

# I PER GRANDATE APPROFONDISCE PER MESTIERI E PROFESSIONI

**Bottega.** La piastra alimentare di Iper Grandate è divisa in botteghe specializzate. Nella foto: la torrefazione di caffè, a due passi da quella degli infusi.

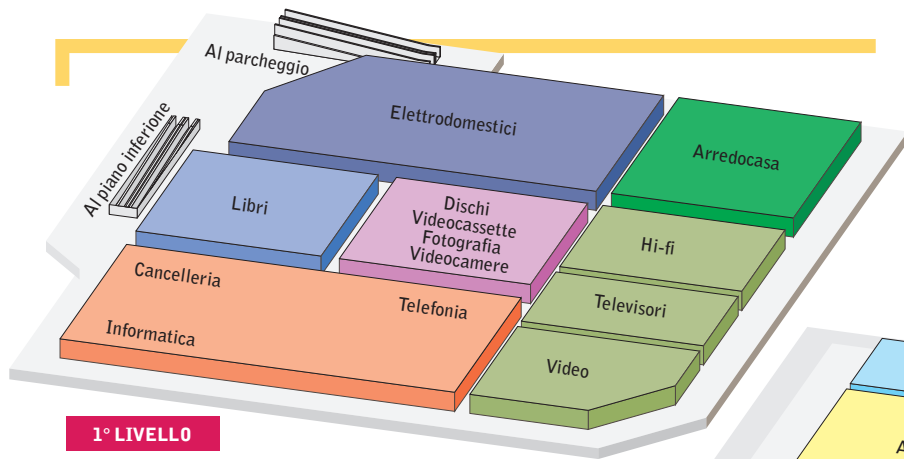
he ci fa una villa in stile provenzale, forte e ben definita, lungo uno dei nodi cruciali alla periferia di Como? L'ultima apertura di fine secolo di Finiper che ha scelto Grandate (Como) e un ex insediamento dei Supermercati Brianzoli per aggiungere un nuovo pdv alla sua rete, nuovi mq al suo fatturato svolto sui volumi e nuovi corner shop dove sperimentare mestieri e professioni. La ricchezza commerciale di questo gruppo, come abbiamo scritto più volte, risiede nella capacità di valorizzare e lasciare spazio alle singole persone coinvolte (rimanendo nello spirito di squadra), che così possono scommettere su format inediti di ipermercato. La nuova grande

superficie realizzata appare meglio disegnata (anche se su due livelli) che nel passato, ma soprattutto appaiono amplificate le specializzazioni per mestieri e professioni. Le professioni (quelle classiche: dal bianco&bruno alla carne) sono più approfondite, qua e là fanno capolino nuovi mestieri che adesso Iper è in grado di inglobare nella propria offerta. Ecco, allora, il corner del gelato, anche se affacciato alla galleria, e quello della torrefazione (ormai perfetto dopo diversi collaudi), ospitato sul perimetro della grande piazza dei freschi. Mestieri e pro-



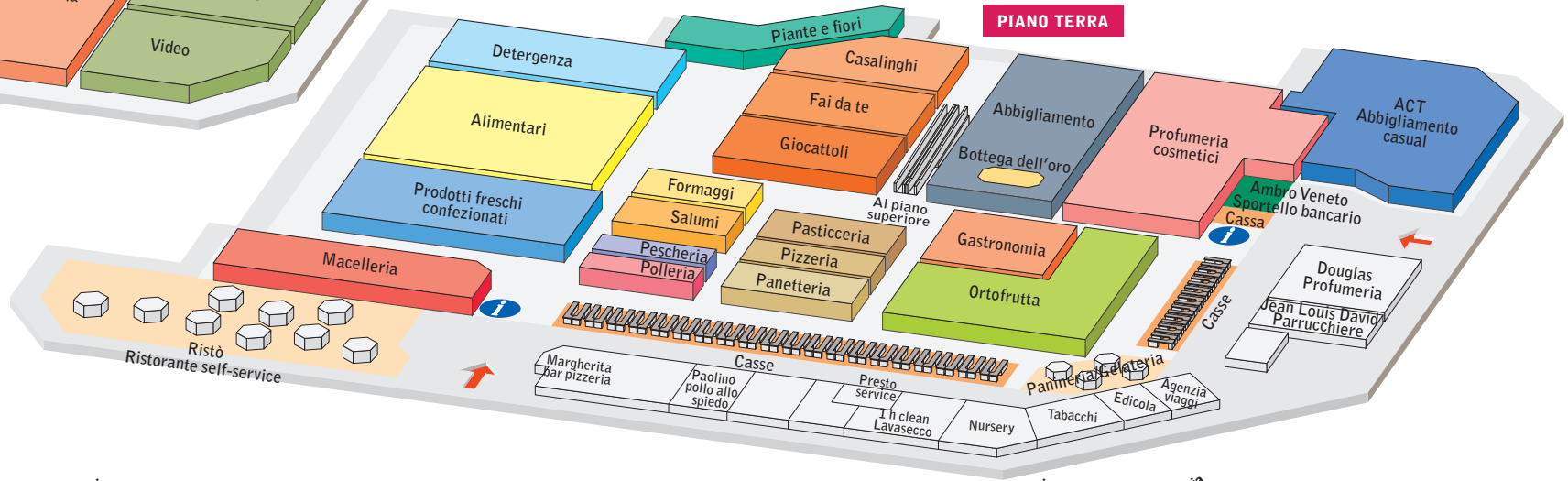
**Esposizione.** Il reparto di elettronica di consumo al livello superiore. L'esposizione, massiccia, è molto curata anche nell'illuminazione.



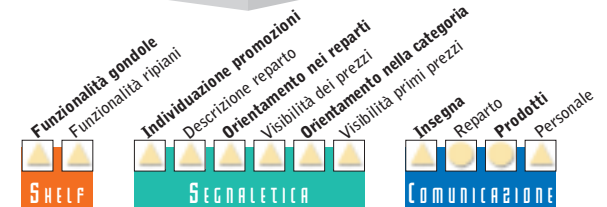


**NUMERI**

<b>Indirizzo</b>	Grandate (Co)
<b>Anno di apertura</b>	1999
<b>Categorie</b>	45
<b>Superficie di vendita</b>	6.000 mq
<b>Fatturato</b>	170 mld



**Ristorazione.** Di fianco al ristorante a free flow nella galleria è operativo un bar-gelateria (a destra nel layout). Consumazioni classiche a fianco alla miscita di singoli bicchieri di vino e, soprattutto, gelato prodotto in proprio in due tipi: per consumo e per asporto.



**Piastra.** La vera innovazione di Iper, riconosciuta a livello internazionale, è la piazza alimentare divisa per ragioni merceologiche, un vero e proprio, colorato e animato, mercato.

fessioni, adesso, hanno una faccia e un nome, visto che grandi cartelli visualizzano la fotografia del caporeparto, il quale si rende garante (nello spirito e nella missione del gruppo) della qualità e del servizio nei confronti del cliente. La gelateria e il suo approccio sono straordinari, non tanto nel prezzo, quanto nell'offerta di due formulazioni (una per il consumo e una per l'asporto) di gelato e nel conseguente servizio del bar-paninetteria. Ma anche nel tessile qualcosa si sta muovendo. Le attrezzature sono state definite e compatte in quel colore verde acquamarina diviso per mondi, dove al basico sono state aggiunte altre frazioni di offerta; nella donna, per esempio, sventa



**Bambini.** È raro imbattersi nelle grandi superfici in toilette ordinate e pulite. L'Iper a Grandate è andato oltre personalizzando per i piccoli ospiti anche i bagni, aggiungendo, per esempio, lavabi ad altezza di bambino: un servizio utile e prezioso.

il pronto moda, incentrato sulla divisione per colore o per destinazione d'uso. Una scelta strategica coraggiosa di riconversione dell'offerta che metterà a dura prova le alte rotazioni alimentari dell'ipermercato affiancate a un assortimento tessile adesso esteso e non profondo che deve soddisfare una donna interessata ad acquisti frequenti a basso prezzo unitario. Il bambino segue la stessa logica dell'organizzazione per collezione, strutturata a 360°, per favorire idee e suggerimenti alle mamme. L'ipermercato, organizzato per mestieri e professioni, è stato ulteriormente approfondito dalla divisione, merceologica e fisica, per categorie. Nette quelle dell'extra-alimentare al primo livello: cartoleria, computer, hi-fi, contrassegnate da gondole alte 2,60 m che organizzano visivamente la categoria. **L.R.**