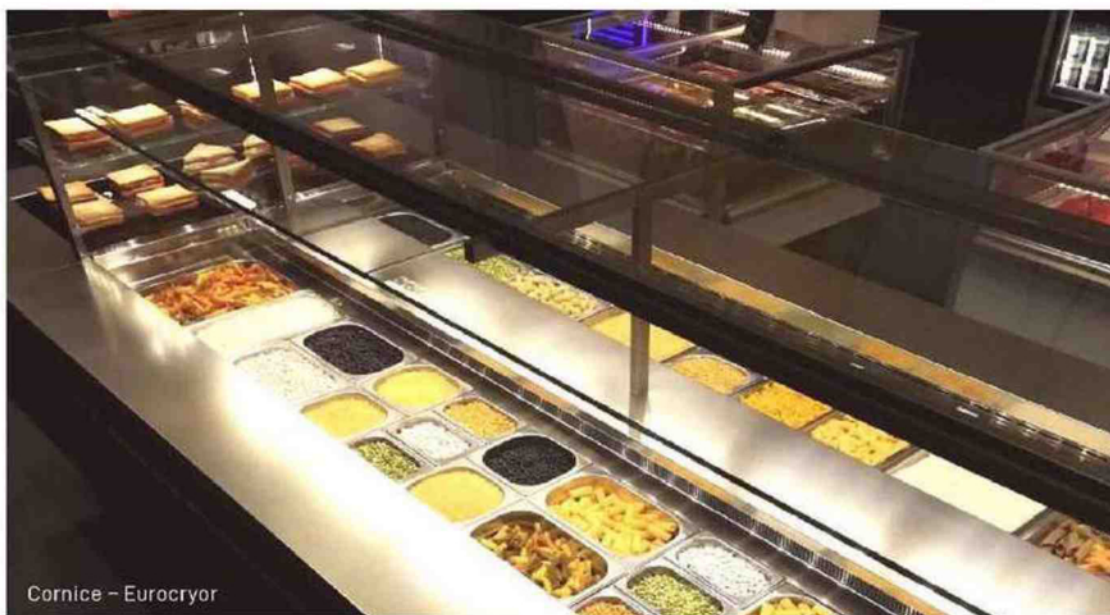


# La rivincita della gastronomia

Il lockdown ha ispirato le persone a sperimentare con il cibo, i sapori e le cucine.  
Ma le ha anche incoraggiate a ricercare alimenti sani e freschi.  
Il settore della refrigerazione deve adattarsi per garantire soluzioni adeguate.



Cornice - Eurocryor

**L**a pandemia ha visto un'impennata nella domanda di pasti Ready to Eat (Rte) e Ready to Go (Rtg) che, socialmente, hanno provocato un cambiamento nelle abitudini alimentari, soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione. Contrariamente a quanto accadeva poco tempo fa, le nuove generazioni pretendono cibo più sano e salutare. Studi specifici del mercato alimentare dimostrano che c'è un marcato spostamento verso abitudini alimentari più healthy. Esistono due grosse categorie di Rte e Rtg: i preparati da Gastronomia (sia nella Gdo che nel Food Retail tradizionale) e i frozen. Mentre il secondo settore non vede una marcata crescita sul mercato mondiale e sta dando delle risposte più tradizionali, il primo sta vivendo una rinascita e una crescita che continuerà anche negli anni a venire. L'industria alimentare ha colto il segnale, laddove i consumatori oggi vogliono che il cibo sia sano, gustoso, conveniente e facile da preparare, ma prodotto senza additivi e sostanze chimiche. Analizzando il mercato mondiale, secondo Data Bridge Market Research le dimensioni della crescita dei cibi pronti si attesteranno a un tasso annuo composto del 9% nel periodo di previsione dal 2021 al 2028. Il cambiamento delle preferenze dei consumatori

Ritaglio stampa  
Testata: Distribuzione Moderna  
Pagine: 38-39  
Diffusione: 10.000  
Data: Dicembre 2021

verso l'Rte e l'Rtg è trainato dall'aumento di penetrazione dei Millenials e delle nuove tendenze urbanistiche che privilegiano la prossimità connessa alla ricerca di uno stile di vita nettamente migliore rispetto al passato.

Questo significa che in questo settore c'è molto spazio per l'innovazione. La pandemia ha portato il comparto a considerare i bisogni e i desideri dei clienti e a innovare comprendendo i bisogni immediati dei consumatori. Il lockdown ha ispirato le persone a sperimentare con il cibo, i sapori e le cucine. Questo ha portato alla ricerca di piatti della tradizione, raffinati e per nulla banali. Per esempio, le gastronomie hanno sviluppato e venduto sughi di base pre-preparati, marinate, condimenti e altro. La Gdo ha incrementato il self-service con prodotti di maggiore qualità, ampliando la scelta dell'offerta e seguendo il filone healthy. Stiamo, inoltre, assistendo a una contaminazione spaziale tra gastronomia e beverage, una combinazione tra superfood ed healthy food con beverage funzionale e super nutriente. È sempre più facile, per esempio, trovare combinazioni di smoothie vitaminici con Rte fortificanti (fibre, antiossidanti, probiotici, omega-3). In inglese si usa dire 2good 2gether: cibo sinergico.

Ovviamente, com'è facile ipotizzare, cibi e bevande altamente salutari devono essere conservate in modo pressoché perfetto, con temperature costanti nelle 24 ore e un consumo energetico adeguato. La sinergia del 2good 2gether vale quindi anche per il settore della refrigerazione. Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, propone attraverso i suoi brand specializzati soluzioni ad hoc per questa tipologia di referenze. Come i prodotti Beverage della gamma Cool Emotions di Iarp (Joy per gli smoothies, Glee per le bevande energetiche) possono essere combinati con Cornice Eurocryor, isola studiata per il self-service di qualità, o in alternativa con il tradizionale Visualis Gastronomy, sempre a marchio Eurocryor, per l'Rte. Se pensiamo ai cibi Rtg del comparto Gdo, il connubio sarà sicuramente tra il mobile verticale Funky Next a marchio Costan per il beverage fresco vitaminico e la vetrina orizzontale Velvet gastronomia o tavola calda, sempre a marchio Costan, per alimenti Rtg. Oltre a garantire una conservazione ottimale dei cibi, queste soluzioni garantiscono anche performance eccellenti e risparmio energetico: la sostenibilità ambientale non passa infatti solamente dal buon cibo e da una dieta salutare ma anche da come lo si conserva e dall'energia consumata.■



Glee - Iarp

Giorgio De Ponti  
Product Strategy Manager Epta

Ritaglio stampa  
Testata: Distribuzione Moderna  
Pagine: 38-39  
Diffusione: 10.000  
Data: Dicembre 2021