

5+1 motivi per spiegare come food hall e gastro market hanno ucciso gli ipermercati

Eataly aveva già capito tutto nel 2007: dalla spesa saremmo passati allo shopping alimentare, dal mangiare a casa e in mensa al vivere esperienze nel mondo horeca. Il format Food Hall/Gastro Market è oggi il più trendy in tutto il mondo, da Seoul a Londra passando per Lisbona. È uno dei pochi concetti born in Italia. Intanto ha aperto un ipermercato con all'interno un barber shop...

1

II. NOME

Sembra banale ma c'è una bella differenza tra l'andare da Eataly New York, il Mercato Centrale di Firenze o il Market Hall di Fulham e da Fiordaliso, Gli Orsi o Il Destriero. Provate a pronunciarli e a ragionarli nella vostra mente. In un nome c'è un concetto, una scelta, una destinazione. I nuovi formati hanno un'identità, i centri commerciali/ipermercati se la sono inventata e forse non l'hanno mai trovata.



Time Out Market - Lisbona (POR)

2

I LUOGHI

Marc Augé li chiamava non luoghi, noi porterei del consumismo, ci riferiamo agli ipermercati. Comunque periferici, scatoloni di cemento armato, luci al neon, spazi enormi difficili da raggiungere. Le food hall sono invece urbane, centrali, in edifici storici e quartieri della memoria recuperati ad hoc o all'interno di altri concept commerciali. Destination.



Market Hall Fulham - London (UK)

3

SIGNIFICATO DI CONSUMO 1

La spesa è diventata shopping, il carrello è oggi un'agile borsa. Non si compra più per riempire il frigorifero e la dispensa ma per cercare una soluzione per il prossimo pasto. Oppure si compra il food come un balocco, per il proprio egoismo e le proprie voglie. Una birra artigianale, una crema al tartufo, una tavoletta di cioccolato monorigine. Intanto i tempi di frequentazione e di scelta in un ipermercato sono infiniti e qualitativamente scarsi, rispetto al valore che ha acquisito il tempo per le persone.



Borough Market - London (UK)

4

SIGNIFICATO DI CONSUMO 2

Si mangia più che si compra e le food hall/gastro market sono studiate apposta per questo. Il comprare e il somministrare si tirano la volata. Quando l'ipermercato invece cerca di fare somministrazione sta facendo un lavoro che non è il suo. Non è il luogo, non ha i flussi, né le competenze. Tentativi inutili.



De Hallen - Amsterdam (NL)

SSG FOOD MARKET A SEOUL



Il format delle food hall/gastro market si espande in tutto il mondo. A Seoul il gruppo Shinsegae ha aperto un mercato moderno che fonde un supermercato premium al nuovo concetto di food hall. 4.000 mq in cui è possibile comprare prodotti artigianali dai diversi produttori locali o cenare al ristorante da 200 posti con cucina tradizionale coreana a vista. La spesa diventa shopping e le botteghe negozia di moda.

LA RICETTA PERFETTA PER UNA FOOD HALL

- 1. Location**
Situare in zone centrali e in quartieri o luoghi della memoria storica della città sia food che non food.
- 2. Offerta**
All'interno devono essere presenti almeno 20 concetti/artigiani con offerte distintive e attraenti.
- 3. Esperienza**
Maggiore spazio alla somministrazione rispetto all'acquisto.

= un concept replicabile (tal quale la distribuzione moderna)

5

ASSORTIMENTO

Le eccellenze degli artigiani locali e le griffe del food vs la massificazione dei prodotti e delle marche. Il preparato davanti a te rispetto alla gastronomia anni '70. Il banco contro lo scaffale. Le aperture fino a tarda sera rispetto al deserto durante la settimana e dopo le 20. Non c'è lotta.



Mercado de San Miguel - Madrid (ESP)

+1

EVOLUZIONE E INNOVAZIONE

Il commercio è evoluzione e innovazione, come la vita d'altronde. Negli anni '90 gli ipermercati rappresentavano la modernità, oggi chi li possiede e gestisce ha anche perso... Le food hall/gastro market sono la moda contemporanea del food, il punto di riferimento dell'esperienza. Un ipermercato è un supermercato: copiare gli altri o trovare soluzioni fantasiose va contro la propria identità. Ognuno deve fare il suo mestiere. A base anche il format hall sarà inflazionato. È il bello del commercio!

LE NUOVE FOOD HALL LONDINESI

Market Halls

Il primo è stato aperto nel 2018 nel quartiere di Fulham, con diverse offerte food, coffee shop e 250 posti a sedere. Il secondo ha aperto di fronte a Victoria Station, in un edificio storico che negli ultimi anni ha ospitato la discoteca Pacha. Una formula urbana che funziona, infatti per la fine dell'anno sono previste nuove aperture, tra le quali quella in Oxford Street.

Box Park

Un centro commerciale pop-up, il primo ha aperto nel 2011 a Shoreditch, per poi ripetersi a Croyton e Wembley. Un concetto che permette di creare una destinazione unica per lo shopping e la ristorazione.

Eataly

4.000 mq a Bishopsgate, all'uscita della stazione di Liverpool Street, qui aprirà il primo Eataly londinese nel 2020 tra shopping alimentare e nuove esperienze di ristorazione.

Time Out London

Punti vendita specializzati, pasti completi, prodotti locali e processi artigianali caratterizzati, questo nuovo concept di food hall è stato concepito e sviluppato dall'omonima rivista, che nel 2021 aprirà anche nella capitale inglese.

BREAKING NEWS: FOOD HALL A NEW YORK

Una Food Hall di 2.500 metri quadri dedicata al Made in Italy a New York, questa è la nuova creazione di Nascerrò Cipriani, il Patron dell'Harry's Bar di Venezia. Waverline per l'estate 2019 la Food Hall nascerà lungo l'Hudson all'interno del complesso del Two Waterline Square, tra Hell's Kitchen e l'Upper West Side. Ristoranti, caffetterie, pasticcerie e banchi che offriranno prodotti italiani e stranieri di qualità.