

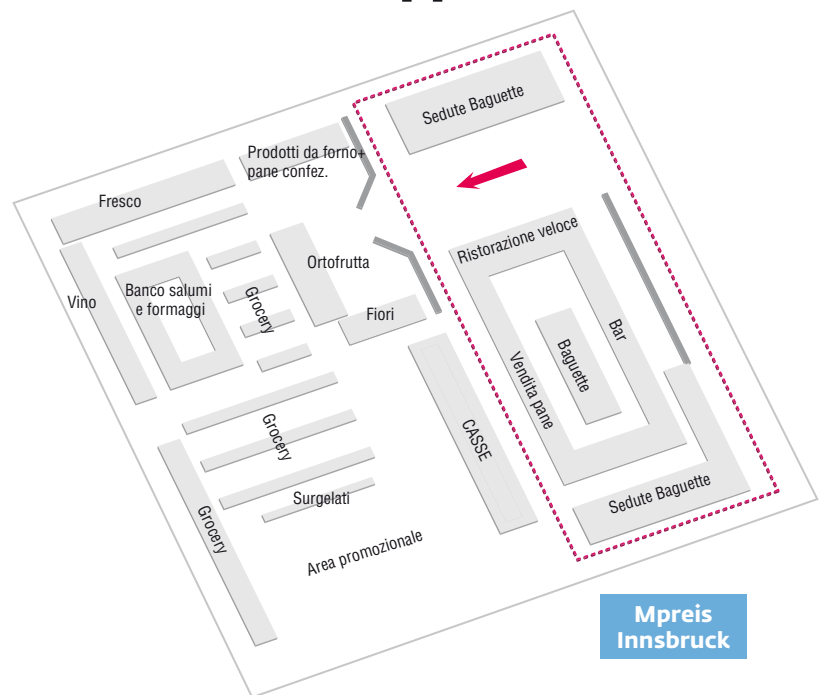
A CONFRONTO BAGUETTE E GLOCKEN BÄCKEREI, DUE INSEGNE ISPIRATE AL MONDO DEL PANE

# Mpreis e Rewe puntano sull'ibridazione con panetteria e annessa caffetteria

Anna Bertolini

Al fine di integrare la vendita di prodotti sostitutivi o di completare l'offerta di pane confezionato con un assortimento fresco, nei punti di vendita delle insegne Mpreis e Rewe sono presenti delle vere e proprie panetterie in alcuni casi con annessa ristorazione veloce e caffetteria. Si connotano per un'insegna precisa che le identifica ma non le associa all'insegna, benché societariamente vi appartengano: Baguette per Mpreis e Glocken Bäckerei per

Rewe. La loro ubicazione è per lo più al di fuori dell'area del supermercato a ridosso delle casse, vicino all'entrata, permettendo così alle installazioni di creare movimento e intrattenimento proponendo lo store alla stregua di un punto di aggregazione e ristorazione. **MARK UP** ha visitato Baguette all'interno del punto di vendita Mpreis di Innsbruck (A), Amraser Strasse, e Glocken Bäckerei presente nello store Rewe del parco commerciale Denkendorf - Oberbayern (D), rilevando alcune similitudini e qualche discordanza. ■



Mpreis Innsbruck

Freschezza e ampiezza di gamma		
<b>Baguette</b>	140 locali	Oltre 50.000 clienti al giorno; 60 tipi di pane di cui 12 biologici e 3 per intolleranti, 25 tipi di dolci di cui 7 biscotti bio, 45 referenze di dolci, da 10.000 a 30.000 tazze di caffè al giorno; il 60% del pane e dei dolci è cotto nel negozio
<b>Glocken Bäckerei</b>	300 locali	Nei locali di Francoforte e Bergheim si producono giornalmente 280.000 panini, 250.000 pasticcini, 200.000 baguette. Produce prodotti Rewe Bio, Vitapan, Mühlhof (di cui 30 ref. bio) e Bell Bakery; crescita del fatturato 2009 vs 2008 del 12,3%

## Prodotto e posizionamento delle insegne

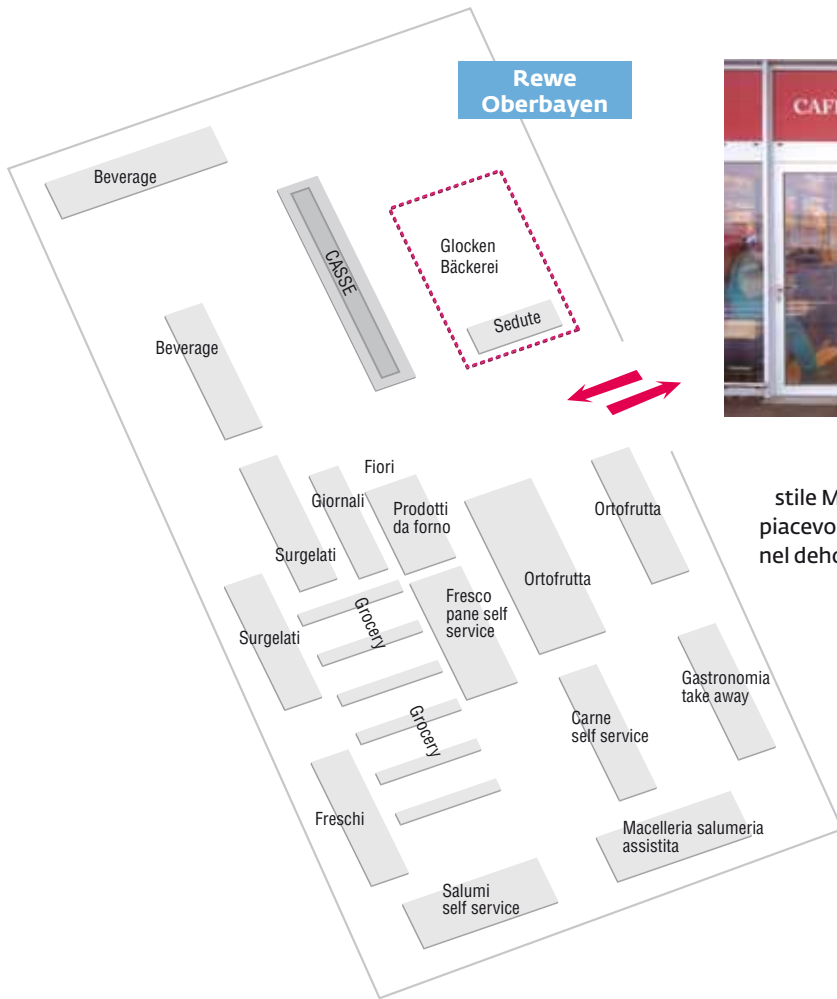
Entrambe le insegne basano la loro forza sul prodotto. Un'analogia rappresentata da un assortimento prevalentemente biologico composto non solo da pane bensì da biscotti, dolci e pasticcini. Altra leva strategica è la produzione che ciascuna insegna gioca con maestria **realizzando in proprio le referenze proposte**. Glocken Bäckerei produce, inoltre, per tutta la rete distributiva Rewe e Penny Market con i marchi Rewe Bio, Vitapan, Mühlhof e Bell Bakery. Ciò che le differenzia, invece, almeno

per i punti di vendita visitati, è la complementarietà all'offerta del supermercato. Mentre in Rewe è presente una bake off station per il pane fresco self service oltre allo scaffale dei sostitutivi del pane e di quello confezionato, in Mpreis non vi è traccia di pane fresco se non quello proposto da Baguette. Durante la spesa da Mpreis il cliente se vuole acquistare il prodotto fresco deve, quindi, terminare il suo percorso, pagare alla cassa e fermarsi da Baguette, magari provando anche la caffetteria. Percorso inverso per



il cliente Rewe che può acquistare tutta la sua spesa, compreso il pane fresco, senza fermarsi da Glocken Bäckerei mancando così all'appuntamento con la caffetteria. Ma forse Rewe nel punto di vendita di Oberbayern non punta sull'intrattenimento; deduzione riconducibile al fatto che l'area di sosta è molto piccola e l'offerta della caffetteria è veramente esigua. Esattamente l'opposto di Baguette che separa

l'area delle sedute e dei tavoli con quella della mescita offrendo, tra l'altro, oltre al wi-fi gratuito, anche un assortimento di piatti per una ristorazione veloce. **I prezzi della caffetteria sono leggermente più alti da Baguette:** un cappuccino costa 2,30 euro contro i 2 euro di Glocken Bäckerei, un latte macchiato 2,50 euro contro 2,20 euro. I prezzi del pane, invece, si equivalgono, ma difettano di poca visibilità.



## Collocazione nei punti di vendita

L'ibridazione tra panetteria e caffetteria riesce a vivacizzare i punti di vendita. Sia per Baguette sia per Glocken Bäckerei la collocazione **fronte casse in prossimità dell'ingresso ricerca i flussi in uscita e in entrata** dei supermercati. Più visibile sulla strada, Baguette, come nello

stile Mpreis, si avvale di vetrinate che conferiscono luce naturale rendendo l'area piacevole alla permanenza. Una permanenza che d'estate può proseguire anche nel dehor. Glocken Bäckerei si affaccia anch'esso sulla strada ma con una vetrina più contenuta. Le due insegne sono aperte la domenica.



## Il display è differente

Grazie a un'area espositiva più ampia, Baguette presenta proporzionalmente la propria offerta rispetto alla panetteria di Rewe. Quest'ultima riesce a sfruttare lo spazio ridotto **esponendo il pane a parete**. Un sistema utilizzato anche da Baguette, che però punta principalmente sull'esposizione da banco, più igienica e meno massificante, dando un tocco più ricercato all'ambiente. Nel punto di vendita austriaco il banco raccoglie anche i piatti pronti con una zona dedicata alle posate e ai vassoi.

## Baguette spinge sulla caffetteria, Glocken Bäckerei sulla panetteria

	Baguette (Mpreis)	Glocken Bäckerei (Rewe)
<b>Distintività</b>	Locale attraente anche a una clientela non necessariamente nel pdv per la spesa. Lo testimoniano il wi-fi gratuito e un arredamento minimal chic	Più legato all'idea di panetteria che di caffetteria. Le dimensioni ridotte dell'area di sosta, i cartelli con riferimenti alla carta di fedeltà e il display rafforzano il concetto
<b>Vetrine</b>	Ampie, tavoli e sedie del dehor nascono in parte la visione interna del pdv	Ridotte, danno direttamente sul parcheggio con negozio a vista
<b>Display</b>	Buona esposizione che evita la massificazione	Spazi ridotti, sfruttata l'esposizione a parete
<b>Localizzazione</b>	In una zona commerciale ad alto flusso di visitatori	In un parco commerciale dove però la distanza tra i pdv rallenta i flussi
<b>Posizionamento</b>	Medio-alto	Medio
<b>Assortimento</b>	Pane, dolci, bevande calde, bibite, frutta fresca, succo di verdure, panini, pizze e insalate	Panini, dolci, bevande calde, bibite; produzione di prodotti a marchio Rewe Bio, Vitapan, Mühlhof e Bell Bakery per la rete Rewe e Penny

