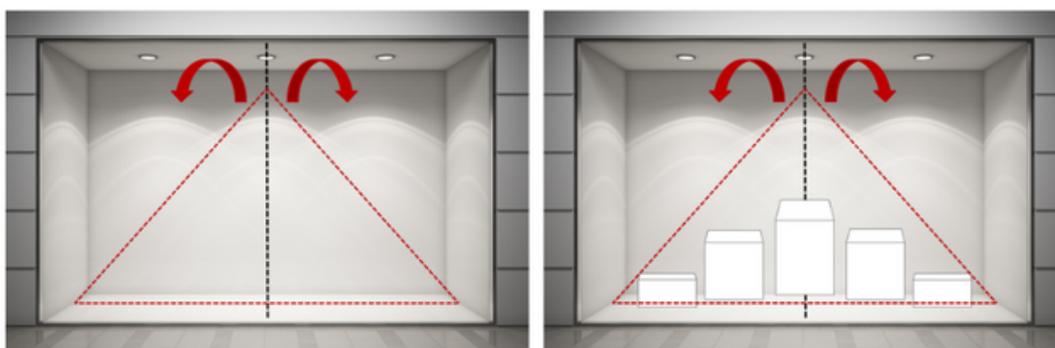


La **tavolozza** potrà legarsi a una *storia colore* presente all'interno del vostro assortimento (a esempio, **tonalità pastello o tinte de-saturate**, tipiche della stagione primaverile) o semplicemente a un colore chiaro (a partire dal bianco) che potrà rimandare al candore della colomba e alla purezza della Pasqua.



5) Tutti i **complementi di arredo** della vetrina, dai *display* alle basi di appoggio, da eventuali tavoli ai supporti espositivi, dovranno essere posizionati in modo da risultare armonici e perfettamente bilanciati rispetto allo spazio.

Si suggerisce uno schema **SIMMETRICO** e l'utilizzo della **TRIANGOLAZIONE** per impaginare correttamente la composizione, ottenendo così ordine e armonia.



Schema **SIMMETRICO** e **TRIANGOLAZIONE**



6) Non si dovrà trascurare la **base della vetrina** che potrà diventare pavimentazione in grado di presidiare e circoscrivere lo spazio, rafforzando l'insieme (Es. base fondo colore piatto oppure *texture* prato erboso/fiorito).



Base vetrina neutra



Base con tavolozza colori de-saturati



Base *texture* manto erboso



Base *texture* prato fiorito

7) Le **vetrofanie** potranno essere di aiuto alla scenografia, riprendendo la grafica e le tonalità utilizzate; in questo modo potranno facilitare la comprensione del messaggio (una Pasqua sorprendente!) fornendo ulteriori chiavi di lettura al *racconto*.



8) Le luci, quando accese, dovranno sempre essere orientate verso il prodotto protagonista dell'esposizione, alternando zone d'ombra a zone più illuminate (così da *sorprendere* il potenziale cliente con un uso teatrale della luce).

Prima di visualizzare le proposte vetrina ipotizzate, sarà bene ricordare che la scelta dell'immagine, di eventuali simboli, del codice colore e della grafica della VETRINA di Pasqua dipenderanno dal **posizionamento** e dall'**identità del negozio**.

Si potrà così valutare un'immagine **rassicurante**, di tipo tradizionale, oppure un'immagine più **aggiornata** e innovativa, considerando l'*ubicazione* del Punto Vendita, il *target* della clientela, il *design* degli arredi e l'*assortimento* selezionato per l'allestimento delle vetrine.



Vetrina con *poster*, sagome a forma di uovo e vetrofania



Vetrina con basi, sagome a forma di uovo e vetrofanie



Vetrine con prodotto appeso e piegato su basi, vetrofania



9) Per gli **interni** si raccomanda il consueto coordinamento e la gestione puntuale dei *Focal Point* come rafforzativi del messaggio della vetrina. Per idee e suggerimenti si rimanda all'articolo sull'[allestimento degli interni](#) per Natale.

Si potrebbe pensare di impreziosire l'area **cassa** o un **tavolo interno** con una composizione floreale in linea con il tipo di negozio...



...Avendo la premura di lasciare qualche ovetto di cioccolato in vista, da poter offrire alla clientela adulta come agli eventuali piccoli accompagnatori.
E perché no, anche biscottini per gli amici a quattro zampe!



10) La scelta del sottofondo musicale, dei profumi, delle luci e dei colori consentiranno di trasmettere l'atmosfera più adatta ad accogliere la clientela.

11) Come tutte le ricorrenze, anche la Pasqua è una occasione importante per fare promozioni mirate. Si rimanda all'articolo "[Come fare promozioni in negozio](#)" per farle al meglio e senza perdere margini.





12) Infine, senza dare mai nulla per scontato, non dimenticate l'integrazione tra i canali fisici e digitali.



Buon lavoro!

Fonti per le immagini: Shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Il negozio nell'era di Internet](#), scritta da Confcommercio, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per avere maggiore supporto per la Tua attività
[contatta l'Associazione Territoriale](#) del Sistema Confcommercio