

TESCO

COSTRUISCE LA FOOD HALL DEL 2000

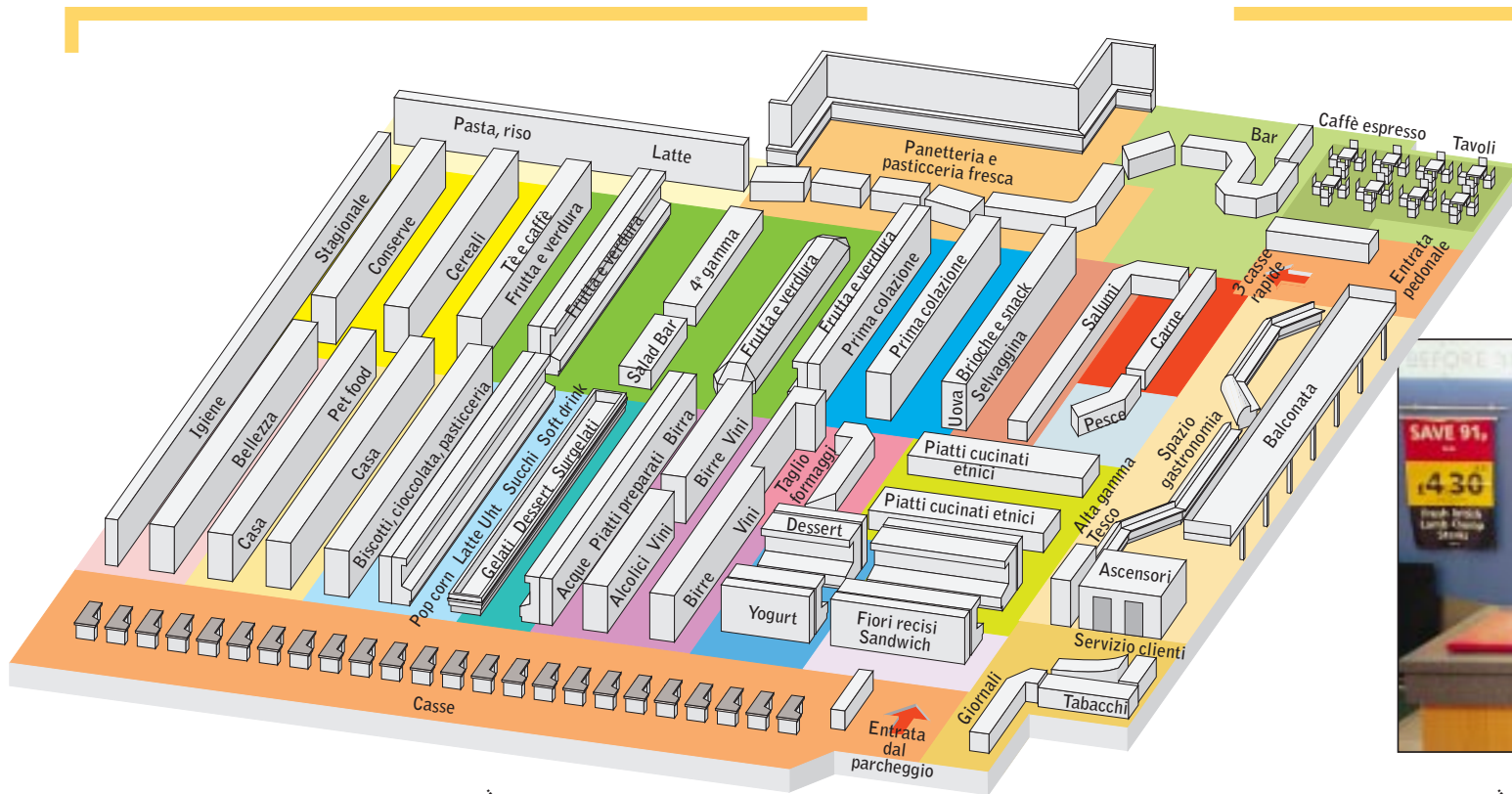
Stock. Nel negozio di Cromwell Road, a Londra, tre reparti hanno gli armadi di stoccaggio a fianco del lineare refrigerato di vendita, il tutto nelle corsie centrali del punto di vendita.

Tesco erige in Cromwell Road a Londra il primo flagship della catena e mette in mostra diverse novità che verranno poi sicuramente replicate in altri negozi. La componente architettonica (la stupenda doppia facciata di vetro a moduli autosospesi) non è secondaria: collega il supermercato al quartiere e viceversa, la sua trasparenza fa parte della politica dell'insegna. La scommessa di questo supermercato risiede nel voler servire due segmenti molto differenti fra loro. Il primo segmento è quello tipico di vicinato che accede a piedi dalla strada; ha una propria entrata (e barriera casse) e immette sul caffè e i reparti a servizio per la spesa quotidiana. Il secondo è potenziale e rappresentato dai consumatori non abituali: hanno a disposizione una propria entrata dal parcheggio e una barriera di 30 casse accorpate a due a due. Il negozio appare diviso in quattro parti distinte.

In fondo le commodity (scaffalature classiche per scatolame, drogheria ecc.), in mezzo l'ortofrutta (da vedere le gamme più avanzate), davanti i reparti a servizio e del meal solution, nel mezzanino al primo livello il non-food (assortimento limitato e poco profondo). È nella parte anteriore, verso il quar-

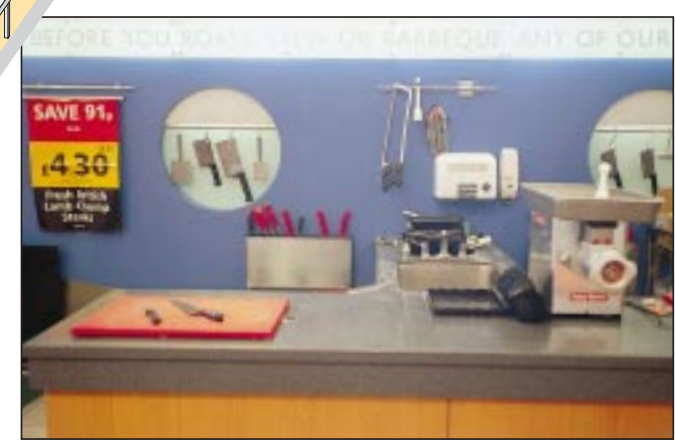


Prezzo. I reparti a servizio evidenziano un solo prezzo e un solo risparmio.



NUMERI

Indirizzo	Cromwell Road, Londra (GB)
Anno di apertura	1999
Reperti	56
Superficie di vendita	4.500 mq
Fatturato	130 mld



Design. I reparti a servizio sono stati allestiti utilizzando un design molto british.

Osmosi. Le scelte architettoniche adottate da Tesco permettono, attraverso l'uso di vetrate autosospese, un'osmosi fra il quartiere e il punto di vendita. tiere, che il progettista, avendo mano libera, ha dato il meglio di sé. Lungo la facciata i punti gastronomici, contraddistinti da un ironico british design, a cavallo fra il professionale e la ricerca estetica, proseguono nel layout con i reparti del pesce, della macelleria e del formaggio con la stessa ricerca e identica forza espressiva. Il modulo del reparto al taglio è a elle, autosufficiente e con armadio frigo annesso. Sono parte integrante dell'offerta le gondole refrigerate di piatti pronti per il segmento *grab and go* (letteralmente "piglia e vai"), che rafforzano l'espressione della convenienza. Probabilmente questi ultimi saranno offerti prossimamente con la consegna a domicilio. Il punto di vendita appare così innovativo, efficace e con una superba ambientazione finalizzata alla vendita. **L.R.**



Fiori. Il reparto fiori è all'esterno del superstore e ubicato in un piccolo fabbricato. L'ambientazione interna ripropone un vivaio technogiapponese.