

Conad Marco Polo: la spesa è un'esperienza multimediale

Dai touchscreen contro le attese, alle fragranze che identificano i reparti



Ben 250 posti auto per raggiungere il Conad Marco Polo. A destra la famiglia Rinaldi (Casa del pesce) che gestisce, forte della decennale esperienza, il reparto pescheria

Conad Marco Polo a Vignola, ovvero, dove fare la spesa è un piacere. È recente l'inaugurazione del supermercato Conad di via Enrico Caruso, 63, in prossimità della tangenziale e all'interno del Centro Commerciale e Direzionale Marco Polo, ma l'imprescindibile connubio fra tradizione e modernità sta già riscuotendo notevole successo, rivelandosi un cocktail vincente.

Risale, infatti, ad ottobre 2009, l'apertura di questo punto vendita di 700 metri quadri sorprendente e all'avanguardia, che pure non rinuncia ad offrire prodotti genuini. Anzi ne fa la sua priorità, come insegna la cinquantennale (del 1961 il primo negozio) esperienza del proprietario, il Sig. Angelo Benedetti, che oltre al Conad Marco Polo, fa capo ai supermercati Conad di via Resistenza, sempre a Vignola e di via Doccia a Savignano Sul Panaro. «Abbiamo fatto studi sul campo e vera e propria ricerca presso varie realtà di Milano, Roma e Torino per innovare la vendita nel campo dei generi alimentari al minuto. - afferma Fabio Benedetti, socio, insieme al padre Angelo del Gruppo Benedetti srl, società che gestisce appunto i vari supermercati - Abbiamo, inoltre, affrontato la materia con esperti della Bocconi, implementando sempre più la nostra specializzazione. Ora, siamo in grado di offrire nel punto vendita un servizio al banco tradizionale che si coniuga con un'altissima tecnologia. Per fare un esempio, il classico 'tocca a me' per prenotare il turno è rego-

lato con totem elettronici e touchscreen. Il cliente ha sempre in vista lo stato di progressione dei numeri perché tre televisori al plasma da 50 pollici dominano dall'alto tutto il supermercato, affinché siano visibili in ogni punto».

La comunicazione multimediale, dunque, è parte caratterizzante del Conad Marco Polo e si esplicita in svariate sfaccettature. Una di queste è l'applicazione di etichette elettroniche, attraverso le quali i prezzi dei prodotti sono i medesi-

mi sia sugli scaffali, che alle casse. Esiste, infatti, una rete wireless che copre tutto il supermercato, in grado di praticare simultaneamente gli aggiornamenti.

Per non parlare, poi, delle fragranze da cui si viene avvolti varcando la soglia. Un circuito di emanatori di profumazione costituisce un piacevole canone estetico che colpisce l'olfatto per ripercuotersi sulla vista. Così, passeggiando al reparto macelleria si respirerà un fragrante profumo di arrosto, la creme chantilly indica che la pasticceria è vicina, la cantina presenta l'effluvio di vino dolce e la pesca identifica invece l'ortofrutta, come il limone la pescheria.

Quest'ultima trabocca di buon pesce fresco ed è gestita dalla famiglia Rinaldi (casa del pesce), celebre per l'esperienza nel settore. Non è finita qui: alle casse l'imballaggio è automatico. Significa che non è il cliente a riempire la borsina, bensì il cassiere inserisce la merce nel mobile cassa e, al momento del conto, la sportina sarà già riempita e pronta.

Fare la spesa all'avveniristico Conad Marco Polo, oltretutto, è comodo: con 250 parcheggi si conferma uno dei più grandi disponibili ed è attento alla limitazione dei consumi, con classi speciali di contenuto termico. Le risposte della clientela sono talmente positive, che entro un anno, si prevede che anche gli altri due punti vendita del Gruppo Benedetti abbracceranno questi standard qualitativi all'avanguardia e pionieristici, proprio come lo fu Marco Polo.

