



Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Supermercados se parecem mais com loja de shopping

Novas técnicas dos profissionais da construção civil refletem modernidade do varejo gaúcho

Novas lojas e uma guinada no design e ambientação. Em 2023, novos supermercados e de diferentes portes mostram que, mais que atrair consumidores com preços, as empresas estão atentas à jornada e como vai ser a experiência dentro do varejo. Alguns exemplos mostrados ao longo do ano na cobertura da coluna Minuto Varejo indicam caminhos.

Os escritórios de arquitetura e design de varejo, que desenvolvem a comunicação visual das unidades, falam em conceito minimalista, com menos cores que concorrem em atenção e mais ambientes que buscam aproximar, gerar mais conforto e tornar a passada na loja mais agradável. Também ganham força setores dentro dos pontos que facilitam a vida das pessoas, como bebidas geladas, comidinhas prontas, além da valorização de áreas da padaria.

Não para por aí. Explorar a relação dos gaúchos com o churrasco faz do açougue uma área cada vez mais destacada, além de segmento de hortigranjeiros, com visual e apresentação dos produtos frescos, parecendo a horta da onde saem os alimentos, duas apostas da rede Beltrame, de Santa Maria, na unidade aberta em outubro no bairro Camobi. Mas não para por aí. As estratégias surgem para dar vida a diferenciações.

O Supermago, que abriu uma loja quase boutique no bairro Boa Vista, em Porto Alegre, transformou o supermercado em um espaço lúdico, onde árvore com escorregador e bonecos atraem crianças, e a iluminação dá realce e faz do super quase uma loja de shopping, tipo de empreendimento onde o Asun vai abrir a primeira unidade conceito.

O futuro Asun Pontal (Pontal Shopping, na Capital), vai ter cafeteria, adega e padaria em proposta visual que quer fazer o cliente ficar mais tempo que puder no espaço. Perfil minimalista, com revestimentos amadeirados, combinando diferentes texturas e grafismos.

A Banca 43, no bairro Três Figueiras com sua quarta loja na Capital, para estar perto do consumidor, segue a tendência e ainda agrega



ASUN SUPERMERCADOS/DIVULGAÇÃO/JC

>> Projeto mostra a futura adega do Asun Pontal, que vai ser a loja conceito da bandeira



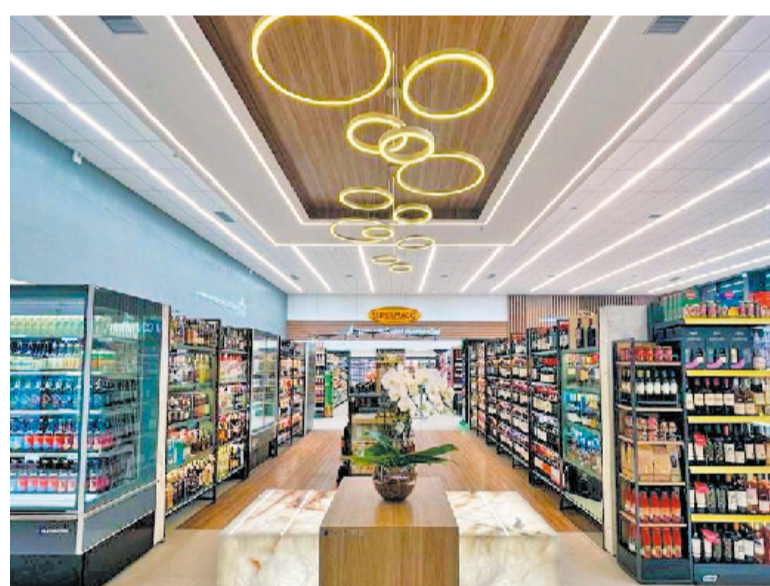
BELTRAME SUPERMERCADOS/DIVULGAÇÃO/JC

>> Beltrame aposta em áreas mais valorizadas de hortigranjeiros, explorando cores e madeira



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

>> Banca 43, no Três Figueiras, tem adega climatizada e com seleção de vinhos no meio da operação



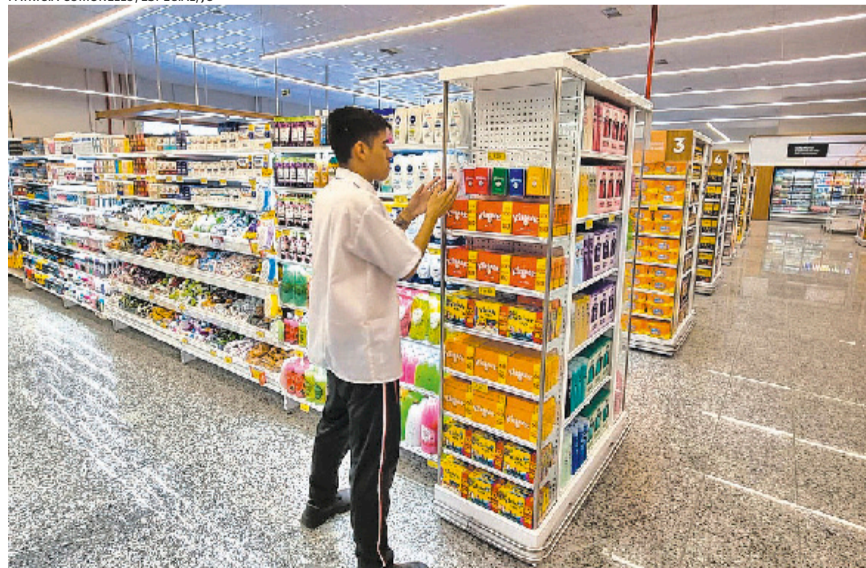
SUPERMAGO/DIVULGAÇÃO/JC

>> Supermago no bairro Boa Vista adota ambientação sofisticada e aposta em iluminação

uma adega climatizada no meio da unidade, colocando o vinho no centro do varejo.

O Rissul, do grupo Unidasul, mudou de fisionomia interna e externa em novas lojas, para abrir mais espaço em corredores, gôndolas mais baixas e afinar o atendimento dos clientes. Do teto ao chão e às gôndolas, o supermercado não é mais um local apenas para comprar produtos. "Está cheio de novidades em termos de serviços e atendimento", resume o sócio da Evo2B. "Ser minimalista é seguir uma linguagem mais limpa, com menos elementos, cores e texturas", explica o arquiteto.

PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



>> Novo Rissul vem com gôndolas mais baixas para permitir melhor visualização dos setores