



09/11/2023

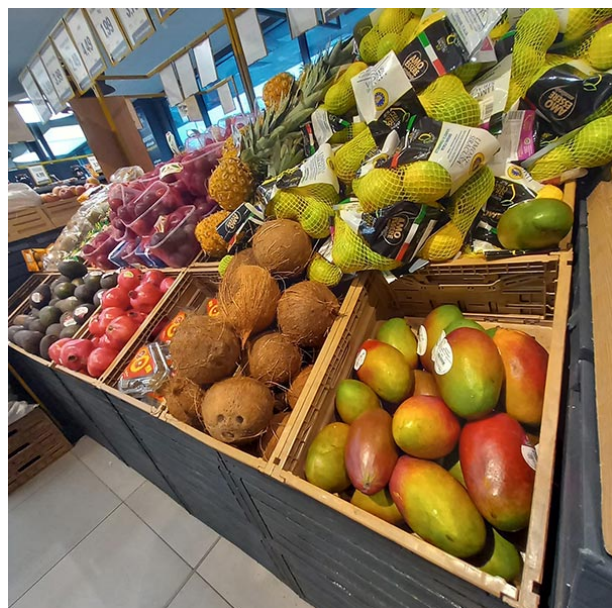
## Vi spiego perché fare la spesa all'Eurospin

Una gestione del reparto da fare invidia a tante  
insegne

GIAMPAOLO FERRI  
redazione@italiafruit.net  
[WWW.ITALIAFRUIT.NET](http://WWW.ITALIAFRUIT.NET)

Trovare un reparto ortofrutta in perfetto stato a qualsiasi ora della giornata è un evento raro, a prescindere dalla catena distributiva che si esamina, ma se questo accade in una delle insegne fra le più attenzionate per l'aspetto dell'aggressività sui prezzi, come Eurospin, è la dimostrazione lampante di come non bisogna fidarsi troppo dei luoghi comuni.

Non nego che le prime volte che, nell'ambito del monitoraggio costante che come IFN facciamo sui negozi, ho rilevato questo punto vendita in Emilia-Romagna senza particolari difetti, pensavo fosse una casualità. Tant'è che ci sono tornato diverse volte negli ultimi mesi e sempre a un orario diverso. Il risultato non è mai cambiato, con una "tenuta" del reparto encomiabile, caratterizzata sia da assenze di rotture di stock sia dalla mancanza di difetti gravi nei prodotti esposti in vendita.



Ciò che impressiona è la cura dei dettagli, in quanto l'esposizione è molto curata sia nella 1° gamma (anche se c'è la tendenza ad eccedere con la massificazione, ma questo è un problema comune a tutta la Gdo) che nel murale refrigerato; c'è, inoltre, attenzione alle diverse tonalità di colore del prodotto esposto, quando questo è indice del grado di maturazione, in modo da mantenere alta la soglia di attenzione da parte dei consumatori. La pulizia è un altro aspetto particolarmente attenzionato (giustamente), con il pavimento che viene "ripassato" con frequenza.



Per mantenere questi standard è necessario un presidio attento da parte degli operatori, tant'è che sono sempre presenti almeno un paio di repartisti a gestire il perimetro che, oltre a sistemare/caricare le referenze, consigliano il consumatore quando è necessario.

Volendo proprio trovare difetti (ma veniali) abbiamo rilevato qualche porta-prezzi assente o non correttamente posizionato davanti al prodotto.

Quindi, un reparto ortofrutta gestito davvero molto bene, dove i punti di forza sono la freschezza dei prodotti, l'assortimento equilibrato in base agli spazi e i volumi di merce esposta, che invogliano i clienti (che non mancano) a comprare.



Questa è la dimostrazione che anche nei tanto bistrattati "nuovi discount", tacciati di utilizzare la leva prezzo come principale elemento di attrazione, come nel caso di Eurospin, se si lavora con cura e professionalità, il risultato si vede - eccome - così da non aver nulla da invidiare a reparti di dimensione maggiore e assortimenti più grandi.

[Clicca qui per iscriverti alla Newsletter quotidiana di IFN](#)