

L'isola che non c'è: meno banchi in vista e più prodotti

di **daide bernieri**

Un'evoluzione che ricalca quella del food e si traduce in una maggiore pulizia delle linee, nell'uso di materiali semplici, nella ricerca della massima visibilità. Il tutto coniugato, con ergonomicità e modularità, per venire incontro a tutte le richieste del cliente. Le isole frigorifere rivolte alla gastronomia, soprattutto quella take away, stanno cambiando pelle sotto la spinta di queste forze molteplici. Il boom del fresco confezionato di qualche anno fa ha lasciato il segno anche sul comparto delle

isole refrigerate destinate alla gastronomia.

PREPARAZIONE E VENDITA

«Soprattutto negli ipermercati -spiega **Francesco Ceretta**, direttore commerciale di **Eurocryor, Gruppo Epta-** per incrementare le vendite, è diventato importante prevedere una zona di preconfezionamento del fresco appena alle spalle della zona vendita. Soprattutto per preparazioni particolari come il sushi, per esempio, ma anche per la pizza, vedere la preparazione in diretta è un forte incentivo all'acquisto e una sicura iniezione di fiducia per il consumatore».

LINEE PULITE

I produttori concordano: il mercato italiano delle soluzioni espositive refrigerate per la gastronomia è alla ricerca di minimalismo e pulizia delle linee. Bandite le soluzioni estetiche →

↳ troppo ardite, anche per un trend che impone una neosobrietà e un'opulenza meno sfacciata anche sui pdv della gdo, ora è la semplicità il fattore trainante della ricerca e sviluppo del design di questi prodotti. «Fino a qualche anno fa -spiega Ceretta- erano molto in voga le vetrine con linee particolari, vetri curvi, banchi sinuosi, un must per un punto di vendita che puntava su un'immagine contemporanea e rivoluzionaria. Ora questo trend si è invertito: attualmente si preferiscono linee dritte e vetri verticali per la massima visibilità. Una semplicità che, però, non rappresenta un ritorno al passato, anzi, è spesso coniugata a un'attenta ricerca tecnologica e a una forte personalizzazione secondo le specifiche esigenze della committenza. Basti pensare alla nostra linea *Bistrot*, un progetto che permette

di esporre una vastissima gamma di prodotti take away, dai freschi al caldo, al cotto/umido, il tutto con le migliori performances in materia di conservazione e visibilità».



L'obiettivo è dare al cliente l'impressione di trovarsi nella piazza del mercato, con le preparazioni bene in vista e a portata di mano; i banchi sono realizzati da Eurocryor.



Una semplicità coniugata a un'attenta ricerca tecnologica e a una forte personalizzazione secondo le specifiche esigenze della committenza, nelle scelte di Eurocryor.

Ritaglio stampa
Testata: GDO WEEK LAYOUT
Pagina: 20, 21, 22 e 23
Diffusione: 23.894
Data: 1 Marzo 2010