

Auchan di Torino rivoluziona il reparto ortofrutta

Alessandra Bonaccorsi 16 gennaio 2019



Lo storico punto di vendita Auchan in corso Romania a Torino è stato ridisegnato. Oggi viene proposto come uno spazio innovativo nel quale l'insegna testa nuove formule, sviluppa idee, dà forma ai propri progetti.

Il percorso nel reparto ortofrutta segue una logica esperienziale e si basa su numerose novità, mai sperimentate prima dall'insegna a partire dall'**Igloo per la frutta sfusa**. Le strutture sono ben visibili già dalle vetrine perché posizionate vicino all'ingresso. Il primo Igloo è dedicato al mondo delle stagionalità, il secondo al mondo bio ed esotico, esposto sfuso e non confezionato. Le strutture caratterizzano il reparto, attirano l'attenzione del consumatore e valorizzano lo spazio e l'esposizione dei prodotti.

Il punto di vendita, esteso su un'area complessiva di 9.300 mq, è dotato inoltre di una **serra aeroponica** all'interno della quale si trovano insalata, erbe aromatiche e microtaggi. Si tratta di un sistema ecosostenibile che permette, con la coltivazione senza l'impiego del terreno, di evitare l'utilizzo di antiparassitari, fungicidi e diserbanti. La serra aeroponica è nata infatti per poter ricreare un habitat naturale per la crescita di prodotti ortofrutticoli, tutti a Km0, derivanti da una vicina serra della provincia torinese, che il cliente può "raccolgere" direttamente con le proprie mani instore. A seconda del periodo e della stagionalità, la serra è in grado di produrre diverse tipologie di prodotto: dalle lattughe come la salanova e baby leaf, la valeriana e la rucola, alle piante aromatiche, quali basilico, prezzemolo, menta, e micro ortaggi, ad esempio piselli, lenticchie, rapanelli. Il cliente raccoglie il prodotto con il suo cestino e lo posiziona in un "bicchiere" biodegradabile per poterlo trasportare comodamente e per mantenerlo fresco anche nel tragitto verso casa: se non si consuma subito, infatti, il prodotto non va trapiantato, ma può restare nel bicchiere per altri 2/3 giorni, aggiungendo semplicemente dell'acqua.

Il visual del reparto tende a sottolineare, attraverso immagini e informazioni rivolte al consumatore, la stagionalità dei prodotti, la provenienza italiana e la presenza del biologico.

Alessandra Bonaccorsi

Vivo e lavoro in Sicilia, terra di spiazzanti contrasti e di straordinarie virtù. La cronaca mi ha battezzato, il retail mi ha conquistato. Seguo l'evoluzione e lo sviluppo delle insegne food e non food sul territorio. Amo libri, teatro e cinema in egual misura. E scrivo per lavoro e per passione.

