Hamburger Day: Cattel punta sulle private label

562d9999-408e-461e-bdd7-e257b07223bf

Per Cattel la carne rappresenta una delle categorie più importanti dell’assortimento. Lo dimostra il ruolo delle private label nel comparto carne: Valdora Selezione, Valdora e Scottona Braslavia sono i marchi con cui il distributore veneto presidia la categoria, assicurando controlli rigorosi e standard qualitativi elevati. A queste si affianca oggi anche diGIA', private label che comprende una linea di hamburger e polpette sviluppata con le stesse ricette delle altre linee , quindi con un profilo qualitativo elevato, ma con una maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo, leva oggi particolarmente importante per il mercato.

Focus sulle private label

Proprio attraverso queste linee a marchio proprio, sviluppa non solo tagli selezionati, ma anche servizi come porzionatura e produzione di hamburger, salsicce, polpette e altre preparazioni, con la possibilità di personalizzare alcune ricette in base alle richieste dei clienti. Sul fronte prodotto, l’offerta a marchio comprende oggi, tra fresco e gelo, 40 articoli tra hamburger e polpette.

Si tratta di un assortimento ampio, sviluppato per rispondere a esigenze diverse del fuoricasa, con referenze che variano per diametro, spessore, grammatura e ricetta. L’offerta si articola in proposte di bovino, scottone, bovino-suino e pollo , a cui si affiancano referenze di razza come Angus, Fassone Piemontese e Chianina. Tra i formati più attuali si inserisce anche lo smash burger, oggi tra i più richiesti dal mercato. La categoria, però, non si esaurisce nella proteina.

L’approccio di Cattel punta su una logica di offerta completa e articolata, in cui il burger viene costruito anche come servizio: accanto alla parte carne trovano spazio burger di pesce, di pollo e vegani, ma soprattutto bun pretagliati, formaggi e bacon già affettati, condimenti dal profilo deciso, marinature dedicate e soluzioni di packaging per il takeaway e l’asporto , sempre più rilevanti per una proposta che deve essere pratica, riconoscibile e coerente anche fuori dal consumo al tavolo. La forza di questa impostazione sta nella capacità di leggere l’hamburger non come singolo prodotto, ma come

categoria completa .

Il burger sempre più importante nel fuori casa

Il 28 maggio, in occasione dell’Hamburger Day, Cattel porta l’attenzione su una categoria che nel fuoricasa ha da tempo superato i confini del classico panino da pub. Oggi l’hamburger è una proposta trasversale, capace di parlare a bar, chioschi, locali serali, catering e ristorazione veloce, e di intercettare occasioni di consumo diverse, dalla grigliata stagionale al take away, dallo street food ai piatti gourmet. In questo scenario, il burger si conferma una leva sempre più strategica per gli operatori del settore, perché consente di costruire un’offerta riconoscibile, veloce da gestire e adatta a format diversi. Ma è anche una categoria in forte evoluzione, nella quale contano sempre di più ampiezza di assortimento, flessibilità, coerenza qualitativa e capacità di intercettare tempestivamente le tendenze del mercato .

Quote

L’hamburger oggi è una categoria molto più ampia e dinamica rispetto al passato: non conta solo la carne, ma la capacità di offrire soluzioni diverse per grammature, ricette, formati e posizionamento prezzo, rispondendo in modo puntuale alle esigenze dei vari locali. In una fase in cui il comparto bovino resta condizionato da prezzi elevati, consumi rallentati e margini compressi, diventa essenziale lavorare su resa, rotazione e controllo del food cost. Per questo Cattel continua ad ampliare e affinare la propria proposta mantenendo qualità e servizio, ma con un’attenzione sempre più precisa anche alla sostenibilità economica dell’offerta.

Simone Fantato, Category Manager carne di Cattel