

MERCATO ORTOFRUTTICOLO

ANALISI DI MERCATO



Come possiamo notare da una ricerca preliminare di google il risultato più cercato è la frutta e la verdure di **stagione**



Keyword: stagione



Per quanto riguarda la domanda diretta i migliori articoli riguardano proprio consigli su che frutta e verdura di stagione mangiare.

frutta e verdura di stagione

×



Tutti

Immagini

Notizie

Shopping

Video

Altro

Strumenti

Resultati espliciti filtrati con SafeSearch. [Ulteriori informazioni](#) [Annulla](#)

Circa 47.600.000 risultati (0,39 secondi)

https://www.tuttogreen.it > ... > Spesa biologica

Frutta e verdura di stagione: cosa comprare mese per mese


8 feb 2018 — Frutta e verdura di stagione: la guida per tutti i prodotti da acquistare freschi per la vostra spesa mese per mese, e anche i consigli sul ...

https://www.altroconsumo.it > fare-la-spesa > consigli

Calendario Frutta e Verdura di Stagione - Altroconsumo

Fragole a febbraio e finocchi a giugno? Ormai nei supermercati possiamo trovare frutta e verdura quasi di ogni tipo tutto l'anno. Ma anche ortaggi e frutti ...

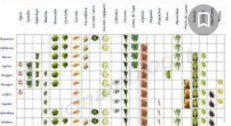
Ricette



Conosciamo i Prodotti di Stagione

Galbani


Nessuna recensione



La stagione delle verdure

CucinareBlog.it

Nessuna recensione



Frutta e verdura di stagione: estate

L'ennesimo blog di cucina

Nessuna recensione

Nelle ricerche correlate possiamo notare come ci sia sempre la keyword stagione seguita da **"vicino a me"** e su questo possiamo giocare con la scheda google my business e anche **"negozio"**. Sono due ricerche molto importanti per la domanda diretta.

Inoltre la parola **"domicilio"** indica una forte tendenza a voler far arrivare la frutta e la verdure nella propria abitazione

Ricerche correlate :



frutta e verdura **elenco**



frutta e verdura **a domicilio**



frutta e verdura **stagione**



frutta e verdura **negozio**



frutta e verdura **vicino a me**



frutta e verdura **disegno**



frutta e verdura **differenza**



frutta e verdura **online**

Consumo di frutta e verdura

Indicatori - PASSI 2020-2021

	Consumo quotidiano di 5 porzioni frutta	Consumo quotidiano di almeno 3 porzioni frutta
Abruzzo	6.2	43.9
Basilicata	10.0	50.4
Calabria	1.9	26.7
Campania	4.8	33.1
Emilia Romagna	6.7	42.9
Friuli Venezia Giulia	5.6	36.5
Lazio	6.9	49.2
Liguria	15.4	64.0
Lombardia		
Marche	6.3	43.6
Molise	4.5	39.2
Piemonte	11.7	57.7
Provincia di Bolzano	7.4	44.1
Provincia di Trento	16.8	57.8
Puglia	3.5	52.9
Sardegna	17.8	70.6
Sicilia	9.0	43.4
Toscana	8.7	62.4
Umbria	6.1	51.7
Valle d'Aosta	5.6	59.0
Veneto	11.0	44.7
Italia	7.6	46.1

In Italia, nel biennio 2020-2021, poco più della metà delle persone di 18-69anni (52%) riferisce di consumare 1-2 porzioni di frutta o verdura al giorno, il 38% consuma 3-4 porzioni, mentre meno dell'8% ne consuma la quantità raccomandata dalle linee guida per una corretta alimentazione, ovvero 5 porzioni al giorno (five a day). Una piccola quota di persone (2%), dichiara di non consumare né frutta né verdura.

Consumare almeno 5 porzioni di frutta e verdura al giorno, come raccomandato, è un'abitudine che cresce con l'avanzare dell'età, è più frequente fra le donne, tra le persone senza difficoltà economiche e tra le persone più istruite, ma resta un'abitudine che coinvolge poche persone, mai oltre il 10% neppure nei gruppi che ne fanno un maggior consumo.

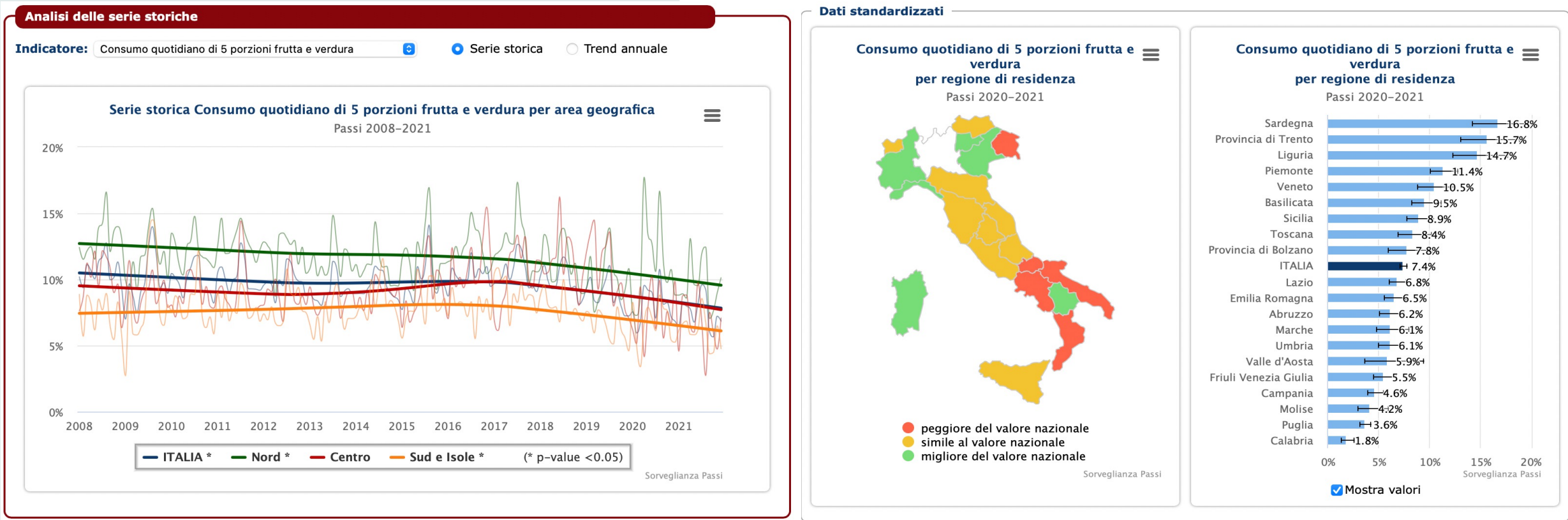
Il gradiente geografico è chiaro e mostra un'adesione al five a day significativamente più bassa nelle Regioni nel Centro-Sud rispetto a quelle del Nord Italia, ad eccezione della Sardegna in cui il consumo di 5 porzioni al giorno è fra i più alti (18%).

Già relativamente bassa la quota di persone che aderisce al five a day è anche in diminuzione nel tempo soprattutto negli ultimi anni e ovunque nel Paese; solo nelle Regioni del Centro Italia si era intravisto un aumento significativo nei primi anni del periodo di osservazione.

Se l'adesione al five a day resta un'abitudine di pochi, quasi la metà della popolazione consuma almeno 3 porzioni di frutta o verdura al giorno (46%); le caratteristiche di chi ha comunque questa buona abitudine restano significativamente associate al genere femminile, all'età, al vantaggio socioeconomico, per risorse finanziarie, livello di istruzione e alla residenza nelle Regioni del Centro-Nord del Paese.

Il mercato ortofrutticolo sta subendo una forte crisi, infatti come si può vedere nel primo grafico, la consumazione di frutta e verdura sta avendo una forte discesa, dovuta anche alla grave situazione dei campi italiani, dove i raccolti vengono distrutti per colpa dei cambiamenti climatici.

Sulla destra vediamo come la consumazione di frutta e verdura non sia distribuita equamente in Italia e sono molte le regioni che hanno una consumazione di prodotti ortofrutticoli più bassa della media.



Un settore in calo

Secondo l'Osservatorio di mercato del Centro Servizi Ortofrutticoli (Cso Italy) sono state acquistate per il consumo domestico 2,6 milioni di tonnellate di frutta e verdura, per **un calo che sale fino al 14% se lo si confronta con i consumi di 5 anni** fa e un valore totale delle vendite pari a circa 6 miliardi di euro (-4%).

L'aumento dei prezzi, che ha accelerato nell'ultimo anno, potrebbe avere avuto un ruolo significativo: il valore medio ha raggiunto i 2,20 euro al chilo, **+7% rispetto al 2021**, +18% rispetto al 2018.

Top 5 frutta e verdura per gli italiani

Top 5 frutta preferita:

1. Fragola (40%)
2. Banana (39%)
3. Pesca (34%)
4. Ciliegia (32%), melone (32%) e anguria (32%) a pari merito
5. Mela (29%)

Top 5 “verdura” preferita:

1. Pomodoro (47%)
2. Patata (46%)
3. Zucchine (42%)
4. Insalata (35%)
5. Legumi (26%)

Target

differenze tra le diverse generazioni di consumatori italiani.

La **provenienza locale/italiana** è un driver fondamentale che cresce di pari passo con l'età, al punto che è al primo posto per il **46%** dei rispondenti più maturi (tra i 55 e i 64 anni).

Come prioritario, invece, per i più giovani (tra i 18 e i 34 anni) nella scelta di frutta e verdura sono, invece, il **buon gusto e l'origine controllata dei prodotti**.

Ad avvicinare tutte le generazioni sono l'attenzione al prezzo (in media per il **22%**) e soprattutto, la poca rilevanza dell'**estetica 'perfetta'** di frutta e verdura: solamente per il **4%** (dato che sale a 7% per i Millennials e Gen Z) risulta essere un fattore discriminante.

la freschezza mette d'accordo tutti, seppur maggiormente apprezzata dai rispondenti tra i 55 e i 64 anni.

I Millennials e Gen Z guardano **l'italianità dei prodotti** (rispettivamente, per il **37%** e il **42%**), allontanandoli così dai consumatori più maturi: di questi, il **63%** cerca di mangiare frutta e verdura Made in Italy.

stagionalità: se tutti gli intervistati tengono in considerazione questo aspetto nell'acquisto di frutta e verdura, la generazione più matura si dimostra la più attenta di tutte (**64%**).

surgelati: le percentuali si attestano **sotto il 10%**, ulteriore dimostrazione della netta preferenza degli italiani verso prodotti freschi e di stagione.

luoghi di acquisto sottolineano un'**apertura green** degli intervistati **verso canali meno tradizionali e più sostenibili**. Infatti, circa il **30%** degli intervistati usufruisce di **siti/app specializzate** nella vendita di prodotti ortofrutticoli almeno una volta al mese, mentre il **25%** si affida a gruppi di acquisto solidali (GAS). A tal proposito, **la Gen Z** si dimostra particolarmente ricettiva a questa modalità d'acquisto, tanto che il **14%** afferma di acquistare online almeno una volta alla settimana.

Ma cosa scelgono gli italiani? La **frutta fresca** è la vincitrice indiscussa (il 66% la consuma quotidianamente e la quasi totalità degli intervistati, il 93%, settimanalmente), seguita dalla **verdura a foglia** (31%, le preferite dai rispondenti tra i 35 e i 44 anni) e **dalle liliaceae** (30%).

Dove comprano gli italiani?

Il 70% degli italiani compra sempre o spesso **frutta e verdura al supermercato**, in alternativa si rivolge al mercato rionale (42%) o al fruttivendolo (43%).

E a proposito di punto vendita, il consumatore lo sceglie guardando igiene e pulizia (81 su 100), qualità dei prodotti Mdd (78), qualità degli alimenti freschi (76). Sulla base di questi parametri in cima alla classifica generale dei supermercati stilata da [Altroconsumo](#) si piazza la storica catena **Esselunga**; il discount che soddisfa di più, invece, è **Aldi**; mentre tra le insegne locali svetta **Pewex**.



Perché desidera il prodotto?

Gli italiani comprano la frutta e la verdura per accompagnarla ai pasti e soprattutto per **benessere**.

La classica risposta ad un bambino che chiede “perché devo mangiare la frutta?” Perché fa bene.

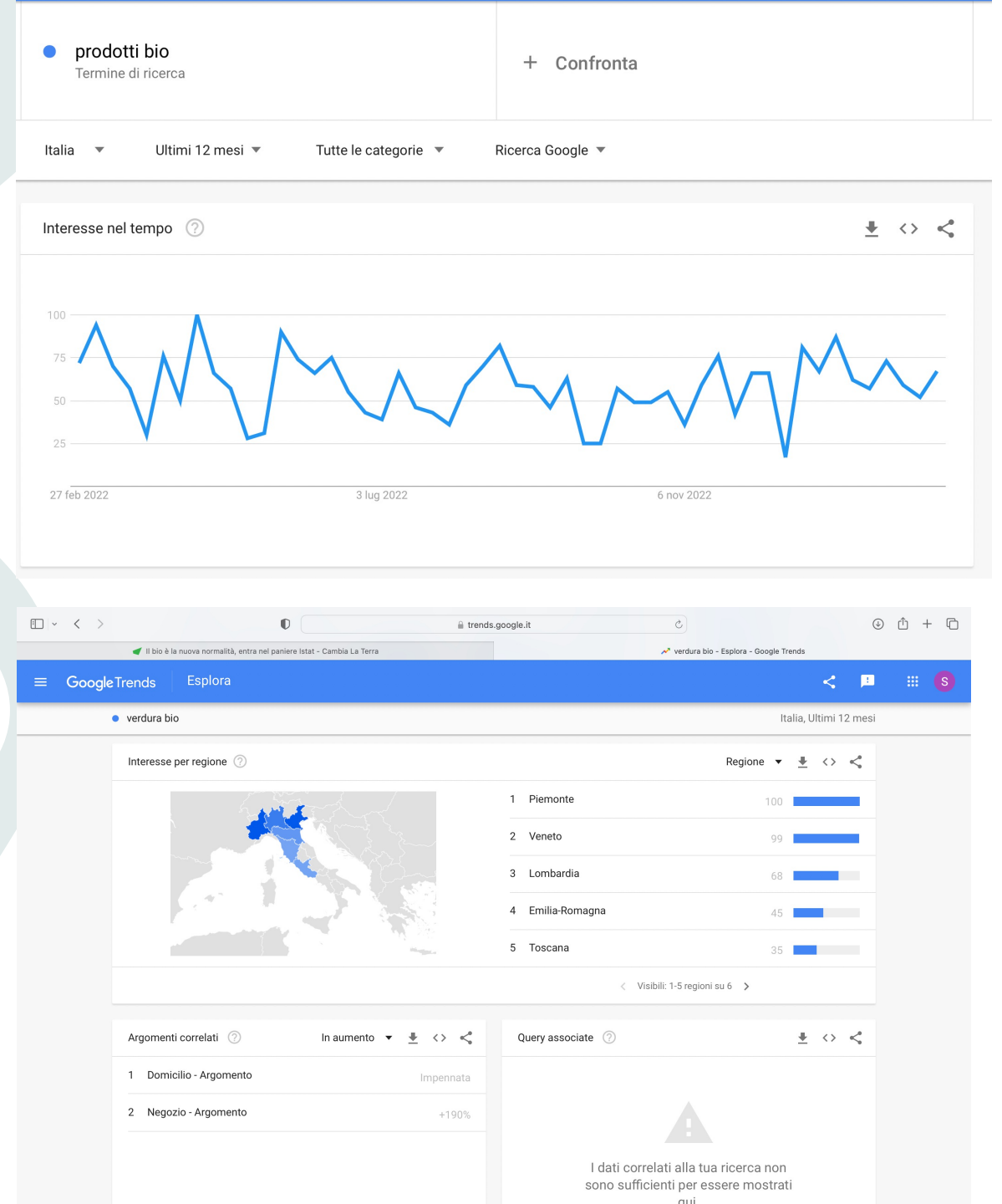
Infatti tra le ricerche più rilevanti abbiamo domande sul benessere fisico che la frutta e la verdura donando, su quando dare la frutta e la verdura al neonato oppure di come lavare la verdura quando si è in gravidanza.

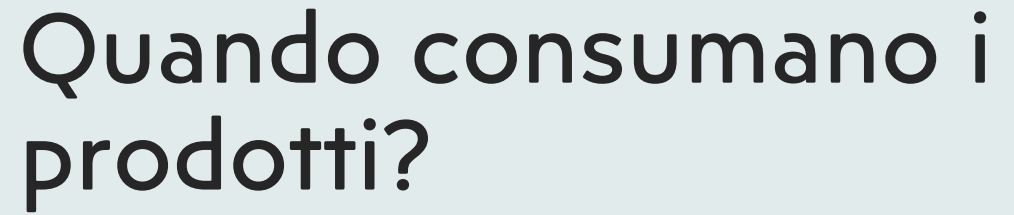
C'è una grande fetta di ricerche legata a cosa contengono i vari tipi di verdure e di frutta, chiaro segno dell'interesse degli italiani verso i benefici di una dieta ricca di ortofrutti.

Interessi

Da parte degli italiani c'è una forte impennata nell'interesse verso I prodotti Bio.

Notiamo anche che le ricerche correlate sono negozio e domicilio, segno di un interesse nel ricevere I prodotti a casa.





Grazie alla dieta mediterranea i prodotti vengono consumati settimanalmente e anche giornalmente.

Competitors diretti e indiretti

I competitors diretti sono tutti coloro che vendono dei prodotti simili ai nostri, e sono **supermercati** e tutti i **fruttivendoli** nella stessa zona in cui si opera.

Tutti gli altri competitor sono competitor indiretti che vendono prodotti diversi dai nostri, dato il significativo calo della consumazione di frutta e verdura un competitor indiretto spietato è tutta la nicchia degli **integratori** o delle **bevande** come succhi di frutta