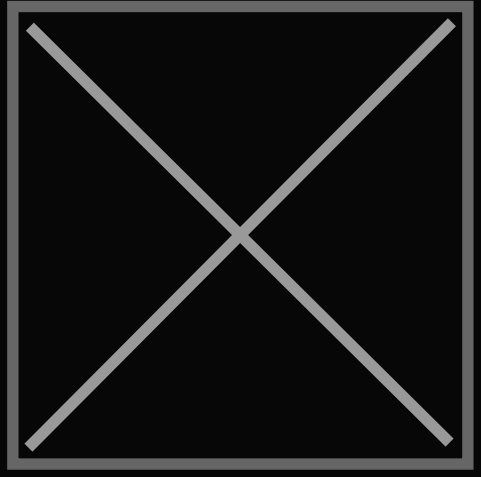
Elena Gritti, McCain: "Le Hamburgherie resistono bene alla crisi"

crunchy-petals-burger-9bcf3abd

Presente e futuro di hamburger e hamburgherie. Con una certezza: si tratta di un comparto in cui vale ancora la pena investire. Ne parliamo con Elena Gritti, Marketing Manager McCain Food Service Italia.

Come azienda specializzata, come vi muovete nel comparto delle hamburgherie?
"Con un occhio sempre attento nei confronti dei trend e dell'evoluzione del mercato, cercando di catturare le principali direttrici di sviluppo ed esigenze del comparto. Qualche esempio? Il boom di delivery e take away in epoca Covid (…e non solo), la crescente diffusione di proposte plant–based, la necessità di ampliare l'offerta veggie e infine la ricerca da parte del ristoratore di proposte distintive in grado di creare esperienze di consumo uniche e memorabili, oggi necessarie per attrarre il consumatore. Sono queste le direzioni in cui lavoriamo per offrire ai nostri clienti le giuste soluzioni in termini di prodotto, ma anche di occasioni e modalità di consumo. In McCain infatti supportiamo il nostro cliente nella creazione di valore per sua attività, con consulenza e ricerca continue. Oggi i nostri profili social e il sito web rappresentano una piattaforma attiva di condivisone di idee, proposte menù e ispirazioni, che, unite ad una squadra di consulenti McCain sul territorio, ci permette di essere un punto di riferimento e marchio trend setter per i professionisti della ristorazione".



Quali prodotti proponete per il settore?

"Partiamo da un presupposto importante: le patatine sono l'immancabile accompagnamento di qualsiasi tipo di burger e possono davvero fare la differenza per elevare il profilo della proposta. Ecco alcuni dei nostri prodotti più iconici:

*• **Crunchy Petals**: novità che ci sta dando grandissime soddisfazioni. La patatina autentica e invitante dalla forma ad S, con buccia dorata e rivestimento croccante, per un look artigianale e premium allo stesso tempo.*

*• **Crispers**: best seller tra le patatine innovative, un contorno rivoluzionario in grado di rilanciare il menù. La sua esclusiva forma a "V", la buccia invitante e il taglio ondulato conferiscono un tocco moderno, per piatti scenografici pronti da postare sui social network.*

*• **Surecrisp**: la gamma di patatine per la ristorazione che assicura una delivery senza compromessi. Piacere fino all'ultimo morso al ristorante o a casa ed extra gusto grazie al rivestimento croccante, disponibile in ben 6 tagli diversi, con e senza buccia.*

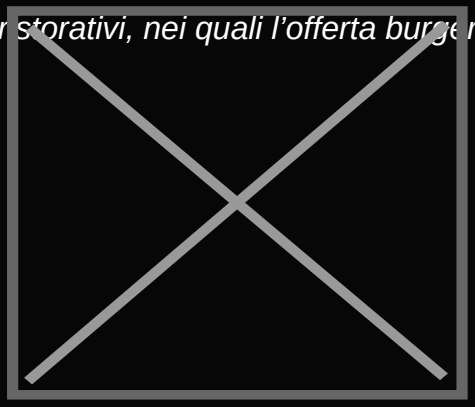
*• **Maxi Chips**: maxi fette di patate dal taglio sottile (3 mm) e dalla croccantezza estrema, da proporre come originale contorno accanto al burger della casa. Ottime da gustare sia calde che fredde".*

Quali sono gli altri accompagnementi ideali per l'hamburger ideale?

"Sul fronte appetizer, la gamma P!Ckers di McCain soddisfa tutti i palati e le proposte menù, con croccanti prodotti a base di verdure, formaggio e carne. Menzione speciale per gli anelli di cipolla, ingredienti ormai immancabili di burger di tendenza ispirati agli States o protagonisti di creative ricette locali. Quest'anno la categoria si arricchisce dei Mini Crispy Onion Rings: la versione "mini" degli iconici anelli. Un nuovo formato inedito e divertente, con una doppia panatura leggera ed extra croccante, che li rende ancora più sfiziosi ed adatti a delivery e asporto. Impossibile poi non citare gli Anelli di Cipolla Interi Pastellati alla Birra e gli Spicy dal formato premium e dal gusto inconfondibile".

Quali obiettivi di crescita vi date da qui a cinque anni?
"Questi due anni ci hanno insegnato che le previsioni a lungo termine sono spesso difficili da consolidare: oggi più che mai flessibilità e capacità di adattamento sono le parole d'ordine per numerosi settori, incluso quello food service. D'altro canto, guardando i nostri risultati oggi, possiamo con orgoglio affermare che le nostre vendite superano quelle del 2019 e la domanda di mercato continua a trainare la crescita della categoria".

Vi aspettate ancora una crescita del settore delle hamburgherie, considerando che il fenomeno è già consolidato?
"Crediamo che questo segmento sia uno dei più promettenti e dinamici, nonché uno dei pochi che meglio ha saputo resistere alla crisi. A livello ancora più generale, l'offerta burger si è guadagnata una share importante nell'out of home. Trovo molto rappresentativa la parola "evoluzione" che delinea un costante scenario di trasformazione del mercato, con continue contaminazioni e ibridazioni di format ristorativi, nei quali l'offerta burger risulta spesso un must have".



Attraverso quali leve è possibile ancora sviluppare questo comparto: c'è ancora un terreno 'vergine' da esplorare?
"Ne siamo assolatemene convinti. Come già menzionato, le leve più rilevanti sono:
• contorni innovativi a base di patate;
• in burger builders ovvero referenze che possono trasformarsi in ingredienti versatili e gustosi per comporre i burger ed aggiungere "strati di piacere" creando ricette innovative;
• soluzioni plant based e proposte adatte a menù vegetariani per soddisfare le nuove esigenze del

consumatore moderno;

• prodotti appositamente studiati per delivery e take away (patate, appetizer e snack)".