

Supermercati sempre più luoghi di svago. Anche per gli stranieri in cerca di prodotti locali

La gdo diventa una meta turistica

Iper La grande i debutta col servizio al tavolo nei suoi Ristò

DI MARCO LIVI

Supermercati per fare la spesa di casa, supermercati dove mangiare in pausa pranzo o quando si è in giro per lo shopping della domenica; adesso supermercati visitati anche dai turisti per scoprire la cultura culinaria di un paese. Italia compresa. Ma succede un po' ovunque nel mondo, soprattutto se l'inflazione morde il portafoglio delle famiglie. Il trend si chiama «travel grocery» ed è già virale su social come TikTok: «i supermercati diventano per i turisti uno spaccato della cultura locale grazie al loro grande assortimento di prodotti tipici e curiosità. Entrare a fare la spesa, quando si è in viaggio, è un'esperienza che arricchisce e diverte. Si tratta di una tendenza particolarmente interessante da intercettare per gli esercenti, perché i supermercati e i negozi di alimentari possono valorizzare le proprie caratteristiche di unicità e diventare un fattore di attrazione anche per le nuove generazioni, offrendo un'esperienza d'acquisto sempre più variegata e smart», afferma **Umberto Zola**, responsabile online sales Eu di SumUp, società specializzata in pagamenti digitali che accompagna anche le insegne della distribuzione moderna lungo il percorso di semplificazione e velocizzazione dei percorsi di acquisto. Peraltro, oggi, turisti e cittadi-

ni residenti visitano i supermercati non solo per scoprire prodotti tipici ma anche per trovare un luogo dove consumare tranquillamente i pasti. Non a caso, che siano lavoratori in pausa pranzo o consumatori di passaggio, ormai sono numerosi i punti di ristoro presso gli stessi supermercati.

Per esempio, l'insegna Iper La grande i non solo sta passando al restyling il format di Ristò, la sua declinazione per la ristorazione, ma debutta anche col servizio al tavolo nel negozio di viale Belforte a Varese. Lo spazio può ospitare fino a 350 posti a sedere (tutti i giorni, dalle 11.30 alle 14.30 e dalle 19.00 alle 22.30) prevedendo complessivamente 600 coperti giornalieri, tra pranzo e cena. A Varese, poi, Ristò fa parte di un'offerta commerciale più ampia che comprende oltre all'ipermercato pure il Bar Caffetteria, con annessa cantinetta con 200 vini disponibili allo stesso prezzo dell'ipermercato. C'è anche un'altra area che propone piatti tradizionali (tra cui primi, insalate e zuppe) e corner dedicati alla scelta di carne e pesce, con banchi espositivi per selezionare i prodotti da far preparare al momento. Completa il percorso un'ulteriore area, punto di incontro tra ristorante e ipermercato, con una varietà di pizze, calzoni e focacce. Entro il prossimo autunno l'insegna della distribuzione

moderna con 22 store in quattro regioni, parte del gruppo Finiper Canova nato nel 1974 su iniziativa di **Marco Brunelli**, coinvolgerà nel restyling anche gli altri punti vendita Ristò sparsi in Lombardia.

Reparti del fresco o con un ricco assortimento di prodotti tipici come la pasta e le etichette di vino tricolore prendono sempre maggior piede nei negozi della distribuzione moderna che, specie nelle città d'arte o quelle a forte vocazione turistica, non mancano di coinvolgere i turisti. Ma lo stesso fanno gli italiani all'estero, alla scoperta sia di nuovi prodotti sia di confezioni dalle dimensioni inusuali. Così, a Oriente tra Cina e Hong Kong, l'attenzione va alle caramelle white rabbit, ripiene di latte e avvolte nel riso, ai panini all'ananas, ai biscotti al biancospino o ai «bak kwa», snack che si preparano marinando la carne di maiale stagionata con salsa di pesce, soia e spezie. Mentre nei più occidentali Stati Uniti spiccano le dimensioni dei packaging come quelli da dieci litri del latte o i barattoli giganti di cetrioli in salamoia (i cosiddetti pickle, tipico accompagnamento Usa dell'hamburger). Ma, se in Francia sono comprensibilmente formaggi e vini a stare sotto i riflettori, in città come Londra cosa c'è di caratteristico sui banchi della gdo? Sempre secondo i trend evidenziati dalla ricerca di SumUp, piacciono i reparti con prodotti da altre nazioni che danno l'idea della commistione di culture che animano la capitale britannica. Viaggiando dall'India al Giappone, dall'Africa all'Asia.

© Riproduzione riservata





Le caramelle white rabbit



Il nuovo format di Ristò (Iper La grande i), progettato a Varese dallo studio dell'architetto Michele De Lucchi, AmdI Circle