

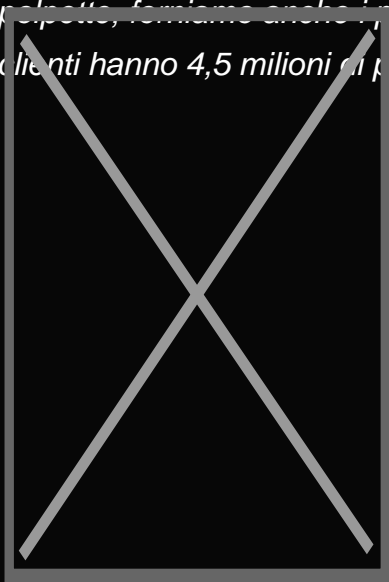
# Vion Food Service Italy, cresceremo nell'area Plant Based Burger

e25-greenheroes-homestyleburger-72dpi-rezept-2blau-innovationsfolder20-679df2b4

**Quanto e come crescerà il segmento dell'hamburger nei prossimi anni? Quali saranno prodotti e tipologie più gettonate? Ne parliamo con Anna Knipps, Head of Markets Italy di Vion Food Service Italy.**

**Come vi muovete nel comparto delle hamburgerie?**

*"Siamo specialisti per tutte le occasioni di consumo. All'interno del segmento ristorativo copriamo l'intera gamma di realtà ristorative: dai piccoli ai grandi ristoranti, dalle hamburger "premium" ai fast food. Per noi è sempre importante dare impulsi al mercato (ricette, ispirazioni, concetti). Oltre alle polpette, forniamo anche panini, le salse e i condimenti giusti per i nostri clienti. In totale, i nostri clienti hanno 4,5 milioni di possibilità per la creazione di hamburger di nuova generazione".*



**Quali prodotti proponete per il settore?**

*"Oltre ai classici hamburger di manzo, offriamo anche chik'n burger e burger vegani. Dagli hamburger esclusivi e individuali come (ad es. la nostra gamma di Homestyle Burger / Prime Cut Burger) alle*

*polpette precotte (Quick & Easy Burger). C'è il topping e gli accessori giusti per tutti (salse, condimenti, panini, confezioni per la consegna). Oltre agli hamburger, abbiamo anche i contorni e gli antipasti abbinati (ad esempio: bastoncini di mozzarella, anelli di cipolla, alette di pollo".*

**Quali obiettivi di crescita vi date da qui a cinque anni?**

*"Vogliamo crescere due volte più velocemente del mercato. Specialmente in Italia vediamo ancora un grande potenziale. L'hamburger continuerà ad affermarsi nel panorama gastronomico e porterà con sé molti nuovi consumatori e occasioni di consumo, soprattutto nelle aree vegetariane, vegane e vegetali".*

**Vi aspettate ancora una crescita del settore delle hamburgerie, considerando che il fenomeno è già consolidato?**

*"Per quanto ci riguarda, il mercato è tutt'altro che saturo. C'è ancora molto spazio per crescere. Sì, può darsi che l'area del Beef Burger sarà presto satura, ma l'area Plant Based Burger sta crescendo sempre di più e noi (Salomon Foodworld) abbiamo la forza di coprire bene tutte le aree".*



**Attraverso quali leve è possibile ancora sviluppare questo comparto: c'è**

**ancora un terreno 'vergine' da esplorare?**

*"Supportiamo i nostri partner nel coordinare in modo ottimale il servizio, specialmente nelle ore di punta, in modo che possano sfruttare al meglio la loro cucina e possano produrre il maggior numero possibile di hamburger nel minor tempo. Cerchiamo di offrire una perfetta alternativa surgelata al fresh burger. Pertanto, vediamo un ulteriore potenziale nell'area del prodotto artigianale/premium. Ad esempio il nostro Prime Cut Burger – un mix perfetto di tagli selezionati. Convince per la sua esclusività sul menu ed è ideale per la cottura al sangue/media. E naturalmente l'area vegetariana/vegana/vegetale offre ulteriori potenzialità".*