

Unicoop Firenze lancia una nuova sfida:
un supermercato a isole che evidenzia
ovunque il suo legame con il territorio
con un'offerta al servizio dei consumatori

**Prodotti freschi
e convenienza,
tutto da Coop.fi**



- 1-Lo spazio dedicato alla libreria ed all'area soci, con una visuale sull'area dei freschi, che classicamente apre lo store
- 2-Ampie finestre si aprono sull'esterno, dando allo store non solo luce naturale, ma un'anima più da mercato
- 3-L'isola del bio con ViviVerde e le specialità di FiorFiore
- 4-La nuova insegna, simbolo di filiera corta

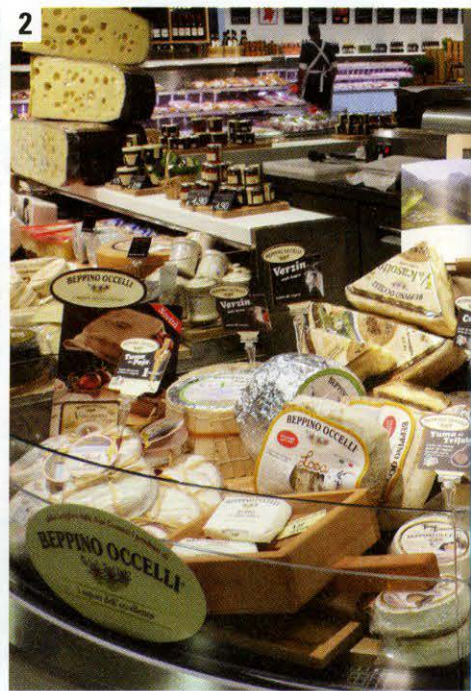
■ di Marina Bassi

Una nuova insegna per sottolineare il legame con il territorio, un nuovo format di supermercato, fortemente incentrato sui freschi e sulle eccellenze dei prodotti toscani con uno spazio soci per servizi, degustazioni e incontri: queste le novità inserite nel nuovo "mercato dei freschi" che **Unicoop Firenze** ha aperto, il 14 maggio, a Firenze, realizzando un incasso molto interessante (superiore ai 100mila euro), che lascia ben sperare anche per il prossimo futuro.

Un laboratorio

Al momento comunque non sono previste ulteriori implementazioni del format. "Per noi, si tratta di uno store-laboratorio, un esperimento nel quale declinare i prodotti del territorio, la convenienza e la relazione con i nostri soci, i nostri asset storici - spiega **Golfredo Biancalani**, presidente del consiglio di gestione di Unicoop Firenze-. In quest'ottica, l'insegna da *Coop tout court* si trasforma in *Coop.fi*, simbolo di filiera corta, prodotti del territorio e qualità di radice toscana". Lo

store, inserito nel c.c. *Novoli*, un'ex area industriale, che già ospita *H&M*, *Saturn*, *Virgin* e un *Multiplex*, è stato progettato da **Paolo Lucchetta di RetailDesign** (con **Giovanni Frisan**, **Michela Tessari** e **Miyako Noda**) che ha voluto realizzare "un luogo ispirato e realizzato per le persone, coniugando i concetti chiave di commercio sostenibile, rigenerazione urbana e mercato contemporaneo, il cui fascino è reso evidente, sia per chi passa per strada sia per chi fa la spesa, dalla presenza di due enormi finestre".



- 1-L'ortofrutta apre il percorso con prodotti nazionali ed esotici a giusta maturazione da consumare in giornata
- 2-Il layout è diviso per isole a tema con evidenziazioni per i brand considerati marchi eccellenti
- 3-Il bar interno posto dietro il banco di pane e pasticceria. A fianco la gelateria con prodotti FiorFiore
- 4-Forme arrotondate per le isole, dotate anche di illuminazione a terra

Isole e mestieri

Il percorso si apre sulla grande piazza dei freschi, con frutta e verdura (nostrana ed esotica), proposta a giusta maturazione per un consumo in giornata; a fianco, l'isola del biologico con *ViviVerde* a sua volta "circondato" dalla selezione FiorFiore. I prodotti sono divisi in isole, di legno e metallo, dalla forma arrotondata, presidiate da un addetto specializzato in grado di

fornire suggerimenti; per chi preferisce la velocità, i prodotti sono disponibili, nelle stesse vasche, a libero servizio, con una vasta scelta di referenze pronte e monodose, per soddisfare le esigenze di una clientela non solo di famiglie, ma anche di anziani, dipendenti di uffici e studenti del vicino polo universitario. Molto curata, in ogni banco, la complementarietà, per suggerire gli accostamenti più adatti.





La valorizzazione dei prodotti toscani viene declinata in tutti i banchi grazie a una comunicazione efficace su cartelli neri con informazioni su prodotti e produttori. Interessante l'enoteca, situata tra formaggi, banchi pesce, carni e salumi, e le birre artigianali, business in crescita, Queste aree dove prevale legno e scaffali neri dividono, in maniera armonica, i freschi dal grocery, che, in continuità,



pone un'attenzione particolare ai prodotti tipici. In testata di gondola, le promozioni con video su cui scorrono promozioni e info generali.

La relazione con clienti e soci viene declinata con un presidio ristorativo. All'interno, infatti, sono attivi bar e gelateria, con prodotti FiorFiore, cui si aggiungerà, nei prossimi mesi, anche un ristorante, posto al piano superiore dell'edificio. ●

5-Anche nell'area grocery è stata mantenuta un'offerta che privilegia i prodotti locali, in un ambiente in linea come atmosfera con il resto dello store
6-Sugli scaffali perimetrali sono inseriti dei portali che evidenziano e spiegano prodotti del territorio, oltre che ospitare promozioni e prodotti di marca
7-La scelta dei portali permette anche di spiegare meglio caratteristiche e plus di alcune pi Coop di nicchia, come Crescendo e Benesi

