

Piatti pronti freschi, fuori i secondi

Il mercato dei ready meal continua la sua espansione, forte di un ampliamento assortimentale all'insegna dell'innovazione e della capacità di soddisfare nuove esigenze. L'analisi di **Iri** nella Gdo

di **Aristide Moscarello**

Ci sono i plus di praticità e servizio, che si sposano perfettamente con i bisogni e le aspettative degli

shopper. Ma anche le tante innovazioni lanciate dalle aziende, con il ricorso sempre più frequente a superfood e promesse di salubrità e benessere, accanto a nuovi ingredienti estero-fili. **Dietro all'affermazione dei piatti pronti freschi spicca la capacità di interpretare le mode alimentari e gli stili di consumo moderni.** Non a caso, secondo i dati di **Iri** relativi all'anno terminante lo scorso gennaio – quindi antecedenti alla pandemia da Coronavirus – il mercato ha raggiunto un giro d'affari pari a 411,3 milioni di euro, con una crescita del 7,8 per cento. Si tratta, in realtà, di un trend meno performante rispetto a quelli registrati sino alla fine del 2017, quando la categoria segnava progressi a due cifre. **Nel complesso, a trainare le vendite sono sempre i primi piatti, che nell'ultimo anno hanno superato i 206,6 milioni di euro di fatturato, incrementando del +8,8 per cento.**

Un risultato sostenuto anche da un costante aumento assortimentale, visto che oggi in un punto vendita della distribuzione moderna si trovano circa 47 referenze, con un picco di 57 nelle regioni del nord-ovest. I secondi piatti invece, valgono 179,3 milioni di euro, il 6,1% in più dell'anno precedente,



mostrando comunque un buon dinamismo, soprattutto dopo aver superato la crisi dei prodotti a base vegetale.

“La tendenza – evidenziano da **Iri** – a razionalizzare gli scaffali sul segmento vegetale, iniziata già lo scorso anno, risulta confermata anche nel 2019. Ciò ha contribuito a diversificare in misura maggiore l'offerta, concentrata ora non più solo sul mondo delle alternative base soia. Intanto, l'area del nord-ovest, che da sempre ha un ruolo fondamentale per questa categoria, è anche quella che registra le migliori performance (+10,7%), arrivando a veicolare quasi il 50% del fatturato totale e segnando ancor di più il divario con le altre aree d'Italia”.

L'andamento del mercato

Primi piatti pronti	206,6 milioni di euro (+8,8%)
Secondi piatti pronti	179,3 milioni di euro (+6,1%)
Contorni	25,4 milioni di euro (+12%)
Totale piatti pronti freschi	411,3 milioni di euro (+7,8%)

A1, gennaio 2020 - totale Italia - Iper + super + libero servizio piccolo - fonte: Iri

È l'ora della pasta

Nell'ambito dei primi piatti pronti, le zuppe restano saldamente la tipologia più rilevante, rappresentandone, con 111 milioni di euro, oltre la metà del fatturato totale. Si tratta però di un segmento che, dopo diversi anni, non sembra più protagonista in termini di innovazione e infatti mantiene stabile la numerica di referenze medie intorno a 25 unità.

“**Il saturarsi dell'offerta all'interno del mondo delle zuppe e la necessità di diversificazione – commentano da Iri – ha spinto i principali attori ad allargare lo sguardo su altre tipologie di prodotto ancora poco esplorate e battagliate, come la pasta (+1,3 referenze in media) e i**

Osservatorio - Consumi

risotti (+0,7 referenze in media)".

Del resto, il segmento delle paste al forno conta già su un giro d'affari pari a 44,8 milioni di euro, in aumento del 4,9%, a fronte di una pressione promozionale particolarmente elevata, che si avvicina ai 65 punti. Quello della pasta, invece, riscontra un exploit a valore del +53,1%, attestandosi a 12,5 milioni di euro. In risalto ci sono poi anche i trend dei risotti e dei primi etnici, che segnano rispettivamente progressi del +78,2 e del +13 per cento. Quest'ultimi, insieme ai piatti freddi, sono i segmenti che ricorrono meno alla leva promozionale.

Oltre i burger vegetali

Il rilancio delle vendite passa anzitutto per la capacità di ampliare e diversificare l'offerta. Se il rallentamento del segmento vegetale aveva avuto un contraccolpo significativo sul mercato dei secondi piatti pronti, l'impulso al rinnovamento portato avanti dall'industria è subito riuscito a rilanciare il business. **"Oggi la componente veg all'interno dei secondi piatti pronti - spiegano da Iri - fattura 63 milioni di euro e arriva a pesare poco più del 35% dell'intero segmento. Un calo di quattro punti rispetto al 2018 e di ben dieci rispetto al 2016. I prodotti vegetali, che durante il 2019 hanno perso tre referenze medie a scaffale, stanno appiattendo la performance positiva della restante parte non vegetariana o vegana quasi trasversalmente a tutte le tipologie di prodotto e con impatto più marcato sugli hamburger, dove la concentrazione di brand e prodotti è ancora la più elevata e dove il calo degli assortimenti è più evidente. La sola eccezione riguarda il mondo dei mini, che racchiude all'interno del segmento vegetale diverse tipologie di prodotti come mini-burger,**

polpettine, crocchette, bocconcini e falafel. Questo segmento sembra essere riuscito a dare nuova linfa al mondo veg, colmando un vuoto d'offerta. Con oltre 20 milioni di euro, una crescita del fatturato pari al +4,9% e una disponibilità a scaffale di quasi 10 referenze, è il secondo per giro d'affari dopo quello dei burger".

Intanto, tra i secondi piatti spicca anche l'andamento dei ricettati, che comprende le pietanze ad alto grado di rielaborazione, grazie anche all'ingresso di prodotti regionali e tradizionali a base di carne e pesce.

È il caso, per esempio, di spezzatini, brasati e pesce mantecato. Considerando sempre l'anno terminante lo scorso gennaio, i ricettati

hanno incrementato le vendite a valore del 56%, a quota 19,9 milioni di euro, con un assortimento medio di 6,1 referenze, cioè 1,1 in più rispetto all'anno precedente.

"Tra i segmenti che compongono i secondi piatti - aggiungono da Iri - quello dei ricettati oggi è probabilmente il meno esplorato dall'industria di marca, se paragonato alle molteplici opzioni culinarie che offre. È altresì vero però che in molti punti di vendita il consumatore può già trovare un'opzione che comprende tutto il mondo delle ricettazioni pronte a peso variabile del banco gastronomia. Un settore che vale oltre 830 milioni di euro con una crescita del +6%". ■

Primi piatti pronti: le diverse tipologie di prodotto

	Vendite in mln euro	Var. % vs 2019	N. referenze	Variazione vs 2019
Primi piatti	206,6	+8,8	43,2	+3,0
Zuppe e minestre	111,6	+4,5	24,7	+0,2
Paste al forno	44,8	+4,6	8,3	-0,1
Primi etnici	17,7	+13,0	5,4	+0,0
Pasta	12,5	+53,1	6,4	+1,3
Primi piatti freddi	11,7	+6,7	3,0	+0,2
Risotti	7,8	+78,2	4,2	+0,7
Altri primi	0,5	-54,5	1,2	-0,2

A.t. gennaio 2020 - Totale Italia - Iper + super + libero servizio piccolo - fonte: Iri

Secondi piatti pronti: i principali segmenti

	Vendite in mln euro	Var. % vs 2019	N. referenze	Variazione vs 2019
Secondi piatti	179,3	+6,1	47,2	-2,0
di cui vegetali	63,2	-3,0	26,0	-3,0
Principali segmenti				
Hamburger	89,7	-1,8	20,5	-1,9
Mini	20,7	+4,9	9,7	-0,9
Ricettati	18,9	+56,4	6,1	+1,1
Tonné	14,1	+43,9	2,3	+0,1

A.t. gennaio 2020 - Totale Italia - Iper + super + libero servizio piccolo - fonte: Iri