

SHOPPING

Riapertura negozi: come fare shopping in sicurezza

DI SELENE OLIVA
15 MAGGIO 2020

Ecco come sarà lo shopping in negozio dal 18 Maggio. Decisioni e regole per tutelare consumatore e venditore



Due metri di distanziamento, prodotti in quarantena e una serie di misure di sicurezza e sanificazione: ecco come cambia lo shopping con la riapertura dei negozi del 18 Maggio

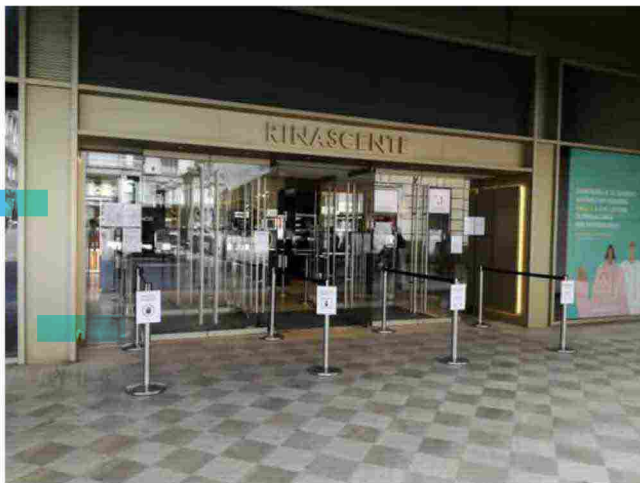
Fatte alcune considerazioni sull'impatto che ha e avrà il Covid-19 sull'industria moda, il 18 Maggio le serrande verranno tirate su *solo se* i negozi seguiranno alcune regole volte a tutelare il consumatore e chi lavora dietro la cassa. Acquisto e vendita ruotano attorno a due concetti assoluti: distanziamento e igiene/sanificazione.

Ingressi contingentati e shopping su appuntamento

Iniziamo da qualche numero: nei negozi con metrature inferiori a 40 metri quadrati entrerà solo un cliente alla volta, mentre la **distanza tra persone aumenta a due metri**. Ogni punto vendita, in base alla grandezza dei locali, quindi, dovrà calcolare un numero massimo di clienti per garantire la distanza di sicurezza interna. Al fine di scaglionare gli accessi sarà possibile prolungare l'orario dei negozi.

Per far questo il gruppo Index (che comprende Bershka, Massimo Dutti, Pull&Bear, Oysho e Zara) non ha solo aumentato il numero degli addetti alla sicurezza per controllare il flusso delle persone ma ha realizzato degli **indicatori di distanza a terra** nei luoghi ove solitamente si creano assembramenti, come area casse e salottini prova. Per quanto riguarda i **camerini**, l'utilizzo sarà alternato per garantire la minima distanza tra persone ed è vietata la presenza dell'accompagnatore (bisognerà fare a meno dei preziosi consigli di mamma, amica o fidanzato). Il Gruppo Capri, a capo di Alcott e Gutteridge, in previsione della riapertura ha inoltre fornito gli operatori della **tecnologia Termoscan**, per un ulteriore controllo della temperatura all'ingresso.

Rinascente ha invece redatto un protocollo proattivo in collaborazione con il Politecnico di Torino per **tutelare i lavoratori e i clienti** *"Il documento recepisce tutte le indicazioni dei provvedimenti governativi e amministrativi. A questo si aggiungono cartelli e banner di remind, disposti in store, per osservare le norme. È stato studiato un percorso a tre vie: ingresso per i dipendenti, ingresso per clienti e uscita, per agevolare e controllare il flusso"* - ha dichiarato Pierluigi Cocchini, CEO di Rinascente a Torino, e aggiunge - *"Il lockdown ha portato l'attenzione sul digitale, dopo la vendita on demand, a Giugno siamo pronti per lanciare l'e-commerce"*.



Rinascente, Torino

Piccoli e medi negozi che hanno a disposizione spazi più contenuti, hanno predisposto la **shopping su appuntamento** *"Per la nostra clientela è molto importante il fattore reale: i gioielli devono essere visti, toccati, indossati."* - ha commentato Giorgio Bisi, Marketing Manager di Nove25 - *"Per chi vuole saltare la fila, abbiamo un'agenda dedicata e divisa a slot di 30 minuti"*.

Non solo, c'è chi guarda alla **tecnologia come uno dei mezzi fondamentali per agevolare i clienti e rispondere alla crisi**. *"Per la riapertura ci stiamo attenendo scrupolosamente ai protocolli e alle normative del Governo e della Regione Lombardia (ndr ogni regione presenta alcune sfumature in base alla situazione registrata) per tutelare i nostri collaboratori e i nostri clienti. Inoltre stiamo sviluppando un'app dedicata per fissare appuntamenti in boutique, in modo da agevolare al massimo l'esperienza di shopping"* - ha dichiarato Carla Creda Biffi, Head of Buying del gruppo Biffi Boutiques (Biffi Boutiques Milano, Banner Milano e Biffi Boutiques Bergamo) e aggiunge con dolce stupore la voglia di rinascita e bellezza di alcune clienti che hanno fatto shopping anche nel periodo di

quarantena, utilizzando la piattaforma digitale - *“Le vendite online sul nostro e-commerce biffi.com stanno andando bene, abbiamo notato un iniziale incremento del luxury leisurewear e stiamo registrando un buon movimento di capi RTW e accessori primaverili ed estivi molto belli e speciali, quindi pensiamo che ci sia comunque voglia di novità e di freschezza”.*



Biffi Boutiques Milano

Mascherine obbligatorie e igienizzanti gratuiti

Tutti coloro che lavorano in negozio, al di là del ruolo che ricoprono, devono indossare le mascherine, mentre i guanti usa e getta sono raccomandati ma non obbligatori. In molti store si potrà usufruire gratuitamente dei disinfettanti a base alcolica, disposti qua e là nei negozi per garantire la massima igiene. Anche tutte le tastiere (pc, cassa o pos) e tutti i touch screen devono essere puliti con detergenti o schiuma apposita.

Prodotti in quarantena e sanificazione

Il Protocollo sul contrasto al Covid-19 con riferimento alle norme in tema di igiene e sicurezza degli ambienti, prevede che il negozio assicuri **la pulizia giornaliera e la sanificazione periodica dei locali**, degli ambienti, delle postazioni di lavoro. La legge non prevede la sanificazione dei prodotti, ma i retail più prudenti e attenti ai lavoratori e consumatori attueranno un piano studiato che prevede una **quarantena di almeno 24 ore e/o sanificazione a vapore ad alte temperature in aree dedicate**: una volta indossato un capo o accessorio, questo non verrà direttamente esposto. *“Il prodotto verrà fornito al bancone, appoggiato, che permette di rispettare la distanza e limitare il contatto. Per quando riguarda le calzature, forniremo dei calzini monouso”* - ha dichiarato Domenico Romano, Head of Marketing AW Lab - *“Una volta provato il prodotto, se non viene acquistato, verrà messo in quarantena per tre giorni. Nel caso di immediata disponibilità provvediamo a specifica sanificazione con prodotto alcolico e panno e con macchina ad emissione di vapore caldo, sistema che è disponibile in ogni store”.*

A questi processi di sanificazione saranno sicuramente esenti i capi tagliati con i tessuti **ViroFormula di Albini Group con tecnologia HeiQ Viroblock che protegge da virus e batteri, con efficacia comprovata contro i Coronavirus**. *“Nel periodo critico e incerto in cui ci troviamo oggi abbiamo deciso di non fermarci: al contrario abbiamo continuato a lavorare su nuove soluzioni e prodotti, sempre pronti ad affrontare nuove sfide”* - spiega Stefano Albini, Presidente di Albini. *“In questo contesto abbiamo sviluppato i tessuti ViroFormula, che assicurano protezione attiva da virus e batteri.”*

Consumatore più consapevole

Tra informazioni condivise con i brand e le norme che entreranno in vigore il prossimo Lunedì, **lo shopping frenetico e affollato è ormai una vecchia storia**. Già il retail tradizionale pre Coronavirus stava cambiando sembianze, travolto dalla **rivoluzione copernicana digitale**, con un interesse per la customer experience fluida, efficace e cross-channel. La vendita di un prodotto era parte integrante di un'esperienza on/offline. **Oggi, la prospettiva è ben diversa**, soprattutto se si pensa al negozio fisico e al suo aspetto più sociale.

Lo **shopping richiederà più consapevolezza**, non solo per quanto riguarda la scelta del prodotto acquistato, ma anche nell'agire: rispettare la distanza, i tempi e la fila o l'ordine in negozio, saranno un prezioso gesto di rispetto e cura verso il prossimo e anche se stessi.

CORONAVIRUS

OPENING

SHOPPING