



Gimò, Torino
si fa in due

Il 17 settembre 2007 Giusy Sabato e Monica Reali, titolari di Gimò, hanno inaugurato a Torino – proprio di fronte al primo negozio, aperto nel 2000 – un nuovo punto vendita, anch'esso caratterizzato dall'unione fra intimo e antiquariato.

Più che un secondo negozio, dunque, un'estensione del primo, che nasce dalla volontà di ampliare e segmentare l'offerta differenziandola per target di clientela o anche solo per momenti di utilizzo. "Il nuovo spazio è stato creato per dare più visibilità alla lingerie ed alla pigiamaeria, che per ragioni di spazio non erano sufficientemente evidenziate nel primo negozio" spiegano le titolari "e ospita tutta la nostra offerta di coppe differenziate; mentre nel primo continuiamo a proporre la corsetteria sexy e moda, l'esternabile, notevolmente ampliato, e l'uomo." Il nuovo punto vendita si attesta dunque su un prodotto più classico, ma molto ricercato dal punto di vista tecnico e stilistico, che soddisfa una consumatrice dal gusto più sobrio e raffinato, ma anche la cliente Gimò che negli anni ha sviluppato nuove esigenze di prodotto o di vestibilità. La sinergia tra i due negozi è totale: le titolari e le collaboratrici si spostano dall'uno all'altro a seconda del prodotto richiesto dalla cliente. Nel nuovo punto vendita la concezione teatrale dello spazio è accentuata da un sipario di tende rosse: si entra così una "scatola magica" in cui il concept del primo Gimò – di ambientazione "gold" – è declinato in toni "silver" e rivisitato in stile déco. Anche qui i pezzi di antiquariato, tutti in vendita, fungono da arredi e contenitori per l'intimo. Tutto è appeso e a vista: il merchandising risponde a un criterio cromatico, che accosta i colori dando visibilità alla serie completa della collezione; la disposizione dell'offerta e dei mobili cambia ogni 15/20 giorni, per sedurre la clientela con un look sempre nuovo. Anche il tema vetrine, declinato su entrambi i punti vendita, cambia ogni due settimane. "Personalizzazione" resta la parola chiave di Giusy e Monica ed è anche la chiave del loro successo: layout ed esposizione sono curati da loro personalmente e l'offerta segue non solo la richiesta del mercato, ma anche – e in modo importante – il fiuto moda delle titolari, alla costante ricerca della novità in giro per il mondo. Autentiche "personal shopper", Giusy e Monica tengono schede elettroniche con il profilo taglie e i dati di ogni cliente per spedire loro auguri di compleanno e inviti personalizzati ai numerosi eventi organizzati sul punto vendita. Il loro segreto? Un perfetto mix di passione, professionalità e relazione che fa di Gimò un salotto molto fashion, in cui l'acquisto è solo una delle componenti di una shopping experience assolutamente unica.

SUPERFICIE DI VENDITA: 90 mq su due livelli

MARCHI TRATTATI: Simone Pérèle, Implicite, Ritratti, La Perla Black Label, Christies, Parah, Argentovivo, Cotton Club, Margherita Mazzei, Dolce & Gabbana, Cavalli, Faber, Armonia, Paladini, Verde Veronica, Verdissima, Bacirubati, Off Limits, Exilia, Sobimilla, Grazia'lliani, Millenotti, Sciarra, Blumarine, ç les maçons danseurs, maryan mehlhorn, azuleja, Luisa Maria Lugli, Gilsa. Pierre Mantoux, Philippe Matignon, Trasparenze, Dyaguar, Gallo, Julipet, Jamas, Grigio Perla, Fiat, Calvin Klein.



