

Incantalia, il nuovo food store parte dalla luce - La Nuova di Venezia

La Nuova di Venezia e Mestre

Incantalia, il nuovo food store parte dalla luce
di Sandra Riccio

Il negozio **Incantalia**, a Trieste

Il presidente **Riccardo Illy** svela il progetto della sua holding, "Il **Polo del Gusto**": "L'obiettivo è trasformare i negozi in un motore di crescita del Paese. Ne apriremo altri 3-4 a breve, a partire da Roma, e poi all'estero"

23 Settembre 2023

09:23

3 minuti di lettura

Promette magie di sapori già dal nome: **Incantalia**, l'atteso store plurimarca del **Polo del Gusto** ha tolto il velo alla sua insegna e ha svelato così nome e marchio. Il primo negozio dell'innovativo ramo del Gruppo **Illy**, che riunisce nomi dell'eccellenza del mondo food&beverage extra caffè come **Domori** (cioccolato) e **Damman Frères** (tè), è stato inaugurato a Trieste. Seguiranno presto altre aperture. «L'obiettivo è di trasformare gli store plurimarca in un efficace motore per la crescita di tutti i marchi del Polo» spiega **Riccardo Illy**, presidente operativo di questa realtà e selezionatore dei prodotti in vendita negli store. L'anno scorso il Polo ha superato i 100milioni di giro d'affari, quest'anno è previsto un altro balzo in avanti per poi accelerare ancora di più proprio grazie al nuovo progetto commerciale che sfrutterà anche le forti sinergie con l'e-commerce.

Riccardo Illy

Quali sono le novità?

«L'obiettivo è di utilizzare i nuovi punti vendita come un momento espositivo. Puntiamo da un lato a far assaggiare il prodotto, dall'altro a raccontarlo. Lo story telling sarà esperienza di ogni giorno. La nostra filosofia è di guardare a tre fattori di successo. Il primo è la location che deve essere un punto di passaggio anche di turisti, ma in cui brand e arredo sono centrali. Il secondo è dato dall'assortimento dei prodotti e il terzo dallo store manager e dai collaboratori in negozio che offriranno una "vendita raccontata". In ogni caso, la location da sola non è più sufficiente».

Cosa vedrà chi entra nei vostri negozi?

«La prima caratteristica che salterà all'occhio sarà il lampadario, particolarmente ricco e ben studiato. Questo per dare la giusta luce a tutta la location. Sarà un punto di attrazione e darà il giusto risalto al colore che abbiamo pensato per la nostra ambientazione che è anche nel brand e che abbiamo definito color papaya. Le forme del negozio saranno sinuose, arrotondate per dare maggior gentilezza a tutto quello che sarà esposto. È anche un richiamo ai prodotti in vendita: nel cioccolato la rotondità è una delle caratteristiche primarie definite da **Gianluca Franzoni**, fondatore di **Domori**. Noi cerchiamo di esprimere questa rotondità nelle forme dei nostri store».

Che assortimento offrite?

«Nei nostri negozi ci saranno tutti i brand del **Polo del Gusto**, dal tè (Damman), al cioccolato (**Domori**), alle marmellate e succhi di frutta (**Achillea Bio**) fino ai biscotti (Pintaudi). In aggiunta sarà possibile acquistare anche altri prodotti come pasta, sughi pronti, olio, aceto balsamico. Si tratta di realizzazioni di aziende che hanno caratteristiche di unicità. Per esempio la pasta proviene da un produttore che ha effettuato una selezione propria delle varietà del grano che utilizza e la lavorazione è di alta qualità. Riguardo all'olio è realizzato con olive raccolte di notte e lavorate a temperatura controllata per preservare le qualità aromatiche. Si tratta di soli due esempi, la lista è lunga e tutta da scoprire».

