



L'architettura invisibile che guida vendite ed efficienza

Dalla gerarchia dello spazio alla shelf automation, fino all'AI integrata nello scaffale: l'arredo non è più solo supporto espositivo, ma leva strategica per identità, operatività e marginalità del punto di vendita

📍 Maria Comotti

In uno scenario di forte pressione competitiva e marginalità sotto stress, la grande distribuzione organizzata affida sempre più alle attrezzature "in store" una parte decisiva della propria strategia. **Scaffalature, totem, banchi e sistemi espositivi non sono più elementi neutri: diventano strumenti per orientare il cliente, semplificare il lavoro degli operatori e costruire identità.** Per l'architetto **Rosa Rusciano**, co-fondatore e direttore progetti architettonici dello stu-

dio Area 1.1.2., l'arredo è prima di tutto progetto: "Ha un ruolo centrale nel dare ordine allo spazio. Non è un elemento accessorio, ma parte integrante dell'architettura e risponde agli stessi principi di composizione: gerarchia, equilibrio, proporzione". In questa chiave, scaffalature e totem "organizzano visivamente lo store, ne chiariscono le funzioni e rendono immediata la lettura degli spazi, facilitando scelte rapide e consapevoli senza sovraccaricare il cliente".



ROSA RUSCIANO
CO-FONDATORE E
DIRETTORE PROGETTI
ARCHITETTONICI DELLO
STUDIO AREA 1.1.2.

I comportamenti di acquisto all'interno degli store sono cambiati: percorsi meno lineari, maggiore autonomia, tempi di permanenza variabili. "I flussi oggi sono più dinamici. L'arredo deve assecondare questi comportamenti, accompagnando il movimento naturale delle persone senza imporlo. Progettiamo sistemi semplici, flessibili e leggibili, lasciando spesso all'architettura -luce, materiali e proporzioni- il compito di guidare l'esperienza", spiega Rusciano. **Materiali e finiture incidono direttamente sulla percezione di qualità.** "Il cliente percepisce la qualità prima ancora di leggere un prezzo. La percepisce dal pavimento che calpesta, dalla scaffalatura che tocca, dalla luce che illumina il prodotto". Metalli opachi, legni, ceramiche tecniche, colori chiari e modularità intelligente diventano così strumenti di fiducia e permanenza, lontani dall'effetto "allestimento temporaneo". Tra i progetti seguiti dall'architetto, nei format Eté Prime l'isola centrale di panetteria e gastronomia, progettata su misura, è diventata il cuore esperienziale del punto di vendita. Analogamente, in XSempre a Eboli, il corner coloniali in legno con banco degustazione e cassetti a vista rilegge la tradizione in

BRICOCASA DI BARI: PERCORSI PIÙ LEGGIBILI E FLUIDI

Un esempio concreto dell'approccio di C&C Arredamenti Metallici è il recente progetto di remodeling completo del punto di vendita Bricocasa di Bari, per il quale l'azienda ha realizzato e consegnato l'intero sistema di scaffalature e arredi espositivi. L'intervento ha interessato tutti i reparti, migliorando la **razionalizzazione degli spazi**, la leggibilità dell'offerta e la fluidità del percorso cliente.

Il nuovo layout, caratterizzato da corridoi ampi, segnaletica chiara ed esposizioni verticali per grandi formati, ha contribuito a ottimizzare l'esperienza d'acquisto e la valorizzazione delle categorie merceologiche. I reparti del negozio si presentano infatti organizzati attraverso un percorso lineare, con segnaletica sospesa ad alta visibilità e scaffalature razionalizzate che migliorano orientamento e rapidità di acquisto.



chiave identitaria. "L'arredo non è decorazione, ma architettura applicata", sintetizza Rusciano.

Sul fronte industriale, l'evoluzione è altrettanto profonda. La riduzione delle superfici, specie nei format di prossimità, impone massima ottimizzazione, senza omologazione però. **Nicola Frascaroli, senior vice president Itab South East**, osserva: "I retailer cercano identità, personalizzazione e storytelling. Il nostro approccio shop in shop supera il semplice arredo: ogni reparto deve avere un'anima e diventa un'esperienza". Il sistema modulare "3x3" è basato su elementi strutturali che consentono di adattare rapidamente il layout alle esigenze di mercato. L'evoluzione è anche tecnologica "grazie all'integrazione delle nostre etichette elettroniche con la piattaforma digitale Onred. Ciò permette di monitorare da remoto lo stato del prodotto ed estrarre dati utili a migliorare l'efficienza dello store. Onred è anche la base su cui sviluppiamo le soluzioni per la riduzione dei furti, soprattutto in area casse". Novità importante: a EuroShop l'azienda ha presentato una soluzione che integra l'AI direttamente nello scaffale.

Per **Elea**, azienda nata come "sartoria" delle soluzioni espositive per diventare un vero e proprio player industriale con 25.000 mq di area robotizzata caratterizzata da impianti all'avanguardia per competitività dei costi, qualità controllata e continuativa, la scala fa la differenza. Il **cfo Paolo Spadoni** sottolinea: "Per supportare le richieste delle grandi catene, soddisfacendo al tempo stesso il lato qualitativo e l'attenzione ai costi, serve una struttura industriale, non artigianale. Il nostro punto di forza è quello di poter offrire tutto il ciclo produttivo all'interno dell'azienda, questo perché operiamo in prima persona dalla progettazione alla realizzazione, accentrando tutto sotto un'unica direzione. Lavoriamo ferro, legno e plexiglass e consegniamo

CONAD SUPERSTORE A CAPODRISE: QUANDO IL DESIGN RACCONTA IL PRODOTTO

Nel Conad Superstore a Capodrise (CE) la sfida per **Itab Italia** è stata quella di progettare reparti di negozio con un'ampia superficie mantenendo l'atmosfera di un punto di vendita di prossimità. L'ingresso accoglie con un'ortofrutta scenografica: isole bifacciali e ombrelloni ricreano la tipica atmosfera del mercato. Il reparto freschi punta sulla trasparenza, con laboratori a vista e banchi perimetrali. **Grande cura per l'atmosfera nei reparti specializzati:** l'enoteca offre un ambiente caldo, definito da scaffali in legno verde bottiglia e pareti in mattoni, mentre l'area sushi sorprende con un soffitto a forma di hosomaki che orienta il cliente. Le 12 corsie



sono tutte personalizzate. Il pet food evoca un giardino grazie a soffitti verdi e luci circolari; al contrario, l'area cura persona sceglie un **look hi-tech con ripiani bianchi retroilluminati e soffitti a specchio Led**. Chiude il percorso la parafarmacia, posizionata strategicamente vicino alle casse per la massima visibilità.

mo negozi chiavi in mano". In un mercato dove il 60% del business è gdo, la competizione sul prezzo è forte, specie nei discount. "Spesso interveniamo sui complementi -enoteche, banchi frutta, aree bar- dove il valore qualitativo fa la differenza". L'innovazione, aggiunge Spadoni, è più di processo che di materiale: "Robotica e macchine automatizzate che trasmettono dati migliorano efficienza e controllo". **Cresce anche l'attenzione ESG:** "Ci chiedono di recuperare arredi esistenti e riutilizzarli nel nuovo store, cosa su cui ci occupiamo con le nostre squadre, affiancandoli con gli arredi di nuova fornitura".

Le sfide crescenti determinano anche profonde evoluzioni interne. **Federico Lippi, dg di Moodes,** racconta la trasformazione dell'azienda: "Moodes è la nuova anima di un viaggio iniziato nel 1982 con Gel-Frigor. Da realtà legata all'impiantistica frigorifera sia-

mo diventati partner del punto di vendita, capaci di seguire il cliente dalla progettazione alla realizzazione degli arredi fino alla definizione del layout e all'installazione, sia degli impianti a freddo che degli arredi". Il fattore vincente è la capacità di "definire format che resettino i canoni estetici del supermercato e ne costruiscano l'identità nel territorio".

Nel tempo la componente estetica dell'arredo ha subito grande evoluzioni. Ma oggi, più del design, vince la funzionalità: "L'arredo deve permettere al personale di lavorare e pulire in sicurezza. Pensiamo ai banchi peschiera con vetri apribili lato cliente tramite pistoncini pneumatici, o alle soluzioni legate all'esposizione e al mantenimento dei prodotti, come i sistemi di nebulizzazione per l'ortofrutta che mantengono l'umidità corretta senza bagnare la merce, insieme ai sistemi che raccolgono l'umidità facendo la scendere attraverso una grondaia di

raccolta". Efficienza produttiva e controllo dei costi restano centrali: "Produciamo internamente e assembliamo strutture in ferro e legno per restare competitivi. Inoltre, vista la richiesta del mercato di avere sempre meno interlocutori per lo sviluppo della proposta commerciale, abbiamo sviluppato competenze che ci permettono di seguire tutta la progettualità e lo sviluppo".

Se la marginalità non cresce, l'arredo diventa strumento per contenerne l'erosione: semplifica il lavoro, rafforza l'identità, orienta il cliente. Architettura, industria e tecnologia convergono in un'unica direzione: trasformare la scaffalatura da semplice supporto espositivo a infrastruttura strategica del punto di vendita. Invisibile, ma decisiva. "A questo proposito -osserva **Simone Guglielmini, field sales director di HL Display Italia-** l'efficienza operativa e la semplificazione del lavoro sono una delle richieste più forti e nello specifico riguardano la riduzione dei tempi operativi in negozio necessari per rendere facile il rifornimento delle merci sugli scaffali, mantenere il facing corretto e migliorare così l'esperienza d'acquisto del consumatore". L'azienda, che da oltre 70 anni opera come fornitore globale di prodotti e soluzioni che creano una migliore esperienza di acquisto (comunicazione in negozio, soluzioni di merchandising, espositori secondari, servizi, illuminazione e connettività in-store), opera oggi in oltre 70 Paesi con strutture produttive proprie. "Sistemi di shelf management (automatici e manuali), come pusher, divisori e soluzioni di avanzamento prodotti, che consentono di tenere l'assortimento ordinato e visibile con meno interventi manuali, sono sempre più richiesti. Sostenibilità e responsabilità ambientale stanno diventando un

fattore differenziante anche se la leva prezzo al momento risulta prevalente”, ammette Guglielmini. “Il rapporto di partnership che ci lega ai clienti ci porta a supportarli con soluzioni che vanno in questa direzione, grazie a sistemi di shelf automation che aiutano a migliorare i risultati di efficienza in praticamente tutte le diverse categorie merceologiche all’interno del supermercato”. Soluzioni come il sistema Next per caramelle e cioccolate dimostrano come l’ordine a scaffale migliori sia i risultati operativi sia l’esperienza del cliente.

C&C Arredamenti Metallici, come spiega **Silvia Chiappa, responsabile Gds, Gdo DiY**, punta su flessibilità e riconfigurabilità: “La gdo richiede oggi soluzioni sempre più flessibili, modulari e facilmente riconfigurabili, capaci di adattarsi rapidamente a cambi di assortimento, stagionalità e logiche promozionali. Cresce inoltre l’attenzione verso la robustezza delle strutture, la sicurezza per clienti e operatori, la sostenibilità dei materiali e la capacità dell’arredo di migliorare l’orientamento e l’esperienza d’acquisto all’interno del punto di vendita”. L’innovazione riguarda l’integrazione tra esposizione, stoccaggio e comunicazione visiva “migliorando la leggibilità dei reparti e la valorizzazione delle diverse categorie merceologiche del fai-da-te” spiega Silvia Chiappa, secondo cui i principali punti di forza di C&C sono la progettazione su misura, la qualità costruttiva e l’esperienza maturata nel settore gdo. “Affianchiamo il cliente in tutte le fasi del progetto, dall’analisi delle esigenze alla definizione del layout fino alla produzione e installazione, garantendo affidabilità, tempi certi e un elevato livello di personalizzazione. L’installazione viene poi seguita direttamente dalla nostra consociata Sma srl”.

FAO SCHWARTZ DI MILANO CORDUSIO, FORTE ATTENZIONE AL DETTAGLIO COSTRUTTIVO



Per il Fao Schwartz di Milano Cordusio **Elea** ha curato integralmente la realizzazione degli arredi, seguendo ogni fase: dall’ingegnerizzazione dei disegni esecutivi alla produzione, fino al montaggio in cantiere. L’intervento si distingue per la forte personalizzazione e per l’accurata scelta dei materiali, per **coniugare impatto estetico, resistenza e funzionalità retail**. Il legno rappresenta un elemento es-

senziale dell’allestimento: tutti gli arredi sono su misura, con attenzione alla qualità delle finiture e alla precisione degli incastri. Le superfici sono state trattate per garantire durabilità, facilità di manutenzione e stabilità nel tempo. Le strutture in ferro, progettate e prodotte internamente, svolgono funzione strutturale ed estetica. Il plexiglas è stato utilizzato per dettagli espositivi e soluzioni di alleggerimento visivo.

COOP SPINEA, SOLUZIONI FUNZIONALI

Per il punto di vendita Coop di Spinea (Ve), l’intervento di Moods ha riguardato più aree, dall’ortofrutta alla panetteria, includendo anche la parafarmacia e il pet store interno, per le quali sono state studiate soluzioni espositive funzionali e coerenti con l’organizzazione complessiva dello store. Gli arredi sono stati progettati per rispondere alle esigenze operative e di fruizione, garantendo ordine, chiarezza e integrazione tra i diversi reparti.



Dalla progettazione esecutiva alla produzione e all’allestimento, il lavoro si è concentrato sull’ottimizzazione degli elementi di arredo, sulla qualità dei materiali e sulla corretta messa in opera, assicurando il rispetto delle indicazioni del cliente e un risultato allineato agli standard del punto di vendita.

La sfida dei prossimi anni? Coniugare efficienza operativa, sostenibilità e flessibilità: “Gli arredi dovranno essere durevoli, riconfigurabili nel tempo

e realizzati con materiali sempre più attenti all’impatto ambientale, mantenendo al contempo un forte valore funzionale ed estetico”.