

## SPECIALE | IV GAMMA

● MERCATO IN FORTE CRESCITA ANCHE NEL 2017

# Continua il trend positivo per le vendite della IV gamma

**L'**ultimo Rapporto Nomi-sma-Unapra sulla competitività del settore ortofrutticolo italiano lo ha etichettato come un caso di successo *win-win* per tutti gli attori della filiera. Con soli vincitori, dunque, e nessun perdente sul campo.

Il riferimento è ai prodotti della IV gamma, un segmento che ha assunto ormai una dimensione di rilievo nel settore ortofrutticolo italiano ed europeo, costituito da frutta e ortaggi imbustati e pronti per l'uso.

Il caso tipico è quello delle insalate tagliate, lavate e confezionate che da sole intercettano circa tre quarti del fatturato del settore. Ma nella IV gamma ci sono anche carote, funghi, spinaci, cavoli e bietole, in vassoio o insacchettate, e qualche frutto, sezionato e confezionato, con mele e uva che rappresentano, a oggi, i prodotti di punta.

**Un mercato che, partendo da una dimensione di nicchia, è arrivato in 15 anni a sfiorare un giro d'affari vicino al miliardo di euro ai prezzi al consumo, per il 98% riconducibile agli ortaggi e per il 2% alla frutta.**

## L'analisi di Aiipa

Stando ai dati di Aiipa, l'Associazione italiana industrie prodotti alimentari, basati sulle rilevazioni di mercato Nielsen, **il 2017 è stato un anno di crescita vigorosa per il mercato italiano della IV gamma, con un aumento delle vendite del 4,8% a volume e del 5,2% in valore rispetto all'anno precedente.**

Dodici mesi che hanno lasciato in eredità anche **una crescita del numero degli acquirenti, arrivato a 19,4 milioni di famiglie**, la cui frequenza d'acquisto è tra l'altro ulteriormente aumentata.

Quello della IV gamma è un comparto che ha assunto un ruolo centrale nel sistema ortofrutticolo italiano, strutturato secondo una logica di filiera corta e fortemente integrata.

La platea dei produttori è co-

stituita, basandosi ancora sui dati Aiipa, da **oltre 2.000 imprese agricole, associate in gran parte a organizzazioni dei produttori (op), e da circa 200 preparatori industriali per lo più di piccole dimensioni.**

Il segmento ha assunto un ruolo centrale nel sistema ortofrutticolo italiano, strutturato secondo una logica di filiera corta e fortemente integrata. Fatturato verso 1 miliardo di euro nel 2017, per tre quarti imputabile alle insalate

stituita, basandosi ancora sui dati Aiipa, da **oltre 2.000 imprese agricole, associate in gran parte a organizzazioni dei produttori (op), e da circa 200 preparatori industriali per lo più di piccole dimensioni.**

Il ruolo prevalente della grande distribuzione, a valle della filiera, riduce al minimo i passaggi e il numero degli intermediari, favorendo una più equa ripartizione dei ricavi lungo la catena del valore, a differenza di quanto rilevato per gli ortofrutticoli freschi indifferenziati (quelli di I gamma).

A crescere comunque è anche il fatturato di altri canali, in particolare dell'Horeca (hotel, ristoranti e catering), come evidenziato in occasione dell'ultimo appuntamento di Macfrut, rassegna che ai prodotti di IV gamma ha dedicato diverse iniziative.

Sul circuito europeo della IV gamma, in forte evoluzione anche nelle proiezioni di medio termine, il mercato italiano è tra i più rilevanti.

Guardando i principali Paesi, la quo-

ta tricolore, in termini di giro d'affari, è seconda solo a quella del Regno Unito, ma ben più elevata rispetto quella francese, spagnola e tedesca.

Se si guarda al consumo pro capite, l'Italia è prima nella classifica delle Nazioni considerate, con oltre 1,6 kg acquistati in media ogni anno. Seguono il Regno Unito e la Spagna, a pari merito con 1,48 kg/persona, e la Francia con 1,4 kg. Fanalino di coda la Germania, dove insalate e altri prodotti pronti per l'uso, anche per ragioni legate al prezzo, non hanno riscosso lo stesso successo riscontrato nei Paesi partner.

Tra le diverse referenze, secondo le rilevazioni di mercato di Iri Foscan Censur aggiornate a febbraio 2018, nella grande distribuzione «tirano» soprattutto le vendite di insalate arricchite, che su base annua avanzano a tassi a doppia cifra (+25,8% in valore; +15,8% a volume).

Restano al palo le verdure lavate e imbustate da cuocere (+0,2% il fatturato nel dato annualizzato a febbraio 2018).

Le insalate monotipo, soprattutto le tenere, crescono a tassi più sostenuti di quelle miste. Mentre per la V gamma, segmento costituito da prodotti già cotti (prevalentemente verdure), i dati di vendita restituiscono una crescita del 3,1% in valore, la stessa rilevata per i prodotti di IV gamma, ma più frenata a volume (+1%, contro un più 2,4%).

**Punto di forza sono l'italianità e la tracciabilità**, secondo l'indagine dell'Università Cattolica di Piacenza. Due caratteristiche che i consumatori riconoscono agli ortaggi lavati e imbustati, di cui non sembrano però coglierne appieno le proposte e i contenuti innovativi. **A.Red.**

## Consumo annuo pro capite prodotti IV gamma

