

Le « scooping » dope la croissance de la glace en 2020

© 1 mai 2021



Sur le marché de la glace, le scooping a tiré son épingle du jeu grâce à la crise sanitaire qui a favorisé la vente à emporter... et les produits réconfortants. Mais pour cet achat d'impulsion, la mise en avant du produit est essentielle.

Selon **Clara Mancipoz**, Trade Marketing F&B IARP (Epta), « le marché de la glace a enregistré une forte croissance en 2020 ». Un résultat lié à la crise sanitaire puisque, selon elle, les français sont allés chercher du réconfort dans ce dessert plutôt régressif. « Si les ventes ont principalement explosé dans le Retail, on a assisté aussi à une augmentation de la demande de la glace en scooping et la consommation de glace a été particulièrement soutenue pendant la saison estivale mais également au mois de novembre, grâce à des températures douces ». Autre constat de Clara Mancipoz : « l'augmentation de la demande pour des ingrédients de qualité, bio et locaux, et pour des mélanges inhabituels, avec une présentation colorée qui accroche l'œil, mais toujours dans un style classique qui souligne le naturel du produit ».

Des vitrines qui suscitent l'envie

C'est donc une bonne nouvelle pour les nouvelles vitrines Delight du fabricant qui se repèrent grâce à leurs lignes épurées en accord avec le reste de la gamme à groupes logés (verticaux et semi-verticaux). Ces nouvelles vitrines qui viennent enrichir la gamme permettent de créer des compositions qui assurent une cohérence avec le *look & feel* du magasin. Ainsi, Delight offre de nombreuses personnalisations de la façade et des joues latérales qui peuvent être fabriquées avec des panneaux en différents matériaux, du bois par exemple ou de l'impression numérique directement sur la tôle. Cette technologie a l'avantage de mettre en avant la notoriété d'une marque de glace particulière et donc de renforcer l'attractivité et l'achat d'impulsion.

L'extension de la gamme permet d'avoir désormais 16, 18 et 20 bacs pour proposer plus d'assortiments de saveurs. Ces nouveaux modèles se caractérisent aussi par une grande transparence qui offre une visibilité totale des différentes saveurs exposées. A cela s'ajoute une fermeture coulissante dans la partie interne avec des vitres très étanches qui offrent une conservation optimale du produit toujours appétissant à l'œil et facile à servir. Et pour l'opérateur, c'est un meilleur confort de travail car il est protégé des écarts thermiques. A ces détails s'ajoutent un éclairage LED et le recours à un fluide frigorigère propre (R290), plus performant et écologique par rapport aux fluides traditionnels. Delight est ainsi positionné parmi les meubles réfrigérés *best-in-class* dans le cadre du règlement *Energy Labelling*, en vigueur depuis le 1^{er} mars dans tous les pays de l'Union Européenne.

Delight se distingue enfin par sa large gamme d'accessoires, dont le lave-cuillère, la présence d'une réserve de bacs sous le plateau d'exposition, des roulettes pour faciliter le déplacement des meubles réfrigérés et, sur demande, d'une fermeture avec un rideau à enroulement automatique.