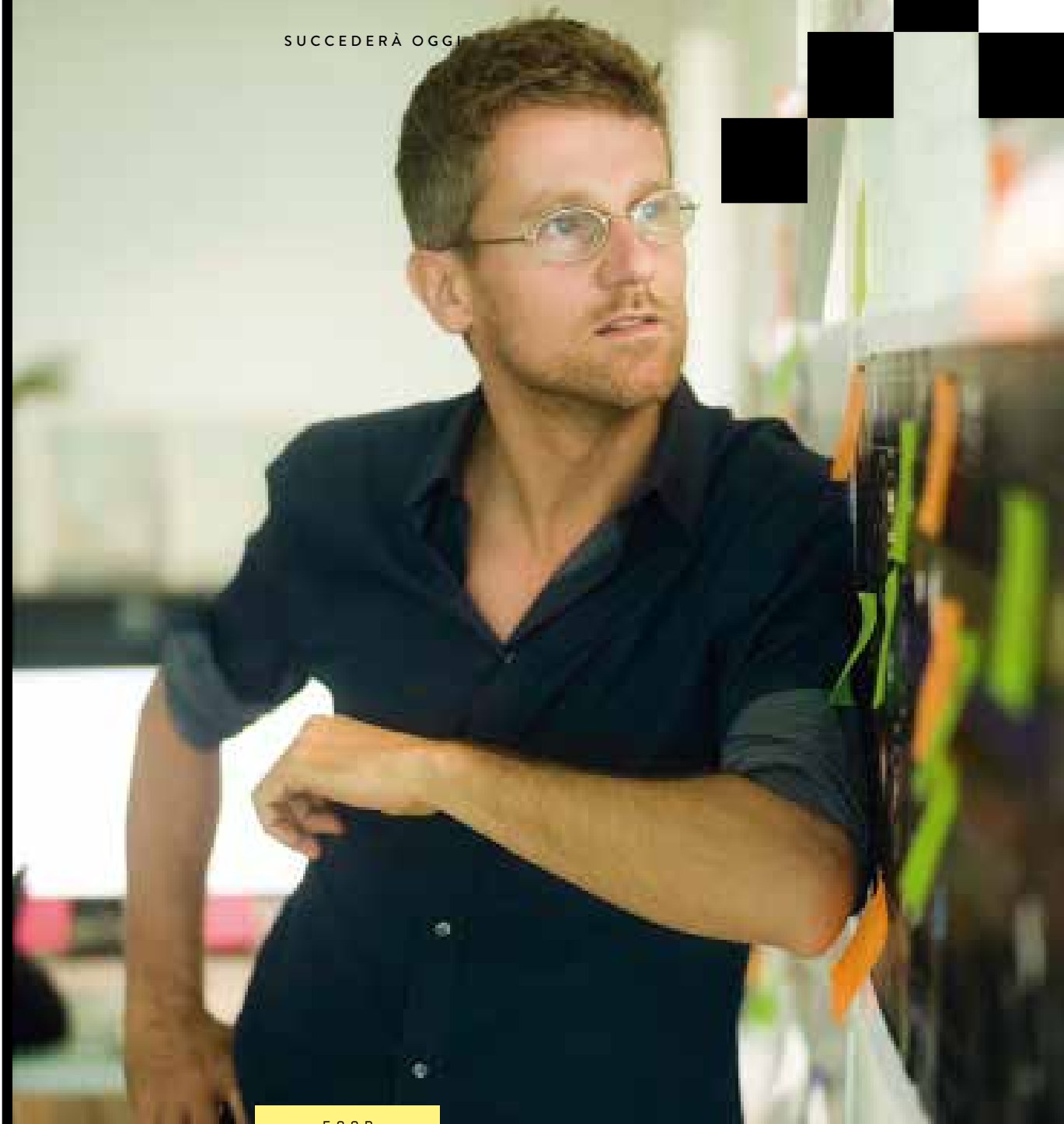


N E X T

SUCCEDERÀ OGGI



FOOD

# Il supermercato del futuro

E se fare la spesa nel 2050 fosse come tornare nel vecchio mercato rionale “solo” rivisto in chiave ipertecnologica e robotizzata? Banchi di frutta e verdura a chilometro zero in grado di “parlare” della loro origine e di veicolare dati in quantità. Ecco come lo immaginano l'architetto italiano Carlo Ratti (del City Lab del Mit di Boston) e Coop. Prossimamente all'Expo di Milano.



L

L'idea di Carlo Ratti è molto semplice: oggi ci sono i supermercati come ieri c'erano gli alberghi, domani produttori e consumatori si scambieranno i ruoli come oggi accade per gli alloggi Airbnb. A mischiare le carte della domanda e dell'offerta sarà il flusso di informazioni che Ratti, visionario architetto torinese a capo del City Lab del Mit di Boston, ha imparato a seguire fin dentro la pancia delle nostre città e l'onda lunga delle nostre abitudini. Ora si applica al cibo e, per Expo 2015, disegna il supermercato del futuro: «Sarà uno degli elementi del Future Food District dell'esposizione milanese: una piazza e due padiglioni per mettere in scena come acquisteremo, come cucineremo e come mangeremo il cibo nei prossimi anni». Per

dare il senso di una sfida che punta in alto ma ha i piedi ben piantati a terra, l'operazione FFD Supermarket oltre che sugli avveniristici numeri di Ratti poggia sui vecchi e sempreverdi ingredienti della Coop: al centro di Expo si farà la spesa veramente. Latte, yogurt, frutta, verdura. Come non possiamo neppure immaginare. La shopping experience alimentare di domani miscela confezioni e informazioni: «Eric Schmidt, l'ex ad di Google, dice che oggi in 24 ore produciamo più dati dell'intera storia che ci ha preceduto», spiega Ratti. «Accade così anche per i prodotti di consumo, e nel supermercato che stiamo immaginando gli alimenti comunicheranno tutte le informazioni di cui sono depositari». Notizie spicciole

su presenza, scadenza, carenza della merce permetteranno alla Coop formato Expo di stupire con un magazzino completamente robotizzato, in grado di smistare da sé gli articoli negli scaffali: «No, non scaffali», precisa Ratti. «Torneremo ai banconi perché la supervisione in tempo reale ridurrà l'esigenza di spazio e permetterà di esporre molti meno articoli continuamente aggiornati». In sostanza, il supermercato di domani ricorderà da vicino il mercato dell'altroieri. Anche perché il software dello studio

Carlo Ratti Associati si inserisce sull'hardware targato Coop Italia: «All'Expo presenteremo un nuovo format di supermercato sviluppato grazie al contest sull'innovazione interno al nostro gruppo», spiega il direttore di Scuola Coop Stefano Ferrata. Il concorso ha visto la partecipazione di sessanta idee futuribili, e a vincere è stata quella di Matteo Massari, ispettore in forza alla Coop Estense di Modena, che ha declinato l'innovazione con un occhio alla tradizione: «Abbiamo lavorato sui nostri valori di genuinità

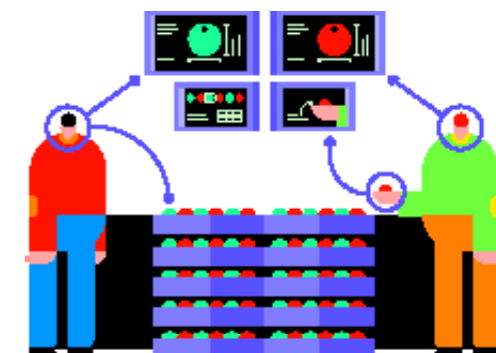
e trasparenza», dice a *Wired*. Il consumatore vuole sempre più informazioni, e il team di Massari ha ideato un originale sistema a raggiera per comunicarglielo a colpo d'occhio: «Al centro i prodotti freschi, e intorno le vie del latte, del grano o della verdura che si allontanano dal centro a un tasso sempre più alto di trasformazione: per fare un esempio, si inizia dal pomodoro, si passa alle salse e si finisce col ketchup». Tutt'intorno informazioni in forma di workshop ed edutainment per i più piccoli: «Mi piacereb-

be che in futuro i bambini non ti guardassero smarriti quando gli chiedi da dove viene il pane». La raggiera delle informazioni ci avvicina al modello Airbnb. Sì, perché ai suggerimenti reali di Massari si accompagneranno le indicazioni virtuali di Ratti: «Nel supermercato di Expo basterà avvicinare la mano al prodotto per animare una schermata di informazioni su proprietà, filiera, chilometri percorsi». Una sorta di etichetta virtuale che secondo Ratti faciliterà di molto la possibilità di diventare "produttori per un

giorno": sul lungo termine la garanzia del prodotto non sarà più legata a un marchio riconosciuto, ma al corredo informativo che ogni singolo litro di latte porterà con sé. È lo schema Airbnb, o più banalmente l'abc della sharing economy: maggior disponibilità allo scambio. E anche qui Ratti e Coop si scambiano le parti in involontaria sintonia: nei laboratori di Casalecchio di Reno, in provincia di Bologna, l'innovazione del supermercato procede strapando ai prodotti informazioni

## SHOPPING EXPERIENCE

Grandi schermi sospesi guideranno i clienti all'interno dei supermercati, specchiando e moltiplicando i prodotti esposti sui banconi. Una serie di sensori percepirà i movimenti dei visitatori: sarà così sufficiente indicare un prodotto per visualizzare informazioni "aumentate" attualmente non presenti nelle etichette tradizionali.



sempre più sofisticate. L'analisi del dna di carne e pesce è ormai consolidata routine, ma recentemente è entrato in funzione Heracles, un gascromatografo, o più volgarmente un rilevatore di sostanze volatili in grado di "annusare" l'identità di qualsiasi prodotto: «Lo abbiamo addestrato a riconoscere la tipicità dell'olio d'oliva, o l'essenza prevalente in un dato miele», spiega il responsabile Innovazione Coop Claudio Mazzini. «Da noi già oggi è impossibile che l'olio spagnolo riesca a passare per pugliese». L'informazione si accumula in attesa di fluire in corsia. E di animare la nuvola di dati che veglierà sul Food District di Expo 2015.

— RAFFAELE ORIANI

## FARE LA SPESA A RAGGIERA

Il format del nuovo supermercato prevede all'ingresso di ogni negozio i freschissimi. Da questo centro, dove si trovano le materie prime alimentari, si diramano a raggiera le "corsie-filiera" secondo questo schema:

