



Domino

Lo scorso 28 Aprile, trecento invitati hanno partecipato all'evento organizzato presso lo showroom GEG Elite di San Giuseppe Vesuviano (NA), per la presentazione in anteprima nazionale di Domino, la nuova linea di arredo retail firmata Fashion Wood.

Lo scorso 28 Aprile, trecento invitati hanno partecipato all'evento organizzato presso lo showroom GEG Elite di San Giuseppe Vesuviano (NA), per la presentazione in anteprima nazionale di Domino, la nuova linea di arredo retail firmata Fashion Wood.

A sinistra: in primo piano il banco vendita della linea Domino, con il ripiano in vetro serigrafato e la grafica personalizzabile. Sullo sfondo, il montante in legno laminato con doppio colore, il reggivetrol in acciaio inox e l'appenderia aderente per broche. Domino: la combinazione naturale del legno e l'acciaio.

On the left: in primo piano il banco vendita della linea Domino, con il ripiano in vetro serigrafato e la grafica personalizzabile. Sullo sfondo, il montante in legno laminato con doppio colore, il reggivetrol in acciaio inox e l'appenderia aderente per broche. Domino: la combinazione naturale del legno e l'acciaio.

Sotto: in occasione dell'anteprima nazionale di presentazione nello showroom GEG Elite, la linea Domino è stata allestita con capi e accessori d'abbigliamento donna del brand Giorgia & Johns. Il nuovo sistema di arredo, progettato e realizzato dall'area design di GEG, si aggiunge all'esclusiva collezione firmata Fashion Wood.

Below: in occasione dell'anteprima nazionale di presentazione nello showroom GEG Elite, la linea Domino è stata allestita con capi e accessori d'abbigliamento donna del brand Giorgia & Johns. Il nuovo sistema di arredo, progettato e realizzato dall'area design di GEG, si aggiunge all'esclusiva collezione firmata Fashion Wood.

GEG
elite

fashion
wood

IN COLLABORAZIONE CON:

Giorgia & Johns

A Napoli una giornata speciale per parlare di design, arredo retail e business del punto vendita con un evento in grande stile organizzato da GEG in occasione della presentazione in anteprima nazionale di Domino, la nuova linea di arredo retail firmata Fashion Wood. Partner dell'evento, il famoso brand di abbigliamento donna Giorgia & Johns che, in co-branding con GEG, ha allestito Domino con capi e accessori della nuova collezione primavera-estate, contribuendo a ricreare per gli oltre trecento invitati – imprenditori, retailer, franchisor, professionisti del design, esponenti della politica, della pubblica amministrazione, dello sport e dello spettacolo – la scenografia di un vero e proprio punto vendita.

Un'anteprima nazionale realizzata in modo hollywoodiano, organizzata in grande stile, con un parterre de rois in prima fila e una folla di curiosi a premere agli ingressi. La "performance dell'artista" ha strappato flash, sguardi ammirati e commenti entusiastici da parte di critica e pubblico: Domino ha conquistato sia i neofiti del retail che gli addetti ai lavori più esperti con esibizioni di design, flessibilità e originalità al limite dell'impossibile.

Oltre a Domino gli ospiti hanno toccato con mano anche le altre idee per l'arredo retail firmate Fashion Wood, rinomato brand del Gruppo GEG nato nel 2008, che propone esclusive collezioni di sistemi e complementi di arredo retail in legno. Un brand che si distingue per la coerenza tra forma e funzione, le tecniche produttive all'avanguardia, l'impiego di materiali speciali, la carica emozionale dell'oggetto e le elevate dosi di eleganza, solidità e stile.

All'anteprima nazionale di Domino non poteva mancare la formazione GEG al gran completo. Queste le voci a caldo dei protagonisti.

Biagio Prisco, direttore commerciale di GEG: "Un ringraziamento speciale va a Giorgia & Johns per il contributo attivo nel rendere impeccabile la presentazione di Domino attraverso un allestimento curato nei minimi dettagli, con capi e accessori della nuova collezione. Un abbraccio va a tutto lo staff GEG al completo, a clienti e amici accorsi per aver dato pregio a questo evento. I clienti si aspettano da GEG sempre qualcosa di spettacolare e noi li accontentiamo più che volentieri, nelle linee di arredo come negli eventi a tema. L'organizzazione più che un impegno è stata un piacere, perché la



forza di GEG è l'abitudine a ragionare in squadra per ottenere grandi risultati. Più è ambizioso l'obiettivo e più ci impegniamo al massimo per tagliare il traguardo. La professionalità e il talento dei singoli sono determinanti, ma senza un gioco collettivo collaudato non si va da nessuna parte. Personalmente ho in squadra stelle di assoluto valore, motivate dalla voglia di fare e dall'emozione per ogni nuovo progetto. Li ringrazio pubblicamente per l'energia umana e professionale che mi offrono giorno dopo giorno e lascio volentieri la parola a loro".

Domenica Barbarino, responsabile marketing di GEG: "Abbiamo pensato a un'anteprima nazionale di ispirazione cinematografica per dare ancora più spessore all'evento, credo fosse il minimo per Domino, visto che è una linea estremamente curata nel design, nei materiali che impiega, nella capacità di arredare e nella carica emotiva che esprime. Era giusto che lo fosse anche nella presentazione al pubblico. Certo non mi aspettavo una risposta così da parte del pubblico. L'invito iniziale era per trecento ospiti selezionati, ma poi un passaparola immediato ha attirato sul posto tantissime persone. Sono soddisfatta di com'è riuscito questo evento, l'organizzazione è stata impeccabile, ci abbiamo messo tutto l'impegno, la professionalità e la flessibilità possibili e il risultato alla fine ci ha premiato".

Giulia De Martino, responsabile vendite

di GEG: "Domino si farà valere e ci darà ottime soddisfazioni su entrambi i fronti: il mercato italiano e il mercato internazionale. Ne sono convinta perché Domino non è una scommessa, non è figlio di un capriccio astratto, è stato pensato dal cliente per il cliente: un'intuizione del reparto vendite, nel quale lavora anche l'ottima sales account Rossella Boccia, che ha raccolto dalla voce diretta dei nostri clienti italiani e internazionali la necessità di avere un sistema di arredo retail per arredare il punto vendita in totale libertà". Daniela Verta, progettista di GEG: "I motivi che hanno ispirato Domino sono il gioco, la fantasia, la modularità. In questa linea di arredamento per il retail niente è come sembra, ciò che regna è il cambiamento: gli elementi possono essere combinati, ruotati e incastrati in mille modi diversi, come le tante tessere del domino. L'unico limite è nella fantasia di chi gestisce il punto vendita, perché Domino, anche grazie ai due colori disponibili, permette combinazioni di arredo originali, sempre nuove, oltre che estremamente personalizzabili. Devo dire che mi sono veramente divertita a progettare e a perfezionarlo rispettando le richieste del mercato".

Le novità GEG continuano nel campo del web marketing con due iniziative che promettono di far vivere al cliente un'esperienza ancor più coinvolgente, a partire dai prossimi giorni. La prima novità è il blog aziendale ge-

gonline.it, spazio on-line dedicato a idee e risorse per il business dello store e del punto vendita: business plan, tecniche di approccio al mercato, visual merchandising, case study e formazione professionale. La seconda invece è arredonegozimanichini.it, l'e-commerce di GEG per ordinare elementi e complementi d'arredo per il punto vendita, direttamente on-line. Messa in rete per fine maggio.

A Napoli una giornata speciale per parlare di design, arredo retail e business del punto vendita con un evento in grande stile organizzato da GEG in occasione della presentazione in anteprima nazionale di Domino, la nuova linea di arredo retail firmata Fashion Wood. Partner dell'evento, il famoso brand di abbigliamento donna Giorgia & Johns che, in co-branding con GEG, ha allestito Domino con capi e accessori della nuova collezione primavera-estate, contribuendo a ricreare per gli oltre trecento invitati – imprenditori, retailer, franchisor, professionisti del design, esponenti della politica, della pubblica amministrazione, dello sport e dello spettacolo – la scenografia di un vero e proprio punto vendita.

Un'anteprima nazionale realizzata in stile hollywoodiano, organizzata in grande stile, con un parterre de rois in prima fila e una folla di curiosi a premere agli ingressi. La "performance dell'artista" ha strappato flash, sguardi am-



mirati e commenti entusiastici da parte di critica e pubblico: Domino ha conquistato sia i neofiti del retail che gli addetti ai lavori più esperti con esibizioni di design, flessibilità e originalità al limite dell'impossibile. Oltre a Domino gli ospiti hanno toccato con mano anche le altre idee per l'arredo retail firmate Fashion Wood, rinomato brand del Gruppo GEG nato nel 2008, che propone esclusive collezioni di sistemi e complementi di arredo retail in legno. Un brand che si distingue per la coerenza tra forma e funzione, le tecniche produttive all'avanguardia, l'impiego di materiali speciali, la carica emozionale dell'oggetto e le elevate dosi di eleganza, solidità e stile.

All'anteprima nazionale di Domino non poteva mancare la formazione GEG al gran completo. Queste le voci a caldo dei protagonisti.

Biagio Prisco, direttore commerciale di GEG: "Un ringraziamento speciale va a Giorgia & Johns per il contributo at-

tivo nel rendere impeccabile la presentazione di Domino attraverso un allestimento curato nei minimi dettagli, con capi e accessori della nuova collezione. Un abbraccio va a tutto lo staff GEG al completo, a clienti e amici accorsi per aver dato pregio a questo evento. I clienti si aspettano da GEG sempre qualcosa di spettacolare e noi li accontentiamo più che volentieri, nelle linee di arredo come negli eventi a tema. L'organizzazione più che un impegno è stata un piacere, perché la forza di GEG è l'abitudine a ragionare in squadra per ottenere grandi risultati. Più è ambizioso l'obiettivo e più ci impegniamo al massimo per tagliare il traguardo. La professionalità e il talento dei singoli sono determinanti, ma senza un gioco collettivo collaudato non si va da nessuna parte. Personalmente ho in squadra stelle di assoluto valore, motivate dalla voglia di fare e dall'emozione per ogni nuovo progetto. Li ringrazio pubblicamente per

l'energia umana e professionale che mi offrono giorno dopo giorno e lascio volentieri la parola a loro".

Domenica Barbarino, responsabile marketing di GEG: "Abbiamo pensato a un'anteprima nazionale di ispirazione cinematografica per dare ancora più spessore all'evento, credo fosse il minimo per Domino, visto che è una linea estremamente curata nel design, nei materiali che impiega, nella capacità di arredare e nella carica emotiva che esprime. Era giusto che lo fosse anche nella presentazione al pubblico. Certo non mi aspettavo una risposta così da parte del pubblico. L'invito iniziale era per trecento ospiti selezionati, ma poi un passaparola immediato ha attirato sul posto tantissime persone. Sono soddisfatta di com'è riuscito questo evento, l'organizzazione è stata impeccabile, ci abbiamo messo tutto l'impegno, la professionalità e la flessibilità possibili e il risultato alla fine ci ha premiato".

Giulia De Martino, responsabile vendite di GEG: "Domino si farà valere e ci darà ottime soddisfazioni su entrambi i fronti: il mercato italiano e il mercato internazionale. Ne sono convinta perché Domino non è una scommessa, non è figlio di un capriccio astratto, è stato pensato dal cliente per il cliente: un'intuizione del reparto vendite, nel quale lavora anche l'ottima sales account Rossella Boccia, che ha raccolto dalla voce diretta dei nostri clienti italiani e internazionali la necessità di avere un sistema di arredo retail per arredare il punto vendita in totale libertà". Daniela Verta, progettista di GEG: "I motivi che hanno ispirato Domino sono il gioco, la fantasia, la modularità. In questa linea di arredamento per il retail niente è come sembra, ciò che regna è il cambiamento: gli elementi possono essere combinati, ruotati e incastrati in mille modi diversi, come le tante tessere del domino. L'unico limite è nella fantasia di chi gestisce il punto vendita, perché Domino, anche grazie ai due colori disponibili, permette combinazioni di arredo originali, sempre nuove, oltre che estremamente personalizzabili. Devo dire che mi sono veramente divertita a progettare e a perfezionarlo rispettando le richieste del mercato". Io e a perfezionarlo rispettando le richieste del mercato".



A sinistra: Domino è modularità, funzionalità, adattabilità. Le "tessere" del sistema possono essere disposte in ogni luogo e in ogni modo; si possono ruotare o incastrare, disporre da sole o in abbinamento agli altri elementi della linea creando combinazioni di colori personalizzati sempre originali e inimitabili.

A sinistra: Domino è modularità, funzionalità, adattabilità. Le "tessere" del sistema possono essere disposte in ogni luogo e in ogni modo; si possono ruotare o incastrare, disposte da sole o in abbinamento agli altri elementi della linea creando combinazioni di colori personalizzati sempre originali e inimitabili.

Nella pagina a fronte, in primo piano: le mensole della linea Domino, la libertà di arredare giocando con la fantasia.

Nella pagina a fronte, in primo piano: le mensole della linea Domino, la libertà di arredare giocando con la fantasia.