

COOP ADRIATICA ALL'INTERNO DELLA STAZIONE FERROVIARIA DI RIMINI, A 800 METRI DAL CENTRO

# Incoop sviluppa la prossimità in stazione, non solo per i viaggiatori

Roberto Pacifico

**L'**Incoop inaugurato da Coop Adriatica il 25 marzo nella stazione di Rimini (piazzale Cesare Battisti 1/G) è il primo punto di vendita Coop (di gruppo) aperto all'interno di uno scalo ferroviario.

Su una superficie di 250 mq sono trattate circa 1.600 referen-

cipi del gusto e fiorfiore Coop. Il punto di vendita è strutturato (per esempio, testate di gondola di 7 ripiani e moduli espositivi da 6 livelli) in modo tale da poter presentare un assortimento da piccolo superstore (2.500 mq). Questo permette a Coop Adriatica di gestire con flessibilità un'offerta nella quale incide notevolmente la stagionalità. Il supermercato ha richiesto investimenti per 770.000 euro e - secondo le ipotesi di Marco Fratti, responsabile del punto di vendita - dovrebbe produrre un fatturato previsionale di 1,7 milioni di euro, con uno scontrino medio tra 8 e 10 euro.

L'Incoop di Rimini s'inserisce in un più ampio progetto di valorizzazione di 103 scali ferroviari italiani, programmato dalla società Centostazioni. ■



## Vicinato

L'ingresso nel punto di vendita riproduce il percorso tipico di un supermercato: ortofrutta (essenziale) in entrata e lineare dei prodotti freschi confezionati sulla destra. **I clienti possono anche pagare le bollette di Telecom, Enel, Hera ed Eni gas**, e utilizzare i buoni pasto più diffusi. Gli ingressi sono due, dal binario 1, e dall'esterno della stazione. Aperto tutti i giorni dalle 7.30 alle 20, escluse le festività nazionali.

1. È il primo punto di vendita, in ambito Coop, all'interno di uno scalo ferroviario
2. Il supermercato è un riuscito mix tra punto di vendita di prossimità ed esercizio convenience tipico dell'on-the-move

ze. Particolare enfasi, data la posizione, è riservata ai prodotti per il consumo immediato, o pronti da cucinare, come panini, insalate (quarta gamma), piatti pronti, carne e pesce confezionati.

Ampio spazio è dato anche ai prodotti di marca tipica e locale, proposti a prezzi sostenibili in particolare con le linee Prin-



## Per i viaggiatori

In sintonia con la location (circa 5 milioni di passeggeri transitano ogni anno per la stazione di Rimini), particolare evidenza viene data ai prodotti per consumo immediato o pronti da cucinare. **Interessante la soluzione del cestino viaggio.**

Come mostra il presidente di Coop Adriatica Gilberto Coffari. Ma al momento della visita di **MARK UP** erano già esauriti...

## Pausa

Il supermercato offre anche una comoda area ristoro, **con tavolini, distributori automatici di bibite, tv e giornali** da sfogliare, dove fare una sosta e consumare i cibi acquistati.



## Store brand in evidenza

fiorfiore Coop è il brand che connota la qualità enogastronomica a marchio Coop. **Insieme a Principi del gusto e a Cose di qui, costituisce l'area più caratterizzante del punto di vendita.** La forchetta dei prezzi è molto ampia: dalla convenienza alle specialità (per esempio: **Olio extra vergine di olive taggiasche fior fiore a 10,30 euro**).

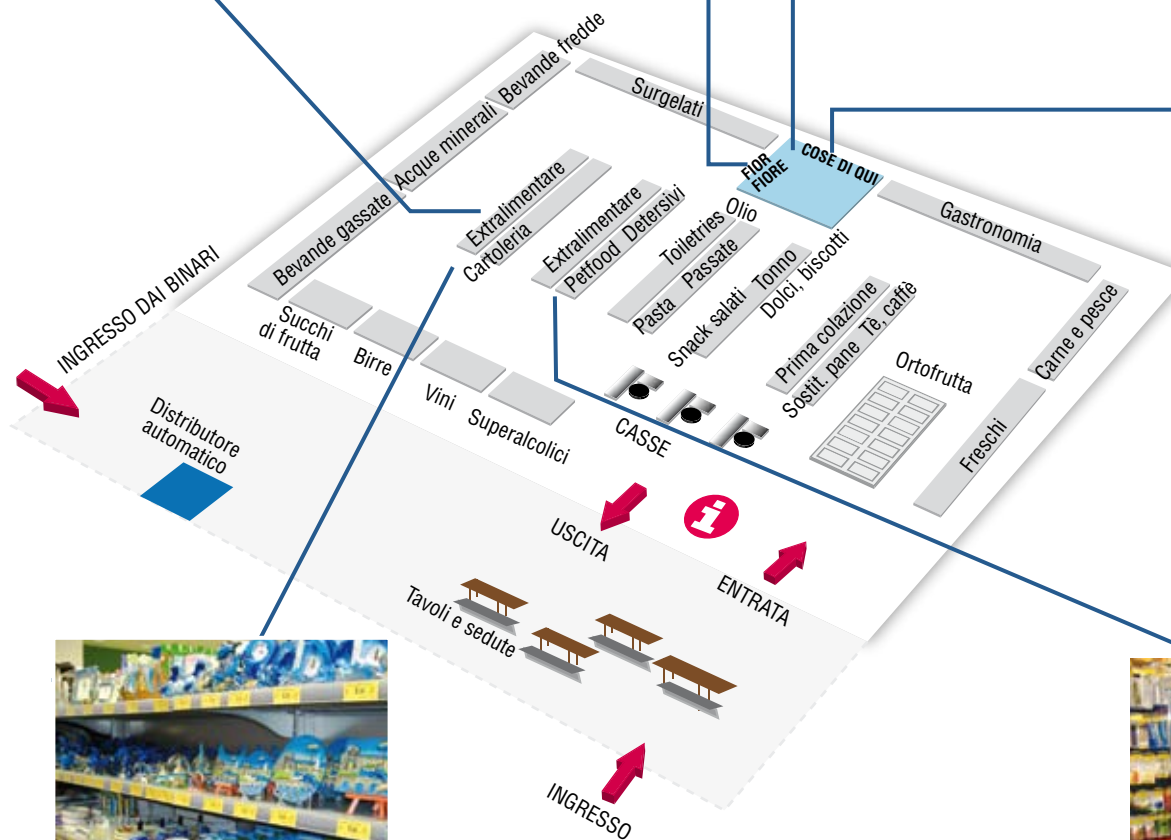
## Stagionalità

**L'extra alimentare rappresenta circa il 30%** dell'assortimento di Incoop. La scelta dei prodotti risente della stagionalità: nel dettaglio della foto si può notare il desiderio dell'estate che si fa desiderare.



## Eccellenza e rarità

Principi del gusto contrassegna un reparto dedicato ai prodotti alimentari di alta qualità e tipici, come la pasta di Gragnano, i pelati di San Marzano Dop Afeltra, o i filetti di acciughe al tartufo Cascina San Cassiano. Fino al **Barolo Borgogno (750 ml) da 30,99 euro, top price nell'assortimento food del punto di vendita.**



## Locale

Cose di qui è una linea di prodotti locali, provenienti da **fornitori di Rimini e provincia**: per esempio il caffè Giovannini, il sale di Cervia, un piacere per l'occhio oltre che per il palato.

## Ricordi di Rimini

Fra i prodotti extra alimentari campeggiano i souvenir locali: un bel colpo d'occhio. E un chiaro esempio di assortimento **mirato alla clientela turistica**, di passaggio.

## Un tocco di tecnologia

**Le fotocamere digitali** non sono esattamente prodotti da asporto e da acquistare all'ultimo momento. Ma completano l'assortimento.