

L'Anno IN ALLEGATO: MIGLIORE INSEGNA DELL'ANNO 2022 CONSUMO

PREZZO DI COPERTINA € 11,00
N. 2 FEBBRAIO 2022 - ANNO 83
PUBBLICAZIONE MENSILE
TIRATURA 100.000
OPERATORE DI ABONNAMENTI POSTALI
ED. 2022/2023 ED. 01/02/2022 N. 02
AVB 1/02/2022 L. 002/REANOV

2/2022

RIVISTA DI ECONOMIA E MARKETING SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO



Una recente ricerca, di cui si è parlato in un articolo apparso sull'inserito economico del Corriere della Sera, calcola che il trasporto per la distribuzione delle merci genera, in media, quasi la stessa quantità di CO2 che si genera nel corso della loro produzione e per alcuni beni di largo consumo la CO2, prodotta nel corso della sola distribuzione finale, risulta addirittura essere doppia rispetto a quella emessa per la produzione dei beni stessi.

Per quelle imprese che scarsamente si preoccupano di conoscere le emissioni delle proprie scelte logistiche, potrebbe dunque risultare in buona parte inutile fare investimenti volti soltanto a rendere più sostenibile la produzione?

www.largeconsumo.info

VI SEGNALIAMO IN QUESTO NUMERO

Web company: tanti utili, poche tasse pag. 16	L'Eriviano è phygital pag. 36
Consumi giovanili: meglio essere single pag. 22	Fenomeno Masterchef in città pag. 68
CSR a confronto: BF, Ceva, Asdrasti e Forlioni pag. 28	Supply chain: dove investire? pag. 94
I piani di Gruppo Arena (Vegè) pag. 34	Smart working: in regresso? pag. 105

I COMMENTI A pagina 6 SULLE PRECEDENTI RIFLESSIONI DI COMPETINA RILASCIATI DA:

Vincenzo Diella, (Amministratore delegato di F. Diella SpA), Edoardo Gamboni, (Direttore Commerciale V&G),
Renato Ancorotti, (Presidente di Cosmetico Italia), Giulio Como, (Amministratore delegato di Tribos SpA).

Il fusion si fa largo sulle tavole italiane

Non è più una novità l'ampliarsi dei consumi etnici: un mercato in espansione che va arricchendosi per soddisfare al meglio la domanda nazionale, sempre più variegata.

di Paola Piovesana

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/Ristorazione

La cucina etnica è un trend in crescita. Poke e sushi sono i preferiti del 2021, ma seguono kebab, tacos, soia, ramen, cucina greca, spezie e aromi fusion. In Gdo il cibo etnico oggi non può mancare: serve uno scaffale intuitivo, ricco e variegato, che sappia ispirare con piatti pronti o ingredienti per cimentarsi nella loro preparazione domestica.

Secondo il sondaggio di **Hellofresh** (servizio di box ricette a domicilio lanciato da metà ottobre 2021 anche in Italia) realizzato dall'istituto di ricerca **Censuswide** sui buoni propositi degli

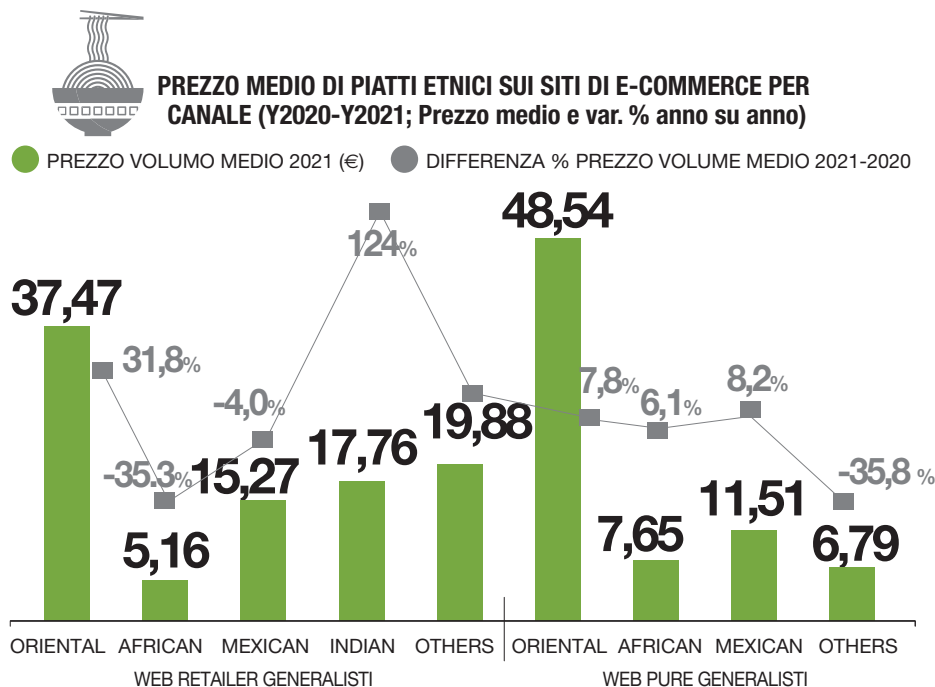
italiani nel 2022, in cucina il desiderio di cambiamento interessa il 40% degli utenti. Il 73% si ritiene «audace» nel ricercare nuovi sapori, un 63% vorrebbe sperimentare ricette con un twist innovativo e un 54% non vede l'ora di provare ricette fusion, pur con un tocco tradizionale. Per l'Osservatorio di **Just**

eat, leader del delivery, il desiderio di gusti capaci di sorprendere è sempre più forte: nel 2021 le cucine che sono cresciute di più

(+93%) e la thailandese (+61%).

Il report "Il mercato del poke in Italia" di **Cross border growth capital**, advisor in Italia per aumenti di capitale e operazioni di finanza straordinaria per startup e Pmi, rivela che nel 2020 il

“ Nel 2021 +93% per la cucina libanese e +61% per la thailandese ”



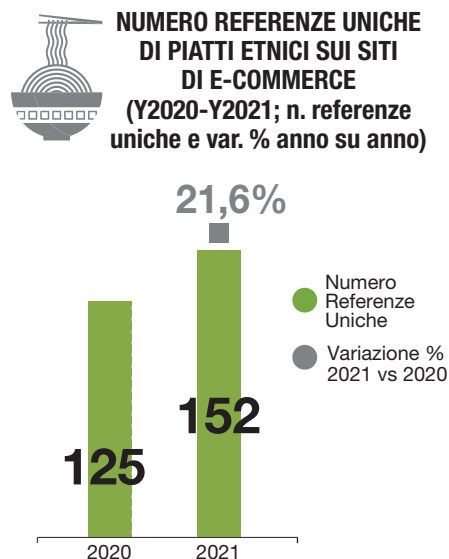
Fonte: IRI - QBERG In-Store Point 2022

Largo Consumo

sette dei poke bar ha raggiunto 1,74 miliardi di dollari di volume d'affari a livello mondiale e punta a 2,9 miliardi nel 2024. In Italia, il mercato delle pokie ha registrato 98 milioni di euro di fatturato nel 2021 e si prevede possa raggiungere i 143 milioni nel 2024.

Essendo il poke un piatto pratico, consumabile da freddo, componibile e compatibile con il trasporto, è perfettamente funzionale al take away e al delivery, trend in forte aumento negli ultimi anni e, in particolare, durante la pandemia. «Solo la piattaforma **Deliveroo** – precisa **Andrea Casati**, Vicepresidente di Growth capital – ha registrato un aumento di transazioni gestite del 130% anno su anno, raddoppiando il numero di clienti attivi a 7,1 milioni nell'aprile del 2021».

L'etnico si cerca sempre di più al supermercato secondo il rapporto 2021 di **Italiani.coop**. Primo tra tutti il sushi, che nel primo semestre del 2021 (largo consumo confezionato) ha registrato



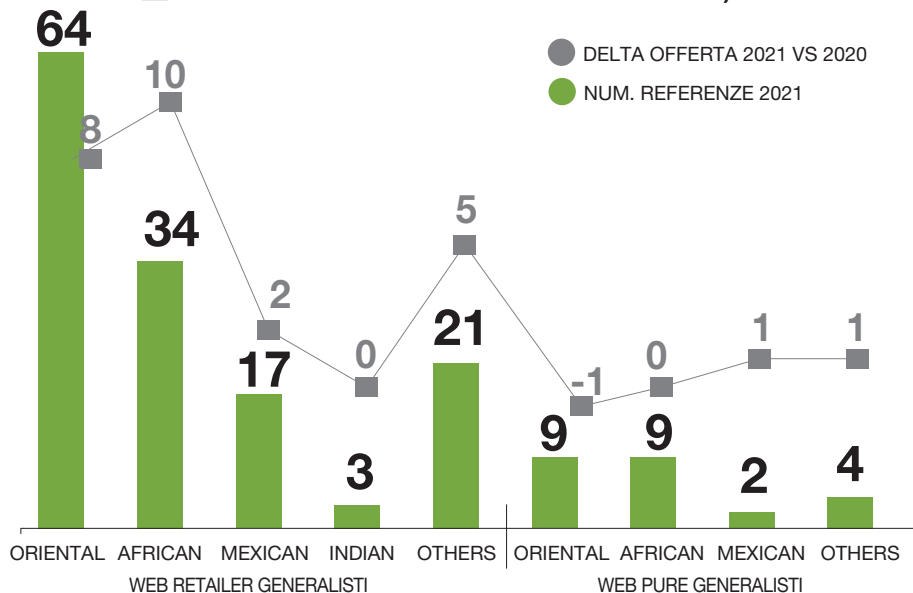
Fonte: IRI - QBERG n-Store Point 2022

Largo Consumo

vendite per 121 milioni di euro, con un +102% rispetto al 2019. Il cibo cinese, quello messicano e le altre specialità etniche sono aumentati del 74%. «I piatti etnici più amati sono asiatici e messicani, come rito settimanale e non più consumo occasionale – riferisce **Lucy Pepi**, Specialist category e Buyer etnico di **Carrefour Italia** –. La categoria nel 2021 ha registrato un +24% per la ▶



NUMERO REFERENZE UNICHE DI PIATTI ETNICI SUI SITI DI E-COMMERCE PER CANALE (Y2020-Y2021; n. referenze uniche e e var. % anno su anno)



Fonte: IRI - QBERG In-Store Point 2022

Largo Consumo

cucina orientale, un +23% per la messicana e un +13% per le altre. Chi acquista cibo etnico, simbolo di convivialità, ma anche di pasto veloce, cerca un alto contenuto di servizio, ovvero piatti pronti, oppure salse, noodles, latte di cocco e tortillas che aggiungano un tocco particolare a piatti nostrani, o per provare a replicare ricette di piatti etnici consumati al ristorante. Gli italiani si affidano

sempre di più al punto di vendita con ampio assortimento, come riscontrato dai report di Nielsen, e la maggior parte degli acquisti avviene nella Gdo. Per Carrefour oggi diventa fondamentale l'attività di scouting di nuovi fornitori, alcuni per la prima volta sul mercato italiano. Il nostro assortimento è volto a ispirare, fidelizzando il consumatore con un'offerta ampia, profonda e mo-

derna, su uno scaffale di facile lettura e interpretazione. I nuovi trend? Medio Oriente, Sud America e Nord Africa. La massima espressione del nostro assortimento è presente negli ipermercati, ma anche nei formati più piccoli market ed express abbiamo dedicato più spazio alla categoria. Carrefour vuole essere un punto di riferimento per le specialità straniere».

Anche secondo Everli, servizio di shopper con 60 insegne di supermercati affiliate, l'acquisto di prodotti etnici (che copre circa l'11% dei totali) registra un +5% nel 2021 sul 2020. Avocado, tortilla chips e feta sono tra i prodotti più ambiti nella spesa al super, e – curiosità – Sondrio è la città più sensibile al fascino dell'etnico. «Se da un lato abbiamo prodotti più sfiziosi, come le tortillas per gli snack – osserva Alice Coverlizza, Chief business officer Italy – dall'altro va segnalata la netta preferenza per prodotti come avocado, mais, riso basmati o latte di cocco, conferma di come il consumatore di oggi sia sempre più interessato a variare la propria alimentazione. La mission di Everli è proprio quella di

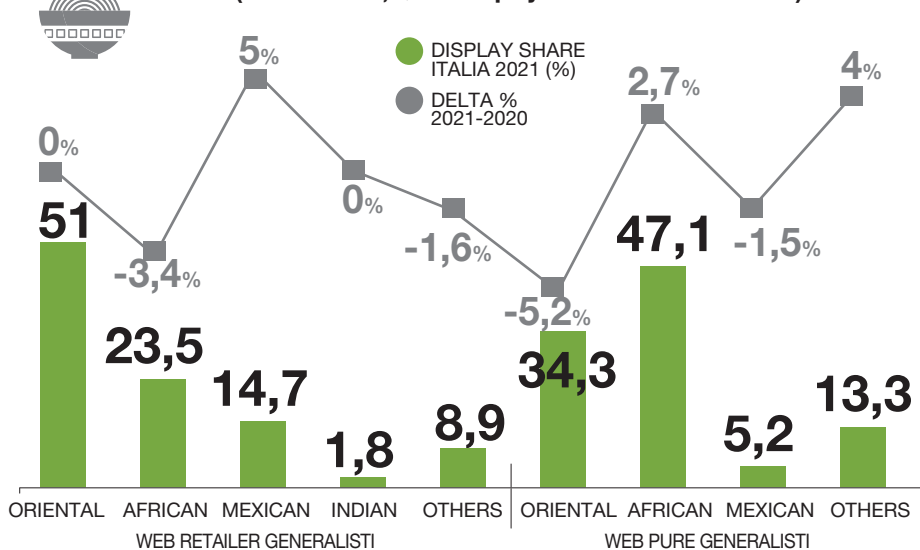
Per il mercato delle pokerie italiano 98 milioni di euro di fatturato

offrire ai clienti una varietà di brand e categorie sempre più ampia, la stessa del loro supermercato di fiducia, e ci fa piacere osservare lo stabilizzarsi di trend d'acquisto come questo».

Giovanna Chiarini, Business unit director di Atlante srl, partner della Gdo con presenza internazionale, svela il predominio sul mercato di un ingrediente. «Il prodotto che ha registrato un vero exploit è il riso basmati, sempre più presente nelle case dei consumatori italiani e sempre più usato come accompagnamento per piatti speziati a base di carne, pesce o verdure, fino addirittura a diventare un sostitutivo del pane – riferisce Chiarini –. La sua notorietà è sempre più diffusa anche grazie al poke, che nel 2020 è stato non a caso l'8° cibo più ordinato a domicilio, con una crescita di oltre il 133% rispetto al 2019. Il nostro Basmati chicchi d'autore proviene dal Pakistan e si distingue per un packaging pensato proprio per sottolinearne qualità e autenticità».



QUOTA DISPLAY DI PIATTI ETNICI SUI SITI DI E-COMMERCE PER CANALE (Y2020-Y2021; Quota display e e var. % anno su anno)



Fonte: IRI - QBERG In-Store Point 2022

Largo Consumo

© RIPRODUZIONE RISERVATA