

Edeka format esperienziale per il cibo

Cura dei dettagli, ambientazioni esotiche, sostenibilità, focus su qualità e prodotti locali: gli elementi distintivi di questo store

Alessandra Bonaccorsi

[@AlessandraBonac](#)

Un percorso enogastronomico basato sulla scoperta di colori, odori e sapori che esalta le eccellenze alimentari ma che vuole emozionare e coinvolgere il consumatore: questo l'obiettivo di **Edeka** in questo ipermercato a insegna E-Center realizzato a Brema, locomotiva alimentare del **Center Weserpark, uno dei centri commerciali cittadini** che conta oltre 200 negozi e numerosi ristoranti.

In un ambiente confortevole e molto caratterizzato, lo store **E-Center**, esteso su 6.421 mq, è stato realizzato da **Interstore Schweitzer con la collaborazione**

dell'azienda italiana Imo-on, partner esclusivo per la Germania per quanto riguarda il lighting design. "Know-how e attenzione ai dettagli sono gli ingredienti principali di questo concetto di ipermercato -spiega il direttore amministrativo **Dirk Grosse-Wortmann di Edeka Minden, società regionale che fa parte del consorzio Edeka-**. Abbiamo raggiunto questo obiettivo con la creazione di uno spazio per gli acquisti unico, con marchi indipendenti attrattivi e una grande cura nell'esposizione. **Il concept ruota attorno allo sviluppo di marchi personalizzati nei vari reparti freschi.** Il risultato è **un viaggio culinario ed esperienziale**, che spazia dalle prelibatezze italiane, presentate in un banco ad hoc chiamato **Amor**, ai prodotti di alta qualità sia nazionali sia provenienti da altri Paesi".

Il **visual evidenzia in maniera netta ogni reparto al qua-**

le è stata data un'ambientazione distintiva come nel caso dell'ortofrutta, arredata con piante ornamentali e decori dai toni accesi; un'ambientazione evidente nel **corner dei prodotti esotici, denominato Jungla**. Nello specifico, l'area ortofrutta è dotata di un salad bar e del banco servito con un'offerta di frullati e spremute fatti al momento; self service, invece, le macchine per la crema di noci fresca biologica e per affettare la frutta. Lungo il perimetro corrono i banchi serviti freschi (macelleria, peschetteria, panetteria e pasticceria, salumeria e gastronomia), completati da isole refrigerate a libero servizio poste proprio di fronte a ogni banco che tratta l'analoga categoria.

Per il caffè è stata creata una zona specializzata, dotata di torrefazione e macchine professionali per un espresso in loco.

In termini di sostenibilità

ed esperienza d'acquisto, Edeka ha introdotto in-store anche l'**orto verticale In-farm, con verdure coltivate localmente**.

Il legame con il territorio si concretizza sia attraverso soluzioni decorative lungo il percorso che richiamano il fiume Weser e la relativa zona portuale, sia nella proposta assortimentale: in ortofrutta sono presenti i prodotti di 50 fornitori provenienti da un raggio di 30 km, i cui articoli sono evidenziati da una segnaletica sia a pavimento sia a parete; in enoteca la tradizionale offerta di vini è integrata dai prodotti di Bremer Ratskeller, una nota enoteca locale in franchising scelta per sottolineare il concetto di regionalità. In linea con la filosofia dell'azienda, la struttura è stata realizzata in un'**ottica di sostenibilità e protezione dell'ambiente con elettricità verde al 100%**, illuminazione a led e refrigerante naturale.

GUARDA IL VIDEO





- ❶ L'area Jungle, dedicata all'offerta di frutta esotica, macedonie, insalate e spremute fatte al momento
- ❷ Il banco Amor, destinato esclusivamente ai prodotti italiani
- ❸ Il corridoio su cui si affacciano i reparti assistiti, con di fronte gli armadi self service a completamento di offerta. Sul pavimento, comunicazione di sostenibilità
- ❹ L'esposizione preferenziale di formaggi italiani davanti al banco Amor
- ❺ Si sviluppa su 6.421 mq

