

Il trend è positivo Ora va consolidato

L'ingresso di nuove imprese nel settore impone di rafforzare i rapporti con canali innovativi come Horeca e vending

[DI DARIO CASATI, LUCIA BALDI*]

La crescita del comparto della IV gamma, dopo anni di incremento a tassi di due cifre, nell'ultimo biennio ha mostrato, per la prima volta nella sua breve storia, qualche rallentamento.

In realtà il comparto ha proseguito il suo percorso di crescita e di razionalizzazione e continua la comparsa di numerosi nuovi entranti attirati da una remuneratività che, sinora, è stata elevata. L'afflusso di nuovi soggetti, unito agli inevitabili processi di aggregazione e di competizione di tipo orizzontale, oltre che di tipo verticale con la distribuzione, pone molti problemi resi più acuti dalla crisi. Si pone con forte intensità il problema del rafforzamento dei rapporti con i canali distributivi più innovativi come quello *horeca* e il *vending*, dove si aprono spazi importanti che possono essere adeguatamente sfruttati con una significativa acquisizione di valore aggiunto che al momento sfugge.

Si pongono inoltre problemi rilevanti per quanto riguarda il quadro normativo e di formazione degli standard commerciali e igienico-sanitari dei prodotti.

[PRODUZIONE E TERRITORIO]

Attualmente non esistono informazioni ufficiali sulle superfici investite a IV gamma nel territorio nazionale ed è necessario riferirsi alle organizzazioni di produttori per avere delle stime.

In base alle indicazioni fornite dalla Aop UnoLombardia (principale società consortile di Op di IV gamma) la superficie utilizzata raggiunge i 6.500 ettari, per lo più in serra, e presenta una media, sulla stessa superficie, di 5-6 cicli all'anno. La regione dove è maggiormente concentrata la produzione è la Lombardia, con il 31% degli ettari, a cui segue la Campania (30%), il Veneto (11%) e la Toscana (8%). Le province dove si raggiunge la maggior parte della produzione sono Bergamo e Brescia, seguite in misura minore da Salerno. Tali zone costituiscono dei veri e propri poli produttivi agricoli (fig. 1).

Sono presenti circa 450 aziende produttrici, mentre la trasfor-



Mercato 2009

700 (mln €)

Vendite in valore

146 (000 t)

Vendite in volume

7,79 (€/kg)

Prezzo medio

Quarta gamma in Italia

6.500 (ha)

Superficie

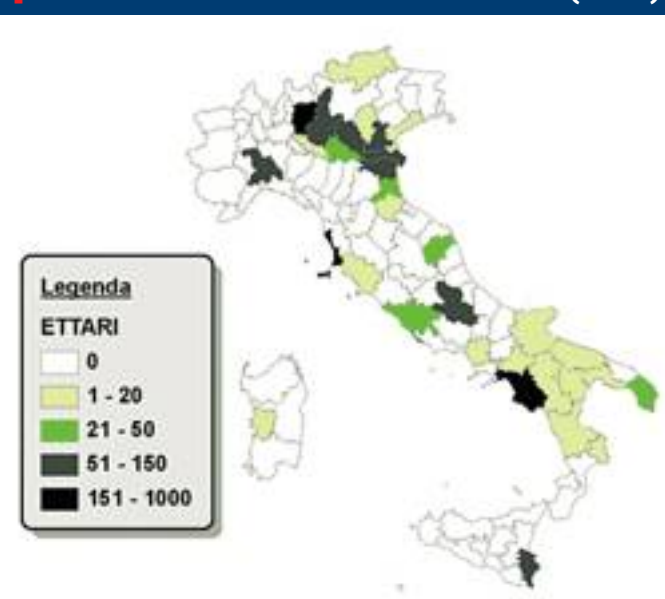
450 (n.)

Aziende produttrici

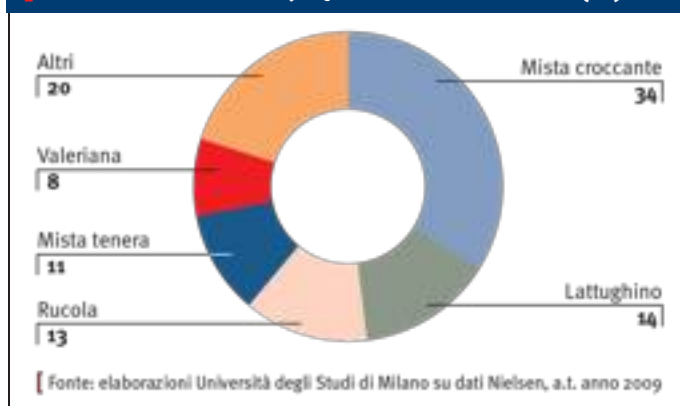
85 (n.)

Aziende
di trasformazione

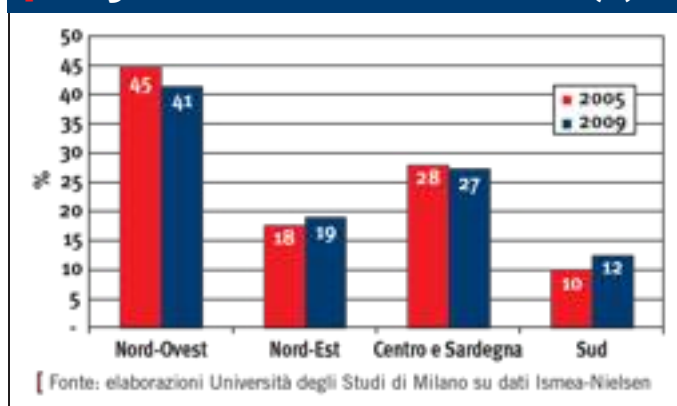
[FIG. 1 - SUPERFICI PER LA IV GAMMA (2008)]



[FIG. 2 - INSALATE, QUOTE DI VENDITA (%)]



[FIG. 3 - VENDITE PER AREA GEOGRAFICA (%)]



mazione viene realizzata da circa 80 imprese. In realtà tale distinzione non è sempre così netta dal momento che spesso le imprese trasformatrici operano anche con coltivazioni autonome, oltre che attraverso specifici contratti con i produttori stessi.

Leader del settore è **La Linea Verde**, che nel 2008 ha fatturato 164 milioni di euro, sia con i marchi della grande distribuzione sia con il proprio brand Dimmidisi. Ad essa appartengono 5 siti produttivi, 2 aziende agricole, una società di trasporti refrigerati per un totale di oltre 1.000 addetti. Interagiscono inoltre altre 350 aziende orticole distribuite su tutto il territorio nazionale. Subito di seguito si trova **Bonduelle**, con 140 milioni di euro realizzati nel business insalate di IV gamma. L'azienda è leader di marca con una quota che si avvicina al 20% essendo una delle poche che ha introdotto nel mercato un brand forte e riconoscibile. Bonduelle e La Linea Verde assieme detengono il 50% del fatturato totale.

Nell'arco di un ventennio il settore della IV gamma ha attivato un indotto significativo, principalmente nell'industria sementiera, in quella delle macchine per l'industria alimentare e nel confezionamento.

[LE IMPRESE]

Tra le principali imprese che hanno sviluppato varietà di ortaggi con caratteristiche ottimali per la trasformazione in minima lavorazione si annoverano l'olandese Enza Zaden, concentrata nei pomodori cocktail e nelle lattughe *baby leaf*; la Rijk Zwaan, che dispone di una gamma specifica di varietà di insalate con facile separazione delle foglie ed elevata *shelf life*; la Syngenta Seed, che offre un'ampia gamma con lattughe di varietà multi-foglia e infine la Nunhems, con una particolare varietà di pomodoro ideale per insalate di IV gamma.

Tra le aziende che producono macchine da industria, si trova la F.lli Cappiello, concentrata sul miglioramento della fase dell'asciugatura, la Gna, che punta sul risparmio energe-

tico di tutta la linea produttiva e la Tecnoceam, che offre detorsolatrici-spicchiatrici per risparmiare sui costi della manodopera.

[IL MERCATO IN CALO IN TEMPI DI CRISI]

Il mercato della IV gamma negli ultimi dieci anni è cresciuto a ritmi incessanti e l'Italia attualmente è il secondo mercato europeo dopo il Regno Unito. Solo nel 2008, per la prima volta si è registrata un'inversione di tendenza, seppur contenuta (-1,4% in quantità e -3,8% in valore - fonte: Ismea-Nielsen), che ha generato reazioni diverse tra i competitors costringendo non solo a rivedere le politiche commerciali e di prezzo, ma anche accelerando i progetti di partnership con le catene distributive. Tuttavia nell'anno successivo il mercato ha registrato una ripresa: in termini di valore si è avuto un aumento del 5,8% raggiungendo i 700 milioni di euro nel 2009, mentre in quantità sono state vendute 146mila tonnellate con un incremento dell'11% rispetto al 2008.

Le motivazioni di questo rallentamento sono molteplici e determinate sia da fattori esogeni, come la crisi finanziaria mondiale, sia da fattori endogeni, relativi alla razionalizzazione dell'intera filiera.

È facile, ad esempio, che la crisi economica abbia direzionato l'attenzione dei consumatori verso prodotti simili a costi minori.

Dalla tab. 1, che riporta le variazioni percentuali dal 2005 al 2009, si

nota che a fronte di una diminuzione nelle vendite di IV gamma durante il 2008, si registra una ripresa negli ortaggi freschi e surgelati. Anche se il fattore prezzo risulta poco significativo come causa di non acquisto presso diverse ricerche di marketing, è plausibile che una quota di consumatori si sia comunque rivolta al prodotto di I gamma in periodo di crisi.

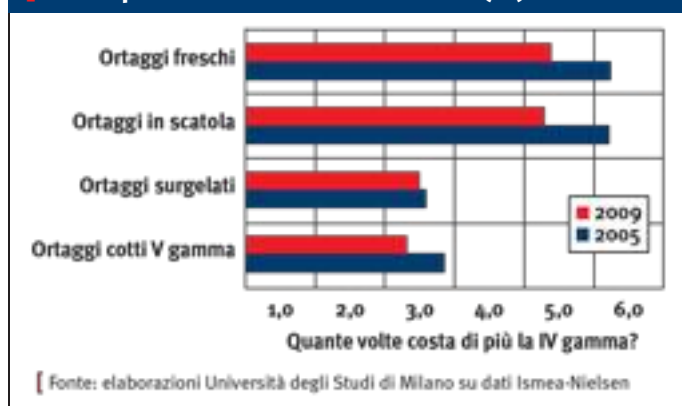
Ciò nondimeno, nell'anno successivo, gli ortaggi freschi confezionati pronti all'uso hanno nuovamente registrato ottime performance, sia in termini di quantità vendute che in valore, segnale, questo,

[TAB. 1 - VENDITE IN ITALIA, VARIAZIONI (%)]

	2006-05	2007-06	2008-07	2009-08
IN QUANTITÀ				
ortaggi IV gamma	25,1	7,2	-1,4	10,9
ortaggi cotti V gamma	29,4	2,7	16,4	-0,4
ortaggi freschi	0,7	-3,8	0,2	-1,3
ortaggi in scatola	-2,6	-1,1	0,4	3,4
ortaggi surgelati	5,1	0,5	2,2	3,2
ortaggi cotti	-5,6	5,6	4,3	-2,4
IN VALORE				
ortaggi IV gamma	25,1	7,4	-3,8	5,8
ortaggi cotti V gamma	35,5	8,9	24,3	-3,5
ortaggi freschi	3,8	-2,1	-0,9	6,1
ortaggi in scatola	-0,6	1,4	7,8	4,2
ortaggi surgelati	6,4	0,3	2,6	-1,9
ortaggi cotti	-0,5	5,5	8,1	1,1

Fonte: elaborazioni Università degli studi di Milano su dati Ismea-Nielsen

FIG. 4 - PREZZI A CONFRONTO (%)



che dimostra come in realtà il settore sia stato elastico e capace di rispondere prontamente alle intemperanze del mercato.

Il mercato della IV gamma, nel 2009, è rappresentato per l'86% dalle insalate, mentre alle verdure da cuocere, alle *crudité* e alle ciotole con condimento spetta il 9%, il 4% e il 2% rispettivamente. All'interno delle insalate la quota maggiore è rappresentata dalle miste croccanti (34%), anche se le "mono" quali la rucola, il lattughino e la valeriana rappresentano assieme il 35% e costituiscono il segmento più dinamico degli ultimi anni (Fig. 2).

La domanda è prevalentemente concentrata nel Nord-Ovest (Fig. 3), dove si registra il 41% delle vendite in valore (e il 40% in quantità) mentre è ancora poco sviluppata nel Sud, con il 12% (13% in quantità). Negli ultimi anni tuttavia nelle regioni meridionali si sta registrando un aumento della quota sia in quantità che in valore.

Secondo le informazioni di Ismea-Nielsen la quota dei prodotti di IV gamma sul totale dei consumi di ortaggi nel 2009 è pari al 2,7% in volume e all'8,7% in valore. A ciò si aggiunga che rispetto al 2005 l'importanza di questi prodotti è in aumento.

SI RIDUCE LA DIFFERENZA DI PREZZO

Mediamente un'insalata lavata e confezionata pronta all'uso costa 6 volte di più del corrispettivo prodotto di I gamma e i prezzi risultano più elevati anche rispetto agli altri prodotti orticoli.

In base a elaborazioni svolte con i dati Ismea-Nielsen risulta, ad esempio, che mediamente la IV gamma viene pagata 4,4 volte di più degli ortaggi freschi o in scatola e 2,5 volte in più degli ortaggi surgelati (fig. 4). Tuttavia negli ultimi 5 anni il differenziale di prezzo tende a ridursi per tutte le categorie, in particolare rispetto agli ortaggi freschi.

Pur considerando che i prezzi elevati non si ritrovano tra le princi-

TAB. 2 - PREZZI MEDI DELLA IV GAMMA

	2009 (€)	VAR. 2009-05 (%)
Ipermercati	7,83	-8
Supermercati	8,16	-4
Hard discount	5,61	-7
Libero servizio	7,82	-12
Altri	8,62	1
Totale Italia	7,79	-7

Fonte: elaborazioni Università degli Studi di Milano su dati Ismea-Nielsen

agricola italiana
Seminatrici pneumatiche di precisione

Seminatrice meccanica per ortaggi AI-420 con microgranulatore

Seminatrice pneumatica per ortaggi SN-I-130

Seminatrice pneumatica per ortaggi SNT-2-110

Motocoltivatore per semina pneumatica 815 su serra

Seminatrice pneumatica per ortaggi SNA-2-260

Agricola Italiana S.p.A.
Via Dell'Artigianato, 9 • 35010 Massanzago (PD)
Tel. +39 049 5797533 • Fax +39 049 5797756
E-mail: agricola@agricola.it
www.agricola.it • www.agricolaitaliana.it
www.agricolaitaliana.us • www.agricolaitaliana.com

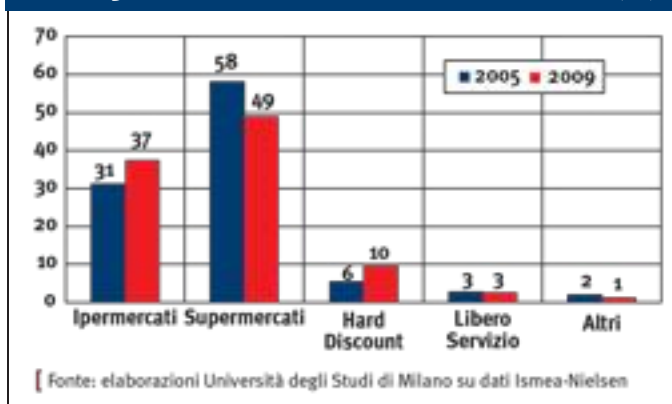
pali cause di "non acquisto", tuttavia in seguito alla recente battuta d'arresto del mercato i produttori e i distributori sono intervenuti in modo deciso sulla leva prezzo. Ne è prova la diminuzione registrata negli ultimi due anni: dal 2007 al 2009 si è passati da un prezzo medio pari a 8,38 €/kg a 7,79 €/kg.

I prezzi della IV gamma mostrano un'ulteriore particolarità rappresentata dalla forte differenziazione geografica. Se il consumatore del Nord-Ovest paga mediamente 8 €/kg per l'acquisto di un prodotto di IV gamma, al Sud tale cifra scende di 70 centesimi; anche in questo caso tuttavia le differenze nel tempo tendono ad attenuarsi: solo nel 2005 la differenza tra le due aree raggiungeva 1,5 €/kg.

[LA DISTRIBUZIONE

Circa l'86% delle vendite di prodotti di IV gamma nel 2009 sono passate attraverso iper e supermercati e il restante dagli hard-discount e dai liberi servizi (Fig. 5). Ciò nonostante l'analisi degli ultimi 5 anni mostra interessanti variazioni. In termini di peso percentuale, difatti, si assiste a un aumento progressivo dell'importanza degli

[FIG. 5 - QUOTE DI VENDITA PER CANALE (%)



ipermercati e, degli hard discount, a scapito dei supermercati, che dal 2005 ad oggi sono passati dal 58% al 49% delle vendite. L'avanzata dei discount in questo settore è un fatto recente e coincide con l'anno 2008, anno in cui, come è già stato evidenziato precedentemente, si è registrata un'inversione di tendenza dell'intero mercato.

In questo canale distributivo, peraltro, si registrano i prezzi di vendita minori: nell'ultimo anno preso in considerazione i prodotti di IV gamma sono stati acquistati a 5,61 €/kg mentre presso i supermercati i prezzi medi raggiungono gli 8,16 €/kg. È degna di nota anche l'analisi della dinamica rispetto ai cinque anni addietro, che vede una contrazione più accentuata dei prezzi nel libero servizio e negli ipermercati (Tab. 2). Il settore è inoltre territorio di conquista delle private label: in base agli ultimi dati Nielsen, circa il 60% della IV gamma viene venduta con il marchio commerciale e tale quota è in costante aumento. ■

(*) Università degli studi di Milano

Il lavoro è frutto della collaborazione tra gli autori

Ci prendiamo cura del tuo lavoro.

Preparazione del terreno

Trapianto

Protezione Piante

Raccolta

Da sempre attenta alle reali esigenze del cliente, Hortech è in grado di offrire una gamma di prodotti innovativi ed efficienti, che oltre a garantire una elevata redditività, migliorano la qualità e la sicurezza del lavoro degli operatori orticoli, permettendo così di lavorare in condizioni meno gravose e con ottimi risultati del lavoro finito. È grazie a questa continua ricerca se oggi possiamo affermare di essere una realtà di riferimento nel settore orticolo.

HORTECH
HORTICULTURE TECHNOLOGY

La gamma più completa per l'orticoltura.

T +39 049 9515369 F +39 049 5381080
www.hortech.it info@hortech.it