



C'è FERMENT 

IL POTENZIALE DI MERCATO
DEI PRODOTTI FERMENTATI

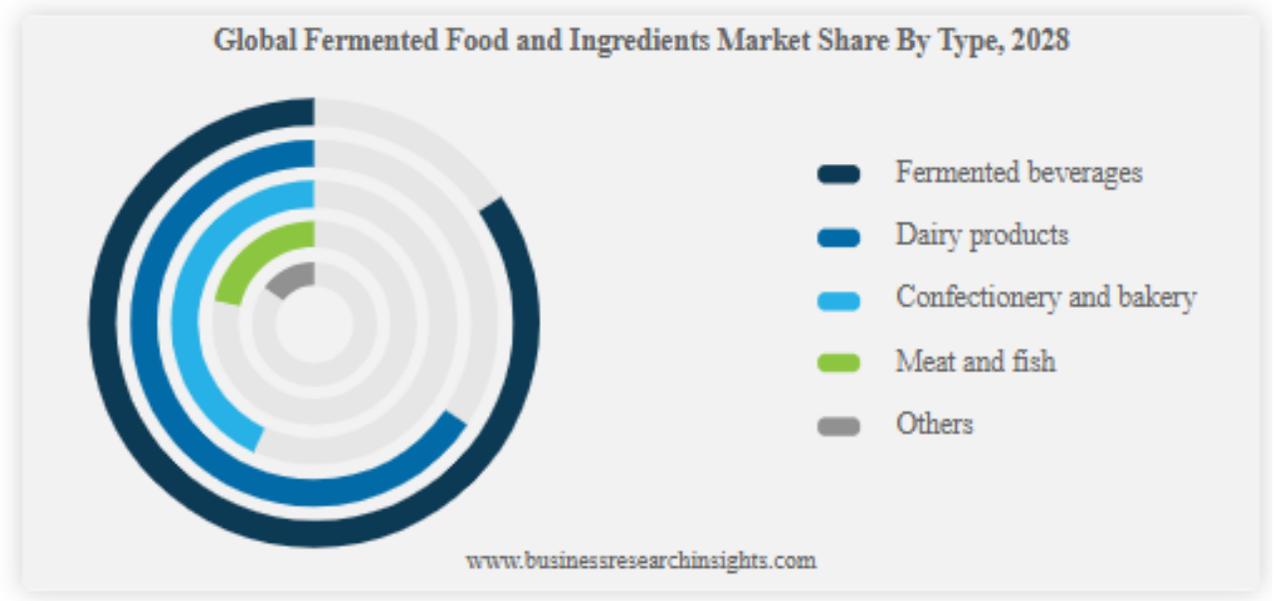
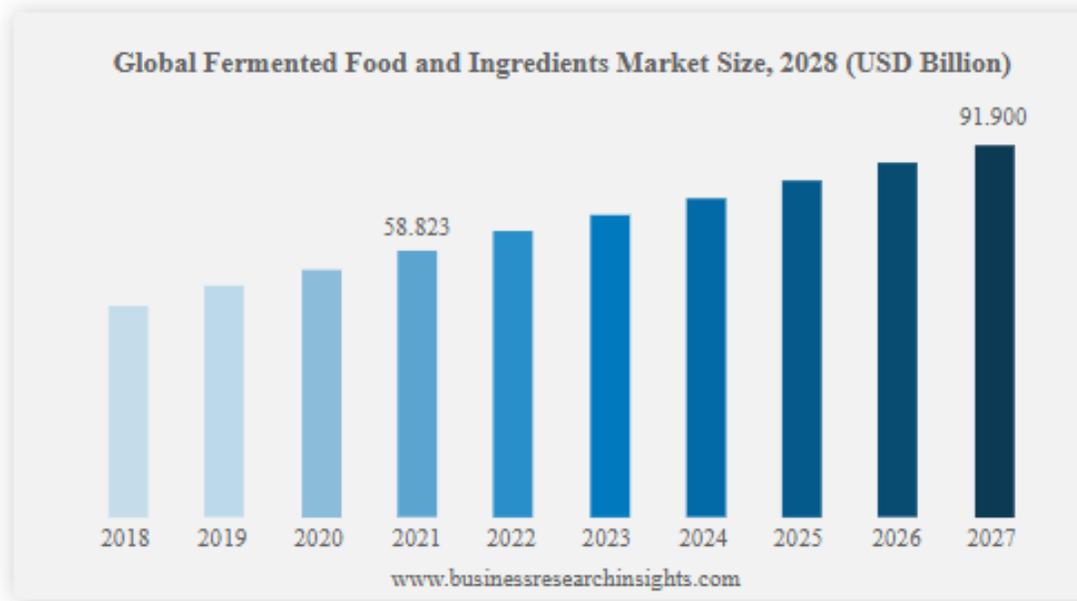
naturasi 



20 giugno 2023

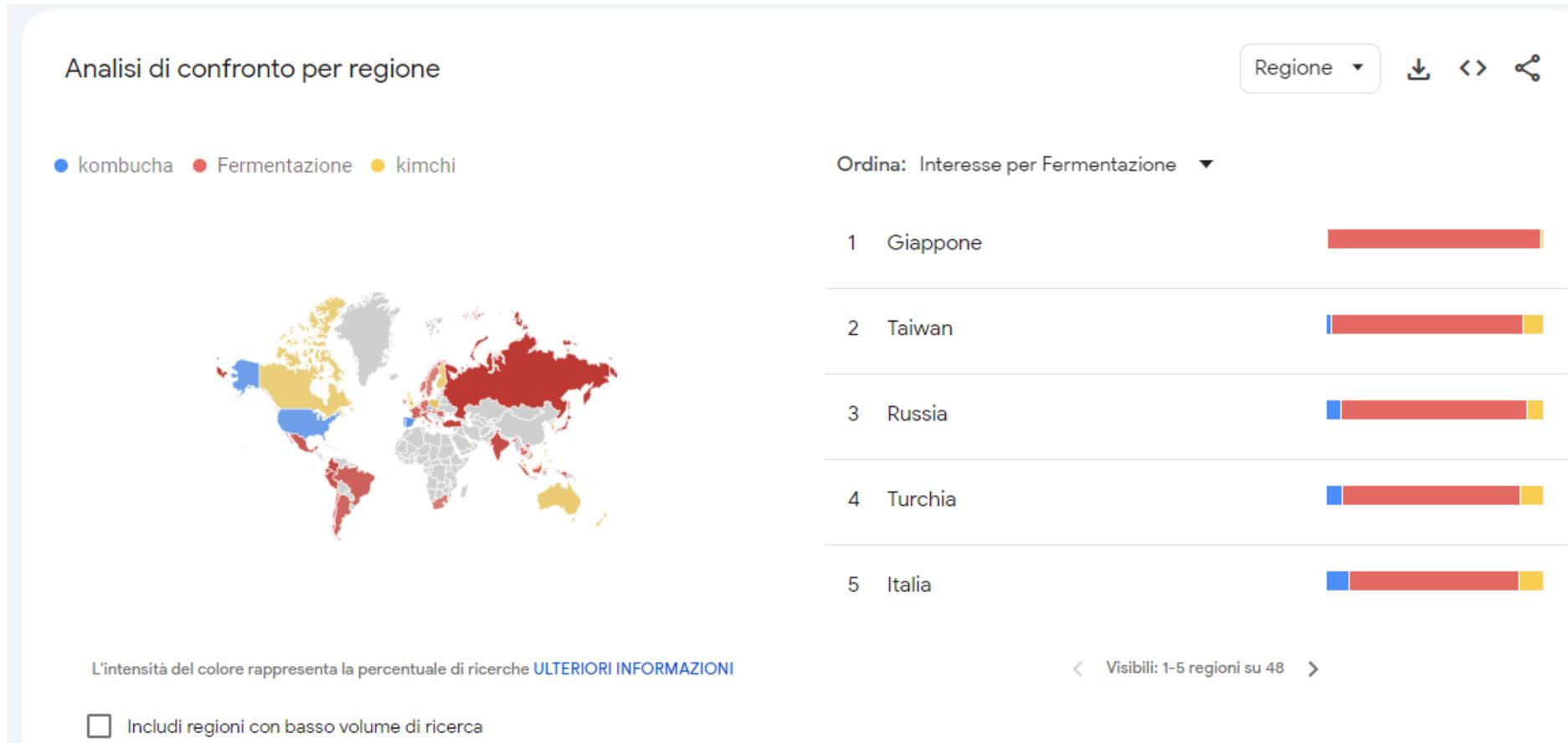
Potenziale di mercato dei prodotti Fermentati

Vedi mercati esteri



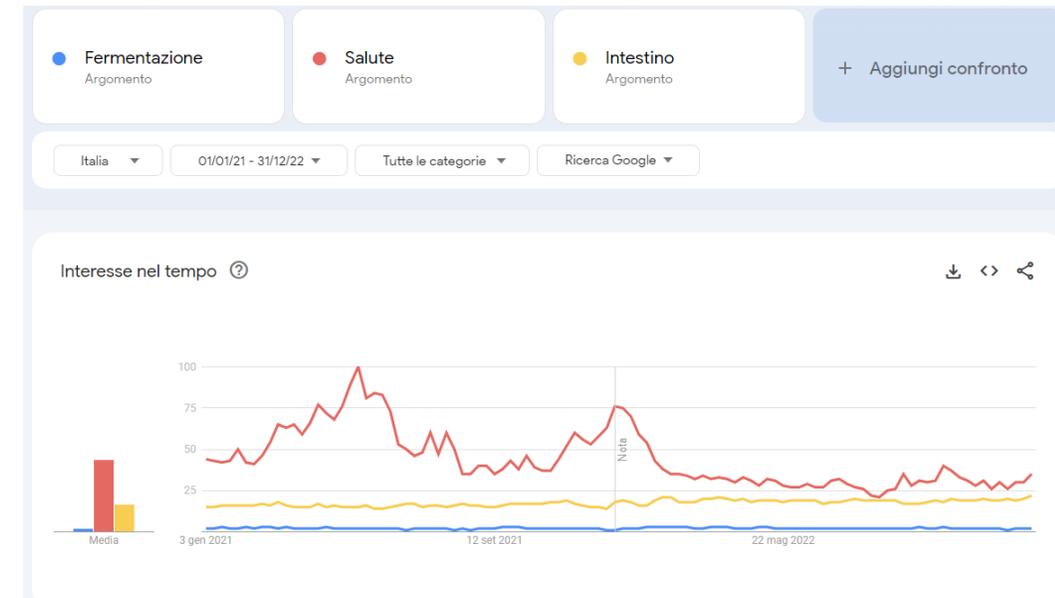
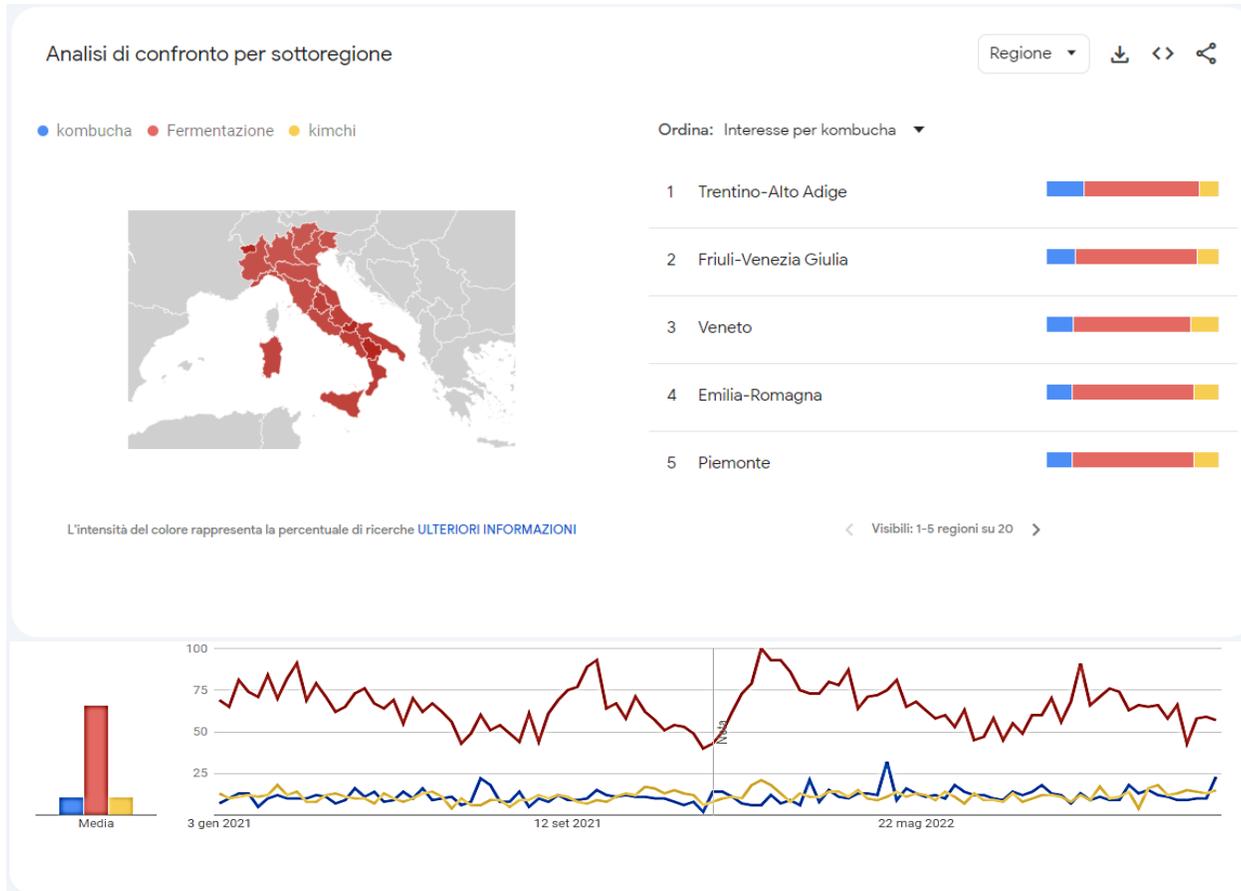
Potenziale di mercato dei prodotti Fermentati

Analisi da google trends «Fermentazione»



Potenziale di mercato dei prodotti Fermentati in ITALIA

Analisi da google trends «Fermentazione»



Trend GDO Confetture

LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO (31.10.2021 - 30.10.2022)

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (Kg)	PREZZO MEDIO (€/Kg)	INTENSITY INDEX VOL.
341.972.375	57.744.845	5,92	26,3%
▼ -1,0%	▼ -5,0%	▲ +4,1%	▼ -1,4 p.p.

Totale Italia - fonte: NielsenIQ

EXECUTIVE SUMMARY



▲ HEALTHY

Il segmento senza zucchero è l'unico in positivo (insieme alle confetture monoporzioni): +12,2% vol. +10,8% val.



▲ MONOPORZIONI

L'attenzione agli sprechi è un tema caro agli italiani, come dimostrano i numeri: +4,5% a volume per questo segmento



▲ REGIONALITÀ

L'innovazione prosegue nel segno delle specialità regionali e dei frutti Igp, come dimostrano alcune delle novità del settore



▲ NOVITÀ

Lo scaffale si arricchisce di diverse new entry; nel segno del bio, delle specialità regionali e del meno zuccheri



▼ DISCOUNT

Il canale del risparmio mette a segno la peggiore performance tra gli store format, sfiorando perdite a doppia cifra per quanto riguarda i volumi (-9,8%)



▼ AREA 4

Il sud Italia sembra disinnamorarsi di marmellate e confetture in maniera più decisa rispetto al resto della Penisola: -8,8% in quantità



▼ SKU "NORMALI"

In un mercato in flessione, la peggiore performance arriva dalle confetture e marmellate normali in vasetto: -7% a volume

DIMENSIONI E TREND DEI SEGMENTI (31.10.2021 - 30.10.2022)

Segmenti	Vendite a Valore €	Var. %	Vendite a Volume Kg	Var. %	Prezzo Medio €/Kg	Var. %	Int. Ind. Vol. %	Referenze medie #
Normali-vasetti	179.023.502	-3,0	39.613.327	-7,0	4,52	+4,3	25,7	17,4
Altre composte	109.751.021	-1,6	11.632.521	-3,7	9,43	+2,2	31,1	9,1
Dietetiche-senza zucchero	27.715.613	+10,8	3.684.126	+12,2	7,52	-1,2	26,9	3,6
Monoporzione dosabili	16.515.161	+10,8	1.748.868	+4,5	9,44	+6,0	5,1	3,4
Specialità	8.967.075	-5,4	1.066.003	-4,6	8,41	-0,8	26,0	2,2
Totale	341.972.375	-1,0	57.744.845	-5,0	5,92	+4,1	26,3	31,2

Totale Italia - fonte: NielsenIQ



Fonte: Food Magazine/NielsenIQ

Trend GDO

LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO (03.10.2021 - 02.10.2022)

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (L)	PREZZO MEDIO (€/L)	INTENSITY INDEX VOL.
809.334.076	598.472.604	1,35	23,6%
▲ +5,8%	▼ -1,8%	▲ +7,7%	▼ -3,2 p.p.

Totale Italia - fonte: NielsenIQ

EXECUTIVE SUMMARY



▲ BEVANDE A BASE FRUTTA 30-99%
Il trend dell'ultimo anno è stato positivo sia a valore (+10,8%) sia a volume (+2,7%)



▲ DISCOUNT
Il canale, secondo per vendite nella categoria, è quello che è cresciuto di più a valore (+8,6%)



▲ AREE 1 E 2
Oltre alla crescita a valore, sono le uniche zone a registrare un incremento, seppur contenuto, anche nei volumi



▲ PRIVATE LABEL
La crisi economica e la diminuzione della capacità di spesa delle famiglie hanno dato una forte spinta alle Mdd



▼ VOLUMI
Se il fatturato di categoria cresce, anche grazie all'inflazione, i volumi si contraggono dell'1,8%



▼ PREZZI
Cresce il prezzo medio dei succhi, a 1,35 €/l (+7,7% vs 2021). Il prezzo medio a confezione raggiunge 1,32 €/l



▼ PROMOZIONI
Si riduce la pressione promozionale: -3,2 punti a volume e -3,4 punti a confezione



▼ FRULLATI UHT
Occupano la quota minima nella categoria dei succhi e sono in flessione sia a valore (-13,9%) sia a volume (-11,7%)

DIMENSIONI E TREND DEI SEGMENTI (03.10.2021 - 02.10.2022)

Segmenti	Vendite a Valore €	Var. %	Vendite a Volume L	Var. %	Prezzo Medio €/L	Var. %	Int. Ind. Vol. %	Referenze medie #
Bevande base frutta 30-99%	307.705.901	+10,8	246.549.527	+2,7	1,25	+7,9	27,3	24,5
Nettari e simili	246.768.056	+1,2	187.892.800	-6,5	1,31	+8,2	21,1	19,2
Succhi 100%	104.604.928	+3,1	73.100.737	-3,5	1,43	+6,8	19,0	8,9
Bevande base frutta <= 29%	72.746.406	+2,8	67.510.665	-4,0	1,08	+7,1	25,3	6,7
Succhi freschi	50.316.809	+15,5	13.449.745	+10,6	3,74	+4,5	11,9	6,0
Spremute Uht	19.971.115	+5,5	6.455.028	+8,3	3,09	-2,6	14,9	3,4
Frullati Uht	7.220.861	-13,9	3.514.103	-11,7	2,05	-2,5	12,1	2,7
Totale	809.334.076	+5,8	598.472.604	-1,8	1,35	+7,7	23,6	nd

Totale Italia - fonte: NielsenIQ

Fonte: Food Magazine/NielsenIQ



Potenziale di mercato dei prodotti Fermentati

Sui Trend degli ultimi anni pesa la difficile situazione Socio-Economica

- *Prezzi del vetro*
- *Prezzi dell'energia*
- *Disponibilità delle Materie Prime*
- *Incertezza nel Consumatore*
- *Tendenze inflattive*



Portano, dal lato produttivo ad un aumento dei prezzi e compressione dei margini, e una contrazione dei volumi e frammentazione d'acquisto dal lato dei mercati.

Tendenza del consumatore al risparmio, ma anche alla ricerca di prodotti salutistici

Vedremo poi se i risultati dell'indagine condotta sul consumatore, ci confermano queste indicazioni

Ipotesi di linee di sviluppo



- Ipotizzando un succo+polpa:
 - Mela / Albicocca / Nettarina
 - Mela + lampone
- ❖ con quale grammatura?
- ❖ 200 -250 ml vetro , ma anche 100/150 se sfruttiamo l'opzione Doypack.
- ❖ a quale prezzo al pezzo (range min-max)
- ❖ 1,60 – 2,50
- ❖ a quale prezzo al kg (range min max.)
- ❖ 8 -12
- ❖ Claim :
 - ❖ Focus sul contenuto di zuccheri
 - ❖ Succo e polpa



- Ipotizzando una composta :
 - Nettarina
 - Lampone
- ❖ con quale grammatura?
- ❖ 200 -250 gr
- ❖ a quale prezzo al pezzo al consumo (range min-max)
 - 3,80 – 5,20 € Nettarina
 - 2,80 – 3,10 € Lampone
- ❖ a quale prezzo al kg al consumo (range min max.)
 - 15,00 – 17,50 € Nettarina
 - 17,50 – 20,00 € Lampone
- ❖ Claim :
 - ❖ Focus sul contenuto di zuccheri
 - ❖ «ricco di .. »