Esselunga apre il primo bistrot e porta la sfida del retail dentro il fuori casa

Dopo bakery, caffetterie e ristorazione veloce integrata, Esselunga entra ancora più direttamente nel mondo horeca. Gastronomika racconta l’apertura del primo bistrot firmato dall’insegna, un progetto che amplia ulteriormente il rapporto tra grande distribuzione e consumo fuori casa. Non si tratta semplicemente di aggiungere tavoli a un supermercato, ma di costruire un format capace di intercettare colazione, pranzo veloce, pausa caffè e consumo quotidiano urbano dentro un ecosistema già fortissimo sul piano logistico e della fidelizzazione cliente. Il che mostra quanto il confine tra retail e horeca continui a diventare sempre più sottile. Negli ultimi anni supermercati e insegne food hanno capito che il vero valore non sta soltanto nella vendita del prodotto, ma nel tempo trascorso dal cliente all’interno dello spazio. E qui la ristorazione diventa strumento di permanenza, frequenza e relazione. Naturalmente esiste anche il rischio di replicare format molto standardizzati, dove esperienza e identità finiscono schiacciate dall’efficienza operativa. Però il punto per il settore bar e casual dining resta concreto: la concorrenza non arriva più soltanto da altri locali, ma da operatori con enorme capacità organizzativa, pricing aggressivo e controllo della filiera.