

ATTRAZIONE • QUANDO SONO I CIBI PREPARATI ED ELABORATI A FARE IMMAGINE

# Piatti pronti per ogni ipermercato

Ready meal e ready to cook: due modi nuovi di interpretare l'offerta, di distinguersi dai concorrenti e di fidelizzare la clientela

Andrea Manicardi

**P**iatti pronti, carni elaborate sono ormai una nuova categoria trasversale a numerosi reparti dei freschi, che qualcuno ha prontamente ribattezzato con la terminologia inglese di "ready meal" e "ready to cook". I primi raggruppano prodotti già cucinati da consumarsi freddi, così come sono

proposti, oppure dopo un breve riscaldamento e comprendono piatti di rosticceria, gastronomia, vegetali di 5<sup>a</sup> gamma. I secondi invece sono prodotti crudi ma già elaborati con ingredienti e condimenti vari, in modo da poter essere cotti senza altri interventi da parte dell'utilizzatore. Questi ultimi non hanno posizioni specifiche, trovando collocazio-

ne nei banchi delle carni: dalla macelleria bovina, estesa anche all'equina e suina, al pesce e ai polli. Come si vede, si tratta in entrambi i casi di prodotti che i format della Gda-Grande distribuzione e distribuzione associata hanno sempre trattato, ma che solo di recente hanno trovato un interesse di nuovo tipo, orientando l'offerta verso piatti elabo-

rati e cucinati nel punto di vendita stesso o nei suoi laboratori, quando in precedenza erano prevalentemente di origine industriale o comunque di produzione esterna. Questo concetto sembra ormai assimilato da parte di tutte le catene. L'interpretazione che ne viene data appare molto differente, tanto da contribuire in modo decisivo a creare una differen-

ziatura tra le varie insegne, almeno nel comparto alimentare, che ritraggono gran parte dell'immagine proprio da questi gruppi di prodotti. Ciò vale per tutte le tipologie di vendita più significative, vale a dire: ipermercati, superstore, supermercati, con le ovvie differenze dovute alle dimensioni ma anche alla clientela, come si rileva dall'indagine condotta. Iniziamo dagli ipermercati. I punti di vendita visitati sono 5 e sono situati nell'area di Milano. Le visite sono avvenute prima dell'estate 2004. Sono stati rilevati gli aspetti più significativi dell'offerta, sia dal lato quantitativo sia da quello qualitativo, considerando layout e display,

Sfusi o confezionati, i piatti della tradizione non mancano in ogni menu

INSEGNA					
Indirizzo	Rescaldina (Mi)	Paderno D. (Mi)	Cinisello B. (Mi)	Rozzano (Mi)	P.za Lodi - Milano
Superficie (mq)	14.000	11.500	11.000	11.800	4.300
Layout	I prodotti sono dislocati in 5 posizioni: in macelleria, pollame e pesce ci sono i prodotti preparati crudi delle rispettive categorie; in 2 isole centrali sono presenti la rosticceria, in parte assistita, e la gastronomia take away	Le posizioni sono 4, di cui 3 (carni ready meal) inserite nel normale lineare; i piatti pronti, caldi e freddi, sono presentati in linea, lungo la parete di fondo su circa 12 metri, di cui 3 assistiti; olive e vegetali cotti a parte	Le posizioni sono numerose: ne sono state contate ben 11, inserite nei vari contesti delle rispettive categorie che si trovano nella vasta area di fondo dedicata ai freschi; alcune sono anche assistite	I prodotti pronti sono presenti in 5 diverse postazioni: prevalente quella all'ingresso food, dove è praticamente concentrato l'intero fronte espositivo di 15 m; vegetali cotti con l'ortofrutta; le poche carni nei rispettivi reparti	Le posizioni individuate sono 6, di cui 3 per carni e pesci preparati nei rispettivi reparti; la parte prevalente è presentata in isole centrali assistite e a libero servizio, il cui fronte lineare è prevalente
Display	L'esposizione dei prodotti a libero servizio segue l'impostazione dei vari reparti, ma è in genere in ampie vasche a 1 ripiano; la parte assistita si inserisce nell'isola della gastronomia che offre anche servizio di fast-food	I prodotti da cuocere seguono il display dei rispettivi reparti (carni, polleria, pesce); i pronti sono presentati in banchi alti a teglia con i prodotti allineati in verticale	Molto curata la parte scenografica dei prodotti assistiti; grande utilizzo di vasche specifiche con famiglie di prodotti ben differenziate; macelleria e polleria nei rispettivi lineari	L'esposizione inizia con 3 moduli con 3 ripiani per il take away; segue un banco assistito che presenta una grande padella con riso alla marinara (paella) oltre allo spiedo; le carni da cuocere sono nei rispettivi reparti	Al banco assistito sono suddivisi i piatti pronti freddi da quelli caldi; i preconfezionati sono esposti assieme in un'isola centrale, su 3 ripiani; il pesce preparato è in una vasca laterale e i polli su moduli di 3 ripiani
Servizio	Eccetto alcune varianti di rosticceria, tutto è disponibile a libero servizio, senza distinzioni tra prodotti preparati dal punto di vendita e take away di origine industriale	Il servizio assistito è presente solo per alcune varianti di rosticceria, ripetute anche nel take away; talvolta presente personale specifico per i prodotti esotici (cinesi)	Grandi banchi a vetrina per la parte assistita, che si trova nella gastronomia fredda e calda e in macelleria, oltre a uno speciale banco per sushi	Efficiente la parte assistita di prodotti cotti; i pochi crudi di polleria e macelleria sono doppiati; le verdure di 5 <sup>a</sup> gamma sono con l'ortofrutta; prezzi e prodotti su lavagnette	Molti di questi prodotti, cotti e crudi, sono doppiati sia al banco assistito sia a libero servizio; tabella al banco assistito con l'elenco dei prodotti disponibili
Assortimento	Ampia la parte dei prodotti pronti, da consumarsi caldi o freddi; molto limitati i prodotti da cuocere di carne e pesce, solo di produzione industriale	Offerta contenuta per i piatti pronti; limitati anche i crudi, alcuni dei quali sono di produzione propria	L'assortimento è molto vasto, sia nella parte assistita sia take away; quasi tutto è di produzione propria, eccetto i preparati di polleria, peraltro limitati	Ampia la parte con i prodotti cotti, sia assistiti sia take away; appena accennati i preparati crudi; tutto di produzione propria, eccetto la polleria industriale	Molti prodotti take away sono preparati da fornitori esterni; presenti prodotti a marchio del distributore nella polleria preparata

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

composizione degli assortimenti, comunicazione e messaggi.

### Layout

La categoria si presenta in modo trasversale in diversi comparti dei freschi. Di conseguenza non c'è un criterio di layout che si possa definire specifico: si segue in genere la disposizione ideata per i singoli reparti, soprattutto per i prodotti pronti da cuocere, posti nell'ambito delle rispettive strutture, assistite o non. Soluzioni più mirate si possono invece notare per i prodotti già cotti, che si richiamano in parte al servizio di rosticceria, ma che trovano spesso collocazione nell'ambito della gastronomia, assistita e

take away. Di conseguenza il layout di questi prodotti si sviluppa in numerose postazioni, più o meno ampie, e non sempre dedicate esclusivamente. Nel campione preso in esame da MARK UP, le posizioni individuate vanno dalle 5 di Auchan e Iper alle 11 del Gigante, con la parte dedicata ai pronti da cuocere inserita in genere nei rispettivi lineari, prevalentemente a libero servizio, talvolta anche ripetuti nella parte assistita. La parte dei prodotti pronti da consumare, sia freddi sia a caldo, è invece molto differenziata, con soluzioni diverse per ognuna delle 5 insegne. Iper introduce il comparto subito all'entrata food con un ampio fronte espositivo

## I ipotesi di assortimento standard per un ipermercato

PRODOTTO	VARIANTI N.	NOTE
<b>READY MEAL*</b>		Assistiti o take away (o entrambi)
<b>ANTIPASTI</b>	<b>30</b>	Piatti freddi e gastronomia fresca; olive comprese
<b>PRIMI PIATTI</b>	<b>15</b>	Alcuni sempre presenti, altri a rotazione
<b>SECONDI PIATTI</b>	<b>30</b>	Compreso lo spiedo
<b>CONTORNI</b>	<b>25</b>	Comprese le verdure cotte di 5ª gamma
<b>ESOTICI</b>	<b>15</b>	Molto indicativo
<b>READY TO COOK**</b>		Prevalentemente a libero servizio (take away)
<b>MACELLERIA (ESCL. POLLERIA)</b>	<b>20</b>	Parte di produzione interna, parte industriale
<b>POLLERIA</b>	<b>50</b>	Prevalentemente di produzione industriale
<b>PESCHERIA</b>	<b>10</b>	Di elaborazione propria

\* I numeri indicano i prodotti compresi in un menu predefinito; la presenza però può essere selezionata in base alla stagione o a particolari opportunità del momento

\*\* I prodotti preparati nel punto di vendita sono relativamente pochi, ma è bene che ci sia un elenco preventivo delle preparazioni codificate, anche se non sempre la loro presenza è necessaria

Di entrambi i gruppi di prodotti sono naturalmente necessarie le indicazioni delle loro composizioni secondo le disposizioni di legge, sulle etichette o su appositi cartelli a disposizione del pubblico

dove la parte assistita è in grande evidenza; Auchan pone i prodotti tutt'attorno alle grandi isole centrali della gastronomia assistita, una delle quali opera anche come fast-food in-

terno; Carrefour allinea il comparto alla parete di fondo, con il laboratorio alle spalle; Ipercoop suddivide la parte assistita da quella a libero servizio, posta in vasche centrali a più

ripiani; infine Il Gigante utilizza strutture specifiche per ogni famiglia di prodotto, fino a un banco assistito dedicato esclusivamente ai piatti giapponesi (sushi e simili). In termini



READY MEAL	metri lin.	n. ref.	metri lin.	n. ref.	metri lin.	n. ref.	metri lin.	n. ref.
Numero postazioni	5	-	6	-	11	-	4	-
Assistita	4	15	2	11	14	64	12	60
Self-service take away	12	81	7	48	12	91	4	35
- Di cui (referenze n.)	assist.	tka	assist.	tka	assist.	tka	assist.	tka
- Antipasti	-	17	-	6	14	52	35	2
- Primi piatti	5	6	3	5	8	15	4	5
- Secondi piatti	8	16	2	14	25	12	15	16
- Contorni	2	32	6	7	12	12	6	10
- Esotici/etnici	-	10	-	16	5	-	-	2
<b>Note:</b> base carne/pesce	Tutto 1 ripiano - 2 isole centrali - ready to cook solo industriale		Tutto 1 ripiano - esotico con un'addetta cinese - assist. 1 m caldo e 1 freddo - 5ª gamma e olive altrove		Tutte a un solo piano di presa o assistite - ognuna in propri comparti - banco sushi - doppiati		Reparto all'ingresso assistito con parte take away (ripetuti) - olive e vegetali assistiti e tka nell'ortofrutta - ready meal propri quasi assenti	
READY TO COOK	Assistita	Tka	Assistita	Tka	Assistita	Tka	Assistita	Tka
<b>Macelleria:</b> ■ Propria	-	-	1	6	5	28	-	1
■ Industriale	-	14	-	7	2	6	-	-
<b>Polleria:</b> ■ Propria	-	-	-	1	-	-	1	4
■ Industriale	-	58	-	50	-	26	-	48
<b>Pescheria:</b> ■ Propria	-	-	2	6	4	24	-	-
■ Industriale	-	6	-	-	-	-	-	-

ALCUNI PREZZI (al kg)					
READY MEAL	✓ Pollo allo spiedo	min 600 g 3,90 pz	min 600 g 3,90 pz	min 600 g 3,90 pz	min 600 g 4,20 pz
	✓ Insalata di polpo	28,50	-	25,50	23,00
	✓ Insalata di mare	-	-	19,90	-
	✓ Insalata russa	6,90	7,60	8,55	-
	✓ Vitello tonnato	19,90	20,50	-	-
	✓ Olive ascolane	17,50	13,80	-	12,00
	✓ Insalata di riso	-	10,30	10,79	9,00
	✓ Lasagne bolognese	8,50	7,59	6,40	10,00
	✓ Crespelle	-	11,00	-	-
	✓ Gnocchi alla romana	-	-	8,88	-
	✓ Pizzoccheri	-	8,90	9,04	-
	✓ Melanzane parmigiana	9,90	9,20	-	11,00
	✓ Stinco di vitello	6,90	7,20	10,07	-
	✓ Fritto misto pesce	19,90	25,60	25,77	23,00
	✓ Spinaci lessati	7,50	-	-	-
	✓ Cavolfiori lessati	9,50	-	-	-
✓ Zucchine lessate	12,00	-	-	12,90 (grigl.)	
✓ Patate arrosto tonde	-	-	-	7,50	
✓ Patatine stick	-	5,50	-	5,80	

ALCUNI PREZZI (al kg)							
READY TO COOK	Carpaccio di salmone	15,60	Carpaccio condito	16,50	Tagliata al pepe	14,99	-
	-	-	Tagliata e rucola	13,40	Valdostane suino	10,30	-
	-	-	Involtini	12,40	Coniglio con olive	7,50	-
	-	-	Polpette	8,90	Zucchine ripiene	8,90	-
	-	-	Carpaccio polipo	32,90	Polpettone di equino	6,00	-
	-	-	-	-	Branzino agli agrumi	13,89	-
	-	-	-	-	Polpettone di mare	13,90	-

**Nota:** metri lineari sviluppati a terra, calcolando il fronte espositivo, esclusivi spazi comuni. Escluso gastronomia industriale  
assist. = vendita assistita tka = take away

Fonte: elaborazione dell'autore ©MARK UP

metri lin.	n. ref.
6	-
4	22
12	56
assist.	tka
7	13
2	10
6	15
7	18
-	-
Polleria e vari tka su più ripiani - vari spazi in isole centrali - assistiti 2 m caldo e 2 m freddo	
Assistita	Tka
-	2
-	7
-	-
-	32
-	3
-	11

7/800 g 4,39 pz
23,68
-
7,50
-
13,67
8,85
8,50
-
8,60
-
9,55
-
21,45
8,15
-
9,55
5,39
5,09

<b>Spiedini pesce</b> 14,50
<b>Tournedos suino</b> 14,80
<b>Spiedini pollo</b> 6,80
<b>Carpaccio piovra</b> 40,35
-
-

di dimensioni, tanta difformità non consente di individuare delle medie significative, comunque il lineare complessivo per la parte "ready meal" va dai 9 metri di Carrefour ai 26 del Gigante, con una prevalenza della parte assistita per lo stesso Gigante e Iper, mentre negli altri pdv prevale il libero servizio cioè il take away. Per la parte di preparati crudi non ci sono lineari specificamente attribuibili a questi prodotti: si trovano negli spazi delle relative merceologie, a eccezione del Gigante, che propone 13 metri tra la macelleria e la pescheria. Non sono stati considerati gli spazi dedicati alla polleria industriale preparata.

### Display

Il display si esprime quindi in funzione di queste scelte di localizzazione e si differenzia soprattutto nella parte dedicata ai prodotti assistiti, dove peraltro non manca mai il servizio di pollo allo spiedo, ma si trovano spesso grandi teglie per i primi piatti o per i fritti. Da notare da Iper l'apposito contenitore esterno per la paella o "riso alla marinara" come viene chiamato. Nei prodotti confezionati take away, la presentazione avviene per lo più sui piani alla base delle vasche, siano esse centrali o posizionate in linea con i banchi assistiti: i prodotti sono allineati in file verticali, segnalati con cartellini fissi, oppure con tabelle riassuntive; talvolta basta solo l'etichetta applicata sulle confezioni. In effetti il comparto si caratterizza pure per la variabilità dell'offerta, anche nel corso della giornata, senza che

per questo le segnalazioni vengano cambiate. Naturalmente l'efficacia del display è tanto maggiore quanto più l'offerta appare ricca e in un certo senso anche scenografica, cosa che non sempre avviene, un po' perché vengono privilegiati certi orari di punta e un po' per scelta dell'insegna, timorosa forse di dover far fronte a eccessivi invenduti a fine giornata. A questo proposito va rilevato che il livello di servizio offre in generale prodotti molto freschi, di preparazione recente, anche perché molte preparazioni sono da consumarsi in giornata o tutt'al più il giorno dopo. Una segnalazione a parte va fatta per i vegetali della cosiddetta 5ª gamma: ai fini del consumo sono da considerarsi contorni pronti; talvolta però sono presentati non già nel comparto dei precucinati ma vicino all'ortofrutta, insieme alla 4ª gamma.

### Assortimento

Tanta diversità di scelte non poteva che produrre altrettanta varietà di assortimenti: si differenziano nelle dimensioni e nelle proporzioni tra vendita assistita e a libero servizio; talvolta prodotti uguali sono posizionati ripetuti nelle due versioni. La parte di rosticceria e gastronomia offre tuttavia numerose analogie nei prodotti di maggior diffusio-

PROIEZIONI FUTURE	
<b>OFFERTA</b>	Ricca e articolata, con molto take away
<b>INNOVAZIONE</b>	Prodotti industriali elaborati su ricette originali
<b>LAYOUT</b>	Ricerca di nuovi elementi di richiamo
<b>ASSORTIMENTI</b>	Menu ampio e variabile a rotazione
<b>DIFFERENZIAZIONE</b>	Qualità del display; bontà e originalità dei piatti
<b>LEVE DEL DISTRIBUTORE</b>	Professionalità degli addetti

## Fra tutti si distingue Il Gigante

INSEGNA	Presentazione	Assortimento	Note
<b>Auchan</b>	😊	😊	Significativo il take away
<b>Carrefour</b>	😊	😊	Razionale, ma con poca attrattiva
<b>Il Gigante</b>	😊	😊	Ampio, profondo e attraente
<b>Iper</b>	😊	😊	L'offerta non è pari all'esposizione
<b>Ipercoop</b>	😊	😊	Razionale ed equilibrato

Fonte: elaborazione dell'autore ©MARK UP

ne e che si possono considerare dei classici come: insalata russa, vitello tonnato, lasagne alla bolognese, insalata di mare, di riso, fritto misto di pesce, patatine fritte e naturalmente pollo allo spiedo. A proposito di quest'ultimo, da osservare che tutte e 5 le insegne lo propongono con un prezzo a pezzo e non a peso. In genere si tratta di pezzature da 600 g almeno; Ipercoop segnala pezzi da 700-800 g. La profondità dell'offerta è di conseguenza determinata dal menu che ogni punto di vendita propone, sia nei precotti sia nei crudi elaborati, ed è spesso mutevole non solo nelle diverse stagioni, ma anche nell'arco della giornata, dato che si intende esaurire rapidamente ciò che è stato prodotto, per ovvi motivi di freschezza. Questo vale soprattutto per la parte dei prodotti preparati nel punto di vendita, ma anche per diversi articoli preparati da fornitori esterni, soprattutto nel take

away. Ancora più variegata è la situazione nei prodotti crudi elaborati (ready to cook): risentono in modo determinante delle iniziative dirette degli specialisti dei punti di vendita che possono sbizzarrirsi nel proporre piatti magari difficili per le masse, creando nel contempo un valore aggiunto alle proprie vendite. Dove questo non accade o solo in parte, si fanno spazio i prodotti di marche industriali: nella polleria sono quasi la totalità; nelle altre carni stanno cominciando a diffondersi.

### Prospettive

In un contesto di crescente concentrazione delle produzioni e generalizzazione dell'offerta nei prodotti industriali anche nel comparto dei freschi, una categoria trasversale come questa è una delle poche a dare ai distributori elementi significativi di differenziazione, con risultati tanto più significativi (in termini di esclusività e marginalità) quanto più i prodotti vengano preparati direttamente dal punto di vendita, che ha bisogno di poter disporre di personale ad alta specializzazione, in grado di assicurare un servizio di piena affidabilità e di adeguate dimensioni. ★

©MARK UP