



Epta

Advanced Solutions
for your Store

04.2009
Largo Consumo

L'ultimo anello della catena del freddo

Bassi consumi energetici, efficienza e rispetto dell'ambiente anche grazie a fonti alternative, senza dimenticare l'aspetto estetico: sono le caratteristiche dei moderni banchi frigo.

di **Andrea Payaro**

Per uno sguardo allargato sugli argomenti affrontati in questo articolo, vi segnaliamo il seguente Percorso di lettura: www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-008.pdf (Attrezzature e tecnologie per il commercio)

L'attrezzatura frigo di un punto di vendita rappresenta l'ultimo anello della catena del freddo.

La sua importanza è fondamentale in quanto permette la sicurezza alimentare per il consumatore, ma è in grado di esaltare l'esposizione dei prodotti nel negozio. Aiutato anche dal crescente consumo di prodotti surgelati, il comparto ha ottime prospettive di crescita per il futuro. L'andamento dei consumi nel nostro Paese è sostanzialmente costante per i prodotti freschi e i prodotti freddi mentre la crescita dei prodotti surgelati è in netta evoluzione. Ciò è dovuto principalmente all'incremento dei consumi dei cosiddetti "convenience food" ready to use per i quali sono state sviluppate tecnologie produttive particolarmente accurate in modo da mantenere praticamente inalterate le qualità sensoriali ed organolettiche del prodotto sottoposto a processi che ne prolungano la shelf life.

TEMPERATURE SOTTO CONTROLLO

La tenuta dei prodotti freschi e la crescita dei consumi dei prodotti surgelati pongono l'attenzione sugli aspetti della logistica che devono permettere il mantenimento della catena del fresco, del freddo e del surgelato fino al momento in cui il consumatore preleva la merce dallo scaffale.

Per catena del freddo si intende il percorso fisico che inizia dalla cella di conservazione del produttore fino al posizionamento nei banchi frigoriferi per la vendita. Tale percorso è caratterizzato da una serie di operazioni, quali carico/scarico, trasporto e stoccaggio, che possono esse-

re considerate come singoli anelli di un'unica catena. Si definisce quindi la "catena del freddo" l'insieme delle attrezzature frigorifere e dei comportamenti degli operatori che garantiscono, secondo quanto prescritto dalla legge, il mantenimento della temperatura del prodotto surgelato sempre uguale o inferiore a -18°C fino al momento del consumo.

L'attrezzatura nel punto di vendita diviene quel sistema in grado di garantire la vendibilità della merce. Gli sforzi di marketing e di logistica che vengono sostenuti lungo tutta la filiera dall'inserimento del prodotto nel mercato alla collocazione sullo scaffale potrebbero essere vanificati nel momento in cui il prodotto non venisse collocato adeguatamente di fronte al consumatore o non ne fossero garantite le condizioni di qualità. L'errato posizionamento o le errate condizioni di mantenimento potrebbero condizionare severamente la percezione del prodotto, rendendo vani gli investimenti sostenuti dall'azienda di produzione per la creazione di un brand o per la comunicazione del prodotto. L'attrezzatura nel punto di vendita diventa quindi l'ultimo anello nella catena del freddo, quello più critico dal momento che negli

ultimi anni il valore per un'azienda è la capacità di mantenere il cliente e di fidelizzarlo al prodotto o al brand.

Ogni punto di vendita ha poi le proprie specifiche esigenze, si va infatti dal negozio di quartiere che necessita di mobili contenuti ma che diano la massima capacità espositiva, a supermercati che richiedono mobili poco capienti, ma con ampia esposizione per far fronte a esigenze di assortimenti molto profondi dovendo però scontrarsi con rotazioni del prodotto contenute e infine gli ipermercati che ricercano mobili per poter massificare il prodotto per un'ampia capacità espositiva, afferma **Alberto De Rigo**, direttore commerciale di **De Rigo Refrigeration**. I banchi frigoriferi hanno notevolmente cambiato la loro estetica negli anni cercando di divenire sempre più un mobile d'arredamento più che un banale mobile refrigerato. Negli ultimi tempi sono stati fabbricati frigoriferi con linee estetiche ricercate volte a creare un prodotto di design, si sono accentuate le forme tondeggianti e soprattutto si è lavorato molto sui colori, sia interni che esterni del banco, e sui materiali come il legno o il marmo; non ultimo l'importanza dell'illuminazione, si è infatti puntato a differenti tonalità di lampade a seconda del prodotto esposto. Le attrezzature sono semplici vassoi dove i clienti espongono la merce, ma devono permettere la conservazione del prodotto a tutela del consumatore.

Un'errata conservazione del prodotto nel punto vendita, per i prodotti freschi o surgelati, potrebbe compromettere la qualità del prodotto e divenire un rischio per la salute del consumatore. La contaminazione del prodotto derivante da shock termici che permette la proliferazione di batteri nella confezione potrebbero dare origine a un'azione di richiamo del prodotto. In una recente ricerca effettuata negli Stati Uniti da **Harris Interactive** si mette in evidenza che a seguito di un richiamo per contaminazione potrebbero configurarsi uno dei seguenti atteggiamenti: il 55% dei consumatori comprenderebbe temporaneamente un prodotto di un'altra marca fino a che il prodotto originario non è ritenuto sicuro; il 15% dei consumatori non ricomprerebbe più il prodotto contaminato; il 21% del campione intervistato eviterebbe di acquistare tutti i prodotti realizzati dall'azienda che ha commercializzato prodotti contaminati.

Dai numeri che verranno proposti di seguito ci si rende conto che le attrezzature frigo aumenteranno in numero per permettere una maggiore quantità di merce in esposizione. Il consumatore ►

LE CARATTERISTICHE DELLE ATTREZZATURE FRIGO

Esigenze del punto di vendita

- Facilità di esposizione della merce
- Alta capacità
- Facilità di pulizia
- Mantenimento della temperatura
- Design in linea con lo stile del punto vendita
- Basso livello di assistenza
- Ridotto consumo energetico

Esigenze del consumatore

- Facile accessibilità e fruibilità della merce
- Ottima percezione visiva del prodotto
- Mantenimento della qualità del prodotto
- Design moderno e attraente

Fonte: elaborazioni dell'autore **Largo Consumo**