

GDO WEEK

Settimanale

Data 28-03-2011

Pagina 16/18

Foglio 1 / 3

Layout



01_L'area centrale a semicerchio unisce il banco del formaggio a self-service con la gastronomia a vendita assistita, creando un centro d'attrazione per l'occhio del cliente e contribuendo a creare una sorta di evento durante il taglio e il porzionamento del formaggio, facendo una connessione diretta tra fresco e take-away.

SALUMI E FORMAGGI

Un ibrido tra banco e self-service

di Davide Bernieri

Versatilità, massima focalizzazione sul prodotto e praticità spinta. I banchi per la vendita di salumi e formaggi, sia al taglio con operatore, vivono tuttora su questi aspetti che non solo vanno a incidere sul design, ma che interessano in profondità la natura stessa del reparto. E tutti gli occhi sono puntati proprio sul banco con vendita assistita, un tempo cuore pulsante di ogni pdv, poi finito nel cono d'ombra determinato dalla rapida cre-

scita del libero servizio nelle richieste del consumatore, alla ricerca di risparmio di tempo, oggi pronto a ripensare la propria struttura e missione, finendo per essere "contaminato" dal libero servizio stesso, in formule ibride di nuovissima concezione, oppure nel ritagliarsi un ruolo indispensabile per i prodotti di maggiore qualità. Certo, pesano sulla sua redditività il costo del lavoro degli operatori che si muovono dietro al banco, ma nelle strategie di molti retailer, il banco al

taglio non è più considerato come un inutile fardello, retaggio da eliminare della bottega del passato, bensì strumento tuttora valido per costruire un rapporto più stretto con il proprio cliente. Non solo con i più anziani, ancora affascinati dal sorriso del salumiere: oggi il banco al taglio che guarda al futuro può divenire una piattaforma da cui veicolare informazioni e contenuti, con calore e partecipazione, ma in forme e con formule del tutto nuove. E questo ha stimolato la fantasia dei produttori.

Banchi "trasformisti"

"Abbiamo voluto innovare il banco al taglio -spiega **Manuela Da Canal**, product manager **Epta**- partendo dall'osservazione condivisa con i nostri clienti, che il banco assistito mostra una drastica contrazione di vendite durante la settimana, mentre recupera un suo ruolo durante i weekend. Concretamente, le persone durante la settimana si rivolgono al libero servizio per risparmiare tempo, mentre nel fine settimana hanno più tempo per gustare prodotti più

1 6 www.gdoweb.it
www.gdoweb.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Epta

Ritaglio stampa
 Testata: GDO WEEK LAYOUT
 Pagina: 1/3
 Diffusione: 23894
 Data: 28 MARZO 2011

GDO WEEK

Settimanale Data 28-03-2011
Pagina 16/18
Foglio 2 / 3

grandangolo



02 Esposizione verticale di formaggi su tre banchi indipendenti per questa realizzazione molto in voga in terra transalpina, nella quale l'operatore serve il cliente tenendosi l'esposizione alle spalle.

03 Il taglio del formaggio è enfatizzato e reso più spettacolare da questo banco che prevede la porzionatura dalle forme di maggiori dimensioni, catturando l'attenzione del potenziale cliente.

04 Taglio basso, linee semplici e vetratura verticale: questo banco realizza un ponte tra vendita assistita e libero servizio take-away, con una continuazione tra i due elementi che si trovano alla stessa altezza e beneficiano di un'influenza reciproca.



ricercati. Per questo motivo abbiamo presentato a Euroshop a marchio **Costan** un concept di banco al taglio che si può trasformare in semplici mosse in uno spazio ulteriore per la vendita a libero servizio. Senza utilizzare utensili, la parte superiore può scorrere su guide e adattarsi così alle esigenze del punto di vendita, anche di quello di piccole dimensioni". Un banco "transformista" in fase di brevetto che, tuttavia, offre il massimo delle prestazioni sotto il profilo della praticità di utilizzo per

gli operatori e del risparmio energetico. Così come tutta la produzione **Costan** che ha certificato le prestazioni dei propri banchi presso un ente esterno, l'associazione internazionale Eurovent. "Vediamo che sia nella vendita assistita che a libero servizio -prosegue Da Canal- l'evoluzione sta portando alla massima modularità possibile, a mobili più piccoli con spina, per potere organizzare lo spazio in autonomia, creando negozi all'interno dei punti di vendita."

segue a pag. 18

www.gdoweeek.it 17
www.gdoweeek.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Epta

Ritaglio stampa
Testata: GDO WEEK LAYOUT
Pagina: 2/3
Diffusione: 23894
Data: 28 MARZO 2011

Layout

segue da pag. 17

Soluzioni fidelizzanti

Le fusioni funzionali ed estetiche tra banco al taglio e libero servizio per salumi e formaggi sono confermate anche da **Gian Michele Salin**, direttore sviluppo design dei nuovi prodotti di **Arneg**, secondo il quale un punto di vendita non può privarsi del taglio come occasione di creare un legame nella mente del consumatore tra il prodotto confezionato e quello fresco e di dare enfasi alla vendita assistita, creando una sorta di evento focalizzato proprio sul momento del taglio. In particolare dei formaggi.

"In questo momento -spiega- il banco taglio e quello del take-away sono sempre più compenetrati l'un l'altro. Nei punti di vendita di nuova generazione, soprattutto sui formaggi, i banchi sono progettati per focalizzare l'attenzione sul momento dell'apertura della forma e del taglio delle varie pezzature, elemento scenografico che qualche catena ha voluto enfatizzare realizzando banchi appositi, oppure ponendo questa funzione al centro del punto focale e lasciando ai lati i formaggi confezionati".

Vanno in questa direzione anche le cosiddette cheese room, armadi completamente a vista nei quali si possono riporre le forme intere, oppure i salumi, per continuare a riallacciare un rapporto diretto tra fresco e confezionato take-away.

"La nostra novità che sta prendendo piede -prosegue Salin- è un banco a due livelli: il superiore è occupato dal prodotto fresco tagliato

dall'operatore, mentre quello sottostante contiene il take-away (**Korinthos**). Si tratta di un'innovazione che riduce gli spazi a terra occupati, massimizza la vicinanza tra prodotto e cliente, favorendo nel contempo anche la vendita d'impulso".

Design minimalista

Naturalmente, tutte queste proposte sono in linea con i più moderni canoni stilistici, che vedono prevalere lo stile minimalista e superfici lineari.

"I banchi per salumi e formaggi freschi de **La Fortezza** devono essere progettati per eliminare il più possibile le barriere tra prodotto e cliente finale. Nei vetri, oggi, si tende a preferire la verticalità nella forma per migliorare la visibilità sul prodotto, riducendo gli effetti d'ombra causati dal riflesso delle luci di illuminamento.

In generale, il design deve essere leggero e meno materico possibile. Ritengo che il banco a vendita assistita debba rimanere presente, come tipologia di vendita, anche all'interno delle superfici moderne del futuro, per offrire un servizio insostituibile, su alcune tipologie di prodotti: pensiamo a prodotti di vendita nei quali la qualità è definita dalla preparazione del prodotto, con l'operatore che può sgrassarlo a piacimento o decidere di affettarlo all'inizio o verso il fondo, secondo le preferenze del cliente, migliorando quindi la fidelizzazione di quest'ultimo".

COMPLEMENTI



01_Arneg - Korinthos

Banco di vendita a due livelli che, con un ridotto ingombro a terra, somma due modalità di vendita (assistita e libero servizio). Crea un rapporto diretto tra prodotto fresco e confezionato e favorisce la vendita d'impulso.

02_Costan - Gruppo Epta - Rossini Nuova versione

Una inedita versione della soluzione "Rossini" che rappresenta un nuovo concept di banco convertibile che può essere utilizzato sia come esposizione a libero servizio che come banco al taglio, semplicemente facendo scorrere la parte superiore su pratiche guide. Un'anteprima presentata a Euro Shop 2011 che ha suscitato grande interesse tra gli operatori.

03_La Fortezza

Prototipo di un nuovo modulo plug-in motorizzato per freddo ventilato a libero servizio, declinabile per tutte le categorie merceologiche. Esiste la versione per la vendita assistita con l'alzata in vetro anteriore più alta.

18 www.gdownweek.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Epta

Ritaglio stampa
Testata: GDO WEEK LAYOUT
Pagina: 3/3
Diffusione: 23894
Data: 28 MARZO 2011