

Il nuovo superstore Il Gigante di Trezzano sul Naviglio punta su freschi e area ristoro

10 ottobre 2019



Autore [Alessandro Franceschini](#)

Più spazio al reparto ortofrutta con una profondità di assortimento importante e un'area dove poter consumare quello che si acquista. Inizia una nuova era per gli ex Diperdi rilevati dell'insegna lombarda

Un'area dei freschi e freschissimi spaziosa e ricca di referenze, scaffalature basse e un layout che allarga lo sguardo e gli spazi, un'area ristoro interna in mezzo ai banchi serviti circondata dai vini e birre, quasi fosse un'enoteca. Ci sono molti contenuti, alcuni certamente innovativi, presenti all'interno del nuovo punto vendita di **Trezzano sul Naviglio**, periferia Sud-Ovest di Milano, dell'insegna **Il Gigante** (Gruppo Selex) che apre oggi al pubblico, inaugurato ufficialmente mercoledì 9 ottobre.

Il primo riguarda sicuramente l'opera di salvataggio occupazionale che questa nuova apertura ha consentito: il nuovo punto vendita, infatti, è un **ex Superdi**, chiuso da un anno e rientra in una più ampia operazione di acquisizione di ex punti vendita di questa catena che comprende anche quelli di Paderno Dugnano (MI), Cesano Maderno (MB), Senago (MI), Lodi e Porto Ceresio (VA) che verranno aperti nei prossimi mesi.

I numeri del salvataggio parlano di 178 posti di lavoro conservati, 32 dei quali operativi in questa prima nuova riapertura. All'inaugurazione presente anche il presidente **Giancarlo Panizza**, che ha sottolineato il risvolto sociale di questa nuova apertura in un momento come quello attuale contraddistinto da instabilità economica e crisi occupazionale.

Il nuovo superstore Il Gigante di Trezzano è grande **2500 metri quadrati**, ha 13 casse (4 fast line) con altre due dedicate solo all'area ristoro, un parcheggio esterno di 170 posti auto. La zona nel quale è posizionato, la trafficata SS Vigevanese, non lesina certamente il passaggio auto – qui nei weekend e nelle ore di punta la circolazione è praticamente ferma – con un sostanziale concorrente, in zona, l'Esselunga di Corsico, sebbene non così vicino. L'immobile è stato completamente ristrutturato donando attenzione al tema della sostenibilità con la presenza, ad esempio, di illuminazione a Led e un moderno impianto di condizionamento.

[Alcune fotografie dell'inaugurazione]



Area Ristoro



«In questo punto vendita l'impatto dello spazio dedicato ai freschi è decisamente importante» ci spiega **Cristian Paleari**, coordinatore acquisti Freschi de Il Gigante. «Si parte con l'ortofrutta, salumeria a libero servizio, banco tradizionale della salumeria, panificazione con pane fresco solo con lievito madre, la pasticceria fresca preparata qui, l'angolo della cucina dove facciamo fritti, primi e secondi, la macelleria, la pescheria solo confezionata e prodotta nella nostra piattaforma di Carpiano, e infine un angolo vero angolo ristoro. I clienti possono, infatti, prelevare prodotti confezionati o già pronti da scaldare, o richiedere ai banchi un taglio di carne o pesce che gli viene cotto al momento, e poi possono consumarli direttamente nell'area ristoro del punto vendita». È la prima volta che l'insegna sperimenta una vera e propria area ristorazione interna concepita in questo modo, continua Paleari, sicuramente un ottimo modo anche per fidelizzare i clienti che possono in pratica testare già nel punto vendita quello che magari poi acquisteranno in seguito da consumare a casa. Ma è ideale anche per chi lavora nelle vicinanze o è di passaggio, considerando la presenza di punti di ricarica del telefono e la futura presenza anche di una connessione WiFi.

[Una mini galleria fotografica del reparto ortofrutta, ancora in fase di allestimento]





Molto spazioso è certamente il **reparto ortofrutta**, classicamente posizionato all'ingresso del negozio e che disegna un percorso che introduce alla grande area dei freschi. «Una delle caratteristiche del reparto ortofrutta del Gigante è in generale la profondità dell'assortimento – ci spiega questa volta **Alessandro Mantovani**, buyer ortofrutta dell'insegna – che qui è esaltata ancor di più. In questo periodo abbiamo 400 referenze e poi nel periodo estivo superiamo le 500. Le caratteristiche anche qui, come da mission aziendale, sono quelle che ci portano a prediligere il prodotto nazionale, salvo nei momenti nei quali non si riesce a non comprare anche prodotto estero. Ma ci sono periodi dell'anno dove l'incidenza del prodotto italiano arriva al 95%, escludendo l'esotico». Un reparto, quello dell'ortofrutta, “privilegiato”, ci conclude Mantovani, qui a Trezzano, in termini di metratura e spazi. «Questo negozio farà da apriestrada per l'aumento dello spazio dedicato all'ortofrutta».