

LA GRANDE DISTRIBUZIONE

i nuovi layout, la sostenibilità e i supermercati 2.0: il progetto come ibridazione tra architettura e marketing

El del 1916 il "primo supermercato", naturalmente, americano, con tanto di brevetto. Clarence Saunders aveva ridisegnato il suo grocery store, ripensandolo come un luogo in cui i clienti si sarebbero serviti da soli per poi pagare la merce al termine di un percorso obbligato tra scaffalature disposte in parallelo in meno di 100 m². Il supermercato classico ha origine negli anni Sessanta, ma anche quel modello oggi non esiste più. Il progressivo restyling di identità e di immagine, ha portato all'elaborazione di nuovi layout, nuove architetture e differenti approcci alla progettazione commerciale. In un'ottica di specializzazione e di continuo aggiustamento del target, sono nate formule che si rivolgono a specifici segmenti di mercato, come i supermercati per anziani, quelli per i giovani, per i single o per i fedelissimi degli acquisti eco-sostenibili.

Ci sono supermercati "architetticamente sexy" per fare la spesa in un ambiente da archistar, ipermercati che sembrano boutique, discount integrati nei supermercati, superette di montagna ricche di atmosfera e "supermercati virtuali" per riempire il carrello con lo smartphone, fotografando i codici QR dei prodotti esposti su avveniristici pannelli collocati nelle stazioni della metropolitana. E ancora i supermercati 2.0, nati nell'epoca del passaparola digitale, del low cost e dei nuovi lifestyle del terzo millennio. Il libro segue il processo di trasformazione della grande distribuzione, illustrandolo attraverso i cambiamenti della progettazione, che in questo settore appare come una riuscita ibridazione tra architet-

tura e marketing e assume il nome di progettazione commerciale.

L'autrice, Roberta Panza, è laureata in architettura al Politecnico di Milano. Dagli anni Ottanta lavora nell'ambito della progettazione della grande distribuzione organizzata.

Dopo una lunga esperienza negli uffici tecnici di Standa e Billa, dove ha seguito tutte le fasi dell'iter progettuale, dall'ideazione di layout commerciali allo sviluppo di nuovi format, ha continuato a dedicarsi alla GDO come consulente.



MODULO PAROLE CHIAVE

RECENSIONE LIBRI – **MANUALE DI PROGETTAZIONE PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE** – **ROBERTA PANZA** – **FRANCO ANGELI**