



WHITE PAPER

# Pizza surgelata: un mercato dinamico...una passione degli italiani

Analisi sul mercato della pizza surgelata nel Largo Consumo

Settembre 2018

# Pizza surgelata: un mercato dinamico...una passione degli italiani

## INTRODUZIONE

Di origini antichissime, ha subito la prima vera innovazione con l'unione del pomodoro.....accolta al principio con diffidenza diventa ben presto il cibo della gente umile nel Regno di Napoli fino a diventare oggi Patrimonio dell'Unesco.

I puristi della Pizza sostengono che esistano solo due vere pizze: la "Marinara" e la "Margherita". La Marinara, la più antica, il cibo dei pescatori e la Margherita creata in onore della Regina Margherita di Savoia con i colori della bandiera Italiana.

Rotonda, al taglio, alla pala, la pizza conosce i più svariati condimenti e si presta oggi a peculiari sperimentazioni nell'impasto, per favorirne gusto e digeribilità. Che sia cotta in forno a legna oppure scongelata e mangiata comodamente a casa, la pizza è un piatto che mette tutti d'accordo.

Quelle surgelate rappresentano oramai ben il 14% del valore totale del mercato dei Surgelati.

La fine della crisi economica ha fatto ripartire i consumi in molti settori merceologici, anche nella pizza surgelata che comunque non aveva risentito particolarmente delle difficoltà presenti mostrando tassi di crescita anche negli anni peggiori. E' brillante la performance negli ultimi 2 anni (2016-2017) con qualche segnale di stagnazione nel 2018.

## I NUMERI CHIAVE IN DISTRIBUZIONE MODERNA

Nell'Anno Termine a luglio 2018 le Pizze Surgelate in Distribuzione Moderna (Ipermercati+ Supermercati+ Libero servizio piccolo) hanno sviluppato quasi 48 mio di kilogrammi per un fatturato di 296 milioni di €.

Un Anno terminante che mostra un +1.8% a volume e un +2.7% a valore. La crescita è frutto di un 2017 molto dinamico (+6%) e di un 2018 che mostra i primi segnali di rallentamento dopo anni...il tutto se paragonato al dato medio del comparto Alimentare/Freddo conferma comunque il fatto che il mondo della Pizza Surgelata è uno dei mercati più dinamici del momento.

## Andamento del mercato della pizza surgelata

Anno Terminante luglio 2018	Vendite in Volume (kg)	Var. % Vendite in Volume su Anno Precedente	Vendite in Valore (€)	Var. % Vendite Valore su Anno Precedente	No° Medio referenze per pdv	Var. No° Ref vs Anno Precedente
Pizze Surgelate	47.915.138	1,8	296.309.857	2,7	45,9	0,5
Large Pizza	43.679.410	1,6	264.212.467	2,6	37,6	0,6
Farcita	17.367.948	3,7	117.302.895	3,9	23,6	0,6
Margherita	26.311.462	0,3	146.909.572	1,6	14,0	0,0
Rotonda	36.918.482	-2,2	216.826.795	-1,7	31,7	-0,7
Trancio	5.490.008	27,8	37.776.760	28,5	4,5	1,0
Pala	1.270.916	35,4	9.608.913	28,9	3,6	0,3

Fonte:Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo. Anno Term. luglio 2018

Analizzando i canali, sono i Supermercati a registrare la miglior performance, con un +2.7% a volume. Negative invece le superfici più grandi (Ipermercati) e il Libero servizio piccolo (100-399mq)

Industria e Distribuzione cercano di cavalcare i nuovi stili di vita, per non parlare poi delle forme....Non solo tonda (83%) ma sempre più presente il Trancio (13%) e la pala (3%).

Uno scaffale quindi sempre più variegato e affollato: biologiche, integrali, vegane, senza glutine...

In termini di gusti, l'offerta delle farciture si arricchisce di nuove referenze ma la Margherita rimane la "Regina" (60% dei volumi) anche se il trend (+0.3% a volume) è sotto la media di mercato, un segnale che le nuove ricette stanno conquistando il palato degli italiani.

Verdure, prosciutto & funghi e 4 formaggi le ricette più gradite. Insomma guadagnano sempre più terreno proposte elaborate.

Il segmento delle pizette è stabile sia a volume che a valore.

## L'INNOVAZIONE RIVITALIZZA IL COMPARTO

La pizza è purtroppo un cibo ricco di calorie, che aumentano progressivamente con l'aggiunta degli ingredienti. Considerando che spesso viene abbinata ad una bibita, alla fine il pasto può superare

tranquillamente le 1000 kcal. Ma l'offerta oggi è ampia e se ne trovano di tutti i gusti, gli ingredienti sono diversi e anche le calorie cambiano notevolmente.

Detto ciò, la pizza è un piatto che ci fa sentire italiani e non deve essere demonizzato in alcun modo.

L'occasione di trovarsi con gli amici per mangiarla insieme ha una valenza sociale che può tranquillamente coesistere con un regime ipocalorico.

Le aziende produttrici, attraverso la continua innovazione, sostengono il mercato segmentando l'offerta e arricchendola di nuovi gusti e forme (in questa direzione è da annoverare il successo di aziende come Itaipizza). Anche le Marche del Distributore propongono oggi un'offerta ricca rivolgendosi sempre più ai consumatori attenti al proprio benessere e completando il proprio portafoglio con referenze biologiche, integrali, senza glutine, ecc...

In questo processo il ruolo dei Distributori è ed è stato determinante. L'evoluzione dello scaffale negli ultimi anni ne è una dimostrazione.

## PREZZI E PROMOZIONI

Pratiche e sbrigative le pizze surgelate devono il loro successo anche alla loro economicità.

Nel 2018 le pizze surgelate si acquistano mediamente ad un prezzo "di 6,89€ al kg, circa 2,30 € per singola pizza. Difficile quindi trovare un piatto più economico, se escludiamo il tradizionale piatto di pasta al sugo di

## L'andamento del mercato della pizza surgelata nei diversi canali

Anno Terminante luglio 2018	Vendite in Volume	Var. % Vendite in Volume su Anno Precedente	Vendite in Valore	Var. % Vendite in Valore su Anno Precedente
Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	43.679.410	1,6	264.212.467	2,6
Ipermercati	7.283.381	-0,6	43.105.755	-0,2
Supermercati	31.659.769	2,7	191.042.321	3,5
LSP	4.736.257	-1,9	30.064.395	1,2

Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo. Anno Term. luglio 2018

pomodoro.

Approfittando poi delle promozioni, il prezzo scende fino a 1,72€ per pizza.

Il mercato è fortemente promozionato, quasi il 50% dei volumi sono venduti in promozione e il dato è in crescita rispetto all'anno scorso.

Un dato questo che colloca le pizze surgelate tra i mercati più promozionati del comparto alimentare.

## PROSPETTIVE PER IL MERCATO

Il mercato della pizza surgelata è un comparto di successo e il rallentamento del 2018 non incide su questa considerazione di fondo che tiene presente come la pizza non rappresenti più una scelta emergenziale tra i comportamenti di acquisto.

Svariate le ragioni di un successo che perdura: dalla praticità intrinseca del prodotto all'offerta variegata, al prezzo conveniente.

Sicuramente l'innovazione è stata determinante per la crescita e la sostenibilità del trend. E in tale direzione è necessario continuare.

## L'evoluzione dell'impasto della classica pizza surgelata

Anno Terminante luglio 2018	Vendite in Volume	Var. % Vendite in Volume su Anno Precedente	Vendite in Valore	Var. % Vendite in Valore su Anno Precedente
<b>Large Pizza</b>	<b>43.679.410</b>	<b>1,6</b>	<b>264.212.467</b>	<b>2,6</b>
T Large P Classica	41.674.800	1,7	245.422.144	3,0
T Large P Senza Glutine	907.074	6,4	10.019.094	0,0
T Large P Bio	731.661	6,3	6.100.372	6,7
T Large P Integrale	287.780	-27,2	2.018.326	-30,1
T Large P Vegana	60.094	-18,8	499.305	-18,8
T Large P Delattosata	18.001	211,9	153.219	246,6

## L'andamento delle promozioni nel mercato della pizza surgelata

Anno Terminante luglio 2018	Prezzo medio in volume non in promozione	Var. % Prezzo su anno precedente	Prezzo medio in volume in promozione	Var. % Prezzo su anno precedente	% Vendite in volume in promozione	Var. Punti su Anno Precedente
<b>Pizze Surgelate</b>	<b>7,03</b>	<b>1,9</b>	<b>5,23</b>	<b>1,0</b>	<b>47,2</b>	<b>2,4</b>
Pizza Grande	6,89	1,9	5,17	1,4	48,9	2,5
Altra Pizza	7,75	0,4	6,14	-3,6	34,4	3,1
Pizza Piccola	8,28	0,5	6,94	-0,3	21,5	-0,9

**Fonte: IRI InfoScan Census®. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo. Anno Terminante luglio 2018**

IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito [www.iriworldwide.com/it-IT](http://www.iriworldwide.com/it-IT) per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1  
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, +39 3357312283

Copyright ©2018 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners