

di Alessandra Bonaccorsi
 twitter @AlessandraBonac

A Düsseldorf, in Berliner Allee 52, il nuovo store è un ottimo esempio di combinazione innovativa fra supermercato e ristorazione gourmet, bio e local

Edeka offre una nuova esperienza gastronomica



Il Mozzarella Bar è una delle aree di maggiore impatto: richiama la tradizione italiana. Importante il fresco, soprattutto l'ortofrutta

“Fidati di noi e della qualità dei nostri prodotti autentici e fatti a mano appositamente per te”. Questo invito/esortazione di Edeka è una raccomandazione che racchiude in sé non soltanto la filosofia dell’insegna, ma vuole dare al consumatore informazioni specifiche sulla genuinità e l’artigianalità dell’offerta. A Düsseldorf, nel complesso Crown a Berliner Allee 52, è stato realizzato il flagship store di ultima generazione di Zurheide Feine Kost, in uno spazio di oltre 10.000 mq sviluppato su doppio livello e con più di 60.000 referenze in assortimento. Oltre alla Zurheide Feine Kost, il complesso ospita anche l’Hotel Carat. Il progetto e gli allestimenti sono a cura di Interstore in team con Schweitzer Project. Si tratta di un concetto di supermercato evoluto che mixa in una versione moderna ma calda, l’esperienza, l’offerta basata sul fresco, tradizione e, intimamente connesse, produzione locale e interna (nei propri laboratori), e infine ristorazione, attraverso gli spazi (bar e corner) al pubblico che offrono la possibilità di consumare i prodotti nel punto di vendita. L’attività di Heinz Zurheide nasce 40 anni fa con un piccolo negozio di alimentari (Am Fühlenbrocker Markt) a Bottrop. Oggi la rete vendita conta otto supermercati a Bottrop, Gladbeck, Essen, Düsseldorf e Oberhausen. Quello appena inaugurato è uno store, come spiega lo stesso Heinz Zurheide, “che guarda al futuro e che vuole offrire un’esperienza culinaria a tutto tondo coniugando vendita al dettaglio e ristorazione con prodotti di alta qualità”. Lo spazio, progettato da Interstore e Schweitzer Project, è inteso come un nuovo modo per soddisfare esperienze alimentari che puntano



La pasticceria (Pâtisserie) presenta ambientazioni più sofisticate, pur in un contesto generale molto curato. L'offerta ristorativa è particolarmente diversificata: prevale il concetto di bar/locale

sulla qualità e la freschezza delle referenze in assortimento, un luogo di incontro e confronto sul mondo del food che integra retail e gastronomia, offerta ready-to-eat e take away.

“Con il nuovo Zurheide Feine Kost facciamo un ulteriore passo avanti. I clienti non verranno da noi soltanto per fare la spesa, ma spinti anche, se non soprattutto, dalla curiosità e dal desiderio di provare un'esperienza culinaria appagante” spiega Jörg Tittel, responsabile per la gastronomia del punto di vendita. Eleganza e linearità espositiva spiccano fra gli elementi distintivi del supermercato. Il visual si concentra su un linguaggio diretto e semplice attraverso l'uso di brevi dichiarazioni, descrizioni chiare e immagini in bianco e nero che sottolineano, con stile giocoso e ironico, la qualità o l'origine dei prodotti. A raccontarne la storia, le proprietà organolettiche e le eventuali promozioni ci pensano gli schermi disposti in più punti. Le aree non hanno ambientazione uniforme e si sviluppano seguendo il target e l'offerta tipica. Le corsie sono ampie e i reparti hanno spazi aperti tali da poter dare una visione di insieme dell'area che si sta visitando.

Ampia anche la zona dedicata all'ortofrutta che propone banchi sul perimetro, isole al centro dell'area di vendita, e zone dedicate ai succhi pronti. Sono presenti un reparto per il bio e i “free from” e uno per cosmetica e cura viso e corpo, quest'ultimo disposto in uno spazio ultramoderno con linee geometriche fortemente caratterizzanti. D'impatto la cantina con espositori centrali a vetrina e il corner dedicato alla pasta fatta in casa incastonato lungo il percorso.

L'offerta ristorativa è studiata in modo da proporsi in termini diversificati. È presente il Mozzarella Bar con richiami alla tradizione gastronomica italiana e specialità artigianali preparate con mozzarella e burrata. Il banco fresco servito è infatti corredato da bancone con dieci posti a sedere dove poter degustare i prodotti o i piatti preparati instore. Segue l'Hambar con una proposta incentrata sul prosciutto proveniente da diversi Paesi. Nell'area so-



no disponibili 25 posti a sedere. Per il ristorante vegetariano è stato scelto il nome Pythagoras (Pitagora), in onore del filosofo e matematico greco del VI secolo a.C. considerato il progenitore dei vegetariani. Il locale dispone di 80 sedute e conta sulla presenza dello chef Dennis Riesen. Prevede la possibilità di take away. La Pâtisserie (pasticceria) ha ambientazioni più sofisticate: tetto con luci incassate, che conferisce eleganza all'ambiente, e arredi



moderni giocati su monocolori per evidenziare la linearità dell'ambiente e la proposta assortimentale. In posizione in-store c'è anche il Beef Premium Bar: anche in questo caso viene proposto con banco e bancone con posti a sedere. Completano l'offerta lo Champagne Club Bar, dove vengono serviti champagne esclusivi con abbinamenti finger food. Nella vicina Grotta dello Champagne sono presentate più di 30 case di champagne.

Eleganza e linearità espositiva gli elementi distintivi di questo mix tra supermercato e gourmet centre: descrizioni essenziali, layout mai uniforme



“Massima sicurezza e confort per l'utilizzatore”

Plastimark
Soluzioni innovative per la distribuzione

Bassissimo livello di rumorosità:
10 DB in meno rispetto ai vecchi carrelli in metallo

Il più leggero della sua categoria
meno di 17 kg



www.plastimark.com