

[ ORTOFRUTTA ] D'Amico (Aiipa): «Con il decreto sulla commercializzazione regole certe uguali per tutti»

# IV gamma, fine del Far West

[ DI FEDERICA LEVI ]

**È** capitato a tutti di aprire due confezioni di insalata in busta dall'aspetto identico, acquistate nel medesimo scaffale, e scoprire due prodotti completamente diversi: uno perfettamente fresco e conservato, l'altro un po' passato.

Da oggi questo non succederà più. A spiegarci il perché è **Gianfranco D'Amico**, presidente del gruppo IV gamma dell'Associazione italiana industrie prodotti alimentari (Aiipa), che accoglie con «grande soddisfazione» l'emanazione del decreto attuativo sulla commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli di IV gamma (legge 77/2011), che stabilisce nel dettaglio i parametri chimico-fisici e igienico-sanitari del ciclo produttivo, del confezionamento, della conservazione e distribuzione del fresco confezionato.

Fino a ieri, spiega, per il comparto era una specie di "Far West": «il mercato era completamente deregolamentato, i comportamenti erano delegati al buon senso degli operatori. E stiamo parlando di un settore che vale 700 milioni di euro, con un tasso di penetrazione dei prodotti nel 72% delle famiglie italiane. Oggi finalmente vinciamo una battaglia che portiamo avanti da sempre, cioè mettere al centro le esigenze del consumatore».

## [ CATENA DEL FREDDO A 8 °C

L'aspetto più rilevante della normativa riguarda la catena del freddo: «è fondamentale, perché i prodotti subiscono un'evoluzione con il passaggio della temperatura. Oggi la legge stabilisce che il prodotto deve essere mantenuto ad una temperatura inferiore agli 8 °C a partire dalle celle frigorifere

Chiarimenti su temperatura, requisiti igienico-sanitari e diciture in etichetta

degli stabilimenti di produzione fino agli scaffali della distribuzione. Questo vuol dire garantire una qualità standard». Anche le altre disposizioni, sottolinea, vanno nella direzione di offrire un servizio migliore al cliente: «sono stati introdotti requisiti igienico-sanitari, ma anche diciture standard in etichetta che esplicano, senza lasciare spazio a dubbi, caratteristiche del prodotto e modalità di impiego e conservazione dopo l'apertura della confezione».

Tutto questo, secondo D'Amico, avrà una ricaduta positiva sulle aziende: «già og-

gi, insieme all'Inghilterra, siamo uno dei Paesi più rilevanti per la IV gamma, sia in termini di produzione che di mercato. Con queste novità le nostre imprese potranno contare su un'immagine molto rigorosa di sistema, con l'auspicio che sia d'esempio per l'Europa».

## [ LA CRISI MORDE

Anche perché la crisi morde: «i dati sui consumi alimentari sembrano un bollettino di guerra. Per fortuna siamo in controtendenza, almeno sul fronte dei volumi. Però ci sono problemi di redditività: il fatturato è in negativo». Le cause, spiega, sono essenzialmente due: diffusione di offerte "primo prezzo", con sconti «eccessivamente bassi, che forse spariranno con la nuova normativa»; crescita delle vendite nel discount a discapito degli altri canali. «In parallelo notiamo

però un fenomeno forse unico nel largo consumo: la marca sta guadagnando terreno a discapito della private label, che pur rimane su percentuali altissime. Forse è l'ennesimo segnale del fatto che il consumatore cerca anche qualità e

rassicurazioni e per questo è disposto a spendere un pizzico in più».

## [ NEL CARRELLO Sulle ali della pigrizia

**T**ra i prodotti più richiesti nel carrello della spesa le insalate mono-referenza e mix in busta. Sono in crescita, osserva il presidente di Aiipa IV gamma **Gianfranco D'Amico**, le ciotole con assortimento di ingredienti non vegetali/vegetali non freschi + condimento; in aumento anche i pronti da cuocere in busta (spinaci, minestrone).

Crescono anche le vendite di sughi pronti, a testimonianza della crescente 'pigrizia' degli italiani in cucina che soprattutto d'estate voltano le spalle ai fornelli. In tutta Italia le aziende di produttori di IV gamma sono circa 120 e sembrano rispondere a una tendenza all'acquisto e al consumo alimentare che non risente più di tanto della crisi. ■

