



IV Gamma



Alessandro Pantani

© Riproduzione Riservata

LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO (29.12.2024-28.12.2025)

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (Kg)	PREZZO MEDIO (€/Kg)	INTENSITY INDEX VOL.
1.099.847.056	157.712.640	6,97	16,3%
▲ +1,2%	▲ +0,4%	▲ +0,8%	▼ -1,3 p.p.

Totale Italia – fonte: NIQ

EXECUTIVE SUMMARY



▲ GDO

La distribuzione moderna cresce +2,4% a valore: supermercati +2,6% e iper +3,1% (22,4%) consolidano il reparto



▲ FRUTTA

La frutta IV gamma accelera: +13,2% a valore e +10,9% a volume; penetrazione 11,9%



▲ CRUNCHY

La croccantezza è un driver: le Croccanti Unitipo salgono (+3,0% valore; +0,6% volume)



▲ CENTRO-SUD

Il baricentro si sposta: Area 3 +2,5% valore e +1,6% volume, Area 4 +2,9% e +1,3%



▲ ASSORTIMENTI

Media stabile 24,0 referenze/pdv, ma polarizzazione netta: su iper 71,3 e super 32,9, giù i discount: 20,3



▼ DISCOUNT

Il canale arretra (-3,1% valore; -2,7% volume) e perde 0,9 punti di quota



▼ MISTE

Le Insalate Miste frenano (-2,0% valore; -2,6% volume)

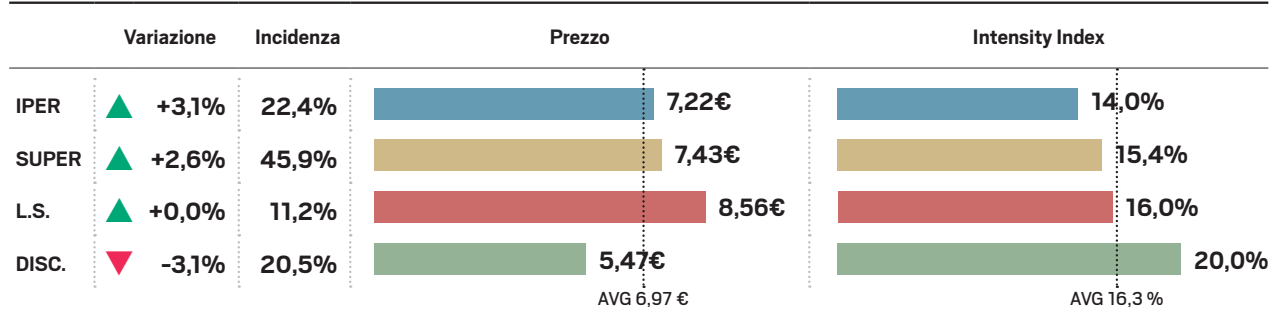


▼ PROMO

Sconti meno centrali: intensity index a volume al 16,3% (da 17,7) e confezioni al 15,1% (da 16,6)

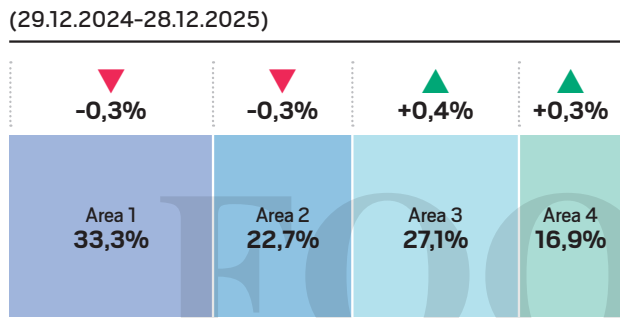
ORTOFRUTTA > IV GAMMA

INCIDENZA A VALORE PER CANALE (29.12.2024-28.12.2025)



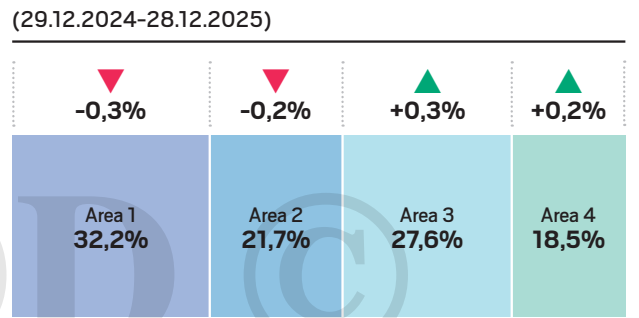
Totale Italia – fonte: NIQ

INCIDENZA A VALORE PER AREA (29.12.2024-28.12.2025)



Totale Italia – fonte: NIQ

INCIDENZA A VOLUME PER AREA (29.12.2024-28.12.2025)



Totale Italia – fonte: NIQ

DIMENSIONI E TREND DEI SEGMENTI (29.12.2024-28.12.2025)

Segmenti	Vendite a Valore €	Var. %	Vendite a Volume Kg	Var. %	Prezzo Medio €/Kg	Var. %	Int. Ind. Vol. %	Referenze medie #
VERDURA IV GAMMA	1.035.413.520	+0,5	152.508.166	+0,1	6,79	+0,4	16,3	22,7
Insalate Miste	334.407.790	-2,0	54.103.866	-2,6	6,18	+0,6	19,5	9,0
Insalate Tenere Unitipo	302.654.237	+0,3	30.682.781	0,0	9,86	+0,3	14,0	5,8
Insalate Croccanti Unitipo	185.436.652	+3,0	28.257.318	+0,6	6,56	+2,4	16,0	3,2
Verdura Da Cuocere	113.975.707	+1,6	25.280.597	+0,8	4,51	+0,8	15,7	3,0
Insalate Arricchite	56.512.225	+3,5	3.146.218	+4,0	17,96	-0,5	20,6	3,5
Crudite'	42.426.911	+5,6	11.037.386	+11,0	3,84	-4,9	8,0	2,0
FRUTTA IV GAMMA	64.433.535	+13,2	5.204.474	+10,9	12,38	+2,0	18,1	3,6
Monoprodotto	43.831.866	+15,3	3.554.208	+9,0	12,33	+5,9	18,0	2,7
Mista	20.601.670	+8,9	1.650.265	+15,4	12,48	-5,6	18,3	2,0
TOTALE	1.099.847.056	+1,2	157.712.640	+0,4	6,97	+0,8	16,3	24,0

Totale Italia – fonte: NIQ

L'INSALATA DELL'ORTO

La svolta proteica dell'ortofrutta ready to cook

Il mercato della IV gamma sta evolvendo verso soluzioni ad alto contenuto di servizio, dove l'innovazione deve essere immediatamente percepibile dal consumatore. Funzionalità, praticità e valore nutrizionale sono oggi driver decisivi nelle scelte d'acquisto e L'insalata dell'Orto ha impostato la propria strategia di sviluppo prodotto proprio in questa direzione, lavorando su referenze capaci di semplificare la preparazione dei pasti senza rinunciare a qualità e contenuto. Ne è un esempio la gamma misSalad High Protein, che intercetta il crescente interesse verso un'alimentazione vegetale più equilibrata e ricca dal punto di vista nutrizionale. Il Minestrone di Verdure High Protein al gusto rosmarino, la Zucca a Cubetti High Protein al gusto amaretto, gli Spaghetti di Verdure High Protein al gusto pomodoro e la Peperonata Cornelio High Protein al gusto mediterraneo

raccomandano soluzioni pronte da cuocere, pensate per chi cerca piatti completi, versatili e adatti a diversi momenti di consumo. Ricette studiate per unire gusto, apporto proteico - attraverso una proteina di pisello 100% vegetale - e semplicità di utilizzo, con un posizionamento chiaro anche a scaffale.

Accanto alla sfera funzionale, L'insalata dell'Orto ha lavorato in modo deciso sulla praticità, come dimostrano gli Spinaci cuoci in busta al microonde. Una referenza che risponde al bisogno di risparmio di tempo, garantendo al contempo la preservazione delle caratteristiche nutrizionali del prodotto, con una preparazione in soli 4 minuti. "Il contenuto di servizio è oggi un elemento centrale dell'innovazione di prodotto - spiega **Sara Menin, Direttore marketing e comunicazione L'insalata dell'Orto** -. Con misSalad High Protein e con gli Spinaci microondabili abbiamo



Sara Menin, Direttore marketing e comunicazione L'insalata dell'Orto

voluto offrire soluzioni concrete a bisogni reali: piatti vegetali facili da preparare, nutrienti e adatti a stili di vita sempre più dinamici. L'innovazione, per essere credibile, deve essere percepita subito dal consumatore, sia nella funzione sia nell'esperienza d'uso". Un approccio che conferma il ruolo della IV gamma come categoria chiave per intercettare nuovi consumatori, rafforzando il valore del servizio come leva strategica.