

## L'ottava dimensione - Attrezzature per i servizi alimentari alla EuroShop 2020: Il commercio diventa ospite

*Più bella, più varia, più culinaria: il commercio al dettaglio si concentra sempre più sulla gastronomia. La combinazione del cibo con l'esperienza d'acquisto è considerata la formula del futuro. In tempi di shopping online, le offerte gastronomiche offrono la possibilità della differenziazione e dimostrano di essere una fonte di affluenza. Per questo motivo, la gastronomia al dettaglio sarà anche a Düsseldorf un tema scottante, precisamente alla EuroShop 2020, The No.1 Global Retail Trade Fair – La fiera leader al mondo del commercio al dettaglio, che si terrà dal 16 al 20 Febbraio 2020, nell'Ottava Dimensione, un'area fieristica appositamente creata per il Food Service Equipment – Attrezzature per i servizi alimentari, un tema molto scottante.*

Jumbo City ad Amsterdam, prepara in una cucina a vista zuppe, sushi e Sandwiches per i suoi clienti. Carrefour fabbrica birra al mercato di Mons. La catena di mini supermercati di Londra - Eat 17 - porta a casa sua dei partner di Street-Food (di alimenti venduti in strada). Interspar a Vienna offre sul luogo, in un apposito reparto –Take-away – cibi e snack già preparati da portare via. Ovunque si guardi, le offerte gastronomiche al dettaglio sono in rapida crescita. Mentre i supermercati in USA, Gran Bretagna ed i Paesi del Benelux hanno scoperto ancora prima i servizi culinari, il mercato sta ora guadagnando slancio, anche in Germania. Sempre più negozi di alimentari e grandi magazzini, ma anche boutique di moda e librerie stanno creando unità gastronomiche nei loro negozi. “Nel 2019, tutto questo settore realizzerà, solo nel campo della gastronomia al dettaglio, un fatturato lordo di circa 10 miliardi di Euro“, prevede Olaf Hohmann, responsabile dell'area ricerca della ristorazione commerciale presso l'istituto di Colonia, EHI Retail Institut (Istituto per le vendite al dettaglio). Ciò significherebbe il quattro per cento in più rispetto al 2017.

### L'onda gastronomica avanza su un ampio fronte

Con 5,2 miliardi di Euro, la maggior parte del fatturato nel campo delle vendite gastronomiche in Germania viene realizzato nel campo, vendita al dettaglio di alimentari.



**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 16 – 20 FEB  
2020  
[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



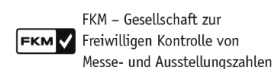
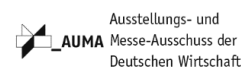
Messe Düsseldorf GmbH  
Postfach 10 10 06  
40001 Düsseldorf  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Germany

Telefon +49 211 4560-01  
Telefax +49 211 4560-668  
Internet [www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)  
E-Mail [info@messe-duesseldorf.de](mailto:info@messe-duesseldorf.de)

Geschäftsführung:  
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)  
Hans Werner Reinhard  
Wolfram N. Diener  
Bernhard Stempfle  
Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63  
USt-IdNr. DE 119 360 948  
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der  
Messe Düsseldorf:



Öffentliche Verkehrsmittel:  
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.  
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

Il resto viene ripartito tra i centri commerciali, le stazioni di servizio, il commercio di mobili, ed ulteriori filiali del commercio specializzato. La gamma dei concetti di LEH (Imprese di Commercio al dettaglio con un assortimento composto principalmente da prodotti alimentari) è molteplice e va dai piccoli negozi che si trovano nella zona di fronte alla casa di grandi magazzini, ai fornaio caffè, bar di sushi e di succo fino alle stazioni di consumo ed ai ristoranti nel mezzo di mercati. Un progetto di prestigio costituisce l'apertura nel 2018, della filiale di Edeka, del commerciante al dettaglio Zurheide, nell'elaborato complesso Crown, proprio al centro di Düsseldorf. Su due piani, ha integrato undici stazioni gastronomiche con 380 posti a sedere. I clienti trovano tra l'altro, un Premium Beef Bar (Migliori carni di alta qualità), un locale Gourmet, un ristorante vegetariano ed uno champagne bar. Anche nei centri commerciali viene offerto sempre più spazio alla gastronomia. Anni fa, la percentuale di aree utilizzate a scopo gastronomico era del 6 per cento, oggi essa, nei nuovi centri commerciali, può raggiungere il venti per cento. Come ad esempio, nel modernizzato Europa-Passage di Amburgo, il cui "FoodSky" comprende una gamma di snack fino ad un ristorante stellato. ECE va ancora oltre, inaugurando agli inizi di settembre, nello Shopping-Center MyZeil di Francoforte, appositamente ristrutturato, il suo "Foodtopia". Nell'atmosfera vivace di un mercato coperto, i visitatori dell'ultimo piano, troveranno un piano completamente gastronomico, completo di un mix di concetti internazionali e regionali, caffè bar, idee di pranzo, bar e ristoranti raffinati. Quest'offerta si distanzia notevolmente dalla ristorazione standard con pizza, pasta e snack asiatici.

### **Staccarsi dalle offerte online o dai discounter.**

Trading up, l'imperativo del momento. In tempi di acquisti online e discounter crescenti, Il commercio fisso deve difendersi. Oggi, si possono fare acquisti comodamente da casa, con un semplice clic del mouse. Con idee ed investimenti, i commercianti al dettaglio fanno fronte. La gastronomia gioca un ruolo chiave in molti concetti, quando si tratta ad esempio, di utilizzazione delle aree di vendita in contrazione. Questo fenomeno si nota chiaramente anche nei magazzini di moda, che risultano essere particolarmente colpiti dallo shopping online. Ben fatto, la gastronomia interviene ed offre qui la giusta atmosfera e l'esperienza del cliente offrendo ai visitatori incentivi per la loro visita.



**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 16 – 20 FEB  
2020

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Secondo l'operatore del centro commerciale ECE, una buona offerta gastronomica, aiuta oggi ad aumentare la durata del soggiorno e la qualità della permanenza nei centri commerciali. Circa il 60 per cento dei visitatori utilizza la gastronomia durante la visita nel negozio. Circa il 40 per cento dei visitatori sceglie appositamente un centro commerciale a seconda dell'offerta culinaria. Il fatto che l'uso dell'offerta gastronomica, venga poi spesso accompagnato da altri acquisti è stato recentemente accertato dai ricercatori del settore, di Colonia, in un sondaggio condotto con GdK (Gesellschaft für Konsumforschung – Società per la ricerca sui consumatori). Di conseguenza, quasi un cliente gastronomico su due, compra in questa occasione sul posto anche altro prodotti di uso giornaliero.

### **Consumare i pasti fuori diventa sempre più popolare**

Anche le mutevoli condizioni sociali accrescono la tendenza di offerte gastronomiche sempre più ricche. Le usanze di consumare i pasti, in tempi e modi prefissati, stanno per scomparire e sempre meno famiglie cucinano i propri pasti. Persone che lavorano, che dispongono di tempo limitato, consumano sempre più i loro pasti, fuori casa e sostituiscono i loro pasti di casa con snacks. Convenience-Food (Cibi-pronti) è una forte tendenza: il desiderio di pasti pronti e confortevoli nonché la crescente attenzione alla salute ed al benessere, sono fattori importanti per nuove forme di approvvigionamento. In cucine a vista, gli chef di cucina dei supermercati producono pasti, insalate, zuppe e sandwiches soddisfacendo così anche il desiderio dei consumatori, alla ricerca di prodotti fatti in casa con maggiore freschezza. I prodotti già pronti, da portare via, siano essi snack "to go" o piatti pronti, che a casa possono essere preparati velocemente – contano tra i generatori di fatturati, nella gastronomia del commercio. Secondo lo studio di EHI, Il commercio alimentare raggiunge circa il 58% del suo fatturato gastronomico, 3 miliardi di Euro, nelle aree di fronte alla cassa, con prodotti "to go" o piatti pronti da portare via. Poco meno del 4 per cento delle vendite è da attribuire al cibo che viene consumato direttamente sul mercato.

### **Sfide: molto lavoro, elevato fabbisogno di personale**

L'impegno gastronomico non è cosa da poco. Per i commercianti che apprezzano l'esperienza, la gastronomia ed i prodotti fatti in casa, questa attività comporta notevoli sfide.



**EuroShop**

**THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 16 – 20 FEB  
2020**

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Le esigenze ed i compiti si ampliano, così anche gli investimenti nelle cucine e nel design. Laddove in passato era sufficiente un allestimento funzionale, viene oggi attribuito un grande valore allo stile di vita "Lifestyle" ed agli interni dal design accattivante, in quanto la qualità del soggiorno è anche importante. Inoltre si ha bisogno di processi professionali e di personale competente. Trovare i dipendenti giusti è uno dei maggiori problemi del settore. Anche i processi digitalizzati sono un argomento importante.

### **Tecnologia per una facile preparazione e processi efficienti**

I produttori di attrezzature per la ristorazione rispondono alle crescenti esigenze, con soluzioni adeguate. Ad esempio, per la cottura davanti all'ospite: "L'attrezzatura per la cottura, nei supermercati, è cambiata notevolmente negli ultimi anni. All'inizio c'era un unico forno con funzioni standard ed un piccolo ripiano con 5-10 prodotti diversi. Oggi le nicchie di cottura sono un componente centrale dell'intero mercato. Ci sono 6 forni uno accanto all'altro e gli scaffali sono pieni di una grande varietà di prodotti da forno e snack", così descrive questo cambiamento Madeleine Franz di Wiesheu. Questa azienda specializzata in forni in-store, presenterà alla EuroShop attrezzature le cui funzioni dovrebbero aiutare a migliorare i processi ed alleviare lo stress dei dipendenti. Così viene presentato ad esempio un nuovo forno ad aria calda che si pulisce automaticamente e dispone di un sistema di caricamento automatico. Il produttore Rational, specialista in tecnologie innovative di cottura, si affida a sistemi di cottura multifunzionali, progettati per aumentare la produttività nelle cucine dei supermercati, nelle caffetterie e nelle stazioni di servizio. "Alla EuroShop ci occuperemo delle nuove tendenze e mostreremo come gli snack sani possono essere preparati facilmente da personale non specializzato" afferma Carina Rister di Rational AG. Inoltre, verrà presentata una nuova soluzione di collegamento in rete, che può essere utilizzata, tra l'altro, per gestire i processi igienici. La ditta Zummo vuole dimostrare in fiera che i commercianti al dettaglio, possono offrire ai loro clienti, attenti alla nutrizione, su piccole aree, qualcosa di extra per la loro salute. Il fornitore spagnolo rivolge la sua attenzione ad un'offerta completa di spremifrutta, per bar di succhi, comprese le soluzioni per il self-service e la distribuzione.



**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 16 – 20 FEB  
2020  
[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



## IL futuro: più sostenibilità, più comfort

Quali argomenti dobbiamo attenderci in futuro? Più prodotti biologici, più sostenibilità, più e-commerce e , soprattutto, più comfort sono le forti tendenze che influenzeranno notevolmente il commercio in tutto il mondo. Il cibo svolge un ruolo enorme nella vita quotidiana dei consumatori. Anche se a casa si cucina sempre più raramente, le esigenze del consumatore rispetto ai cibi, aumentano sempre di più. Le abitudini alimentari stanno diventando sempre più individuali e sempre più persone sono interessate al cibo che mangiano. Vogliono sapere da dove proviene quel che loro consumano, come viene lavorato e preparato. Ciò offre ai commercianti l'opportunità di svolgere ulteriori attività: i commercianti possono informare i loro clienti su serate culinarie ed informarli sull'alimentazione, invitare i produttori che informano su tutti i retroscena della produzione o organizzare serate gourmet e seminari di cucina con i migliori Chef. A lungo termine, e qui gli esperti sono d'accordo, gli usi dei punti di vendita si mescolano. Grandi magazzini e supermercati non avranno più una funzione di approvvigionamento, ma diventeranno luoghi d'incontro sociale dove non solo i "Buongustai" amano trascorrere il loro tempo libero.

La EuroShop, nella sua nuova dimensione "Food Service Equipment" del padiglione 14 sul comprensorio fieristico della fiera di Düsseldorf, mostra come creare nuove esperienze d'acquisto per fidelizzare i clienti a lungo termine con le giuste attrezzature per la ristorazione ed un'intelligente pianificazione nel settore nel commercio al dettaglio, da concetti speciali di convenienze e To-Go a interessanti ristoranti a tema fino ad interi mondi alimentari.

La EuroShop 2020 comprende complessivamente circa 127.000 m<sup>2</sup> netto in 16 padiglioni ed è aperta ai visitatori specializzati da domenica 16 febbraio 2020 a giovedì 20 febbraio 2020, giornalmente dalle ore 10.00 alle ore 18.00. Il costo del biglietto d'ingresso giornaliero è di 80,- Euro (60 Euro prevendita online (e-ticket), il biglietto d'ingresso per due giorni costa 120,- Euro (100,- Euro prevendita online) ed il prezzo di una tessera d'ingresso permanente è di 180,- Euro (150,- Euro prevendita online). I biglietti d'ingresso includono il viaggio gratuito da e verso la fiera EuroShop con i mezzi di trasporto del VRR (Verkehrsverbund-Rhein-Ruhr). [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de). [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



**EuroShop**  
THE  
WORLD'S NO. 1  
RETAIL TRADE  
FAIR 16 – 20 FEB  
2020  
[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Visitate anche le pagine della rivista online della EuroShop che offre per 365 giorni all'anno, notizie, interviste, relazioni, articoli specializzati, studi, gallerie fotografiche e video su temi e tendenze del commercio internazionale. [mag.euroshop.de](http://mag.euroshop.de)

**Vostro contatto Stampa:**

Dr. Cornelia Jokisch (Senior Manager Press & PR),

Tanja Karl (Junior Manager Press & PR)

Tel.: +49 (0)211/4560-998/-999

Fax: +49 (0)211/4560-8548

Email: [JokischC@messe-duesseldorf.de](mailto:JokischC@messe-duesseldorf.de)

[KarlT@messe-duesseldorf.de](mailto:KarlT@messe-duesseldorf.de)

Aggiornamento: Settembre 2019



**EuroShop**

THE

WORLD'S NO. 1

RETAIL TRADE

FAIR 16 – 20 FEB

2020

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Messe  
Düsseldorf