

di **Marina Bassi**calle Doctor  
Fleming 30,  
Ourense,  
Galizia,  
Spagna

Mq: 1.000

Addetti: 22

Casse: 4  
Orario:  
lun-sab 9,30-21,30

## Aquí è, convenience con menù bilanciati e più percorsi

Per qualsiasi retailer, la ricerca di nuovi concept rappresenta un elemento essenziale della mission aziendale, che richiede un'elevata profusione di sforzi e risorse, mentali e finanziarie, tra l'altro non sempre coronati da successo. Per questo, sono spesso quelli più titolati e di maggiori dimensioni a cimentarsi in esperimenti dagli esiti incerti. Non è questo il caso di *Aquí è*, un nuovo concetto di convenience del **Gruppo Cuevas**, storica azienda multisettoriale a conduzione familiare della Galizia, regione nord-occidentale della Spagna, dove opera con una rete di circa dieci pdv. Il primo è stato aperto alla fine dello scorso anno, ma i risultati dimostrano già la validità della proposta nata da un impor-

tante lavoro di squadra. "Il nostro obiettivo -precisa **Manuel Rodríguez de la Fuente**, presidente del Gruppo Cuevas- è di realizzare un concept di nuova generazione, destinato a facilitare la vita dei nostri clienti, a livello sia di agibilità del pdv e di proposta commerciale, grazie a un'attenzione spinta al contenuto nutrizionale dei cibi". Mixando le caratteristiche di convenience, prossimità e supermercato, *Aquí è* si propone di conciliare diverse esigenze legate a: ■ tempo, grazie alla definizione di un layout non solo libero, ma che fornisce diversi percorsi contemporaneamente, cui si aggiunge un elevato contenuto di tecnologia friendly e orari prolungati e continuati;



■ benessere, attraverso un'ampia offerta di piatti pronti realizzati nel rispetto di precisi criteri nutrizionali a formare un menù giornaliero e settimanale e, infine,

■ salvaguardia dell'ambiente, in uno spazio rilassante, multisensoriale e coinvolgente.

*Aqui* è rappresentata il risultato di un ampio lavoro di team, che ha coinvolto in un processo continuo di scambio di idee, l'azienda ed esperti di varia estrazione, a partire da **m+f!**, l'agenzia dell'esperto di marketing del retail **Lluís Martínez-Ribes** (vedi **Gdoweeek** 463, 16-12-2008, pagg. 6-7), fino alla società olandese **Jos de Vries**, che si è occupata degli aspetti architettonici, ad **Alcantara**, società galiziana che ha messo a punto l'immagine grafica, e all'agenzia di pubblicità **Garrofé** di Barcellona.

### Un ambiente circolare e avvolgente

Per rendere l'ambiente più vicino alla clientela, per *Aqui* è stato progettato un percorso semicircolare, con pareti convesse per meglio ospitare i banchi e caratterizzare le aree più segnaletiche, come la pescheria assistita e il reparto dedicato ai piatti pronti. Al centro della struttura, è situato il banco a isola dedicato a salumi e formaggi, localizzato sotto un soffitto lucido arricchito con inserti "a nuvola" che accentuano gli effetti dei lampioni per illuminare il negozio.

La semicircularità non ha solo l'obiettivo di trasmettere accoglienza e cordialità, effetto rafforzato dall'utilizzo di colori solari alle pareti e da una comunicazione che gioca con l'ironia, ma anche quello più commerciale di creare tre diversi percorsi in funzione del tempo a disposizione del singolo cliente: un percorso breve che comprende il semplice passaggio davanti all'area dei prodotti pronti e delle bevande prima di avviarsi direttamente alle casse; un secondo di medio raggio, con un semicerchio più ampio, per una spesa familiare di qualche giorno, mentre, infine, la terza possibilità si estende al giro completo del pdv, con lo scopo di un rifornimento settimanale.

### Un'unica fila per le casse

Sempre nella logica di soddisfare l'esigenza di tempo e velocità della clientela, il pdv ha deciso di sperimentare una novità nella gestione della coda alle casse: è prevista, infatti, un'unica fila, come negli aeroporti, che permette di accedere alla prima cassa libera. "Chiunque, quando sta facendo una coda in qualsiasi luogo, ha la sensazione che la fila vicina sia sempre più veloce, a prescindere dalla veridicità della situazione - spiega a **Gdoweeek** Martínez-Ribes-. Per questo, si è optato per testare un'unica fila che si suddivide nelle diverse casse con l'idea di ridurre l'attesa "percepita" attraverso un continuo movimento". Si tratta di una novità per il mercato europeo, ma non in assoluto: in Usa, infatti, **Whole Foods** sperimenta questa soluzione da tempo, con i numeri delle casse che si illuminano per indicare ai consumatori dove indirizzarsi.



Tutti gli scaffali sono dotati di etichette elettroniche (foto sopra). Sotto, lo spazio QFH, *Que facemos hoxe?* (n.d.r.: Cosa prepariamo oggi?), dedicata a piatti pronti e menù secondo criteri nutrizionali.





Invece di code per singola cassa è stata creata un'unica fila, stile aeroporti e uffici postali italiani, sempre in movimento.

### Libertà di creare menù personalizzati, con attenzione al benessere

Una delle caratteristiche più tipiche di *Aqui* è consiste nell'offerta di menù giornalieri, composti da tre piatti proposti a 7,95 euro nell'area ad hoc *QFH Que facemos hoxe?* (n.d.r. Cosa prepariamo oggi?). Qui sono in vendita piatti pronti stagionali, realizzati sulla base dei prodotti freschi disponibili in Galizia nei diversi periodi dell'anno e bilanciati dal punto di vista nutrizionale grazie alla collaborazione con gli esperti nutrizionisti dell'Università di Vigo. I piatti, che arrivano nel pdv il pomeriggio precedente la loro messa in vendita, sono realizzati dall'azienda locale **Ruta Xacobe**, che nella ricetta non utilizza né additivi né conservanti. I clienti sono comunque liberi di comprare sia l'intero menù sia singoli piatti (contenuti in pack eco-compatibili) sia, semplicemente, gli ingredienti necessari per realizzare a casa, autonomamente, le preparazioni. Per questo, sono a disposizione ricette e suggerimenti, distribuiti attraverso volantini e folder, o presentati a video sugli schermi piatti presenti nel pdv. Inoltre, per accreditare la propria predisposizione al benessere in senso più allarga-

to, *Aqui* si caratterizza anche per un elevato contenuto di soluzioni green. Tanto il sistema di raffreddamento, disegnato e progettato dalla società internazionale **Smeva**, specializzata in impianti di refrigerazione, quanto quello di illuminazione utilizzano tecnologie di ultima generazione a basso impatto ambientale, per ridurre i costi energetici, a fronte di un investimento complessivo, a punto di vendita, di circa 800.000 euro (escluse le spese immobiliari).

### Gli sviluppi futuri

I risultati dei primi mesi sono stati molto positivi a livello sia di percezione della clientela sia delle vendite: per questo il gruppo prevede di continuare a sviluppare il format. La prossima apertura è prevista entro il primo trimestre 2009, nella vicina provincia di Pontevedra, ma l'obiettivo è quello di estendere l'insegna in maniera massiccia in tutta la Galizia... e forse anche nel resto della Spagna.

Altre foto di *Aqui* è nella galleria fotografica su **GdoweeK TV**, [www.gdoweeK.it](http://www.gdoweeK.it)