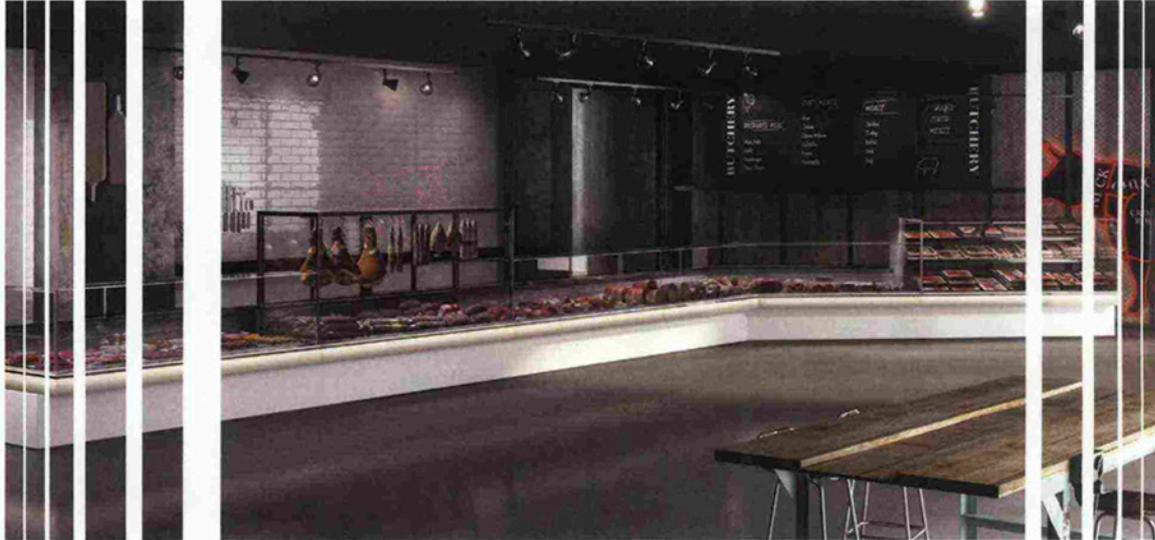


RETAIL &

INDUSTRIA

 di Barbara Trigari
 twitter @pointoutto


Refrigerazione visibile per la macelleria in gdo

L'intero sistema espositivo, comprendente offerta a servizio e take away, viene costruito attorno alla nuova figura del macellaio, professionista multiruolo e multifunzione

GUARDA IL VIDEO



Funzionamento del sistema Arneg di circolazione dell'ozono

La macelleria si muove. Tradizione e innovazione attraversano una fase dialettica il cui stadio di avanzamento si riflette perfettamente nell'allestimento di questo reparto. Il banco classico, con il macellaio specializzato, porta con sé molte complessità che la tecnologia sviluppata dai produttori di banchi riesce a semplificare parecchio. La figura professionale del macellaio a sua volta è cresciuta e si rinnova seguendo le sollecitazioni di una clientela variegata, che esprime esigenze tra loro anche molto diverse: un servizio rapido, qualità eccelsa, una ricetta nuova e sfiziosa, un aiuto a scegliere il taglio di carne più adeguato. A tutto questo rispondono allestimenti differenti del reparto, costruiti incrociando l'identità del retailer con la strategia specifica rivolta al prodotto carne.

Concept MixoMeat: la macelleria contemporanea del concept Mixo Meat, secondo la società di progettazione Cean e il dipartimento creativo interno Color focalizzato sull'innovazione, riunisce molte esigenze diverse avvalendosi di soluzioni tecnologiche all'avanguardia. Tra queste, spicca il banco del partner Epta con tecnologia Dynamic System, brevetto internazionale, cuore del concept stesso. "L'esigenza di avere un banco carni sempre in ordine e assistito fino all'ultimo minuto di apertura del negozio -spiega Rebecca Dublino, architetto responsabile della divisione Cean Color- trova riscontro nella tecnologia Dynamic System: il prodotto si conserva in maniera ottimale e non è necessario riporlo nei frigoriferi la sera,

in questo modo l'operatore ha più tempo da dedicare alla clientela". Un allestimento perfetto, la cui valorizzazione non può prescindere dall'illuminazione: Cean la sviluppa in partnership con Philips e per MixoMeat ha realizzato combinazioni di colore diverse per esaltare diverse tipologie di prodotti, dalla carne rossa piuttosto che bianca, fino agli elaborati pronti da cuocere che integrano più ingredienti. Tra le proposte della squadra multidisciplinare di Cean Color, anche nuovi pack per il libero servizio dedicati a cluster di utenti: per esempio, gli amanti della carne rossa o chi è di fretta.

Gli estimatori della carne non sono immuni dall'attrazione per le proposte diverse o innovative, che si esprimono in trend a volte divergenti. "Molti consumatori cercano carni premium, da qui la diffusione di mobili per la frollatura a vista -prosegue Dublino-, altri invece, anche per convenienza, si rivolgono alla tradizione riscoprendo magari tagli considerati meno pregiati, che le nostre nonne cucinavano abilmente. Altri ancora desiderano innovare radicalmente, con piatti già pronti 'salvacena' o da portare in occasione di feste tra amici. Per questo abbiamo pensato di inserire nell'insieme MixoMeat anche un modulo per tenere in caldo il prodotto pronto, oppure un sistema per cucinare rapidamente a vista". Una rivisitazione del ruolo del macellaio che diventa anche una sorta di chef specializzato, proponendo alla clientela ricette semplici da replicare a casa.

Nel libero servizio i trend sono simili, e infatti si sta affacciando il sushi di carne, una proposta premium analoga al sushi tradizionale, innovativa e che può svilupparsi nella creazione di corner per il consumo in negozio. "Strutture agili -precisa Dublino-, più semplici da gestire e proporre in relazione alla tradizionale somministrazione, proprio perché adatte a spazi ridotti. L'investimento richiesto, anche in formazione, è elevato, ma secondo noi remunerativo". Quale allora la soluzione per il reparto? Un'unica linea espositiva, che aggrega in un unico colpo d'occhio tutte le soluzioni legate al mondo carne, a vantaggio della rapidità nella spesa. "Abbiamo immaginato un banco dalle dimensioni minime -prosegue Dublino- solo 3,5 m, che include la carne a servizio ma anche 1,25 m dedicati ai pronti da cuocere, un altro metro per il libero servizio refrigerato e, infine, il modulo del caldo, per ora il classico pollo allo spiedo".

Digitale in macelleria: l'attualizzazione del reparto secondo Cean passa anche dalla tecnologia digitale. La proposta, con un progetto che mira a coinvolgere gli operatori, si chiama App Master Food, che supporta il macellaio rispondendo a una serie di domande dei clienti, anche proattivamente. Non solo informazioni sul taglio di carne presente nel banco, grazie a codici numerici, ma anche ricette, abbinamenti con il mondo del vino, proposte per l'attrezzatura in cucina. "Chi sta dietro il banco diventa consulente a 360° sul mondo carne -dice Dublino-, ampliandone il pubblico anche ai più giovani e allargando l'offerta a termometri, pentole, sistemi di cottura mirati, che solitamente si trovano in nego-

PROTEZIONE ALIMENTARE

Il sistema professionale brevettato Arneg O-Fresh System sfrutta l'efficacia fungicida e battericida dell'ozono a vantaggio della sicurezza alimentare, migliorando la conservazione della carne. L'ozono nell'aria che circola nella vetrina in questo modo non veicola agenti patogeni (batteri, muffe, virus, acari), i quali non si depositano nemmeno sulle pareti e sul prodotto esposto. I vantaggi sono molteplici: la contaminazione tra alimenti contigui nella vetrina è molto ridotta, la sanificazione è continua e uniforme, anche negli spazi più difficili da raggiungere, senza residui chimici determinati dai prodotti per la pulizia. Colori e profumi rimangono più a lungo, non è necessario svuotare e ricaricare i prodotti in vetrina ogni sera, e in generale la carne si deteriora più lentamente e non cala di peso, riducendo gli scarti e massimizzando i profitti. Arneg ha calcolato in 45 giorni il tempo utile a rientrare dell'investimento per la vetrina da 3,75 m, 20 giorni per quella da 7,5 metri. L'ozono viene ricavato dall'aria con un minimo consumo energetico, a vantaggio dell'ambiente (conforme alla norma En 60335-2-65). Disponibile anche il sistema di telegestione.



Ritaglio Stampa
 Testata: GDOWEEK
 Data: 13 giugno 2018
 Pagina: 38-44
 Diffusione: 20.000



In un mercato che ha reso la vendita di carne più complessa, non mancano certo gli estimatori delle carni premium. L'esposizione in gdo ha perciò iniziato a guardare a questo target: adattando il più possibile i mobili refrigerati per visual ad hoc, di valorizzazione superiore

zi non alimentari". La stessa App in versione totem può facilitare l'obbligo del registro degli ingredienti e per il macellaio, gli obblighi burocratici per la tracciabilità.

Il progetto di Sa Ga srl per la marchigiana Filiaggi Carni srl, distributore nel settore, si è concretizzato all'interno di un negozio tipo di 350 mq, che abbina la carne a proposte di gastronomia. "I pdv al momento sono due -precisa Federico Caldaretti, coordinatore tecnico commerciale di Sa Ga -, l'esigenza manifestata era quella di esprimere un assortimento molto ampio di prodotti di elevata qualità con un principio di filiera volto a soddisfare le diverse richieste del mercato, che cresce del 4%". Sa Ga ha realizzato il concept, il layout, le soluzioni espositive, impiantistiche e funzionali, e ha curato comunicazione e ambientazione: "La scelta è andata sulla totale visibilità delle aree di preparazione, cucine incluse -spiega Caldaretti-, con finestre create sulle pareti delle celle di conservazione".

Accanto alla carne, i prodotti complementari al consumo come le verdure. "Per realizzare questo format si è proposto l'impiego di mobili frigo che consentissero una visibilità propositiva migliore -prosegue Caldaretti-, modificando la quota del piano di esposizione, aumentando l'altezza da terra per avvicinare il prodotto all'occhio del consumatore, scegliendo il colore scuro del fondo del piano espositivo per aumentare la visibilità. Anche la scelta di una diversa matericità dei contenitori in base alle referenze, in particolare per ciò che riguarda l'offerta del pronto a cuocere, ha contribuito all'enfatizzazione del prodotto".

Sa Ga è concessionaria dei prodotti Arneg, dei quali propone soluzioni particolari come l'impianto Arneg O-Fresh System, per il mantenimento dei prodotti e caratterizzazioni ad hoc: "In alcune realizzazioni -aggiunge Caldaretti- si è voluto evidenziare e qualificare l'offerta di tagli quali costate, fiorentine, bistecche, prodotti di diversa provenienza con tempi di maturazione e frollatura, con mobili espositori refrigerati specifici, dotati di sistemi di trattamento dell'aria che hanno la funzione di migliorare la consistenza dell'offerta".

L'illuminazione è anch'essa frutto di uno studio mirato, con la tonalità specifica alla singola refe-

renza e un posizionamento adeguato dei corpi illuminanti, per valorizzare i colori naturali delle carni, evidenziare la freschezza e la composizione cromatica della parte grasso/osso. Il concept mira a dare risposta a tutte le esigenze, quindi il libero servizio è un complemento necessario al banco assistito che viene enfatizzato con mobili di discrete dimensioni, anche 12 o 15 metri lineari. A completare il "mondo carne", ecco l'offerta non food: con libri e accessori per la cucina, barbecue, sistemi di cottura e affumicatura, forchettoni, taglieri, coltelli, contenitori di spezie e condimenti. "Il passo successivo -aggiunge Caldaretti- sarà integrare aree di ristoro per il consumo sul posto dei prodotti, realizzando un'area braceria o creando una 'risto macelleria', con la possibilità di proporre degustazioni mirate e a tema". Il trend del forte orientamento al design e a un'estetica accattivante viene sottolineato anche da Epta, abbinato alla richiesta, da parte del consumatore, di un assortimento sempre più ampio, che va dalla carne proposta nei tagli classici, ai pronti da cuocere o ai prodotti take away. Le soluzioni di allestimento si evolvono di conseguenza, per offrire al consumatore tutte le alternative, contemporaneamente. Se, da un lato, cresce il libero servizio, le soluzioni a servizio assistito restano centrali. In questo scenario si colloca PrimoPiano, l'ultima novità per il reparto carne proposta da Eurocryor, brand del Gruppo Epta, disponibile oggi anche con tecnologia Dynamic System.

Questa gamma di banchi propone un'estetica e un design inediti, connotati da volumi espositivi progettati per intersecarsi, permettendo una presentazione dei prodotti che attrae l'osservatore. La vetrina di PrimoPiano è costituita da ripiani completamente trasparenti con illuminazione a led: il piano espositivo segue le logiche prossemiche, porta il prodotto a portata di mano del consumatore, e si protrae tanto da sembrare quasi sospeso. Tutti dettagli studiati per avvicinare il cliente ai tagli pregiati e garantire, al contempo, una migliore percezione della freschezza.

La conservazione ottimale è assicurata dalla tecnologia Dynamic System, già implementata con successo su altri modelli Eurocryor.



Cambia il ruolo del macellaio, non più semplice specialista al servizio dei desideri del cliente preparato, ma sempre più una sorta di chef specializzato che offre soluzioni finite, facili da completare a casa

