



PASTE ARRICCHITE

TREND

DAL SENZA GLUTINE AI MULTILEGUMI

Tutto è cominciato con la diffusione dell'intolleranza al glutine, che ha spinto consumatori e aziende a trovare strade alternative per un piatto unico nutriente e gustoso, senza passare sempre dal riso o dalla soia. Del resto, dopo il cibo light - scelto in nome della linea e della forma, con un fatturato di 1.150 milioni di euro in tutta la Gdo lo scorso anno (+1,6% sullo stesso periodo del 2015, secondo le stime del Rapporto Coop 2016) - molto del salutismo alimentare degli italiani prende le mosse proprio da allergie e intolleranze. Di qui, infatti, i 'senza lattosio' con 379 milioni di fatturato (+20,3%) e il 'senza glutine ristretto' (cioè marchiati con la spiga barrata, specifici per i celiaci): 159 milioni di fatturato, +20,6 per cento. Tutti gli altri 'senza' sviluppano un sell out da 247 milioni di euro (+0,3%). In calo sono solo i prodotti 'senza sale' (-2,8%), che comunque registrano buoni livelli di vendita con 61 milioni di euro di fatturato. "Il trend di crescita - fanno sapere dall'ufficio marketing di Barilla - delle paste speciali e salutistiche è un fenomeno destinato a durare nel tempo: a sostenerlo c'è la crescente consapevolezza che questi prodotti, fuori dagli stereotipi di un tempo, possono anche essere buoni e gustosi e adatti a un consumo familiare. Questo fa sì che la frequenza d'acquisto e la penetrazione del parco acquirenti stiano registrando un solido incremento". Un tratto caratteristico dei consumatori italiani, inoltre, rispetto agli altri popoli europei, secondo uno studio di italiani.

coop dello scorso settembre - basato anche su rilevazioni di Google Trends - è il loro gusto della sperimentazione: quando sono nelle corsie dei supermercati, il 48% del campione rag-

giunto dichiara di voler provare nuovi brand alla ricerca di sapori inediti, alle spalle degli inglesi, ma davanti a spagnoli, francesi e tedeschi.

PLAYERS	ANDRIANI	BARILLA	COLUSSI GROUP	DELVERDE
Marchi	Felicia	Barilla, Voiello	Agnesi, Misura, Colussi, Sapori	Delverde
Fatturato 2016 (euro)	40 mln (tot. az.)	3.383 mln (tot.az anno 2015)	354 mln (tot.az anno 2015)	30 mln (tot. az.)
Volumi (t)	19.000 t di pasta prodotta	1,826 mln t	nd	15.000 t
Canali di vendita	Gdo 57%, Farmacia 13%, Export 30%	Gdo, Normal Trade, Foodservice	Distribuzione moderna	Gdo 90%, Normal trade/ foodservice 10%
Top SKU	 Sedanini 100% farina di lenticchie rosse bio gluten free Felicia	 Spaghetti integrali 500 g	 Spaghetti integrali Misura	 Tagliatelle a nido 250 g