

COMMERCIO. SUCCESSO DEGLI EVENTI PROMOSSI NEL WEEKEND - IL DIRETTORE DEL CENTRO: «PUNTIAMO A 6 MILIONI DI VISITATORI L'ANNO»



“Nuovo Borgo” gremito di gente per l'apertura della galleria

DI ELISA FERRANDO

Il centro commerciale “Nuovo Borgo” di corso Casale gremito di gente, questo fine settimana, per l'apertura della galleria di negozi al piano interrato, ricavata in poco precedente tempo occupato dalla sala giochi e dalla pista da bowling, inaugurata ufficialmente giovedì scorso.

Tanta curiosità per i nuovi spazi ma anche per gli eventi che sono stati organizzati per l'occasione, dal concerto di Luca Carboni venerdì sera all'animazione per bambini, che ha visto “passeggiare” per i corridoi i personaggi più amati del momento, come Masha e Orso e King Fu Panda. Fino al concerto di Cristina d'Avena con i Gem Boy, che ha attirato le famiglie con bambini, più per l'interesse delle mamme, cui lo spettacolo ha regalato un “tuffo nel passato” tra le canzoni dei cartoni animati anni Ottanta e Novanta, che dei figli. La nuova galleria è ampia 3.500 metri quadri e ospita otto negozi: sette sono già aperti (Combel, Champignons, Insieme, Sorbino, Lovable, Bagatti sempre & image calzolaio, lavanderia Perlecan), mentre Futura, il ristorante cinese Mi-shi Mishi, aprirà i battenti nelle prossime



SCATTI DAL WEEKEND. Dall'alto, in senso orario, Luca Carboni in concerto fotografato con Masha e Orso; Cristina d'Avena e Gem boy sul palco; un momento dell'inaugurazione della galleria giovedì scorso (Foto Pletosu e Ago)

settimane. Da sottolineare che la lavanderia Perlecan era già presente nel corpo centrale del piano interrato: al suo posto ora c'è un'area bimbi con alcune gioiastre a gettone.

Anche l'ingresso a questa ala del centro è stato modificato: non si entra più, infatti, dalle porte scorrevoli accanto al Burger King, ma da un nuovo ingresso che, rispetto a quello attuale, è spostato in direzione della concessionaria di auto.

La creazione della galleria è l'ultimo tassello di rinnovamento del centro

commerciale aperto nel 2006, interessato da un primo restyling nel 2013. Struttura di circa 15mila metri quadri totali di proprietà del fondo di investimenti internazionale “This investor” e gestito dalla società “Cushman & Wakefield”.

«Questo ampliamento - ha affermato Francesco Della Cioppa di “Cushman & Wakefield” - è un passo importante per radicare il progetto sul territorio e per dare sicurezza ad operatori e dipendenti. Ha tutte le carte in regola per rafforzare il prodotto commerciale ed essere punto

di riferimento per Asti e i comuni limitrofi».

A ripercorrere le tappe dello sviluppo del centro commerciale il direttore Alessio Serafia. «Come tutti i centri commerciali - ha affermato - anche il “Borgo” ha avuto un po' di sofferenza subito dopo l'apertura, fisiologica per ogni nuova struttura che deve modificare le abitudini di acquisto della gente. Poi è decollato e ha visto prima un restyling nel 2013 e ora questo ampliamento, che tra l'altro va a compensare il fatto che il blocco centrale della struttura non è climatizzato. Ad oggi conta cinque milioni e mezzo di visitatori l'anno, ma puntiamo ad arrivare a quota sei milioni alla fine del 2016».

«Il successo di questa struttura - aggiunge Della Cioppa - dipende dal fatto che possiede i cosiddetti “fondamentali” che consentono l'atterraggio di grandi marchi, ovvero la logistica buona e il bacino di popolazione cui “attingere” adeguato, ovvero la popolazione che può raggiungere il centro in cinquantacinque minuti di automobile, garantendo un flusso di clientela ogni giorno. Un centro commerciale come questo non potrebbe sopravvivere solo contando sui clienti del fine settimana».

FIERA A TORINO

Pullman gratuito per partecipare a “Iolavoro”

È a disposizione un servizio di trasporto gratuito in pullman per partecipare alla più grande fiera italiana del lavoro, intitolata “Iolavoro”, in programma al Pala Alpitour di Torino da domani (mercoledì) fino a venerdì 8 aprile. Chi cerca lavoro può quindi iscriversi on line alla fiera per accedere ad offerte e colloqui di lavoro (attraverso il sito www.iolavoro.org).

Chi volesse usufruire di un servizio di trasporto gratuito, previsto per venerdì 8 aprile al mattino deve inviare una mail a euress@provincia.asti.it con la conferma di avvenuta registrazione alla fiera. Sarà lo sportello Eures del Centro per l'impiego di Asti a comunicare agli interessati i dettagli del viaggio. Per informazioni: 0141/433431.

e.f.



SUNLIGHT MARKETING

IL PROGETTO E-LOCAL PER LE FARMACIE - associate F.A.P.



E-Local è il nuovo progetto sviluppato dalla F.A.P. (Farmacisti Associati Piemonte) che **permette agli utenti di prenotare i prodotti desiderati comodamente online e pagarli solo al momento del ritiro nella farmacia associata più vicina.** Il progetto è stato pensato per offrire alle persone con poco tempo a disposizione la comodità di poter ritirare i prodotti desiderati il giorno o la sera prefissati senza code o lunghe attese.

L'idea è della **SunLight Marketing**, agenzia di Asti che si occupa di Marketing, Comunicazione, strategie integrate e formazione per i web. “E-Local”, adattato alle esigenze della F.A.P., trae spunto dalla consapevolezza che non tutte le imprese locali sono in possesso di una struttura tale da sostenere le esigenze di un e-commerce a livello di tempo e personale dedicato” afferma il titolare, Nicola Sionis, che prosegue: “non tutte le attività locali hanno infatti strutture articolate quanto i colossi del commercio sul web, ma ciò non vuol dire che essi non possano adattare quei modelli alla loro esigenza”.

Quindi E-Local è un progetto che può funzionare anche per le piccole e medie realtà? Assolutamente sì, anzi è proprio pensato per loro perché permetterebbe di limitare i costi classici di un e-commerce che spesso viene erroneamente confuso con un semplice sito internet, ma che invece nasconde una gestione molto complessa a causa di una serie di insidie: la necessità di una rapida esecuzione degli ordini ad esempio, oppure la disponibilità ad allocare importanti budget pubblicitari... ecc”. Con vantaggi tangibili per un'attività commerciale locale da un progetto E-Local? “Innanzitutto il vantaggio di un

investimento contenuto proprio perché essendo sviluppato per la realtà locale non rischierebbe di andare in contrasto con i colossi del web. Rimando radicato alla realtà locale, il commerciante rimarrebbe fortemente in contatto con i propri clienti e ne acquisirebbe di nuovi sfruttando le nuove dinamiche del web, cavalcando piuttosto che rimanendone schiacciato”.

Il local web marketing ha quindi il vantaggio di promuovere un'attività a livello locale, concentrandosi su un target molto specifico e quindi evitando di sprecare budget. I commercianti possono quindi rafforzare la propria immagine (sia online, sia offline), aumentare il numero di clienti, inserire la propria attività nel tessuto del territorio e rafforzare la propria base di consumatori.

Emerge quindi dalla chiacchierata con la **SunLight Marketing** che il successo di un'azienda oggi è fortemente legato alla capacità di comprendere le enormi potenzialità che offre il web: “la nostra agenzia è in grado di sviluppare progetti di comunicazione e marketing online ed offline pensati, elaborati e strutturati sulla base delle esigenze della singola azienda, tutto ciò grazie ad un team giovane, competente e in continua formazione. Non ci limitiamo ad essere mere esecutori, ma condividiamo con i nostri clienti i loro obiettivi e ci impegnamo per raggiungerli insieme”.

Se volete conoscere il team e i servizi della **SunLight Marketing** visitate il sito www.sunlightmarketing.it

PRENOTARE I PRODOTTI ONLINE E RITRARLI COMODAMENTE NELLA FARMACIA PIÙ VICINA: “E-LOCAL”, IL NUOVO TRAGUARDO DELLE FARMACIE ASSOCIATE F.A.P.



Dopo un 2011 di successo grazie alle centinaia di eventi dedicati alla prevenzione con screening ed esami di prima istanza, le farmacie associate FAP si riconfermano attente alle esigenze del cittadino con il progetto “E-Local”: da oggi infatti possono scegliere e prenotare il prodotto desiderato comodamente online, dal PC o dallo smartphone, per poi ritirare a ritirare e pagare nella Farmacia Associata FAP più vicina.

In caso di difficoltà di approvvigionamento o indisponibilità del prodotto, il cliente viene avvisato tramite email o telefono.

Non si tratta, quindi, della classica vendita online, ma di un servizio aggiuntivo volto ad agevolare la clientela offrendo la sicurezza e la comodità di recarsi in farmacia solo a prodotto disponibile e pronto per il ritiro.

Il progetto E-Local, sviluppato seguendo le indicazioni della SunLight Marketing di Nicola Sionis, è rivolto a tutte quelle persone che per motivi di lavoro o per comodità desiderano ottimizzare il loro tempo recandosi nella Farmacia Associata F.A.P. più vicina per ritirare e pagare il prodotto scelto online.

Come funziona? Attraverso il sito www.farmep.it nella sezione “E-Local”, si accede al portale che permette agli utenti di scegliere un vero e proprio catalogo di prodotti suddivisi per categoria, poterne così verificare la disponibilità, prenotarli e selezionare la farmacia associata FAP più vicina - rispetto alla propria abitazione

ne e/o al posto di lavoro - presso cui si vorrà ritirare il prodotto stesso.

Questa è una delle iniziative della F.A.P. per andare incontro alla Clientela, ai suoi nuovi modelli comportamentali rendendo le Farmacie del network FAP più moderne e funzionali.

PRENOTA Online



PAGA E RITIRA In farmacia



PRENOTARE I PRODOTTI ONLINE E RITIRARLI COMODAMENTE NELLA FARMACIA PIÙ VICINA: “E-LOCAL”, UN NUOVO TRAGUARDO DELLE FARMACIE ASSOCIATE F.A.P.

Dopo un 2015 di successo grazie alle centinaia di eventi dedicati alla prevenzione con screening ed esami di prima istanza, le farmacie associate FAP si riconfermano attente alle esigenze del cittadino con il progetto “E-Local”: da oggi è infatti possibile scegliere e prenotare il prodotto desiderato comodamente online, dal PC o dallo smartphone, per poi andare a ritirarlo e pagarlo nella Farmacia Associata FAP più vicina.

In caso di difficoltà di approvvigionamento o indisponibilità del prodotto, il cliente viene avvisato tramite email o telefono.

Non si tratta, quindi, della classica vendita online, ma di un servizio aggiuntivo volto ad agevolare la clientela offrendo la sicurezza e la comodità di recarsi in farmacia solo a prodotto disponibile e pronto per il ritiro.

Il progetto E-Local, sviluppato seguendo le indicazioni della SunLight Marketing di Nicola Sionis, è rivolto a tutte quelle persone che per motivi di lavoro o per comodità desiderano ottimizzare il loro tempo recandosi nella Farmacia Associata F.A.P. più vicina per ritirare e pagare il prodotto scelto online.

Come funziona?

Attraverso il sito web www.fapnet.it nella sezione “E-Local”, si accede al portale che permette agli utenti di sfogliare un vero e proprio catalogo di prodotti suddivisi per categoria, poterne così verificare la disponibilità, prenotarli e selezionare la farmacia associata FAP più vicina - rispetto alla propria abitazio-



ne e/o al posto di lavoro - presso cui si vorrà ritirare il prodotto stesso.

Questa è una delle iniziative della F.A.P. per andare incontro alla Clientela, ai suoi nuovi modelli comportamentali rendendo le Farmacie del network FAP più moderne e funzionali.

