

PER PUBBLICAZIONE IMMEDIATA

2009/E153 – TASTEMAKERS SUMMARY
Ottobre 2009



**Esclusivo evento foodservice a Packforum:
TASTEMAKERS "Qualità a 360°"**

**Come il packaging ed una semplice preparazione
possono essere parte integrante del
vostro modello produttivo**

Il 21 e 22 ottobre 2009, si è tenuto a Packforum, il Centro espositivo permanente per i clienti Sealed Air Cryovac, l'evento Tastemakers al quale hanno partecipato 70 rappresentanti di 45 società attive nei settori della produzione, distribuzione e dell'equipment per il foodservice. I delegati provenivano dalla regione EMEA, dagli USA e dalla Nuova Zelanda. I relatori hanno messo in evidenza le opportunità e le specifiche che caratterizzano la produzione di alimenti destinati al consumo fuori casa.

Dopo un seminario in cui esperti del mondo dell'industria hanno illustrato le tendenze dei diversi segmenti di mercato, i partecipanti hanno assistito a una dimostrazione dal vivo delle innovazioni del settore: servizio in camera (*room service*), piatti pronti, catering per le compagnie aeree, sandwich caldi, vendita di surgelati, mense aziendali e banchetti. Si tratta in ogni caso di soluzioni che garantiscono praticità e, al contempo, una qualità culinaria di alto livello. E per dimostrare che perfino l'alta gastronomia può trarre ispirazione dal foodservice, i delegati sono stati invitati a visitare la scuola aperta recentemente a Parigi dal grande cuoco Alain Ducasse dove si sono tenute dimostrazioni e degustazioni.

Le tendenze del mercato europeo foodservice

"Ogni secondo, in Europa, vengono serviti 21.000 piatti pronti da consumare fuori casa", ha ricordato ai partecipanti Peter Backman, Managing Director di Horizons, nel corso della conferenza di apertura. "Il fatturato di alimenti e bevande 2008 corrisponde a € 359 miliardi, più di quello totalizzato dal settore automobilistico". Horizons, un'agenzia con sede in Gran Bretagna specializzata nel segmento foodservice, è convinta che ulteriori opportunità si apriranno nel mercato dopo il 2010, con il superamento dell'attuale crisi economica.

Indipendentemente dalle scelte alimentari nazionali, va osservato che l'abitudine di consumare pasti fuori casa va a tutto vantaggio dei ristoranti fast food e della vendita di sandwich. McDonald's, la più grande catena alimentare europea ha fatto registrare nel 2008 un fatturato (alimenti e bevande) di € 15 miliardi mentre sia Yum! che Burger King si attestano su un importo di oltre € 2 miliardi. Con l'invecchiamento della popolazione, sono sempre più numerosi i casi di anziani che non possono provvedere alla propria alimentazione e ragioni connesse al taglio dei costi inducono a dare in appalto a società di catering la fornitura di cibi per le mense aziendali, le scuole e gli ospedali. Questo potenziale economico è più elevato nelle economie emergenti dell'Europa centrale e orientale mentre le prospettive sembrano meno interessanti per il settore degli alberghi e delle compagnie aeree, visto che i viaggiatori preferiscono consumare pasti nei ristoranti e negli aeroporti.

Il superamento della crisi potrebbe significare un "ritorno alla normalità" con un maggior focus sui prezzi e sul bisogno di innovazione. Il numero di punti vendita potrebbe diminuire rispetto agli attuali 2.960.000. In generale i costi d'investimento rimarrebbero stabili e i prezzi di vendita dovrebbero aumentare. "Nonostante la recessione non sia veramente superata, si profilano opportunità commerciali in un momento in cui la concorrenza è particolarmente debole. Possiamo innovare oggi per costruire il futuro", ha concluso Peter Backman.

Hotel: pasti 24 ore su 24

Hieu A. To, direttore del ristorante dell'Hôtel Raphaël di Parigi e presidente dell'associazione francese dei direttori di ristoranti d'albergo, ha affrontato il problema costituito da un servizio di qualità 24 ore su 24. Il catering copre circa il 30% degli introiti degli alberghi francesi e il solo room service una proporzione variabile fra il 12% e il 15%. Il piatto preferito resta il classico sandwich con pollo e bacon, ma i clienti hanno talvolta richieste particolarmente eccentriche. "I clienti hanno sempre fretta, chiedono di tutto e vogliono averlo immediatamente. Mantenere una costanza di qualità in queste condizioni è difficile e una colazione con una scelta limitata lascia sempre un'impressione negativa". I reclami sono frequenti e le modalità del room service vengono talvolta giudicate come un'intrusione nello spazio privato del cliente".

Hieu A. To ritiene che la qualità dei cibi sia un forte fattore di differenziazione per gli alberghi e fa presente che molti chef sono alla ricerca di tecniche innovative che permettano di offrire ai clienti varietà e qualità.

Sandwich: il pasto del XXI secolo

I sandwich sono un successo globale, ha affermato Udo Baumann, Vice President di Electrolux Professional. Sotto tutti i punti di vista "si tratta di un mercato che dà risultati straordinari in tutto il mondo". I consumatori hanno sempre meno tempo e non vogliono spendere troppo per i pasti. In città come Amsterdam e Stoccolma, oltre la metà della popolazione è costituita da single che "praticamente vivono nei bar", fa notare Udo Baumann. E, ciononostante, vanno sempre di fretta. "Stando alle inchieste, i clienti se ne vanno se devono fare la fila per più di tre minuti. Alimenti e bevande devono essere serviti in tempi record".

Cosa fa il successo di un sandwich? Deve essere gustoso ed avere un'apparenza appetitosa. La salute potrebbe essere un fattore di successo anche se talvolta i clienti preferiscono soluzioni ad alto tenore di grassi. Il pollo è il grande protagonista, seguito da formaggio, prosciutto, uova e, sorprendentemente, pesce. Il prezzo medio di un sandwich è €2,45 o poco meno. "Il vostro obiettivo", ha sottolineato Udo Baumann "è trasformare uno snack in un vero pasto. E per questo è necessario offrire un sandwich caldo".

Nonostante la globalizzazione, le abitudini alimentari restano ancorate alla cultura e ogni mercato ha le sue priorità. In Germania non esistono statistiche ufficiali ma il potenziale è enorme (17.488 punti vendita, dai bar alle stazioni di servizio). La Francia è il mercato con il più forte tasso di crescita (11% nel 2008) ed un fatturato di € 4 miliardi. Ed è il solo paese in cui i punti vendita offrono posti a sedere! Il mercato britannico ha un valore approssimativo di € 2,2 miliardi e fa registrare una crescita del 5%. Senza dimenticare che i sandwich attraversano anche i confini nazionali, grazie ai voli low-cost.

Dietmar Többen, Managing Director di Emphy System Food GmbH, incarna, per così dire, la storia di successo del sandwich. Quando, tre anni fa, lanciò una gamma di *tortillas* refrigerate e surgelate, i clienti potenziali erano piuttosto scettici. Ma l'originalità, la facilità di preparazione ed un packaging che manteneva ottime condizioni microbiologiche finirono per convincere gli acquirenti. Ora le 24 ricette Emphy sono un vero successo per le compagnie aeree e per l'esercito tedesco che le serve nel 70% delle proprie mense. Airbus Germania ha installato 180 distributori che offrono prodotti Emphy ai suoi 10.000 dipendenti.

"Il mercato è cambiato e tutti cercano la praticità", ha fatto notare Többen. I consumatori, ad esempio, apprezzano i vassoi *Cryovac® Ovenable* che possono essere prelevati dal forno senza scottarsi. "Dopo essere stati scaldati a 210° C! Non so come sia possibile, so solo che funziona"! Anche molto apprezzati sono i forni che riescono a scaldare un sandwich in 50 secondi.

Distribuzione agli alberghi, ai ristoranti e agli operatori del catering

“Il settore HoReCa (alberghi, ristoranti, catering) ha esigenze molto specifiche”, ha spiegato Jens Nielsen, direttore di Metro Cash & Carry. La presentazione è molto meno importante della freschezza e della qualità ed il servizio deve essere garantito 24 ore su 24”!

Metro Cash & Carry ha quindi sviluppato un'offerta di marchi propri che si rivolge espressamente al segmento HoReCa. Ogni marchio comprende soluzioni complete che tengono conto delle esigenze specifiche degli alberghi, ristoranti e del catering ed offre una notevole riduzione dei prezzi rispetto ai marchi tradizionali. Grazie ai formati e al packaging, i prodotti sono facili da usare e presentano una conservabilità prolungata.

“Il packaging è parte integrante dei nostri marchi e della concezione dei prodotti”, ha aggiunto Jens Nielsen. “Lavoriamo in stretta collaborazione con Sealed Air Cryovac per trovare soluzioni vantaggiose per i nostri clienti”. Le confezioni trasparenti o con finestra, le soluzioni porzionate, il packaging richiudibile e la facilità d'impiego sono fattori chiave del nostro successo. “Tutto il materiale di packaging deve essere riducibile e riciclabile. Senza un partner come Sealed Air Cryovac, non potremmo offrire niente del genere”.

Il packaging come fattore trainante del foodservice

Fabrice Roy, Sealed Air Executive Director for Global Ready Meal Markets, vede nel packaging un elemento fondamentale per il successo del foodservice. Il packaging svolge un ruolo essenziale per più applicazioni: conservabilità, trasporto, tracciabilità, trattamento termico, protezione dell'ambiente, surgelamento, movimentazione, igiene e informazioni ai consumatori. “Evidentemente, ogni segmento ha esigenze differenziate e priorità diverse quanto a qualità, conservabilità, riduzione delle fasi di lavorazione, varietà, praticità, peso, porzioni e sensazioni tattili”.

Piuttosto che presentare una relazione, Fabrice Roy ha invitato i partecipanti a rendersi conto di persona dei vantaggi del packaging e delle soluzioni gastronomiche visitando le sei aree espositive allestite a Packforum per l'evento Tastemakers.

Room service: qualità 24 ore su 24

Fabrice Roy ha così sintetizzato la concezione Sealed Air Cryovac del room service: “Lo chef del ristorante d'albergo deve potersi concentrare sulla creatività e non sulle singole fasi di preparazione dei cibi”. Molti pasti di qualità, confezionati sottovuoto con Cryovac Simple Steps[®], possono essere riscaldati in poco tempo servendosi di un comune microonde.

Distributori piatti pronti: cibi caldi ovunque e in qualsiasi momento

Prodotti di qualità serviti da un distributore automatico? Il modello Jofemar esposto a Tastemakers comprende un microonde ed un frigorifero per mantenere alla giusta temperatura i prodotti confezionati con Simple Steps[®]. I clienti devono soltanto scegliere il piatto preferito ed il pasto viene servito in pochi minuti nell'apposito vassoio. Il controllo e la ricostituzione degli stock sono estremamente semplici. Si tratta di una soluzione ideale per le stazioni ferroviarie, i distributori di benzina, i supermercati, i piccoli alberghi, ecc.

Nella stessa area espositiva era stato disposto anche il nuovo distributore “Wurlitzer” della società tedesca Frosta: i piatti pronti, surgelati e confezionati con Cryovac Simple Steps[®] vengono riscaldati nei microonde che si trovano accanto al distributore. Una soluzione perfetta per piccole mense aziendali.

Compagnie aeree: sicurezza e praticità a bordo

I vassoi Cryovac n'Oven[®] sono una vera rivoluzione nel mondo del catering: anche se scaldati a 200°C, restano freddi al tatto. Gli assistenti di volo li possono maneggiare senza guanti, sono del 30% più leggeri dei vassoi CPET, aspetto di importanza non trascurabile in volo, e dotati di una resistenza che risponde alle esigenze di sicurezza del traffico aereo.

Sandwich caldi per la generazione della movida

Chi preferirebbe un panino freddo, duro e scialbo al profumo del formaggio fuso e di ingredienti croccanti? Il nuovo grill Electrolux, esposto presso lo stand Empy di Tastemakers conferisce valore aggiunto al classico sandwich. I panini vengono portati da 0° a 60° con una velocità che raggiunge i 30 - 59 cicli al secondo.

Piatti pronti di qualità per mense e banchetti

Il packaging sottovuoto Cryovac Simple Steps® rende ora disponibile tutta una varietà di piatti pronti in versione Gastronorm o Half-Gastronorm. Refrigerati o surgelati, vengono scaldati in pochi minuti nel microonde o in forni multiuso come il nuovo Electrolux Air-O-speed. Ecco le soluzioni del futuro per gli operatori che cercano qualità, praticità e redditività.

Alta gastronomia all'opera

Per dimostrare che la qualità va dalla ricetta al piatto servito, gli organizzatori di Tastemakers hanno lavorato in collaborazione con il gruppo ADF (Alain Ducasse formazione e consulenza) che ha preparato tutte le ricette esposte a Packforum con il packaging Cryovac Simple Steps® e vassoi Cryovac® OFT nei formati per compagnie aeree.

I partecipanti sono stati invitati a cena nei locali della Scuola di gastronomia Alain Ducasse, nel cuore di Parigi. Nelle quattro cucine sperimentali, i giovani chef hanno ricreato quattro delle specialità degustate durante la dimostrazione della mattina. I delegati sono stati perfino esortati a "dare una mano" cuocendo pesce e verdure e preparando un ottimo dessert (cioccolato fondente e torta Tatin). Erano presenti anche dodici studenti del liceo alberghiero di Saint Quentin che hanno contribuito alla preparazione dei pasti e al loro servizio sia a Packforum che nei locali della Scuola Alain Ducasse.

Il lato tecnico del piacere ...

Il 22 ottobre i partecipanti a Tastemakers si sono recati nuovamente a Packforum per seguire una dimostrazione sulle concezioni di packaging presentate il giorno precedente e sui loro vantaggi per più applicazioni di marketing. In questa occasione, Sidi Chouikhi, Sealed Air Technical Director Global Ready Meals, ha illustrato le soluzioni di packaging Cryovac Simple Steps®, n'Oven® e CRYOVAC BDF®. Dopo questa sessione i delegati hanno assistito a dimostrazioni dal vivo nell'equipment hall di Packforum.

Per ulteriori informazioni contattare Roberta Ghezzi: Tel: +39.02.9332415
roberta.ghezzi@sealedair.com

Nota per il redattore

Cryovac Packaging e Cryovac Food Solutions, sono unità di business di Sealed Air e leader nei materiali innovativi di packaging rigidi e flessibili, nonché nei sistemi e servizi di un'ampia gamma di applicazioni alimentari. Nel 2006 Sealed Air è stata riconosciuta come migliore operatore del packaging dai rappresentanti delle 1.000 migliori società mondiali (lista Fortune)

Con oltre 3.000 dipendenti nella regione EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) Sealed Air dispone di impianti di produzione in Francia (Arc-en-Barrois e Epernon), Germania (Norderstedt), Gran Bretagna (St.Neots e Poole), Italia (Passirana di Rho, presso Milano), Spagna (Buñol), Russia (Volgograd), Polonia (Ozarow), Ungheria (Újhartyán), Turchia (Istanbul), Sudafrica (Spartan) e Botswana (Lobatse). Presso l'impianto italiano si trova anche il Sealed Air Cryovac EMEA Packaging Technical Center. L'EMEA Customer Systems Center si trova a Root (Svizzera). Packforum®, il centro espositivo permanente per i clienti Sealed Air Cryovac EMEA è situato a Roissy Charles de Gaulle vicino a Parigi, Francia.

Sealed Air si impegna per una continua riduzione dell'impatto ambientale nonché per il miglioramento della sicurezza e dell'eccellenza intrinseca dei propri prodotti. La società ha scelto la strada della riduzione nello sfruttamento delle risorse naturali e di un impiego ecologico delle materie prime mediante il riciclaggio dei rifiuti industriali o il recupero energetico, ottenuto per incinerazione.

Il sito internet di Sealed Air EMEA è www.sealedair-emea.com.