

Vetrine frigo: questione di eticità

La presentazione del prodotto e la sua conservazione diventano elementi importanti per il cliente, che si aspetta una user experience assolutamente perfetta.

Sostenibilità, economia circolare, benessere e qualità: queste sono parole chiave quando si parla di Food&Beverage. È, infatti, su tali linee guida che si orienta la domanda dei consumatori e l'introduzione di nuovi prodotti nel settore distributivo, partendo dal fatto che la sostenibilità è una prospettiva strategico-competitiva e l'innovazione rappresenta un pilastro fondamentale che mette al centro il consumatore e i suoi bisogni. Perché un



prodotto etico, pratico e rispettoso della salute è decisamente molto più appealing. Ma quali sono i requisiti di eticità per i succhi di frutta e i nettari? Il comparto segue una direzione molto chiara, per rispondere alla richiesta da parte dei consumatori di informazioni trasparenti sulla catena di produzione, impegno concreto per ridurre la carbon footprint e avvicinarsi allo zero waste, ma anche packaging plastic free ed eco friendly.

In Italia il comparto mantiene la crescita registrata durante il 2020 e il 2021, con un rafforzamento della domanda e una ricerca crescente da parte dei consumatori di prodotti di maggiore qualità ottenuti da materie prime selezionate. La tendenza al consumo di prodotti naturali, ad alto valore nutritivo, che siano sostenibili, genuini e dietologicamente corretti favorisce il segmento premium e varianti biologiche e vegan. Anche per i nettari si registrano gli stessi trend di crescita e i consumatori mostrano una preferenza crescente per prodotti bio, con un con-

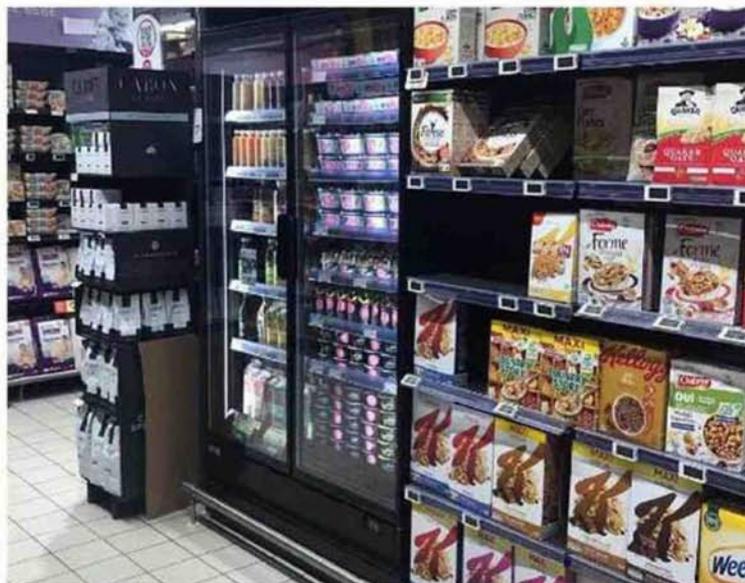
Ritaglio stampa
Testata: Distribuzione moderna
Pagina: 42-43
Difusione: 10.000
Data: 1 Aprile 2022

tenuto percentualmente elevato di frutta e materie prime di alto livello. Sempre in linea con la tendenza salutistica, i prodotti a basso contenuto di zuccheri stanno aumentando le referenze a scaffale e crescendo in quantità. Il settore prima infanzia, che ha sempre privilegiato i nettari trova un'offerta a scaffale di altissima qualità, mentre per bambini e ragazzi si assiste all'introduzione di proposte innovative, come i succhi arricchiti con i cosiddetti "superfrutti", oppure i succhi additivati con cereali o proteine per una nutrizione equilibrata, e non da ultimi i prodotti "clean label", nuovo trend che porta i clienti a cercare prodotti con un ridotto numero di ingredienti e succhi di frutta sugar free. Infine, un flash sugli smoothies: rimangono un segmento di nicchia, in calo rispetto al passato.

A fronte di queste prospettive, la presentazione del prodotto e la sua conservazione diventano elementi assolutamente importanti per il cliente, che avendo capacità di scelta ha anche la capacità di capire quando un prodotto è perfettamente esposto e ben conservato: in ultima analisi si aspetta una user experience assolutamente perfetta. Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale per il Retail, Food&Beverage e Ho.Re.Ca., offre per questo contesto ben due vetrine refrigerate dedicate alla presentazione degli smoothies, dei succhi e dei nettari. Due vetrine particolari che lavorano in comparti differenti. La prima è **Tango Bio** della famiglia **SlimFit Costan**, banco a gruppo incorporato con porte che rappresenta la soluzione ideale per esporre e presentare prodotti freschi biologici e naturali. Grazie alle pregevoli finiture estetiche esterne e interne diventa un eccellente strumento promozionale in linea con i punti vendita dedicati a bio-food e organic food. L'ottima panoramica dei prodotti è garantita dalle porte tutto vetro, dalle spalle panoramiche e dal sistema di illuminazione LED, mentre l'efficienza e l'attenzione all'ambiente è garantita dall'utilizzo di gas refrigerante natu-

rale R290. **Funky Next**, sempre della stessa famiglia di prodotti Costan, è una vetrina verticale a gruppo incorporato funzionante a propano R290, dalle dimensioni estremamente compatte in profondità e altezza. Può essere facilmente integrato nelle scaffalature per il secco del punto vendita, in modo da avere il prodotto, sia esso smoothies o succo, alla giusta temperatura all'interno della corsia beverage del supermercato.■

Giorgio De Ponti,
product strategy manager Epta



Ritaglio stampa
Testata: Distribuzione moderna
Pagina: 42-43
Difusione: 10.000
Data: 1 Aprile 2022