

UN SUPERMERCATO NEL CENTRO DI ROMA CONSEGNA A DOMICILIO CON MEZZI ELETTRICI

Gs di via Tevere punta al top con un concept innovativo

Francesco Oldani

Nel momento in cui Carrefour decide di dare il via alla conversione dell'insegna Gs in Carrefour Market, nasce a Roma un Gs di livello top. Si tratta di Gs di via Tevere di proprietà del gruppo Luciani, storico operatore della distribuzione organizzata romana. Situato nel centro



Eleganza romana

Il punto di vendita è curato anche nella facciata esterna che riprende gli **stilemi dell'abitazione alto-borghese con terrazza adibita a giardino sopraelevato**. Un biglietto di ingresso che è dichiarazione di intenti.

1. *Pdv con ambientazione premium*
2. *Attrattività aumentata dallo spazio degustativo*

di Roma, il nuovo concept mira a soddisfare esigenze evolute riunendo 3 valenze: distribuzione, produzione e ristorazione con spazi appositi nei quali è possibile consumare prodotti ready-to-eat e piatti pronti ready-to-cook.

Il progetto è attento all'aspetto green attraverso l'utilizzo di un impianto fotovoltaico della potenza di 3 kw circa che consente di ricaricare le batterie di un veicolo commerciale per la consegna a domicilio. Con un'autonomia di 110 km può essere ricaricato in modalità rapida in sole 2 ore. Un risultato cercato come dichiara Luciani: "La salvaguardia e la tutela dell'ambiente sono temi che non possono essere trascurati. Con questa iniziativa crediamo di aver realizzato qualcosa di concreto contro l'inquinamento atmosferico con l'utilizzo di energie alternative". ■

Easy checkout

La barriera casse è distribuita in uno spazio ben calcolato tale da offrire una buona agibilità. A favorire l'esodo dopo il pagamento della spesa lo spazio postcasse e **l'antenna antitaccheggio sul varco di uscita e non sul corridoio fianco cassa**.



Variazioni sul tema

Pur evitando cambiamenti radicali, alcuni reparti sono ambientati diversamente. In questo caso la cura della persona utilizza una scaffalatura con una testata che ha una duplice funzione: comunicazione e illuminazione.





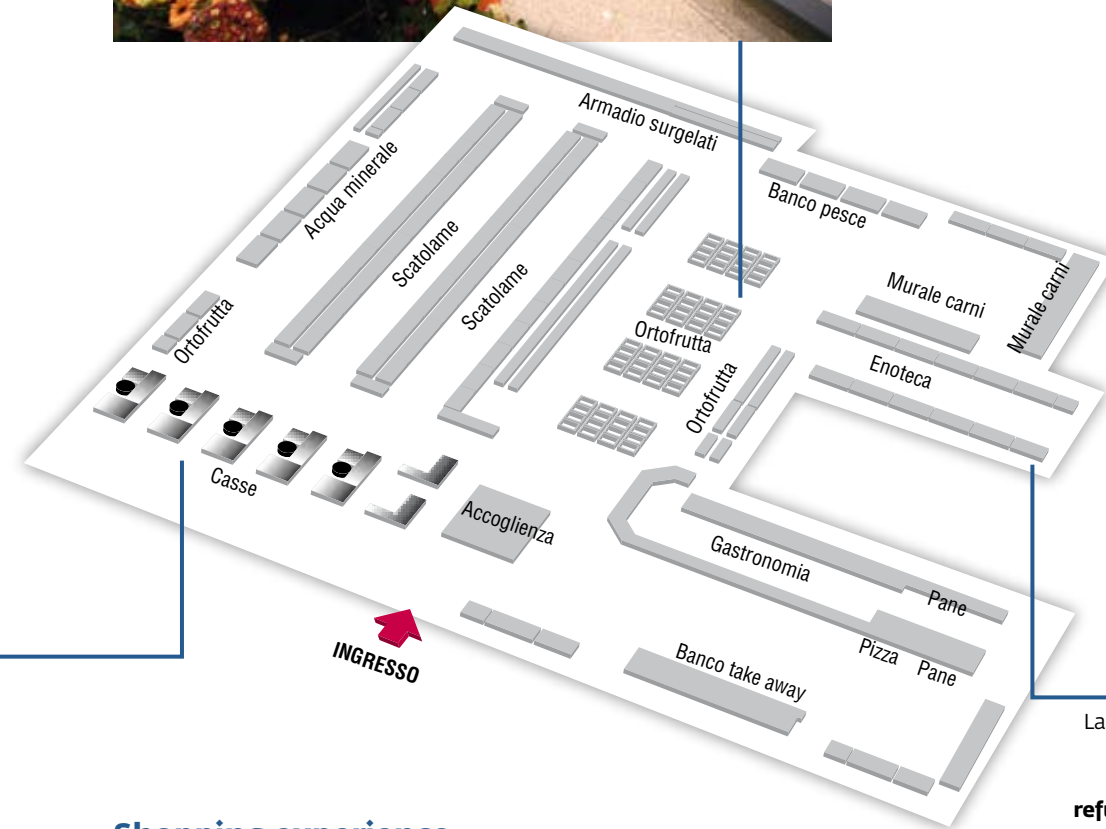
Ortofrutta quasi alla luce del sole

Il reparto ortofrutta è in spazi ampi e confortevoli sia per illuminazione, sia per agibilità. Il pavimento di pregio richiede una costante cura per essere mantenuto pulito e asciutto considerato l'ambiente denso di prodotti marcescibili.



Parcheggio

Il parcheggio clienti è organizzato in uno spazio non molto ampio ma in linea con le caratteristiche della superficie di vendita. Non molto agevoli i posti auto vicino ai varchi. **È presente la comunicazione instore.**



Cantina a parte

La corsia con vini e liquori è in uno spazio con pareti in finti mattoni a vista. **Il display appare denso ma ordinato**, grazie alle bandiere e alla **cura del refurbishment**. La pavimentazione potrebbe essere differente per completare l'ambientazione.

Shopping experience

Il reparto formaggi e salumi è uno dei più coinvolgenti del punto di vendita. Le luci esterne, gli archi e gli spazi luminosi trasmettono una sensazione di ambiente premium con beneficio anche sui prodotti. **Completa il tutto l'angolo degustazione: un'area da vivere, uno dei magneti del punto di vendita.**



Pane di qualità

L'angolo del pane è ridotto ma caratterizzato da un'offerta che tende all'esclusività con pane speciale e ricercato.

Stona la visione del locale retrostante rispetto all'eleganza del reparto.

