

Italian Berry - In Italia per i berries un mercato da 554 milioni

Scritto da Italian Berry | 27 Febbraio 2022



Le rilevazioni di GfK sui consumi delle famiglie italiane nel 2021 fotografano un mercato della frutta fresca dove si registra una stabilità in termini di penetrazione e un calo di acquisto medio, dato da un minor acquisto medio per singolo scontrino (viceversa la frequenza risulta in crescita).

AUMENTANO DEL 15% I BERRIES INCLUSE LE FRAGOLE

In controtendenza si verifica un **trend positivo per i frutti rossi** (comprese le fragole), che mostrano una buona crescita sia in termini di parco acquirenti che di acquisto medio. Il numero di famiglie acquirenti è infatti aumentato del 3,1% e l'importo medio dell'acquisto medio è cresciuto del 11,5%.

Anche in questo caso però **le quantità acquistate per atto risultano in calo** (passando da 660g a 630g registrano una variazione negativa di -4,3%), mentre la frequenza registra un +9,5% rispetto allo scorso anno. Infatti sono aumentate da 7,8 a 8,6 le occasioni di acquisto nel periodo. Complessivamente il fatturato dei berries incluse le fragole è aumentato del 15% nel periodo in esame, passando da 482 a 554 milioni di Euro.

I segmenti di mercato con **penetrazione superiore alla media** del mercato sono le regioni del Nord-Est (+12%) e Nord-Ovest (+10%), le classi socio-economiche alte (+16%) e medio-alte (+5%), le famiglie con tre componenti (+7%).

Per quanto riguarda invece le quantità acquistate per buyer risultano **notevolmente superiori alla media** i valori registrati dalle famiglie residenti nel Nord-Ovest (+24%), di classe socio-economica alta (+24%), le famiglie con 2 componenti (+15%), i nuclei residenti in aree metropolitane o di periferia (+18%) o con il responsabile d'acquisto con età superiore a 65 anni (+16%).

CONSUMI BERRIES, AUMENTA IL PARCO ACQUIRENTI

Analizzando in particolare la categoria dei berries escluse le fragole, si registra una **decisa crescita con un aumento del +20,4% di parco acquirenti** (che passano da 6,3 milioni a 7,6 milioni di famiglie) e +19,5% di acquisto medio (che ha toccato i 1,91 kg). Anche la spesa dedicata a questo comparto della frutta incrementa: si passa da poco più di 19€ annui a oltre 21€.

La spesa totale della categoria è stata pari a Eur 146,4 milioni nel 2021.

In generale tutte le sottocategorie del segmento registrano un **buon incremento a volume**: Mirtilli

e Ribes trainati principalmente dalla penetrazione, mentre i Lamponi crescono grazie all'incremento di entrambi i driver di crescita. Solo le More mostrano una flessione a volume a causa di un calo del parco acquirenti.

IL PROFILO DEI CONSUMATORI DI BERRIES

Analizzando il profilo del totale della categoria Berries si evidenzia una **forte concentrazione nel Nord** (sia Nord Ovest che Nord Est), con indici sopra media nelle famiglie numerose (2/3 componenti), con RA (responsabile acquisti) di età compresa tra i 35 e i 64 anni, di classe socio-economica alta e che risiedono in grandi centri abitati. Il profilo risulta molto simile a quello dello scorso anno.

Registrano tassi di **penetrazione superiori alla media** le famiglie residenti nel Nord-Ovest (+60%) e nel Nord-Est (+21%), di classe socioeconomica elevate (+38%) o medio-alta (+11%), residenti nelle aree metropolitane o periferiche (+23%), composte da 3 membri (+11%).

I segmenti con **volume di acquisto per buyer superiore alla media** sono i residenti nel Nord-Ovest (+13%), di reddito medio-alto (+14%) o alto (+5%), con nuclei familiari di 3 componenti (+17%) e residenti nelle aree metropolitane (+18%).

I sottosegmenti mostrano un profilo in linea al totale Berries in termini di penetrazione ad eccezione dei Ribes che registrano una maggiore concentrazione in famiglie mono o bi-componenti e con Responsabili Acquisti più mature.

Autore: Italian Berry