

Con Orange l'entertainment entra in lavanderia

di Anna Bertolini

Editoriale di MARK UP 159 - sezione Protagonisti

Il fatto. Sull'onda della proliferazione del vending, l'automatismo e il self-service riscoprono nuovi adepti. Si è recentemente inaugurata a San Giovanni Lupatoto, in quel di Verona, un'inedita lavanderia ad acqua self-service progettata da Orange, catena di centri per il lavaggio con oltre 60 negozi in Italia e Spagna, che vuole essere un nuovo modo di pensare lo spazio-lavanderia. La società veronese ha ideato, infatti, un nuovo concept store dove servizio ed entertainment si fondono dando vita a uno spazio che invoglia alla permanenza. All'interno della lavanderia self-service i clienti hanno a disposizione, di fatto, postazioni internet, area cinema surround, spazio Playstation, videonoleggio, palestra soft per bambini, distributore automatico di farmaci nonché di bevande e snack oltre a un servizio di stiro fai da te. Tutto concorre, dunque, a intrattenere il cliente all'interno del locale nei 60 minuti impiegati dalla lavatrice per il ciclo completo di lavaggio e asciugatura invitandolo a ingannare il tempo in pieno relax e divertimento.

Il commento. Fare leva sull'entertainment per creare valore aggiunto. Su questo diktat si basa il nuovo concept di Orange che da semplice lavanderia self-service si trasforma in un luogo dove l'attesa assume un piacere inaspettato. E inaspettata è anche la risposta della gente che già dai primi giorni, a detta della società veronese, accoglie con entusiasmo la proposta Orange. Grazie all'idea di sviluppare l'entertainment in lavanderia, Orange ha in previsione per il 2008 l'apertura di 40 punti di vendita in franchising in Italia per un investimento complessivo di oltre 1 milione di euro. Dunque l'entertainment sembra essere la chiave, non solo per sviluppare il settore, ma anche per fidelizzare la clientela al punto tale da creare un rapporto che va al di là dell'utilizzo primario dell'ambiente lavanderia. Nulla vieta, infatti, di poter entrare nel locale per fruire del distributore automatico di farmaci, soprattutto durante i giorni festivi quando le farmacie sono chiuse, oppure della vending machine di bibite e snack. Potrebbe diventare, dunque, un servizio socialmente utile nel quale trovare, con un dovuto ampliamento dell'offerta, quello che occorre in caso di necessità al fine di rappresentare molto di più di una semplice lavanderia: un punto di ritrovo nel quale cogliere tutte le risposte alle proprie esigenze. Non dimentichiamo, inoltre, che il servizio di lavanderia self-service è tornato in auge anche grazie al cambiamento che la società sta vivendo: sono, infatti, sempre più gli stranieri che vivono nel nostro paese e che necessitano di servizi in modo continuativo e perentorio. Rappresentano, di fatto, un nuovo target group su cui puntare per creare nuovi business, senza tralasciare che, come tutti i consumatori, possono essere soggetti a infedeltà nei confronti sia dei brand sia delle insegne. Ecco, dunque, che ritorna il tema dell'entertainment come catalizzatore di clienti, che a nostro parere potrebbe essere affiancato da altri utili servizi quali, per esempio, distributori automatici di documenti, supermercati self-service aperti 24 ore su 24 oppure macchine per lo sviluppo di fotografie.

L'obiezione. In un paese come l'Italia, dove il proliferare delle lavanderie self-service comincia a farsi sentire, potrà bastare giocare la carta dell'entertainment per catturare la fiducia dei consumatori?

Lavare in pieno relax

“Con il nuovo concept store di San Giovanni Lupatoto vogliamo mettere a disposizione di nuovi clienti la nostra filosofia. Il nostro merito è stato quello di esserci resi conto che anche in Italia i tempi erano maturi per introdurre un servizio di lavanderie ad acqua self-service. Lo abbiamo fatto, però, replicando e migliorando in chiave italiana ciò che esisteva da anni all'estero. Ciò che rende unica Orange è soprattutto l'elevata affidabilità in termini di igiene e sicurezza, la tecnologia di qualità, i bassi consumi dei macchinari uniti a un nuovo modo di pensare lo spazio-lavanderia, come fosse un centro relax”.

Cristiano Zanetti, presidente di Orange

Una società in crescita

Fatturato 2006: 1,9 mio di euro
N. pdv: 60 (in Italia e Spagna)
Previsione di crescita: 40 pdv nel 2008
Investimento previsto: 1 mio di euro