



Un freddo sostenibile e di design

29-05-2019

Belli, che non sfigurino in contesti – siano un locale o una pasticceria, un supermercato o un ristorante stellato, una gelateria o un piccolo esercizio – sempre più accoglienti, con attrezzature a vista, che cercano di distinguersi dalla concorrenza. Ma anche efficienti e attenti all'ambiente. Sono le esigenze del freddo, un settore sempre più "vitale" (lo è sempre stato, in realtà) per il mondo dell'ospitalità. Ma in che direzione va l'innovazione?

"Vogliamo che chiunque si affidi a uno dei nostri banchi, sia esso una vetrina o un murale, si senta sicuro di poter contare su uno strumento sicuro ed efficiente a prezzi competitivi e totalmente Made in Italy - spiega **Barbara Caron**, Marketing Manager della padovana **Criocabin** che a marzo scorso ha acquisito la "conterranea" **Zoin** -. Riuscire a combinare l'efficienza energetica dei prodotti e la loro affidabilità mantenendo prezzi competitivi e accessibili ci permette di proporre soluzioni uniche per ogni tipologia di piccolo punto vendita. Siamo un'azienda aperta al mondo e la nostra babele di linguaggi e tradizioni etno-gastronomiche interpreta le esigenze di ogni realtà etnico-culturale. Cui abbiamo deciso di rivolgerci, in ogni parte del mondo e in ogni mercato, con un orientamento total green".

Per questo l'intera gamma di prodotti è disponibile unicamente con gas refrigerante R290 eco-friendly, che per il suo basso impatto ambientale e le proprietà termodinamiche garantisce efficienza energetica e rispetto per l'ambiente".

Cosa presenterete a Host2019? "Abbiamo concentrato la nostra attenzione su interventi stilistici e di design, rivedendo le linee conformemente al food-retail internazionale. In particolare prevediamo nuovi concept per la ristorazione, con moduli refrigerati combinati a banchi caldi a servizio assistito e/o self service. Non tutti i cibi richiedono la stessa temperatura ed esistono diverse esigenze per una corretta conservazione".

Clipping Online
Testata: Host.fieramilano.it
Data: 29 Maggio 2019

"Negli ultimi anni i nostri frigoriferi commerciali si sono evoluti radicalmente in termini di qualità del freddo, affidabilità nel tempo, riduzione dei consumi energetici e basso impatto ambientale - afferma **Marco Bruseghin**, titolare di **Studio 54** -. Ad esempio abbiamo investito in una nuova camera climatizzata per eseguire prove di consumo energetico dove possiamo usare in sicurezza i nuovi gas infiammabili con bassissimo impatto ambientale, e in personale qualificato impegnato nella fase di ricerca e sviluppo. Crediamo che l'unico sviluppo possibile sia quello sostenibile e stiamo installando sui tetti dei nostri stabilimenti un impianto fotovoltaico che nel giro di qualche mese ci consentirà di produrre i nostri frigoriferi con energia rinnovabile".

Cosa porterete a Host? "Per noi è la finestra più importante sul mondo. Presenteremo tante novità come la nuova estetica dei nostri prodotti; la serie di attrezzature che faranno parte del nuovo catalogo che identificherà il prodotto customizzato e l'arredamento su misura al bar, il nuovo armadio refrigerato a bassissimo consumo energetico, con un importante spessore di isolamento e la nostra vasta gamma di tavoli refrigerati che si differenziano fra loro per dimensioni e caratteristiche tecniche".

Una conferma del ruolo sempre maggiore dell'estetica nel freddo arriva da Epta: "gli arredi devono rispondere al bisogno di forte identità espresso dai Retailer di rendere ogni store un punto di riferimento per i consumatori, unico e distinguibile, pur rimanendo nell'ambito di soluzioni progettate su larga scala. In generale infatti, tutti i trend convergono verso un obiettivo comune: posizionare i luoghi d'acquisto come luoghi di incontro" spiega **Davide Bargerò**, Marketing Manager F&B **Epta**. Come? "Attraverso la loro trasformazione in ambienti familiari e accoglienti. Inoltre, per valorizzare l'esperienza, ci si impegna, da un lato, a migliorare la presentazione dei prodotti, e, dall'altro ad incrementare le possibilità di interazione con lo staff. Il legame tra ambiente-cliente-prodotti viene dunque reinterpretato, proponendo un'esposizione scenografica. Si adottano, ad esempio, accorgimenti volti alla teatralizzazione delle referenze enfatizzandone i colori e l'appeal, grazie ad arredi minimal, curati in ogni dettaglio e, per rendere la shopping experience ancora più piacevole, il livello di servizi viene potenziato e il personale a disposizione dei clienti è in grado di fornire informazioni precise e puntuali, guidando i consumatori nel percorso d'acquisto".

Il gruppo ad esempio propone innumerevoli soluzioni per la presentazione del gelato, artigianale, industriale, mantecato o confezionato che sia, all'interno di vetrine completamente personalizzabili, grazie anche all'innovativa stampa digitale direttamente su lamiera.

Che novità porterete a Host2019? "Host sarà l'occasione per presentare l'evoluzione della linea di banchi a gruppo incorporato, ideata per rispondere a tutte le necessità di esposizione del settore Food&Bev e Ho.Re.Ca., con un focus specifico sul gelato. Modelli personalizzabili con colori e brand istituzionali e progettati per garantire la massima visibilità interna del prodotto. Connotati da forme high-tech e da una speciale illuminazione a led sui profili esterni, questi plug-in coniugano estetica e affidabilità".

Clipping Online
Testata: Host.fieramilano.it
Data: 29 Maggio 2019