

# GDOWEEK

14-2024 30 settembre

GDOWEEK 2024 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO  
ISSN 2421-3497 - Poste Italiane S.p.A.



## IL NEGOZIO DI DOMANI? Modulabile con carattere

**RETAIL&RETAIL**  
Esq, efficienza e mdd:  
queste le priorità  
di Conad Nord Ovest

Pag. 16

**RETAIL&INDUSTRIA**  
Salse e condimenti, le nuove  
proposte danno sapore  
al comparto

Pag. 65



scopri di più  
sull'iniziativa

insieme a





1.179 mln €

vendite a valore  
[+5,4%]

4,05 €/kg

prezzo medio  
[+2,1%]

12,8%

promo legumi secchi  
[-1,9%]

# Legumi al traino delle dinamiche del benessere alimentare

Su questo capitale salutistico si inseriscono fenomeni di spinta all'immagine dei legumi: da un lato l'arrivo di tanti prodotti alimentari a base di farine di legumi (dalla pasta agli snack) e dall'altro l'affermazione del melting pot etnico-gastronomico

Federica Bruno - NIQ

La categoria dei cereali e legumi registra nell'ultimo anno un trend positivo sia a valore (+5,4%) che a volume (+3,3%), evidenziando un giro d'affari pari a ca 179 mln di euro a totale Italia. Tutte e quattro le aree Niq registrano una crescita sia a valore che a volume. Nello specifico, **l'incremento maggiore deriva da Area 1 e 2, che sono peraltro le aree che incidono meno sull'andamento dei volumi** (Area 1: 25,9%; Area 2: 18,9%). Segue Area 4, che registra un trend positivo dei volumi del +2,9% ma è anche l'area con l'incidenza sui volumi più alta (28,8%). Area 3, seppur la seconda per incidenza sui volumi generati (26,5%), registra una crescita dei volumi più contenu-

ta rispetto alle altre aree (+1,3%). **Vi è un aumento del prezzo medio €/Kg su tutti i canali distributivi (+2,1%)**, spinto da un lato dall'aumento del prezzo medio €/kg dei legumi secchi (+3,6%). Dall'altro, i cereali mantengono un prezzo stabile, atterrando a 4,05 €/kg a totale Italia. Pressoché stabile l'andamento delle promozioni a livello nazionale (+0,2%), poiché ad un aumento dell'intensità promozionale in Area 2 (+2,4%) si contrappone una contrazione delle promozioni in Area 4 (-1,0%). L'intensità promozionale si riduce per la maggior parte dei segmenti dei legumi secchi (-1,9%); mentre aumenta per i cereali (+3,1%). Nella categoria in questione i legumi secchi pesano il

57,2% dei volumi generati; mentre i cereali il 42,8%. Per quanto concerne la segmentazione, le lenticchie contribuiscono al 32,3% dei volumi dell'intera categoria e registrano un andamento positivo sia a valore (+5,1%) che a volume (+2,7%). Altro segmento principale è il couscous (15,9%) ed è quello che mostra la dinamica di crescita più importante (valore: +14,3%; volume: +16,7%). Per entrambi l'andamento positivo è comune a tutte le Aree Niq. **Le lenticchie si segnalano più vivaci in Area 1 (+6,1%) e Area 2 (+6,0%) a volume.** Viceversa, **per il couscous sono Area 3 (+16,4%) e Area 4 (+19,5%)** a registrare l'andamento dei volumi positivo più marcato.

## Così sul territorio nazionale

Valore €

Area 1	48.644.372
Area 2	35.211.666
Area 3	49.456.253
Area 4	45.661.384

Fonte: NIQ

## Situazione di mercato (anno terminante maggio 2024)

	Valore €	Volume Kg	Prezzo medio €/kg	Promo %	Referenze
<b>MERCATO TOTALE</b>	178.973.676	<b>44.162.251</b>	4,05	<b>13,0</b>	<b>18,8</b>
Lenticchie	57.630.902	<b>14.262.375</b>	4,04	<b>15,0</b>	<b>4,5</b>
Fagioli	24.298.325	<b>6.156.938</b>	3,95	<b>9,8</b>	<b>3,3</b>
Ceci	12.681.707	<b>3.365.358</b>	3,77	<b>10,7</b>	<b>2,2</b>
Fave	3.075.703	<b>746.492</b>	4,12	<b>11,0</b>	<b>1,2</b>
Altri Legumi	2.055.935	<b>568.464</b>	3,62	<b>5,7</b>	<b>1,2</b>
Misto Legumi	783.027	<b>152.174</b>	5,15	<b>10,9</b>	<b>1,3</b>
<b>CEREALI</b>	78.448.076	<b>18.910.450</b>	4,15	<b>13,4</b>	<b>10,1</b>
Mix Zuppe	25.941.574	<b>5.102.431</b>	5,08	<b>12,7</b>	<b>4,9</b>
Couscous	20.264.582	<b>7.031.872</b>	2,88	<b>15,4</b>	<b>2,2</b>
Farro	16.875.769	<b>3.738.005</b>	4,52	<b>13,9</b>	<b>2,5</b>
Altri	9.713.673	<b>1.318.206</b>	7,37	<b>9,2</b>	<b>2,4</b>
Orzo	5.652.477	<b>1.719.936</b>	3,29	<b>9,1</b>	<b>1,9</b>

Fonte: NIQ

## Andamento per posizionamento dei negozi di vendita

	Valore €	Volume Kg	Prezzo medio €/kg	Promo %	Referenze
<b>TOTALE ITALIA</b>	178.973.676	<b>44.162.251</b>	4,05	<b>13,0</b>	<b>18,8</b>
Bassa intensità promo	6.939.769	<b>1.582.108</b>	4,39	<b>5,9</b>	<b>33,5</b>
Alta intensità promo	10.877.878	<b>2.351.621</b>	4,63	<b>14,8</b>	<b>37,1</b>
Stagionali estivi	5.627.895	<b>1.248.219</b>	4,51	<b>12,1</b>	<b>21,7</b>
Metropolitani	38.477.891	<b>8.520.687</b>	4,52	<b>13,5</b>	<b>27,1</b>
Leader di prezzo	20.288.024	<b>4.343.619</b>	4,67	<b>18,7</b>	<b>57,2</b>
Campioni del Fmcg	19.190.014	<b>4.180.825</b>	4,59	<b>14,2</b>	<b>51,2</b>
Campioni del fresco	18.926.834	<b>4.070.199</b>	4,65	<b>15,2</b>	<b>50,2</b>
Anti stagionali estivi	3.943.925	<b>756.696</b>	5,21	<b>13,5</b>	<b>28,2</b>

Fonte: NIQ

## Segmentazione del mercato per canale distributivo

	Valore €	Volume Kg	Prezzo medio €/kg	Promo %	Referenze
<b>IPERMERCATI</b>	43.911.175	<b>9.292.626</b>	4,73	<b>16,1</b>	<b>67,6</b>
<b>SUPERMERCATI</b>	79.278.231	<b>16.663.809</b>	4,76	<b>13,1</b>	<b>27,4</b>
<b>SUPERETTE</b>	15.340.069	<b>3.461.565</b>	4,43	<b>10,3</b>	<b>8,5</b>
<b>DISCOUNT</b>	40.296.788	<b>14.720.639</b>	2,74	<b>11,6</b>	<b>18,0</b>
<b>SSSDrug</b>	147.413	<b>23.611</b>	6,24	<b>15,9</b>	<b>4,9</b>

Fonte: NIQ

# Ipermercato vs supermercato

» Il display dei cereali e legumi secchi comprende quelli da ammollo e a lunga cottura e i prodotti senza ammollo a più rapida cottura. Nello stesso scaffale si trovano solitamente anche prodotti in busta praticamente pronti o che richiedono una cottura molto breve. **Nell'ipermercato visitato in provincia di Torino** la collocazione è nella corsia delle conserve vegetali, conserve rosse e sottili/pasta in busta, con uno spazio dedicato di 17 scaffali, oltre ad un espositore extra con referenze Colfiorito nell'area ortofrutta, per un totale di 136 referenze. Un dato **di molto superiore alle 59 referenze del supermercato** nel quale l'assortimento su circa 6 scaffali è di fronte al reparto ortofrutta. L'as-

## L'assortimento di cereali, legumi secchi e semi

Assortimento	Ipermercato	Supermercato
<b>Referenze totali</b>	136	<b>59</b>
<b>Referenze bio</b>	53	<b>25</b>
<b>Referenze bio a mdd</b>	9	<b>9</b>
<b>Prodotti in promozione</b>	7	<b>0</b>
<b>Segmenti</b>	% ref.	<b>% ref.</b>
<b>Cereali/legumi monoprodotto</b>	44,8	<b>45,8</b>
<b>Mix e zuppe</b>	26,5	<b>33,9</b>
<b>Semi</b>	24,3	<b>16,9</b>
<b>Couscous</b>	4,4	<b>3,4</b>

sortimento è strutturato sostanzialmente per marche. La mdd ha una presenza significativa: il 22,1% delle referenze nell'ipermercato ma ben il 72,9% nel supermercato. Nel primo punto di vendita si rilevano 9 marche (compresa la mdd), in particolare con il 25,7% delle referenze

di Cerreto, il 16,9% di Nuova Terra, il 14% di Colfiorito e il 13,2% di Pedon. **Nella media superficie l'ampiezza è di 6 marche** con un peso preponderante come già sottolineato della mdd e un 10,2% delle referenze di Nuova Terra. Un dato significativo è l'incidenza del prodotto bio



**SARA FABRIS**  
CATEGORY EXECUTIVE MDD  
DI CONSORZIO C3

» Consorzio C3 ha introdotto due nuove referenze a marchio Noi&Voi: Semi di lino e Semi di zucca. Queste due novità si uniscono agli altri Semi oleosi già presenti nell'offerta Noi&Voi, che include Semi di girasole decorati, Misto Semi, Semi di Chia e Quinoa bianca. I nuovi prodotti, in busta trasparente da 250g, **un formato pratico e conveniente per un utilizzo quotidiano, sono indicati per arricchire e insaporire una varietà di piatti.** Inoltre,

possono essere utilizzati nell'impasto e per la decorazione di grissini, pane e focacce, così come in muesli o cereali per la colazione. "Con queste nuove referenze, il Consorzio C3 conferma il suo impegno a offrire prodotti di alta qualità che rispondano alle esigenze di una clientela sempre più attenta alla salute e alla nutrizione" sottolinea.



**CARMELA PERRINI**  
UFFICIO CATEGORY&PLAN  
DI MAIORA

» **L'assortimento dei legumi in Maiora è composto da un centinaio di referenze**, di cui il 60% in mdd nei formati da 250g e 500g. "Le linee con cui presidiamo la categoria sono: Despar (linea mainstream), Vital, Sceltaverde e Premium (linea premium dedicata alle eccellenze regionali)". Un cenno sull'evoluzione dello scaffale. "Nonostante lo stampo tradizionale della categoria, questa è comunque oggetto di innovazione. Infatti, **nell'ottica di migliorare lo stoccaggio, ridurre gli sprechi e i tempi di preparazione**, sono stati lanciati prodotti pronti da gustare o da cuocere in pochi minuti in forno a microonde".

»

## Frequenza

» Ecco un altro primato di cui gli italiani probabilmente non sono consapevoli: siamo gli europei che più amano i legumi. **Il consumo annuo pro capite è di 9,2 kg annui, ossia il triplo dei 3,4 kg degli spagnoli e il quadruplo dei 2,5 kg dei francesi** (fonte Ismea). E se è vero che nella prima parte del Novecento le cifre erano ancora molto più alte e sono andate progressivamente calando a partire dagli anni Settanta, è altrettanto

vero che da qualche tempo si assiste alla riscoperta dei legumi e alla ripartenza sostenuta dei consumi domestici (+33% sul 2016, secondo Ismea). **Solo nell'ultimo anno il 21% degli italiani dichiara di aver aumentato la frequenza di consumo** di legumi facendo riferimento ai precedenti dodici mesi e un altro 24% intende farlo nell'anno a venire, rivela una ricerca condotta da SG Marketing.

## Vissuto del prodotto

» Un'indagine condotta da Ipsos per conto di Bonduelle ha rivelato **che il 12% degli italiani sono flexitariari consapevoli e continuativi e un altro 30% lo sono saltuariamente**. Complessivamente il 69% dei consumatori italiani dichiara di aver ridotto il consumo di proteine animali soprattutto per prendersi cura di sé in modo preventivo (38%), per perdere peso (16%) o su indicazione del medico (14%). Le ragioni economiche sono state citate dal 32% degli intervistati, mentre il 21% è stato spinto dalla tutela dell'ambiente e dalla diversificazione della propria dieta. Nel 42% dei casi la carne rossa è stata sostituita con i legumi (42%), campioni di sostenibilità economica e ambientale ma anche di gusto e di versatilità in cucina. Le leguminose da granella, storicamente, fanno parte della dieta mediterranea e hanno contribuito allo sviluppo della cucina italiana. Anche per questo i legumi sono molto diffusi: li acquista l'83% delle famiglie italiane per quanto storicamente considerati prodotto "povero".

## Pricing

» Il prezzo medio più basso (**1,18 euro a confezione contro una media di 1,44 euro**) e la crescita del 2,8% della promozionalità, arrivata al 20,4% di incidenza sulle vendite di settore, hanno sicuramente giovato ai legumi ambient, i protagonisti del settore con il 74,0% dei volumi totali e con un giro d'affari di oltre 470 milioni di euro (+10,8% annuo). Convenienti, pratici e versatili, fagioli e lenticchie, ceci e piselli, fagiolini e fave venduti in scatola o secchi **offrono un elevato contenuto di servizio a un prezzo molto abbordabile** e sono perfettamente in linea con i nuovi trend alimentari che puntano sul benessere e vanno verso le proteine di origine vegetale. "Quello dei legumi è un mercato maturo ma che continua a crescere anno su anno grazie al valore salutistico" commenta Federico Cappi di Conserve Italia.

## Canali d'acquisto

» Nemmeno la spending review adottata dagli italiani nell'ultimo anno ha rallentato più di tanto il trend dominante: nell'anno finito a febbraio 2024 le vendite di legumi nella distribuzione moderna **sono rimaste sostanzialmente stabili a volume (-0,5% su base annua), attestandosi a 252,7 milioni di kg, e sono aumentate del 9,6% a valore, realizzando un giro d'affari di 722,6 milioni di euro (fonte NIQ, iper+super+liberi servizi+discount)**. Anche l'assortimento a scaffale è cresciuto (+1,4% annuo), arrivando a 38,3 referenze di media. Approfondendo i dati, emergono fenomeni interessanti. Si nota la tenuta dei legumi ambient che rappresentano il 75% del mercato, e dei supermercati (+0,3% a volume), da cui passa il 37,8% dei volumi. A soffrire maggiormente nell'arco dei 12 mesi sono stati i discount (-1,3% a volume), canale che copre il 32,5% dei volumi di legumi venduti nel retail, e l'area 1 (-1,3% a volume), che rappresenta il 26,5% del mercato in quantità.

# Produzione

» I legumi sono la Cenerentola delle conserve italiane anche perché **scontano il ruolo 'ingombrante' delle conserve di pomodoro, di cui l'Italia è numero uno al mondo e che generano un fatturato cinque volte maggiore rispetto agli 1,1 miliardi di € raggiunti dai legumi in scatola nel 2023**. Lo ammette Giovanni De Angelis, direttore generale di Anicav, l'associazione nazionale dei produttori di conserve vegetali. Entrambe queste tipologie di conserve vegetali sono considerate un'eccellenza italiana, in cui l'Italia mostra la sua expertise storica di trasformatore. Difatti in Italia arrivano grandi quantitativi di legumi secchi (in particolare fino al 90% dei fagioli, come i borlotti che provengono dal Sudamerica o dall'Egitto), che vengono reidratati, confezionati e poi rivenduti in tutto il mondo, **con una quota di export che, per il prodotto ambient, supera il 54% dei 1,1 miliardi di euro di fatturato realizzato nel 2023 dal settore dei legumi in scatola**. Complessivamente, stima Anicav, nel 2023 l'export di legumi in scatola ha raggiunto i 650 milioni di euro, l'8% in più rispetto al 2022 a sostanziale parità di volumi, a conferma che i mercati internazionali ne riconoscono la qualità e la distintività. **Il che fa sì che la bilancia commerciale italiana resti fundamentalmente in pareggio (-2% di saldo nel 2022 secondo Ismea).**



*Proporre in modalità di consumo innovative, all'insegna della gastronomizzazione sana & genuina quelli che al momento sono ancora considerati soprattutto degli ingredienti, è la strada più percorribile per ringiovanire la categoria e per portare valore al mercato, ma anche per attuare delle politiche di brand approfittando del vantaggio competitivo che le marche industriali hanno sul fronte dell'innovazione rispetto alle private label, a cui va gran parte del mercato più tradizionale*

# Innovazione

» La maggior parte delle innovazioni di prodotto presentate negli ultimi tempi, che accomuna tutte le modalità di offerta dei legumi (dal fresco al frozen all'ambient), **punta soprattutto ai target più giovani, che hanno un approccio più disinvolto al mondo dei legumi**. Come i legumi Pronti & Conditi di Polli: ceci grandi al rosmarino, lenticchie mignon alla paprika, tris di fagioli piccanti, tutti cotti al vapore e conditi con un filo di olio extravergine di oliva, già pronti da consumare.

**Un altro plus che ha iniziato a essere valorizzato, soprattutto on pack, è il contenuto di proteine e di fibre che caratterizza questi alimenti vegetali**. Un connubio di nutrienti che si inserisce perfettamente nel trend nutrizionale vincente del momento, che viene interpretato anche in modo innovativo, come accade con i pesti plant based lanciati da Polli. Una linea che comprende anche due referenze a base di legumi (lenticchie e ceci) sempre prive di glutine o lattosio.

# Filiera agricola

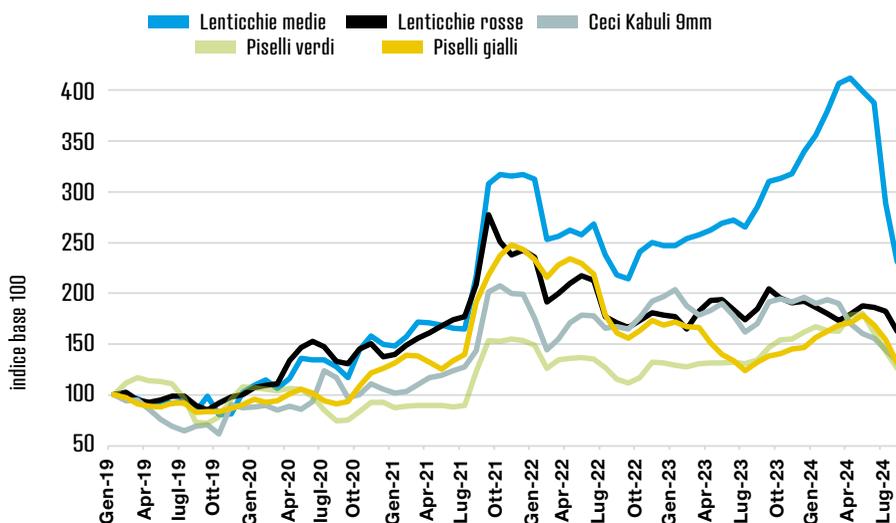
» Complessivamente si tratta di un business consolidato che in ogni caso è sottoposto alle tante criticità del commercio globale, come le tensioni sul mar Rosso, che stanno provocando rincari e ritardi su forniture e trasporti. **Ismea stima che negli ultimi cinque anni le superfici dedicate ai legumi si siano ridotte del 16% e che il raccolto sia calato del 20%, attestandosi a 172mila tonnellate ottenute da 89.283 ettari**. Le riduzioni hanno riguardato soprattutto ceci e fagioli, che gli agricoltori hanno preferito sostituire con cereali e girasoli, coltivazioni diventate negli ultimi anni sempre più richieste e più redditizie. Ma c'è chi ha cercato di contrastare questo fenomeno. "Per evitare l'abbandono dei legumi e incentivare la filiera italiana, abbiamo riconosciuto ai nostri soci conferitori un aumento consistente dei prezzi" spiega Federico Cappi, ricordando che **Conserve Italia copre circa il 50% del suo fabbisogno con i legumi coltivati in Italia. Il gruppo cooperativo è uno dei pochi a coltivare piselli e borlotti**.

# Aspettative e previsioni

» La previsione di marcati aumenti produttivi in alcuni dei principali Paesi esportatori, dopo l'eccezionale volatilità rialzista degli ultimi due anni, **hanno trasmesso importanti ribassi a diverse referenze internazionali di prezzo dei legumi.**

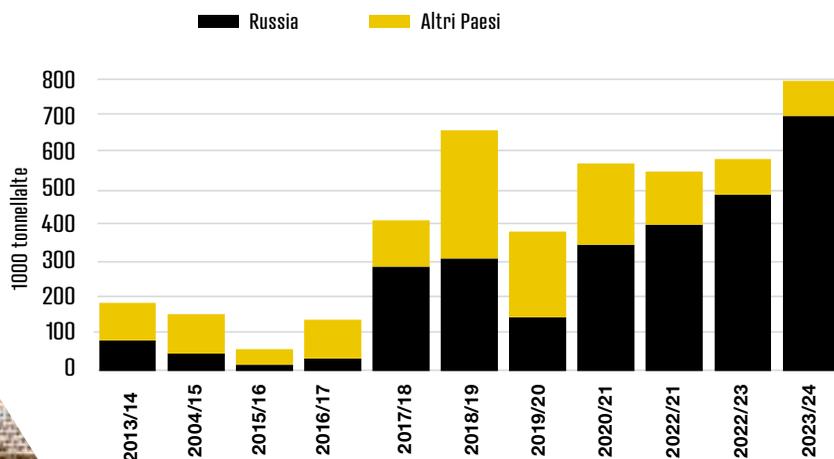
In un contesto di domanda trainata in particolare dall'espansione demografica indiana, la contrazione dell'offerta (soprattutto nel 2021/22 con forte siccità in Nord America e rese inferiori alla media in molti Paesi produttori) ha comportato l'erosione delle scorte globali. I prezzi delle principali referenze in Canada, mercato di riferimento, hanno reagito con rialzi superiori al 75% tra inizio 2019 e i massimi registrati a marzo/aprile 2024.

### Prezzi indicizzati a gennaio 2019 dei legumi canadesi



Fonte: Elaborazioni Aretè su dati forniti dal Governo del Saskatchewan

### Importazioni di piselli dell'UE



Fonte: Elaborazioni Aretè su dati The ICE



*In conclusione, nonostante alcune eccezioni, **il previsto recupero dell'offerta si conferma il principale driver ribassista** dei prezzi dei legumi. Tuttavia, con scorte ancora limitate, i mercati non sono ancora "in sicurezza" e i prezzi rimangono maggiormente esposti a shock climatici e ad altri, imprevedibili, shock esogeni (come rincari della logistica e politiche).*

# Produzione

» Le prospettive di un incremento produttivo a livello globale stanno invertendo la tendenza di crescita dei prezzi osservata da inizio campagna anche sul mercato dei piselli. I prezzi canadesi, tra maggio e agosto 2024, a livello medio, hanno registrato cali del 30% per i verdi e del 26% per i gialli. Ad oggi il mercato dei piselli è particolarmente esposto ai rischi derivanti dall'incertezza meteo. In particolare, gelate tra aprile-maggio e una persistente siccità sembrano aver inevitabilmente compromesso le rese in Russia, per cui è atteso un calo produttivo superiore al 10% rispetto al raccolto record dello scorso anno. Rischi meteo (eccessive piogge) si sono già concretizzati in Francia dove il Ministero dell'Agricoltura proietta addirittura un calo produttivo del 28%, a un minimo delle ultime dieci campagne. **Sul mercato UE resta anche da considerare il potenziale effetto rialzista derivante dall'imposizione di un dazio del 50% sulle importazioni dalla Russia, che ha rappresentato l'origine di quasi il 90% dei volumi di piselli complessivamente importati dall'UE durante la campagna 2023/24.**

# Consumi

» Demoskopoea ha recentemente condotto uno studio su un campione rappresentativo sulla popolazione italiana per sesso, età, area geografica e ampiezza centro teso a comprendere il fenomeno del consumo della pasta di legumi da un punto di vista della conoscenza, della penetrazione e delle motivazioni di questa specifica categoria. La conoscenza è presente in circa metà della popolazione, mentre un quinto del totale dichiara di averla acquistata negli ultimi 3 mesi e definisce una frequenza di consumo media di circa 4 volte al mese. Ma solo un terzo dei conoscitori della pasta di legumi è in grado di indicare delle marche specifiche e tra quelle

indicate più rilevanti risultano, quasi per induzione, le grandi marche quali Barilla, Rummo, De Cecco, Garofalo, note non solo per questa specifica tipologia di pasta ma soprattutto per le paste di grano classiche. Sempre spontaneamente la conoscenza di marche di pasta di legumi "minori" risulta decisamente più ridotta e sostanzialmente frammentata su diversi e innumerevoli marchi, senza evidenziare la presenza di uno o più marchi rilevanti che più di altri abbiano occupato in maniera incisiva questo specifico comparto. Il profilo dei consumatori dichiarati presenta maggiori concentrazioni presso un pubblico femminile.

# Specialties

» Le specialties sono state le referenze più esposte ai rialzi. A titolo di esempio, da gennaio 2019, il prezzo delle lenticchie verdi, che rappresentano tra il 15-20% del totale delle lenticchie prodotte a livello mondiale, è triplicato. **I prezzi elevati unitamente alla minore remuneratività di grano, orzo e colza hanno così stimolato le semine dei legumi, complice anche la maggior sostenibilità ambientale.** Rimanendo sulle lenticchie verdi, nonostante stock ormai azzerati, le proiezioni governative di un incremento delle aree seminate in Nord America del 50%, e condizioni meteo favorevoli, hanno così innescato i primi ribassi, con prezzi in calo del 44% a

livello medio tra aprile e agosto 2024. All'interno del comparto legumi, i ceci rappresentano la coltura che, a livello globale, è prevista andare incontro al maggior aumento dell'offerta.

**Per quanto riguarda il mercato dei ceci Kabuli, la tipologia prevalentemente consumata in Europa** (ma che rappresenta solo il 10% della produzione mondiale di ceci), le fonti governative proiettano una crescita produttiva del 108% in Canada (Statistics Canada), di oltre il 40% negli Stati Uniti (Areté) e, del 5% in Turchia (Turkstat), principali aree produttive e di esportazione. I prezzi dei ceci Kabuli hanno così osservato una tendenza deflattiva nel secondo trimestre del 2024.