

TRE ANNI DI LAVORO E UN INVESTIMENTO DI 90 MIO DI EURO PER 19.700 MQ, TUTTO SOTTO LO STESSO TETTO

# Auchan segmenta e a Parigi-Velizy mette in mostra l'iper alto di gamma

Testo e foto di Luigi Rubinelli

**S**e avete gambe buone e voglia di capire cosa sia la segmentazione e, soprattutto, lo sviluppo dell'ipermercato potete allora accedere all'Auchan di Velizy, alle porte di Parigi. È l'iper dei record: il più grande e quello che genera più fatturato, che dopo la ristrutturazione e un'ag-

1. *Non è cambiata la formula ma la profondità dell'esecuzione*
2. *I mestieri si confondono adesso con i sottomestieri*

giunta di 3.500 mq adesso misura poco meno di 20.000 mq. Difficile da riassumere perchè i suoi concorrenti in Francia come in Italia stanno riducendo la superficie. A giudizio di **MARK UP** si può parlare di mutamento della formula, perchè come vedremo dalle foto pubblicate qui a destra, l'organizzazione

per mestieri non basta più. Bisogna forse parlare di mestieri e di sottomestieri, soprattutto di singoli e piccoli centri di produzione che devono rispondere con un'offerta elastica a una domanda elastica: un equilibrio difficile che qui riesce, puntando ad aumentare ampiezza e profondità dell'assortimento. ■

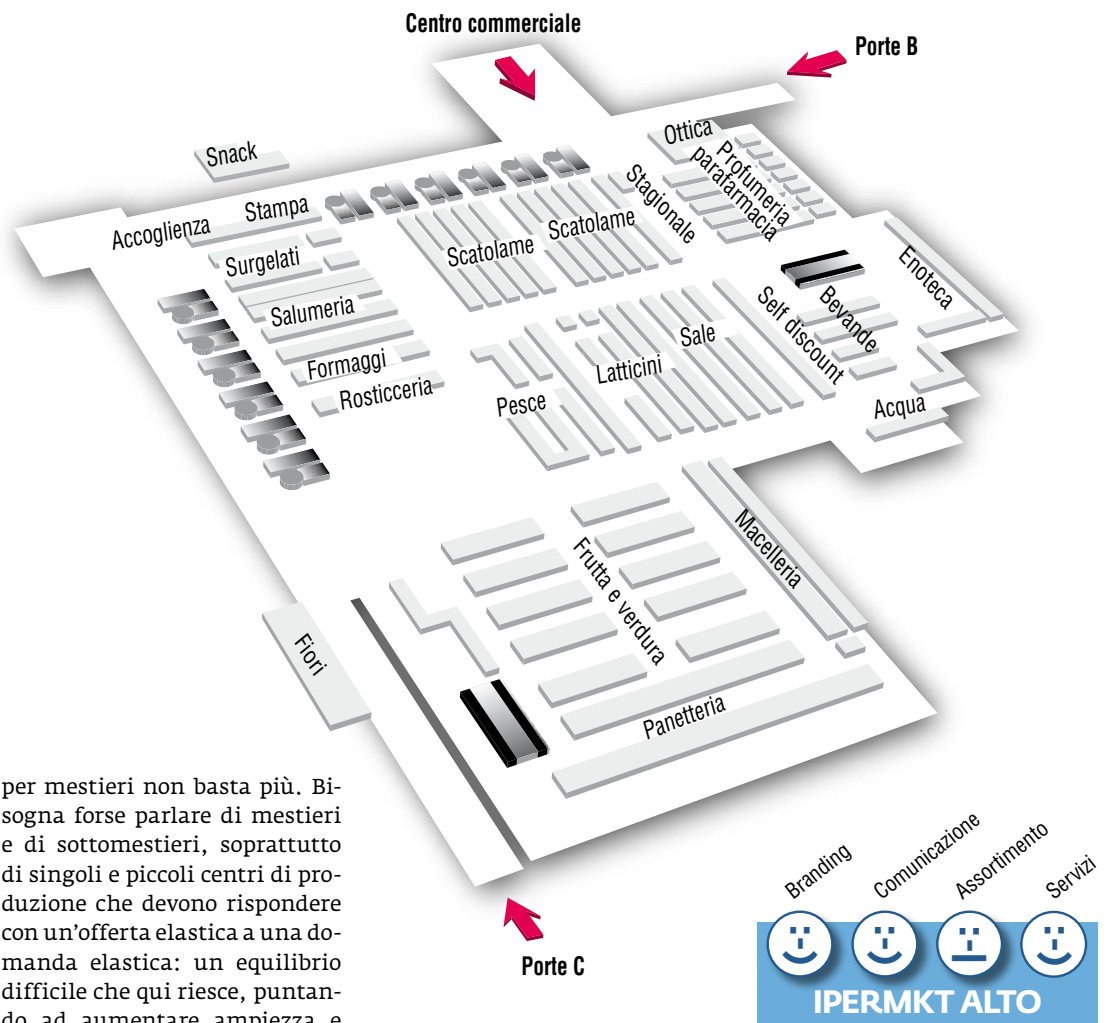
## Pdv di frutta candita

Il canovaccio del cambiamento degli assortimenti è lo stesso per tutte le categorie: è aumentata molto **la profondità** e poco l'ampiezza. Nel sotto reparto della frutta secca e dei canditi la divisione è tale che sembra di trovarsi in un negozio tradizionale con focus su questa categoria.



## Comunicare il prezzo

In una simile Babele comunicare non è facile: la semplificazione adottata, come in questo caso, risiede nel raggruppare tutti i primi prezzi in una **stessa area** e lasciando che il resto dell'assortimento si sviluppi sulla rimanente superficie. Ovviamente questo assortimento è ridotto.





## Super panetteria

Le parole chiave della ristrutturazione sono state: praticità, scelta, modernità: eccole declinate in questa panetteria sterminata (primi prezzi nel rack) che sa **sdoppiare** pane e pasticceria senza quasi farsi accorgere.



## Scala prezzi

Riprendiamo la panetteria per approfondire la scala prezzi. Qui siamo nel self service, diviso per primo prezzo, biologico, alto di gamma. Il forno ha un alto numero di levate ma, forse, **non riesce** a far fronte alla forte domanda del sabato pomeriggio.



## Piccole produzioni

I banchetti volanti che producono in shop quel che vendono hanno un compito anche **informativo**: spiegare le materie prime utilizzate e la filiera; le persone si accavallano per assaggiare e, in definitiva, per comprare in un'orgia di profumi e colori.



## Formaggi

In questo ipermercato vengono gestite **205.663** (media dei 15.000 mq 151.000 prodotti) referenze. Il reparto formaggi assistito è una vera e propria boutique. Il lineare refrigerato di sinistra offre la stessa offerta, self service, di quello assistito.



## Informa bio

I prodotti biologici (bio per brevità e per gli aficionados) sono ampiamente **segnalati** in tutte le regioni merceologiche, sicchè in alcuni reparti la loro presenza è particolarmente visibile. La comunicazione attraverso i frontalini è molto sviluppata.



## 100 ml di biologico

Il biologico regna davvero sovrano: qui siamo nella doppia corsia che ospita il confezionato e lo sciolto con posizionamento "prezzi bassi tutto l'anno". L'iper di Velizy ha ottenuto la certificazione per la vendita di ortofrutta bio **sfusa** oltre che confezionata.



## Enoteca da 1.300 ref.

L'enoteca è ben organizzata: il murale frontale è diviso da cubi aperti e declinano l'offerta: una **bottiglia testimone** verticale, lo stock sdraiato. Alla base del rack sono ospitati i cartoni da 6 bottiglie delle referenze più alto-rotanti. Il colpo d'occhio è impressionante. Buone le info.



## Parafarmacia

La parafarmacia è ospitata in prossimità delle scale mobili che salgono al primo livello dove è ospitato l'extra alimentare. Il reparto è **chiuso**, con casse dedicate e ha una forte caratterizzazione. Curiosamente c'è poco merchandising rispetto all'alimentare.



## Informazioni

Voi capite bene che per gestire 20.000 mq su due livelli servono molte informazioni. Alcune di queste sono erogate **elettronicamente** e sono interattive come nel caso del layout: sono 12 queste postazioni molto consultate soprattutto dai giovani clienti.



## Fiorista del centro

Nella galleria secondaria verso una delle due uscite ecco il fiorista con un ampio assortimento di fiori recisi. L'impostazione e l'ambientazione sono molto **raffinate** e godono di ben due assistenti alla vendita, con una buona competenza merceologica e di offerta.