For Internal Use Only

GDOWEEK

Epta
Advanced Solutions for your Store

Minor assistenza, ma tanto servizio nella gastronomia 2020

Il banco intimorisce, la consumazione in loco è complessa: ma le soluzioni proposte dal retail puntano ad agganciare una clientela orfana del mercato horeca

Barbara Trigari
@pointoutto
Patrick Fontana

Sono cambiate le modalità d'acquisto dei prodotti di gastronomia, ovviamente. **La fuga dal servizio al banco** ha condizionato l'offerta e anche il modo di proporla in store. "L'industria alimentare -precisa **Stefano Badei, responsabile commerciale del Gruppo Maiorana (C3)**- ha risposto ampliando l'offerta di prodotto confezionato con un livello qualitativo più alto. Un esempio è la gamma degli affettati confezionati: erano un prodotto di servizio con poche referenze, oggi invece è disponibile in una gamma analoga al prodotto del banco al taglio, che consente una scelta basata sulla qualità e non solo sulla fascia di prezzo".

Anche **il consumo in loco si è sensibilmente ridotto** e dove è presente, il rispetto delle indicazioni igienico-sanitare come il numero massimo di persone e il distanziamento tra i tavoli, ha portato a parità di spazi a una riduzione della disponibilità di posti. Quanto peso avrà in futuro l'affiancamento tra vendita e consumo è difficile stabilirlo in questa fase. "Anche la richiesta al banco potrebbe **evolvere verso i semilavorati da completare a casa,** al posto di piatti già pronti da riscaldare". Si inserisce in questo filone **Gruppo Fini** con il lancio di **Paf**, linea di pasta fresca ripiena pronta in soli 2 minuti. Praticità nella preparazione e velocità di cottura costituiscono l'aggancio a un target giovane che vuole mettersi a tavola rapidamente. Nuovo è il modo di comunicare e di interagire con il consumato-

Ritaglio stampa
Testata: GDOWEEK
Pagina: 65-67
Diffusione: 26.151
Data: 26 Marzo 2021

lbdi communication

For Internal Use Only

Epta
Advanced Solutions
for your Store

Banchi Arneg semi verticali e isole, pensati per valorizzare i freschi di Barnes Gallery

Velvet di Epta integra il serve over, con addetto, al libero servizio per la spesa veloce

re via QrCode. Diversi nuovi target di consumatori si sono cimentati ai fornelli proprio in questo periodo, aiutandosi con internet.

In questa contingenza anomala (ma ormai di lungo periodo), **la categoria della pasta fresca** potrebbe anche avvantaggiarsi. In condizioni normali la pasta fresca sfusa di produzione interna, nel banco gastronomia, è una rarità, limitata in genere ad alcuni format di grandi dimensioni. Questo più per una motivazione legata alla gestione del conto economico generale di reparto che alla sua realizzazione pratica. Nelle piazze in cui potrebbe avere un pubblico dedicato sufficientemente numeroso soffre, fra l'altro, lo scenario di estrema competizione che deriva dal dettaglio tradizionale con laboratori di forte specializzazione. Viceversa **la pasta fresca take away,** in vasca adiacente o di fronte al banco assistito, è una presenza abituale, in grado di generare nel canale della gdo un turnover di circa 700 milioni di euro, con una sempre ampia integrazione di prodotti esposti nelle pareti refrigerate a libero servizio, nel confezionato a peso fisso.

L'intera categoria merceologica evidenzia una sostanziale stabilità in valore. Nell'alto di gamma è caratterizzata da **un localismo spinto**, che rende necessario prevedere accordi con fornitori locali nelle varie aree di copertura della rete. **Per il take away il prezzo al chilo risulta più elevato** rispetto alla pasta fresca confezionata di marca del libero servizio, perciò l'assortimento finisce per essere incentrato soprattutto sulle **specialità territoriali, con una forte connotazione di artigianalità**. In definitiva i retailer preferiscono rinunciare alla pasta sfusa al banco tradizionale per un'esposizione delle referenze premium limitate al comparto take away. I fornitori scelti **includono l'industria di marca, ma anche i produttori medio-piccoli.** Che garantiscono flessibilità di ricettazione, materie prime e qualità dei prodotti, oltre a rapporti qualità/prezzo competitivi. Questi fornitori in alcuni casi possono anche rifornire con lo sfuso la vendita al banco, perché risultano più semplici da gestire rispetto alla produzione interna. Ma anche questa opzione, di solito, è limitata a un numero di proposte contenute.

L'importanza della capillarità è testimoniato, per esempio, dal recente accordo di collaborazione firmato da **Martimucci con Galbani,** per una distribuzione in profondità dei formati della Linea Premium di pasta fresca **Gialla di Altamura 100% grano duro pugliese filiera integrata.**

Attenzione, però, a dare il banco per tramontato. "Il reparto gastronomia -preci-

lbdi
communication

Ritaglio stampa
Testata: GDOWEEK
Pagina: 65-67
Diffusione: 26.151
Data: 26 Marzo 2021

For Internal Use Only

Epta
Advanced Solutions
for your Store

sa **Giorgio De Ponti, product strategy manager di Epta**- è il luogo nel quale il cliente riscopre il piacere di fare la spesa e dove l'esperienza e la valorizzazione delle relazioni con gli operatori sono cruciali. Se consideriamo la chiusura dell'horeca è chiaro come quest'area sia divenuta ancor più protagonista nella grande distribuzione". **Epta sta approfondendo gli studi di ergonomia visuale** per orientare la scelta dei consumatori mediante un'esposizione ottimale. Di primaria importanza è la visibilità delle referenze che, coniugata a un'accurata estetica del banco, deve evidenziare la freschezza. Un esempio è il nuovo **It's Market di Roncadelle (Bs)** di **Italmark**, il cui reparto gastronomia propone un'ampia varietà di piatti pronti caldi e di **pasta fresca preparata instore**, cucinata al momento, davanti agli occhi del consumatore. I banchi impiegati sono **Velvet Costan** con estetica Design, sia per il servizio assistito che per la presentazione del prodotto preconfezionato, per salumi e formaggi, carne e gastronomia.

"La chiusura nel fine settimana dei centri commerciali che ospitano i nostri supermercati ci ha penalizzato -dice **Luciano Avolio, buyer panetteria, gastronomia e localismi di Maiora (Despar Centro Sud)**-. Siamo corsi ai ripari puntando su un servizio di take away e dei menu ad hoc". L'offerta consta normalmente di pietanze pronte cucinate sulla base di **oltre 200 ricette**, che non sono state ridotte. Al contrario, è stata ampliata l'offerta con un angolo ittico **per gli amanti del sushi**. Potenziato anche il servizio di consegna a domicilio per la gastronomia calda, attraverso **l'eCommerce Despar a Casa**, come interessante alternativa ai delivery presenti nelle grandi città.

Nuovi bisogni creano nuovi concept. Nasce così **Barnes Gallery**, aperto a novembre 2020 da **Francesco Barnes** a **Palazzo Sarmanitia**, nella zona industriale di Padova: affianca consumo e vendita di piatti gourmet, a prezzi accessibili, con una formula di self service inedita: i clienti accedono al negozio e scelgono il menu prelevando i piatti direttamente dai banchi refrigerati, le **Food Box Gourmet**. Scaldano poi il cibo in autonomia servendosi dei forni a microonde e consumano in loco. **Le attrezzature refrigerate Arneg** sono le isole **Sendai 2** con scorrivassoio per le food box, il banco verticale **Dione di Oscartielle** per mantenere in fresco acqua e bibite e, nella parte di laboratorio, la cella frigorifera **Multisystem di Incold**, per le materie prime. Al consumo in loco si affianca il take away e la consegna a domicilio.

Ad aprile verrà inaugurato per **Migros** a Zurigo il nuovo concept **Bridge** concepito e costruito da **Interstore | Schweitzer.** Agli amanti delle prelibatezze, tailandesi e internazionali, si rivolge anche il progetto di Interstore | Schweitzer per **Central Food Retail** a Bangkok (Tailandia), aperto a dicembre 2020 su 4.370 mq di vendita.

"In futuro i consumatori tenderanno con maggior frequenza a consumare i pasti e conoscere nuove prelibatezze all'interno delle grandi superfici dei supermercati -dichiara **Bernhard Heiden, Cso & creative director di Interstore | Schweitzer**-. Le strutture dovranno essere mercati moderni che offrano la possibilità di fare semplicemente la spesa, o di godere di una vera e propria esperienza culinaria".

La gastronomia si è ampliata per catturare l'attenzione di tutti i consumatori

Nella foto di apertura il Central Food Retail, una sorta di paradiso della gastronomia

lbdi communication

Ritaglio stampa
Testata: GDOWEEK
Pagina: 65-67
Diffusione: 26.151
Data: 26 Marzo 2021