



ORIENTA

Osservatorio sulla spesa di Roma

Il progetto Orienta nasce dalla necessità di rispondere in maniera organica e strutturata alle numerose esigenze di comprensione e di conoscenza del mondo della spesa agroalimentare sul mercato romano. Le esigenze di comprensione nascono dalla gran mole di informazioni con la quale viene quotidianamente bersagliato il consumatore e che, di conseguenza, determinano bisogni di tipo conoscitivo ed esemplificativo per quanto concerne qualità e genuinità dei prodotti, prezzi, correttezza nell'alimentazione, tecniche di produzione adottate, origine dei prodotti, etichettatura, luoghi, modalità e tempi di acquisto, ecc. L'obiettivo di questa iniziativa consiste, da un lato, nel rilanciare i servizi e la multifunzionalità del sistema agricolo del territorio romano e laziale promuovendone la produzione locale e, dall'altro, nel favorire, mediante un'informazione attenta e puntuale, il miglioramento della qualità della vita del consumatore evidenziando i vantaggi derivanti dalla filiera corta e l'importanza della tracciabilità dei prodotti in termini di sicurezza e genuinità. Di qui l'idea di realizzare dei **quaderni tecnici**: uno strumento immediatamente fruibile e di facile lettura per i consumatori, dei piccoli e maneggevoli quaderni volti a supplire alle carenti informazioni relativamente ad alcune tra le più significative produzioni locali, corredati di informazioni storiche, colturali, varietali, nutrizionali, economiche e di consigli utili su usi, consumi, quando e dove acquistare. La finalità ultima di questi quaderni tecnici è racchiusa nel fornire consigli pratici per gli acquisti in rapporto a freschezza e stagionalità dei prodotti, tipicità e genuinità. È stato altresì realizzato un sito internet (www.romaorienta.it), sul quale è possibile trovare, oltre ai summenzionati quaderni tecnici in formato elettronico, anche tutte le informazioni utili per una spesa consapevole e responsabile da parte dei consumatori.



INTRODUZIONE

Il servizio di IV gamma¹ consiste in un sistema di confezionamento degli ortaggi in pratiche vaschette o buste, anche monodose, pronte all'uso, talvolta addirittura complete di condimento e posate. Durante i processi successivi alla raccolta degli ortaggi, questi vengono sottoposti ad una serie di operazioni che vanno dalla selezione alla cernita, mondatura, taglio, lavaggio e "confezionamento" in buste e/o vaschette sigillate. In seguito, grazie alla catena del freddo, i prodotti vengono commercializzati pronti per il consumo tal quale o previa cottura (V gamma²).

Ideati anni fa sulla spinta dei mutamenti degli stili di vita, per la necessità di risparmiare tempo, per la funzionalità d'uso e per la garanzia di igiene che offrono, i prodotti di IV gamma vengono preferiti da parte di quasi un italiano su due, malgrado il prezzo sia mediamente superiore di circa cinque/sei volte rispetto al prodotto sfuso. A dimostrazione che l'esigenza di risparmiare tempo e la garanzia di un prodotto fresco pronto all'uso prevalgono, per molti, sul contenimento della spesa.

TENDENZE DI MERCATO

Una indagine di mercato del 2006 condotta da ISMEA segnala che

¹ *Classificazione degli ortofruttili: per convenzione, ortaggi e frutta possono essere classificati in base al servizio annesso che il produttore offre al consumatore. La classificazione prevede una suddivisione in cinque gamme: prima gamma: prodotti freschi offerti subito dopo la raccolta senza alcun tipo di condizionamento (ad esempio, patate vendute sfuse); seconda gamma: prodotti appertizzati, cioè elaborati e, quindi, inseriti in recipienti di vetro e/o di metallo per prolungarne la conservazione (ad esempio, cipolline sott'olio); terza gamma: prodotti surgelati; quarta gamma: prodotti crudi tagliati, lavati ed imbustati o inseriti in vaschette (ad esempio, insalata pronta all'uso); quinta gamma: prodotti cotti e confezionati (ad esempio, piatti pronti per il consumo).*

² *La tecnica del sottovuoto, meglio conosciuta come V gamma, consiste nel riporre gli alimenti crudi all'interno di uno speciale contenitore plastico, creare il vuoto e cuocerli parzialmente in un apposito forno a vapore. Questo metodo di conservazione si rivela particolarmente utile, efficace e sicuro perché evita il contatto diretto del cibo con l'aria, impedendo la formazione di fenomeni di ossidazione o di degradazione di natura biologica. Il processo produttivo prevede: selezione e pulitura della materia prima, pelatura del prodotto, confezionamento sottovuoto e cottura a vapore.*



in Italia il consumo di ortaggi e verdura, nonostante la loro assunzione sia alla base di una dieta sana ed equilibrata, è in progressivo calo. In controtendenza rispetto a questo dato, tuttavia, si pone l'andamento dei consumi di prodotti di IV gamma, nettamente in crescita grazie, probabilmente, al loro alto contenuto di servizio. Sulla base dei dati ISMEA, infatti, tra il 2000 ed il 2004, mentre il volume degli acquisti domestici di ortaggi trasformati è diminuito ad un tasso di variazione medio annuo del -0,8%, passando da 720.000 a 698.000 tonnellate annue, gli acquisti domestici di ortaggi trasformati, ma solo per quanto concerne quelli refrigerati di IV e V gamma, sono aumentati in media del 14% all'anno, passando da 18.000 a 31.000 tonnellate. Nel 2006 le vendite in volume hanno superato le 40 mila tonnellate per una spesa globale di 330 milioni di euro.

PREFERENZE DEI CONSUMATORI

Le tipologie più richieste sono le insalate miste o tenere (92%), ma anche carote e pomodorini (dati ISMEA – AC Nielsen). La clientela più numerosa, invece, è costituita da donne, mentre la più alta diffusione si ha nel Nord (60% delle vendite), seguito a ruota dal Centro (30%) ed, infine, il Sud con solo il 10%.

PRODOTTI PIÙ VENDUTI	TIPOLOGIA CLIENTELA	DIFFUSIONE VENDITE
Insalate miste	Più numerosa: donne	Nord 60%
Insalate tenere		Centro 30%
Carote		Sud 10%
Pomodorini		

La IV gamma è, in ogni caso, uno dei comparti più dinamici e con maggiori performance dell'agroalimentare tradizionale rappresentando, da solo, quasi l'8% (7,9% per l'esattezza) del valore di mercato degli ortaggi freschi acquistati dalle famiglie italiane.



Per quanto concerne la durata commerciale di questo genere di prodotti, essa varia a seconda delle caratteristiche dei vegetali e del relativo sistema di produzione. Tuttavia, è possibile stabilire ragionevolmente che un'insalata di IV gamma non può essere conservata più a lungo di sette giorni. Inoltre, va sottolineato il fatto che questa tipologia di produzione non valorizza ortaggi di seconda categoria, poiché soltanto vegetali della migliore qualità, in termini di sviluppo, condizione fisiologica, aspetto ed integrità, possono reggere alla consumazione indotta dalla preparazione, in modo da risultare ancora appetibili al termine della prevista durata commerciale.

ACQUISTI DOMESTICI DI ORTAGGI TRASFORMATI

ANNI	2000	2001	2002	2003	2004	Δ%
Verdure IV e V gamma (t)	18.160	19.480	22.490	26.822	31.126	14,40%
Verdure IV e V gamma (.000)	123.189	139.241	172.103	209.063	242.376	18,40%

Fonte: ISMEA - AC Nielsen

PENETRAZIONE DEI PRODOTTI DI IV GAMMA

Con riferimento ad un'indagine condotta dal tandem ISMEA-AC Nielsen ed al fine di fornire una indicazione di massima sulla penetrazione degli ortaggi trasformati, basti pensare che nel 2004 questi sono stati protagonisti delle tavole italiane nel 98% dei casi, pur se in lievissimo calo (-0,7%) rispetto al 2000. Scendendo nel dettaglio, nel 2004 i primi due prodotti per diffusione sono risultati essere, esattamente come nell'anno 2000, i pomodori ed i fagioli in scatola, mentre al terzo posto, al contrario, non figurano più i piselli surgelati, bensì le verdure di IV e V gamma, che mostrano una tendenza inversa rispetto al complesso degli ortaggi trasformati, le cui percentuali di penetrazione risultano tutte in calo nel confronto quinquennale. Infatti, da soli i prodotti di IV e V gamma, nell'anno 2004, hanno potuto contare su una penetrazione che ha raggiunto oltre il 50% delle famiglie italiane.



A conferma di quanto riportato nella sezione precedente dedicata alle preferenze dei consumatori, il mercato italiano è risultato prediligere le verdure a foglia quali lattuga, rucola, indivia e valerianella, che oggi rappresentano oltre il 60% del prodotto messo in commercio. In questo modo, le insalate pronte all'uso si avvicinano visibilmente alle tradizionali insalate da foglia, confermando la loro insostituibilità nel paniere di spesa degli italiani con un livello di penetrazione al consumo del 90% circa.

PENETRAZIONE (% ACQUIRENTI VS UNIVERSO)

	2000		2004
Pomodori in scatola	86,1%	Pomodori in scatola	84,6%
Fagioli scatola	61,9%	Fagioli scatola	62,0%
Piselli surgelati	53,1%	Verdure refrigerate IV e V gamma	51,5%
Minestrone surgelato	51,0%	Piselli surgelati	49,5%
Spinaci surgelati	44,2%	Minestrone surgelato	49,1%
Patate surgelate	44,1%	Patate surgelate	43,6%
Verdure refrigerate IV e V gamma	43,4%	Spinaci surgelati	41,2%
Piselli in scatola	41,1%	Mais in scatola	39,1%
Mais in scatola	38,8%	Piselli in scatola	36,5%
Carciofi sott'olio	22,5%	Carciofi sott'olio	23,2%
Cipolle sott'olio	22,0%	Cipolle sott'olio	18,1%
Peperoni sott'olio/sott'aceto	16,4%	Peperoni sott'olio/sott'aceto	15,7%
Fagiolini surgelati	14,8%	Fagiolini surgelati	13,7%
Cetrioli sotto'olio	14,3%	Cetrioli sotto'olio	13,6%
Carciofi surgelati	11,4%	Melanzane sott'olio	8,4%
Melanzane surgelate	9,4%	Carciofi surgelati	7,9%
Asparagi surgelati	6,6%	Asparagi surgelati	6,2%
Melanzane sott'olio	6,0%	Melanzane surgelate	4,7%
Broccoli surgelati	4,2%	Broccoli surgelati	4,4%
Peperoni surgelati	1,6%	Peperoni surgelati	1,0%

Fonte: ISMEA - AC Nielsen



CANALI DISTRIBUTIVI E PREZZI

Il canale moderno, vale a dire quello della Grande distribuzione organizzata (GDO), ha preso un netto sopravvento sugli altri canali distributivi per quanto concerne la vendita degli ortaggi trasformati. In media super e ipermercati controllano l'81% in volume e l'85% in valore del mercato, a cui debbono sommarsi i discount e liberi servizi: la quota complessiva della GDO risulta, allora, pari al 95% sia in volume sia in valore. Conseguentemente, il dettaglio tradizionale controlla appena il 5% del totale del mercato di questi prodotti.

Nel febbraio del 2002, in seguito all'introduzione della moneta unica europea, i consumatori hanno osservato una netta impennata dei prezzi, anche dei prodotti agroalimentari. Infatti, negli ultimi cinque anni il prezzo delle verdure di IV e V gamma ha mostrato una tendenza costante all'aumento presso super e ipermercati e discount, mentre esso è stato più oscillante presso il dettaglio tradizionale ed i cosiddetti liberi servizi (canale che pratica i prezzi più alti per questa tipologia di prodotti).

Secondo l'indagine ISMEA da cui sono stati tratti questi dati, uno ha colpito l'attenzione più di altri: i consumatori che si sono recati a comprare ortaggi trasformati presso i discount invece che presso super e ipermercati hanno goduto di un risparmio medio di circa 1,35 €/kg.

Di seguito viene riportato il confronto tra prezzi di alcuni prodotti di IV gamma venduti on line da alcune grandi catene di supermercati distribuiti su tutto il territorio nazionale e del prodotto fresco in vendita presso alcuni mercati rionali romani. Si prega di prestare particolare attenzione ai prezzi ed alle unità di misura di riferimento.



Tipologia	Peso in g.	Prezzo in €	Prezzo in €/kg fresco
<i>Carote julienne Despar</i>	1000	1,19	1,00
<i>Crauti tagliati Despar</i>	200	1,39	-
<i>Insalata armonia riccia/ songino/chiodia Bonduelle</i>	160	2,59	1,00-1,20
<i>Insalata cicorino tagliato</i>	200	2,29	1,00
<i>Insalata gioiosa Despar</i>	250	2,89	1,00-1,20
<i>Insalata gran poker Despar</i>	200	2,1	1,00-1,20
<i>Insalata greca Despar</i>	250	2,25	-
<i>Insalata lattughino Despar</i>	140	1,99	1,00-1,20
<i>Insalata lattughino Despar</i>	125	1,99	1,00-1,20
<i>Insalata mista Despar</i>	200	1,55	1,00-1,20
<i>Insalata misticanza Despar</i>	125	2,15	1,00-1,20
<i>Insalata misto sapore Despar</i>	150	2,05	1,00-1,20
<i>Insalata pasqualina Despar</i>	125	1,65	1,00-1,20
<i>Insalata rucola Despar</i>	125	1,79	1,00-1,20
<i>Insalata valeriana Despar</i>	125	2,15	1,00-1,20

Fonte: ARM, confronto Spesa internet supermercato Despar (importo minimo di acquisto € 30,00 + € 5,50 di consegna) e prezzi del fresco presso i mercati rionali - Giugno 2007

Tipologia	Peso in g.	Prezzo in €	Prezzo in €/kg fresco
<i>Esselunga germogli di soia</i>	250	1,20	-
<i>Esselunga Naturama carote baby</i>	500	1,65	1,00
<i>Esselunga naturama spinaci</i>	500	2,19	-
<i>Esselunga catalogna</i>	500	1,95	1,00-1,20
<i>Esselunga erbetta</i>	500	1,98	Omaggio
<i>Esselunga minestrone di verdure fresche</i>	800	2,49	-
<i>Esselunga misto di spinaci, erbetta, verza e scarola riccia e verza</i>	500	1,98	-
<i>Esselunga Bio erbavoglio da agricoltura biologica</i>	125	2,39	-



Tipologia	Peso in g.	Prezzo in €	Prezzo in €/kg fresco
<i>Esselunga Naturama insalata valeriana e radicchio</i>	150	1,69	1,00-1,20
<i>Esselunga Naturama rucola</i>	200	2,15	1,00-1,20
<i>Esselunga Naturama carote</i>	200	0,98	1,00
<i>Esselunga Naturama cuori di lattuga</i>	200	1,99	1,00-1,20
<i>Esselunga Naturama allegra</i>	200	0,99	1,00-1,20
<i>Esselunga Naturama insalata misticanza</i>	200	1,54	1,00-1,20
<i>Esselunga Naturama insalatina</i>	200	1,99	1,00-1,20
<i>Bonduelle Agita e Gusta insalata mista con mais e olive nere</i>	168	2,99	-
<i>Bonduelle Agita e Gusta insalata mista con noci e aceto balsamico</i>	168	2,99	-
<i>Bonduelle Agita e Gusta pinzimonio party</i>	314	2,99	-
<i>Esselunga insalata valeriana</i>	200	2,28	1,00-1,20
<i>Esselunga insalata ai tre cereali</i>	300	1,99	-
<i>Esselunga insalata di farro</i>	300	1,99	-
<i>Esselunga cuori di iceberg</i>	300	1,98	1,00-1,20
<i>Esselunga insalata gran poker</i>	250	1,99	1,00-1,20
<i>Esselunga insalata mediterranea</i>	250	1,99	-
<i>Esselunga insalata riviera</i>	200	1,65	-

Fonte: ARM, confronto Spesa internet supermercato Esselunga (contributo di consegna è di 7,90 € (€ 6,90 per gli ordini con importo superiore a 110 Euro) e comprende preparazione della spesa, trasporto in furgoni a temperatura differenziata e consegna al piano nella fascia oraria richiesta) e prezzi del fresco presso i mercati rionali - Giugno 2007

PRODUZIONE

Le opportunità offerte in maniera viepiù crescente dal mercato sono state colte velocemente da strutture localizzate in Lombardia (in particolare Bergamo e Brescia), Veneto e Campania (soprattutto nell'area di Battipaglia). Dal 2004 in Lombardia risultano destinati ad



ortaggi da foglia ben 1.900 ettari di terreno, di cui una parte viene riservata esclusivamente a prodotti di IV gamma: con produzione a ciclo continuo grazie a serre-tunnel vengono coltivate lattuga, rucola e valerianella, mentre in pieno campo si trovano indivia, radicchio, ecc. Nel caso dei prodotti di IV gamma la logistica è assai importante: infatti, e la deperibilità dei prodotti lavorati e la qualità che questi devono avere per l'uso previsto necessitano di brevi distanze tra gli impianti produttivi, gli stabilimenti di trasformazione ed i luoghi di consumo. Minore è la distanza tra questi, soprattutto tra i primi due, migliori sono le condizioni di gestione del prodotto finito. Ed, in effetti, i maggiori ostacoli all'avvio di attività legate alla trasformazione degli ortaggi in prodotti di IV e V gamma consistono, da un lato, nella difficoltà propria delle imprese di trasformazione di ottenere le garanzie necessarie nell'approvvigionamento di prodotto locale e, dall'altro, nella bassa propensione delle aziende agricole di investire massicciamente in infrastrutture di produzione.

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI DI IV GAMMA

La normativa che disciplina l'etichettatura dei prodotti alimentari è una forma e di garanzia e di tutela per il consumatore: per questo motivo egli dovrebbe essere in grado di leggere correttamente le informazioni riportate sulle etichette di ciascun prodotto effettuando, così, delle scelte consapevoli al momento dell'acquisto. Infatti, obiettivo cardine della normativa è di fornire mediante un'etichettatura puntuale e rigorosa una descrizione accurata dell'alimento, dei suoi componenti, degli ingredienti, dei valori nutrizionali e delle funzioni che questi possono svolgere oltre alle eventuali precauzioni da prendere nella sua assunzione.

Fatta questa breve premessa, bisogna sottolineare come esistano una disciplina generale sull'etichettatura, applicabile a tutte le categorie di prodotti alimentari, ed una disciplina speciale relativa a



categorie specifiche di prodotti alimentari. Grazie ad internet si possono reperire utili guide sulla disciplina dell'etichettatura di alimenti quali l'olio di oliva, il vino, l'acqua minerale, i prodotti da forno, il cacao e il cioccolato o anche i prodotti di IV gamma (<http://www.politicheagricole.it/SettoriAgroalimentari/default> e <http://www.attivitaproduttive.gov.it/>).

Di seguito viene fornito un esempio di etichettatura di un prodotto di IV gamma: nel riquadro di sinistra troviamo il tipo di informazione rinvenibile, mentre nel riquadro di destra abbiamo un esempio concreto di cosa vi è scritto in etichetta.

Nome azienda
 Nome produttore/confezionatore
 + indirizzo
 Varietà
 Modalità di utilizzazione
 Istruzione per l'uso
 Categoria
 Provenienza
 Scadenza
 Peso

Le delizie dell'orto
 Rossi P. Via Giardino 8 - Comune di Fiori
 Valeriana della Piana
 Sciacquare prima del consumo
 Conservare in frigo a 5/6°C
 Categoria: I
 Provenienza: Italia
 Da consumarsi entro:
 11.10.2007
 Peso: 100g

Un consumatore attento, a questo punto, potrebbe chiedersi se l'indicazione di "Provenienza" si riferisce all'origine della materia prima oppure al luogo ove è avvenuta la sua trasformazione, dettaglio di non poco conto.

COME SCEGLIERE I PRODOTTI DI IV GAMMA

Le confezioni dei prodotti di IV gamma devono essere sempre proposte in banchi frigo o freddi. Le date di confezionamento e di scadenza dovrebbero sempre comparire in etichetta, ma nel caso non comparisse quella di confezionamento, si consiglia di scegliere la confezione la cui data di scadenza sia la più lontana dalla data di ac-



quisto. È opportuno consumare molto velocemente il prodotto conservandolo, se necessario, nella parte più fredda del frigorifero.

Inoltre, al momento dell'acquisto delle confezioni, se il banco è colmo, si consiglia di evitare la scelta di quelle riposte in superficie, dato che potrebbero non essere state correttamente refrigerate durante la loro permanenza espositiva. Bisogna altresì evitare di scegliere le confezioni gonfie o che presentino condensa interna.

Una volta aperta la confezione, si consiglia di consumarne il contenuto entro le 24 ore successive.

SVANTAGGI DELLA IV GAMMA

I prodotti confezionati, sempre più popolari tra i consumatori, sono stati recentemente bersaglio di importanti critiche. Sul mensile *Dimagrire* e, successivamente, nell'edizione del 25 settembre 2006 del quotidiano *La Repubblica* sono stati enunciati alcuni elementi detrattivi della IV gamma ortofruccicola. Se, infatti, da un sondaggio sono emersi dati eclatanti sul boom degli alimenti confezionati: acquistati da ben il 67% degli italiani, tale percentuale sale al 78% se si considera solo la IV gamma, apprezzata per sicurezza igienica e praticità, i nutrizionisti non li vedono di buon occhio ritenendoli penalizzanti per qualità e sapore rispetto a quelli freschi. Consumarli regolarmente porterebbe addirittura ad ingrassare, proprio a causa di una loro maggiore insipidità, che indurrebbe a mangiarne di più (come accade per i prodotti "light", cfr. quaderno tecnico dedicato). La critica ai prodotti di IV gamma viene ulteriormente accentuata da uno studio condotto dall'INRAN, nel quale si sottolinea come il lavaggio in acqua clorurata e la miscela di gas usati per creare l'atmosfera protettiva provochino la distruzione di gran parte degli antiossidanti presenti nel prodotto fresco. Infine, come già riferito nella sezione dedicata ai prezzi, un punto assai dolente sono i costi per il consumatore, costretto a pagare anche 6 volte di più rispetto a quanto spenderebbe acquistando il prodotto fresco non trasformato in IV gamma.



NOVITÀ DAL MONDO DELLA IV GAMMA

Se finora si è parlato prevalentemente di ortaggi, puliti e confezionati, pronti per l'uso, negli USA anche la frutta sta diventando un must della IV gamma.

Sulla scia del successo delle verdure, Sunkist, uno dei principali attori dello scenario ortofrutticolo statunitense, sta lanciando la "Fun Fruit" ovvero la "frutta del divertimento", una linea di frutta fresca pronta ideata per i pranzi nelle scuole ed estesa agli stadi di baseball ed agli aeroporti di tutta la nazione ad un prezzo accessibile (40-75 cent di dollaro per confezione).

La Dole, altro colosso dell'ortofrutta trasformata, nel frattempo, sta confezionando cubetti di mango e altra frutta che si adatta ai supporti dei cruscotti delle auto.

Ready Pac, invece, sta immettendo sul mercato degli spuntini di frutta e verdura in contenitori simili a coppe contenenti bastoncini di carota e di sedano con salsa e mele con burro di arachidi, mentre Birds Eye Fresh ha messo in commercio dei comodi vassoi con verdure per il forno a microonde contrassegnandoli con speciali etichette codificate a colori, che ne permettono una facile identificazione per il loro abbinamento con salse complementari.

Infine, nel 2006 alcune catene di fast-food tra cui Chick Fil-A e Wendy hanno iniziato ad offrire ai propri clienti delle coppe di frutta e verdura, mentre McDonald's ha introdotto nel proprio menù fette di mela e un'insalata di mele e noci nei suoi pasti per bambini. Il Ministero dell'Agricoltura degli Stati Uniti, del resto, ha aggiornato le linee guida per l'alimentazione in cui raccomanda il consumo di almeno 3-4 porzioni di frutta al giorno.