

Focus Nov 2009

Legumele, mereu surprinzatoare

de Catalina Matei (catalina.matei@cmgromania.ro)

Atributele legumelor congelate, care tin atat de continutul de vitamine si minerale bine conservate prin congelare, cat si de timpul redus de preparare, nu mai sunt o necunoscuta pentru clientii profesionali. Ca urmare, in ultimii ani, marea majoritate a jucatorilor internationali ai acestei pietee au fost prezenti in meniurile restaurantelor.

Desi sunt culese in cea mai buna perioada de recoltare, legumele proaspete isi pot pierde multe dintre vitaminele si mineralele pe care le contin in timpul calatoriei lor pana pe masa bucatarului. Valoarea nutritiva a legumelor congelate este foarte bine conservata, intrucat timpul de la recoltare pana la congelare este minim, mai precis dureaza cateva ore. Astfel, oricat de paradoxal ar suna, este posibil ca uneori valoarea nutritiva a legumelor proaspete sa fie mai mica decat cea a celor congelate.

De asemenea, disponibilitatea pe toata perioada anului, oferta variata de monovegetale si amestecuri de legume si fructe, economia de energie, cat si cea de timp atunci cand sunt preparate, la care se adauga si eliminarea pierderilor, calitatea constanta garantata, riscuri bacteriologice foarte mici, reprezinta tot atatea avantaje pe care le aduc legumele congelate, in detrimentul legumelor proaspete in bucataria clientilor profesionali.

Toate acestea sunt un plus pentru restauratori, un avantaj pe care l-au constientizat, iar cererea lor a determinat o ascensiune a legumelor congelate pe segmentul horeca in ultimii ani. Piata totala (retail&horeca) a legumelor congelate a avut un trend ascendent in prima jumatate a anului, avand o oarecare stagnare in cea de-a doua jumatate. Clientii horeca sunt destul de diferiti, iar produsele sunt directionate diferit, spre exemplu produsele de baza sunt destinate consumurilor colective (cantine), iar mixurile complexe si produsele speciale sunt destinate restaurantelor?, precizeaza Ana Popa, marketing manager, Agroalim Distribution, companie ce ofera pe acest segment brandul Casa țaraneasca, marca singurului producator de legume congelate din Romania, Frigorifer SA Tulcea (companie din acelasi grup), dar si brandurile Greens - Belgia, Hortex- Polonia, Daucy - Ungaria/Polonia.

Principii de achizitie

In general, se remarca un interes crescut al clientului profesional pentru consumul de congelate, datorita, in principal, avantajelor mentionate la inceputul articolului. De asemenea, aderarea la Uniunea Europeana, care a presupus si o circulatie libera a romanilor pe teritoriul Europei de Vest, a reprezentat momentul in care a inceput sa se simta rezultatul interferentei cu alte culturi gastronomice, romanii imprumutand usor din obiceiurile culinare ale altor tari, dupa cum ne-a precizat si Ana Popa, marketing manager, Agroalim Distribution. Desigur, in tarile europene dezvoltate, consumul de legume, in general, este mult mai ridicat, si, ca atare, si consumul de legume congelate este mai mare.

Totodata, in Europa de Vest, consumul de legume congelate este diferit, au trecut alte tipuri de legume, multe mixuri gata pregatite. In Romania se poate vorbi de o diferentiere a consumului intre clientii profesionali, in functie de specificul locatiei. Ca generalitate, din pacate, exista inca cerere determinata de principiul reducerii costului pe meniu, independent de politica restaurantului. Mai mult, in anumite situatii (si nu rar intalnite) exista o discrepanta intre imaginea de 5 stele a locatiei si produsele de calitate inferioara achizitionate pentru prepararea retetelor din meniu. Facand abstractie de aceste exceptii, in ultimele luni, ca urmare a perioadei pe care o traversam in economie, s-a

observat ca se diferentiaza un segment de consumatori horeca orientat spre economii.

In alta ordine de idei, in perioadele de post sau cele de sezon estival, se inregistreaza de catre furnizori un consum crescut de legume congelate. Obisnuitele de consum sunt in schimbare si observam o tendinta de orientare dinspre categoria legume uscate (conserve) catre cea de congelate, care ofera o gama suficient de mare cu legume specifice. Romanii sunt curiosi, testeaza retete si produse noi, insa acomodarea si fidelizarea se formeaza treptat si trebuie sustinute prin actiuni specifice?, precizeaza Monica Rosu, marketing manager, Bonduelle, companie care ofera pentru horeca o gama de legume congelate la o calitate garantata.

Asa cum mentiona si marketing managerul companiei Bonduelle, furnizorii sustin acomodarea si fidelizarea consumatorilor horeca de legume congelate prin actiuni specifice, precum organizarea unor training-uri pentru clienti, impreuna cu un consultant culinar, pentru o mai buna cunoastere a avantajelor competitive pe care le ofera produsele oferite, publicarea unor cataloage de prezentarea a gamelor de produse, adaugand sugestii profesionale cat mai corecte pentru afacerea lor si cat mai atractive pentru meniurile lor, oferte speciale pliate pe specificul clientului de horeca, tinand cont si de sezonabilitate, adaptarea gamei de produse in functie de cerintele clientilor si trendurile la nivel mondial. De asemenea, furnizorii incurajeaza comunicarea intre bucatarii profesionisti, directorii de achizitie si toti cei implicati in acest sistem prin organizarea de prezentari culinare cu tematici diferite (produse noi, retete specifice, meniuri de primavara/toamna etc.), sponsorizarea de scoli de bucatari, sustinerea financiara a participarii unor bucatari la concursurile internationale, formarea de seminarii know how intre bucatari pentru impartasirea experientelor, oferirea de premii si participari la traininguri internationale.

Ardo efectueaza, prin intermediul partenerilor sai, cu regularitate, promotii cu gratuitate destinate clientilor horeca, cat si promotii de pret, scopul nostru fiind de a promova produsele noastre catre clientii care inca nu le utilizeaza dar, in acelasi timp, reprezinta si un mod de a recompensa actualii nostri clienti. Pe termen scurt urmarim pe cat posibil sa fim o structura cat mai flexibila si care sa se adapteze cat mai bine nevoilor clientului?, completeaza in acest sens Andrei Costache, sales manager pe Romania a grupului belgian Ardo, care ofera clientilor din zona horeca o gama vasta de produse congelate structurata astfel: Classics - monovegetale si amestecuri clasice, Express - articole cu grad avansat de preparare, Les Fruits - fructe si amestecuri de fructe, A Table - articole gata preparate ce necesita doar incalzire/decongelare, Bio - monovegetale si amestecuri de provenienta organica. Ultimul an a adus imbogatirea ofertei Ardo pe urmatoarele categorii: Express - cartofi prefieriti congelati (natur) disponibili in prezentari si soiuri diferite, Les Fruits - piureuri de fructe in portii de 7g, Les Tapas - burgeri vegetali, legume pane.

Viitorul este de partea noastra

Evolutia segmentului de legume congelate pe horeca a fost oarecum mai lenta decat cea din piata retailului, s insa rezultatele s-au dovedit a fi bune in ultimii ani. Din pacate, consumul de legume congelate s-a redus semnificativ datorita situatiei economice dificile pe care o traverseaza tara noastra.

Pentru a contracara acest efect, furnizorii vin in intmpinarea clientilor cu programe speciale, adaptate la schimbarile pietei, a caror constanta este flexibilitatea si fidelizarea clientului.

Ingrijorator este insa faptul ca odata cu accentuarea crizei financiare, o mare parte dintre operatorii horeca decid sa utilizeze produse de calitate inferioara care nu au nicio legatura cu produsele sanatoase. Totul depinde de capacitatea fiecaruia de a se adapta noilor conditii ale pietei, fara a uita in sa ca viitorul este de partea noastra, avand in vedere ca nu s-a atins inca nici nivelul de consum din restul tarilor din Vest. Timpul va face curatenie in acest sector si numai cei care sunt corecti cu consumatorii vor ramane in piata!?, este parerea lui Cristi Boteanu, marketing & business de

velopment manager food service division, Nordic Impex SRL, companie ce vine in intampinarea profesionistilor din acest sector cu o gama larga de produse in diferite forme, amestecuri, ambalaje si servicii. Nordic Food Service distribuie in horeca pe acest segment marcile Poltino si Fritar din Polonia si marca Scandic din Danemarca.