

SUGH

PRODUZIONE

Conserve: le innovazioni in ballo

Un comparto in crescita ed evoluzione che soddisfa i tradizionalisti con le ricette classiche, ma anche i più moderni inventando nuove stuzzicanti proposte.

di **Maria Eva Virga**

Il mercato dei sughi pronti, che in Gdo raggiunge quasi i 74 milioni di euro a volume e supera di poco i 485 milioni di euro a valore, nell'anno terminante a novembre 2023 è cresciuto a volume del 4% e del 16,1% a valore rispetto al periodo precedente (dati **Circana**, Totale Italia Iper+super+Isp, da 100 a 399 mq, + Discount). I sughi pronti a base di pomodoro rappresentano la parte più importante del settore con vendite a volume che, nello stesso periodo, sfioravano i 60 milioni di euro e superavano di poco i 295 milioni di euro di fatturato, con un incremento del 2,5% a volume e del 13,3% a valore. Seguono a lunga distanza i sughi pronti a base di pesto con un giro d'affari di quasi 179 milioni di euro e circa 16 milioni di chili venduti. In calo invece i pezzi venduti degli altri sughi pronti: -5,2%.

Per quanto riguarda l'allocazione delle vendite, sempre secondo i dati **Circana** il supermercato è il primo canale che, con oltre 38 milioni di euro di vendite a volume, rappresenta il 52,1% del mercato Italia, che sale al 57,5% considerando i dati a valore (279 milioni di euro nell'AT novembre 2023). Seguono i discount, con un peso del 29% volume e 21,3% valore. Le vendite di sughi e condimenti pronti sia a base pomodoro che a base pesto avvengono principalmente nel Nord-ovest, che supera il 33% delle vendite a volume, per un totale di quasi 25 milioni di euro, che a valore superano i 167, con un peso percentuale del 34,5%.

I primi tre produttori - **Barilla**, **Star** e **Mutti**, coprono a valore il

44,7% del mercato. Le private label ne rappresentano invece il 32,3%.

«Fra sughi pronti a base di pomodoro, pesto o altri sughi, l'incidenza a valore nei punti vendita **Iperal** è massima per la famiglia merceologica dei sughi pronti ricchi (a base di pomodoro)», dichiara **Mari-sa Costanzo**, Category scatolame salato di **Iperal**, «ma anche quelli pronti al pesto raggiungono un buon valore di vendite, con il 30,2%. Altri sughi pronti hanno un peso del 20,72%; i sughi pronti semplici, infine, del 12,05%. I bio si sono conquistati un piccolo spazio dell'1,88%.

In assoluto il prodotto più venduto tra i sughi pronti nella nostra insegna è il Granragù classico Star, la confezione da 180 grammi x2. È molto importante anche il peso della nostra marca privata, in questo settore: il 31% delle vendite è rappresentato dal nostro marchio». Come si spiega l'andamento dei sughi pronti e che tendenze si preve-

dono per il futuro? «Oggi – risponde **Costanzo** – i sughi pronti offrono una soluzione ideale per rispondere alla crescente richiesta di prodotti pratici e veloci da preparare, da parte dei consumatori. La categoria è cresciuta grazie all'innovazione, che ha riguardato due aspetti molto importanti: innanzitutto ha portato a un miglioramento della qualità organolettica; in secondo luogo, ha lavorato sulla diversificazione di prodotto che inizialmente si basava su ricette basiche ma che, nel tempo, ha ampliato la scelta di prodotti a valenza gastronomica e/o regionale».

«L'analisi della proposta di sughi e pesti offerti presso i nostri store e una lettura dei dati di acquisto ci indica che le referenze che maggiormente riempiono i carrelli dei consumatori sono i condimenti a base di pesto», dichiara il team National buying services di **Aldi Italia**.

«L'impatto sul totale del fatturato è molto buono, considerato che si tratta di una categoria dove la battuta di cassa è molto contenuta. In prima linea tra le vendite si posiziona sicuramente il pesto genovese nel formato 190 grammi della linea Cucina Nobile nelle sue due varianti con e senza aglio. Anche i sughi rossi sono comunque molto apprezzati, in particolare il Sugo di pomodoro alla bolognese e quello all'amatriciana a marchio I Colori del Sapore. Le marche esclusive **Aldi** rappresentano il cuore del nostro assortimento, caratterizzato da un'offerta completa grazie alla quale possiamo rispondere alle esigenze specifiche dei nostri clienti. Alcuni esempi sono i sughi e condi-

« Il supermercato è il primo canale con il 51% delle vendite »



SUGH PRONTI E BASI: VENDITE A VOLUME E IN VALORE, PER TIPOLOGIA
(in kg, euro e var. % annua, a.t. novembre 2023)

	Vendite in volume (in Kg)	Var. % annua	Vendite in valore (in euro)	Var. % annua
Sughi pronti e basi	73.754.200	4,0	485.137.932	16,1
Base pomodoro	56.916.912	2,5	295.229.297	13,3
Base pesto	16.117.881	9,8	178.727.599	22,0
Altri sughi	709.661	-5,2	10.841.054	5,2

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) + Discount
Fonte: **Circana**

Largo Consumo

menti premium della marca esclusiva **Gourmet**, le proposte Bio Natura e quelli Regione che Vai. Il continuo aggiornamento delle proposte a scaffale, con referenze assortimentali e promozionali innovative e inedite, ci consente di rendere completa la nostra proposta: oltre ai classici come il pesto genovese, i sughi della marca esclusiva i colori del sapore nei formati da 350 e 420 grammi, le proposte regionali a marchio regione che vai come i ragù di chianina e di cinghiale da 180 g, il ragù di cinto senese dop e il ragù alla norcina.

Ottimi risultati provengono anche dalle referenze biologiche o vegane come il ragù di soia, il pesto vegetale, l'amatriciana vegana e il pesto genovese bio con basilico fresco 100% italiano. Per quanto riguarda i trend, il panorama socio-economico attuale influenza il comportamento del consumatore orientandolo verso una maggiore esigenza di risparmio.

Allo stesso tempo, la qualità rappresenta un valore fondamentale per i clienti, sempre più sensibili all'origine delle materie prime e in particolare a prodotti regionali, biologici e a filiera corta». «Le categorie che performano meglio nella nostra insegna», dichiara **Francesco Iuculano**, responsabile commerciale **Todis**, «sono i sughi pronti a base di pomodoro, con una crescita del 36%, e i pesti al basilico che pesano maggiormente nel reparto a livello di incidenza. Ottimi i risultati ottenuti anche con i sughi della nostra linea mdd arte della specialità come il ragù di cinghiale, di carne chianina, e i sughi cacio e pepe. Uno dei prodotti maggiormente venduti è il ragù alla bolognese del marchio Cuore Mediterraneo, 2x180 grammi.

Cuore Mediterraneo è uno dei brand storici di Todis che dal 1999 ricerca con attenzione le migliori produzioni di pasta, riso, farina e conserve di pomodoro e sughi. Oltre ai sughi a base di pomodoro, ci sono i sughi pronti da dispensa, quelle freschi nel banco frigo, come quelle alle melanzane e ai funghi, per chi non rinuncia al gusto della qualità anche in mancanza di tempo da dedicare ai fornelli. Il nostro modello si basa sul-

“La specializzazione e la qualità sono i due trend del momento”



SUGHI PRONTI E BASI: VENDITE A VOLUME E IN VALORE, FORMAT DI VENDITA E AREA GEOGRAFICA (in kg, euro e quota %, a.t., per novembre 2023)

	Vendite in volume (in Kg)	Quota %	Vendite in valore (in euro)	Quota %
Totale Italia	73.754.200	100,0	485.137.932	100,0
Nord-Ovest	24.710.376	33,5	167.361.902	34,5
Nord-Est	16.545.901	22,4	112.738.043	23,2
Centro + Sardegna	14.278.015	19,4	94.775.043	19,5
Sud	18.219.909	24,7	110.262.944	22,7
LSP	7.764.986	10,5	55.694.309	11,5
Supermercati	38.427.132	52,1	279.194.560	57,5
Ipermercati	6.186.554	8,4	46.850.167	9,7
Discount	21.375.528	29,0	103.398.896	21,3

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) + Discount

Fonte: Circana

Largo Consumo

la marca privata che quest'anno ha registrato un incremento importante del 30%. Rispetto al 2022, si tratta di una categoria destinata a guadagnare ancora di più quote di mercato: i nostri consumatori hanno sperimentato non solo la praticità, ma anche e soprattutto la qualità dei nostri prodotti.

Lato nostro ci impegniamo a migliorare l'eccellenza della nostra offerta, puntando su materie prime italiane e sul rapporto qualità/prezzo, valore aggiunto che rappresenta la nostra filosofia. La specializzazione e la qualità sono i due trend del momento e lo saranno anche nel prossimo futuro. Tra i nuovi prodotti che abbiamo inserito nei sughi pronti, ad esempio, vi sono il ragù di cinghiale e il sugo cacio e pepe arte della specialità».

«In **Conad**, in linea con il mercato, i sughi base pomodoro sono sicuramente i più ricercati», conclude **Stefania Bassi**, National category Manager di Conad, «e registrano l'incidenza maggiore sul totale comparto, intorno al 30%: una crescita determinata da un andamento positivo non solo a valore, per effetto dell'inflazione, ma anche a volume.

Si tratta di un mercato che è risultato statico nel passato ma che negli ultimi anni ha saputo reinventarsi con ottimi risultati; ne sono un esempio le salse ciliegino/datterino che hanno portato un importante valore al comparto.

Soprattutto in questo segmento il

valore delle materie prime e il gusto sono fondamentali per il cliente, e non deve mai mancare la componente di servizio. Lo stesso pesto, che segna i trend di crescita più importanti nei nostri punti di vendita, ha assunto una nuova immagine. Al classico pesto alla genovese si affiancano pesti al pistacchio, ai pomodori secchi, alle noci: non solo nuove ricette ma una vera e propria inedita interpretazione. Oggi i sughi non vengono più utilizzati solo per condire la pasta ma anche per dare un tocco nuovo e originale ad altri piatti.

Lo scaffale, rispetto al passato, è quindi in forte evoluzione e sempre più segmentato per rispondere a tutte le esigenze di consumo. I prodotti Conad sono sicuramente protagonisti. Infatti, la metà dei sughi venduti sono a nostro marchio. Lo studio costante del mercato e l'ascolto del consumatore ci permette di rispondere in maniera ottimale a quelli che sono i trend emergenti: oggi Conad riesce a soddisfare sia i clienti più tradizionali, con i prodotti Conad logo rosso, sia i clienti più esigenti con una proposta premium. In quest'ultimo caso le risposte sono nei sughi s&d, prodotti della nostra tradizione e legati al territorio italiano (come la salsa di ciliegino s&d), o in quelli s&i, proposte gourmet o con abbinamenti innovativi (come il sugo di chianina s&i). Infine, non mancano prodotti per tutti coloro che hanno a cuore l'ambiente, con i sughi Verso Natura (come, ad esempio, il pesto alla genovese bio verso natura)».

© RIPRODUZIONE RISERVATA