

L'importanza della qualità e salubrità dei freschi confezionati



«Allo svegliarvi la mattina, se sentite subito bisogno di cibo è indizio certo di buona salute e pronostico di lunga vita». Mai frase fu più veritiera di quella scritta da Pellegrino Artusi, noto gastronomo dell'Ottocento.

Una frase che ci fa riflettere sul bisogno ancestrale dell'uomo di buon cibo e sulla necessità di conservarlo e presentarlo perfettamente. La ricerca del buono acuitasi nel periodo pandemico si consoliderà in maniera definitiva, la riscoperta delle cene in famiglia con il desiderio di ritrovarsi tutti insieme ci porta a riconsiderare l'idea del cibo partendo dal forte incremento che si è visto in questi mesi del prodotto fresco confezionato. Ormai le cene in famiglia sono di casa. La pandemia ha spostato la spesa per il cibo preparato in casa da quasi il 50% pre-Covid a un massimo del 66% nell'aprile 2020 si è consolidata intorno al 54% da agosto restando stabile sino ad oggi. Ma oltre all'aumento della spesa, il 2020 ha introdotto un aumento della cucina casalinga - provare nuove ricette, mangiare prodotti freschi come scelta salutare, e provare nuove varietà di prodotti e prodotti a valore aggiunto. L'aumento della cucina familiare e del mangiare insieme continuerà per tutto il 2021 ed oltre. Tendenze suffragate dai dati Nielsen, dove nell'ambito del ready to eat, la frutta pronta da gustare continua a guadagnare terreno anche in funzione delle nuove modalità dietetiche e del progressivo miglioramento dell'healthy food. A pre-

Ritaglio stampa
Testata: Distribuzione Moderna
Pagina: 36-37
Diffusione: 10.000
Data: Maggio 2021

scindere dalle modalità di confezionamento: monoporzione di frutta secca oppure vaschette pluriporzione di frutta già lavata e tagliata, i fattori di vendita si moltiplicano. Le nuove modalità di lavoro permettono di assumere healthy food molto più facilmente e seguire un regime salutista non è poi così difficile. I giovani consumatori spendono la maggior parte del loro reddito in prodotti alimentari pronti da mangiare, convenienti e salutari. In Europa, la maggior parte della popolazione ha un'età compresa tra i 18 e i 35 anni, il che è un chiaro indicatore dell'aumento della domanda di prodotti alimentari che siano in linea con queste logiche ed in estrema analisi con il nuovo lifestyle. A testimonianza dell'importanza della qualità e salubrità dei prodotti freschi confezionati e della loro esposizione a scaffale possiamo prendere come esempio l'ultimo documento rilasciato dall'Efsa (European Food Safety Authority), una nuova guida immediatamente disponibile per aiutare i fornitori di cibo a decidere quali informazioni dare ai consumatori sulla conservazione del cibo e sui limiti di tempo per il consumo. Inoltre, nel dicembre 2020, gli esperti di Efsa hanno sviluppato uno strumento per aiutare gli operatori del settore alimentare a decidere quando applicare la data "da consumarsi entro" o "da consumarsi preferibilmente entro" ai loro prodotti.

In questo variegato contesto, è fondamentale che i prodotti freschi confezionati siano esposti in maniera corretta e conservati alle migliori condizioni. Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, propone a questo proposito i mobili per freschi della famiglia **GranFit** a marchio **Costan**, che consentono di rendere l'area freschi il vero punto focale di supermercati e ipermercati. Protagonista della gamma è **GranVista Next**, banco verticale disponibile in versione aperta oppure con porte a tutta altezza dotate di maniglie trasparenti che assicurano una eccellente visibilità e conservazione del prodotto esposto. Completano la gamma **GranSibari**, la soluzione semiverticale aperta, e **GranValdaj**, semi-verticale chiuso, entrambi dedicati alla valorizzazione dei freschi e dei freschissimi. La versatilità è uno dei principali ingredienti di questa famiglia di prodotti: mixando i verticali e semiverticali dal design coordinato è possibile creare infinite composizioni e realizzare corsie o isole dall'appeal contemporaneo.■



Giorgio De Ponti
Product Strategy Manager Epta

Ritaglio stampa
Testata: Distribuzione Moderna
Pagina: 36-37
Diffusione: 10.000
Data: Maggio 2021