

le magazine de la Vente à Emporter et de la Restauration de Proximité

À chacun sa pause

Gourmande!



Nouvelle Gamme Snacking...

Stop rayon



Gammes



Display



Et d'autres outils d'aide à la vente sur simple demande



7,50€

Produits commercialisés par SEPAL - Tel : 02 43 67 94 89

#Salon

Spécial Sirha
du 22 au 26 janvier 2011
Les nouveautés



L'énergie est dans la pomme

Les Jardins de l'Orbrie lancent Be Fizz, une nouvelle réinterprétation du jus de pomme qui cible directement les jeunes (cible 15-35 ans) avec une boisson 100% pur fruits pressés, 100% naturelle et 100% originale. Une boisson originale et gazéifiée qui sort de la consommation traditionnelle du jus de pomme. 3 références intitulées Dyonisos, Eden Power et Lips-tick seront à découvrir au Sirha.

(Les Jardins de l'Orbrie - stand 1B45)



Vous en serez Baba

La Cigale présente son baba carré qui réinterprète le dessert introduit en France par Stanislas Leszowski, roi de Pologne. Depuis quelques mois, ce dessert rétro est à nouveau au goût du jour avec un « look » au carré, idéal pour apporter une touche de modernité aux préparations.

Très pratiques d'utilisation, les babas sont livrés surgelés, déjà imbibés de rhum. Ils sont ainsi prêts à être décorés et sont accompagnés de caissettes noires, très actuelles pour la présentation en vitrine.

(La Cigale - stand 6D79).

Optimisez la visibilité de votre marque avec Duni

Nous savons à quel point la visibilité d'une marque est importante. Pour vous différencier de vos concurrents, Duni vous propose des solutions d'emballage personnalisées, avec la présence de votre logo ou message, gaufré ou imprimé sur le contenant, ou le développement d'un emballage unique sur-mesure. Renforcez ainsi votre image de marque avec Duni comme principal partenaire.

N'hésitez pas à nous consulter pour que nous vous exposions les différentes possibilités qui s'offrent à vous en termes de personnalisation.

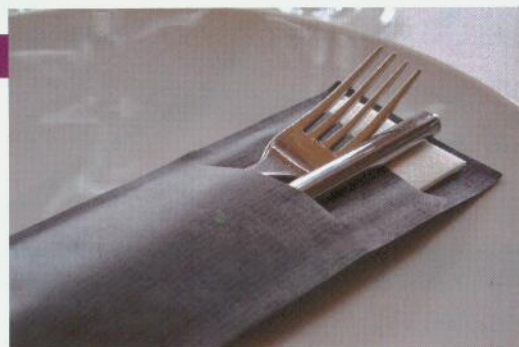
Duni au Sirha, Stand 6.J.34
Site Internet: www.duni.com
Contact: 04 79 68 50 00



Un 2 en 1 chez Duni

Le Sacchetto est l'une des récentes innovations de Duni : une pochette papier contenant une serviette ouate ou Airlaid, dans laquelle les couverts peuvent être glissés. Le Sacchetto peut être préparé à l'avance, permettant de gagner du temps lors du dressage des tables. Un nouveau format fait son entrée dans la gamme, le Sacchetto Slim, qui combine tous les avantages du Sacchetto traditionnel dans une version plus fine (7x23 cm) avec une serviette Airlaid de 20x40 cm.

(Duni - stand C225)



Le bonheur via Minigel

Codigel présente son nouveau dispenser à glace. Signé Ugolini, sa petite taille et son design en font un produit demandé par les petits points de vente et les offres de VAE. Elle se déclinera en trois couleurs et proposera des déclinaisons une, deux et trois cuves... la glace s'emporte !

(Codigel - stand 8E72)

La vitrine s'ouvre à l'envi(e)



La restauration rapide est en plein essor. Le nombre des points de vente explose. L'offre se fait plus qualitative, plus travaillée et le consommateur attend des produits toujours plus frais. Oui mais encore faut-il que ces produits soient valorisés grâce à une belle présentation et présentés dans le respect des normes d'hygiène et de la chaîne du froid ou du chaud. Autrement dit, la vitrine doit être à la hauteur de cette offre produit.

Le consommateur aime faire du lèche-vitrine. Cela est vrai pour la mode, mais ça l'est aussi, voire surtout, en matière de restauration rapide. En effet, ainsi que nous le rappelons régulièrement la pause du midi est courte, aussi le consommateur veut-il se faire plaisir. Si dans la restauration traditionnelle la mise en appétit passe par la lecture du menu où le nom du plat doit éveiller le désir de le goûter, en matière de restauration rapide, tout doit aller vite. Et là le moyen le plus efficace pour créer cette envie, c'est de voir le produit. Celui-ci se doit donc d'être appétissant, séduisant et doit donc être mis en valeur dans une vitrine et non être caché derrière un comptoir opaque ou dans des réfrigérateurs en cuisine.

La multiplication des vitrines

Les ventes de vitrines s'accroissent. En effet, la multiplication des points de vente de restauration rapide entraîne mathématiquement un développement du nombre des vitrines. Mais pas seulement. En effet, avec l'expansion

du nomadisme, le consommateur s'attend de plus en plus à trouver partout une offre de boisson fraîche ou de snacking. « Les habitudes de consommation ont évolué, et nous n'accordons plus la même importance au déjeuner et au dîner, d'où l'importance



d'une proposition de snacking à toute heure et en tous lieux grâce à l'implantation de vitrines » rappelle Caroline Marguet, la responsable marketing de Codigel. Ikea, la célèbre enseigne de meubles à la suédoise, a été l'un des précurseurs en termes d'offres d'alimentation comme complément d'activité. Aujourd'hui tout le monde s'y met afin de retenir un maximum le client dans sa boutique et pour changer un simple acte d'achat en une nouvelle expérience... le conduisant à augmenter son panier moyen. Et pour le retenir, il faut qu'il trouve sur place au moins de quoi se rafraîchir. C'est ainsi que lors de sa réouverture le Lafayette Maison avait intégré au rez-de-chaussée du magasin des vitrines de snacking. Et que Mag'Presse City a implanté un module de restauration rapide utilisant les offres snacking du grossiste en produits frais Bergam's au sein de