

## **LA SPESA AL SUPERMERCATO? ROBA DA NONNI**

Dopo l'inaugurazione di un supermercato a misura di anziano a Salisburgo e a Berlino, l'attenzione alla popolazione con i capelli bianchi ha contagiato anche il Regno Unito. La catena Tesco, la quarta più importante al mondo, ben afferrando il potere d'acquisto di una fascia di popolazione, come quella anziana, che si va sempre più infoltendo in tutto il mondo occidentale, ha inaugurato a Newcastle upon Tyne, proprio accanto all'istituto di studi geriatrici, il suo supermercato per chi ha i capelli d'argento.

Corsie più larghe, pavimento antiscivolo, luci più intense, musica classica di sottofondo, scaffali con gradini e lenti d'ingrandimento per leggere i dettagli delle etichette, carrelli più leggeri e manovrabili, cestini con rotelle, bilance dotate di una voce elettronica che dice il peso e il costo di quanto vi abbiamo posto sopra. Ma se ancora non dovesse bastare, premendo un bottone si avrà subito a disposizione un assistente e se lo shopping ci avrà affaticati troppo non mancherà una sedia su cui riposarsi e neppure un'intera stanza dove si potrà godere di un piacevole massaggio.

Filantropia? No, semplicemente marketing perché i nonni sono sempre di più e far scivolare un po' del loro denaro nelle casse della grande catena sarà così più facile. Ben vengano tuttavia le strategie di mercato che oltre a far aumentare i guadagni di chi le promuove rendono, come in questo caso, un servizio di cui c'è e ci sarà sempre più bisogno. A quando un supermercato senior a righe bianche, rosse e verdi?