

POLIMODA

INTERNATIONAL
INSTITUTE
FASHION DESIGN
& MARKETING

Ufficio Stampa Polimoda
Diomedea
via Biondelli, 9 - 20141 Milano
tel. +39 02 89546251
fax +39 02 8466743
press@diomedea.it
www.diomedea.it

Informazioni per il pubblico
Polimoda
via Pisana, 77 - 50143 Firenze
tel. +39 055 7399620
fax +39 055 7399632
info@polimoda.com
www.polimoda.com

Referente Stampa
Polimoda
Tessa Pisani
tel. +39 055 7399675
fax +39 055 7399632
pisanit@polimoda.com



TEMPORARY STORE. LA STRATEGIA DELL'EFFIMERO

PRESENTATO IL NUOVO LIBRO DELLA COLLANA POLIMODA DEDICATO A UN FENOMENO IN COSTANTE ASCESA

Il **Temporary Store** è un fenomeno in costante ascesa e rappresenta una nuova formula di comunicazione diventata una forma di supporto importantissima per i punti vendita tradizionali. **Polimoda**, sempre al passo con i nuovi fenomeni emergenti, presenta, in occasione dell'edizione 2010 del suo Open Day, il libro "**Temporary Store. La strategia dell'effimero**" di Francesca Zorzetto e Francesco Catalano, con la prefazione di Elio Fiorucci.

Il nuovo libro della Collana Polimoda Fashion Marketing, edita da Franco Angeli, analizza un fenomeno che deve il proprio successo alla capacità di adattarsi in modo flessibile alle trasformazioni del mercato venendo incontro ad esigenze commerciali e di marketing, in un'epoca in cui i format di negozi tradizionali non sono più sufficienti. Nel saggio si sottolineano le caratteristiche di un "negozio a tempo" valutandone in dettaglio potenzialità e criticità ed esplorando tutti i principali elementi: dalla scelta della location, agli obiettivi di marketing fino alla durata della struttura, attraverso una selezione di testimonianze di successo per comprenderne dall'interno le caratteristiche e indicando parallelamente le strategie per avviare l'organizzazione e la struttura di un simile spazio.

Attraverso i suoi contenuti, il libro si pone non solamente come un saggio di analisi su un fenomeno sempre più presente nel tessuto economico e consumer, ma anche come **vera e propria guida in cui trovare gli elementi per la progettazione di un proprio temporary store.**

"Il fenomeno dei temporary store – commenta Maristella Giannini, Capo Dipartimento Marketing di Polimoda – sta affermando una nuova esperienza di acquisto da parte del consumatore, che va attentamente seguita e analizzata non solo dalle aziende, ma anche da chi si occupa di formazione, che in un certo senso è a monte di tutta la filiera. Questo nuovo testo riflette l'attenzione di Polimoda ai fenomeni legati alla moda, al marketing e, in particolare, allo sviluppo delle strategie del retail e si aggiunge alla Collana Polimoda Libri che già comprende importanti testi sui temi del visual merchandising e della strategia del retail nella moda e nel lusso."

Firenze, 25 marzo 2010