



qualità, gusto e piacere

Comodi, sani e sostenibili: sono i prodotti di IV Gamma, amati e consumati dagli Italiani. Un'indagine BVA-DOXA per il gruppo IV GAMMA di Unione Italiana Food rivela le abitudini e la conoscenza, non sempre corrette, degli italiani di questi prodotti.

Con un 93% di intervistati che dichiara di acquistare prodotti di IV gamma, la categoria si rivela molto apprezzata dagli italiani, in particolare per sua capacità di garantire risparmio di tempo, prodotti già porzionati e senza spreco. Le aziende che operano nel settore godono di un'ottima reputazione: la stragrande maggioranza degli italiani riconosce loro un maggior impegno in termini di innovazione, trasparenza, sicurezza e sostenibilità rispetto al passato. Persistono però alcuni comportamenti sbagliati e pregiudizi nel consumatore: il 63% del campione interrompe la catena del freddo nel percorso dal punto vendita a casa e l'11% ritiene – a torto - di doverli rilavare prima del consumo.

Milano, 27 giugno 2022 – **Comodi, sani, sicuri e sostenibili:** i prodotti di IV gamma sono molto **apprezzati** dagli italiani; **sussistono però ancora dei pregiudizi e alcuni comportamenti sbagliati** tra i consumatori relativi alla categoria. È questo, in estrema sintesi, quanto emerge da **un'indagine Bva-Doxa, commissionata dal Gruppo IV Gamma di Unione Italiana Food** e condotta nel maggio 2022 su un campione di 1.000 persone, rappresentativo della popolazione italiana.

IV Gamma... dimmi chi sei!

Di fronte ad una serie di possibili definizioni di "prodotti di IV Gamma", solo il 34% sceglie quella corretta - **"Sono Prodotti Ortofrutticoli di IV Gamma la frutta, la verdura e, in generale, gli ortaggi freschi, a elevato contenuto di servizio, confezionati in busta o in vaschette e pronti per il consumo"** -, l'11% risponde dicendo – erroneamente – che si tratti di **"prodotti freschi, confezionati, da rilavare prima del consumo"**, il 9% li confonde con i surgelati e il 7% con verdure in conserva.

Comodi, porzionati, incentivano il consumo di verdure e riducono gli sprechi

Una volta condivisa la corretta definizione della categoria della IV Gamma, i risultati mostrano **la grande penetrazione dei prodotti di IV Gamma nelle famiglie italiane: quasi 3/4 degli intervistati li acquista** in modo regolare (38% *abituamente/tutte le settimane* e 36% *abbastanza spesso/2-3 volte al mese*). Il 19% dichiara di acquistarli *occasionalmente/1 volta al mese o meno*, e solo il 7% dichiara di non acquistarli *mai*.

Ma quali sono i principali **motivi per cui gli italiani scelgono** di acquistare la IV Gamma? Il 58% dei rispondenti dichiara di acquistare prodotti di IV Gamma per la **comodità e per risparmiare tempo**, il 34% per la **porzionatura**, il 30% perché **si evitano sprechi di prodotto**, e il 26% perché sono prodotti che aiutano ad avere **un'alimentazione sana, facilitando il consumo di verdure**. Ed infatti, i principali **vantaggi** che gli italiani riconoscono ai prodotti di IV Gamma sono: essere **pronti all'uso** (per il 39% del campione), **non devono essere**



qualità, gusto e piacere

puliti e rilavati (19%), evitano gli sprechi (19%), sono sicuri dal punto di vista igienico e sono controllati (13%), si possono verificare etichetta (5%) e provenienza (5%).

Insalata regina incontrastata della IV Gamma, la frutta mostra grande potenziale.

Tra i prodotti di IV gamma, la regina incontrastata è *l'insalata in busta, acquistata dall'81% del campione*, seguita dalle *ciotole*, sempre di insalata, (acquistate dal 40% del campione), dalla *frutta lavata e tagliata* (30%) e dalle zuppe (29%).

Per quanto riguarda **la frutta di IV Gamma**, il 16% dichiara di comprarla *abitualmente/tutte le settimane*, il 27% *abbastanza spesso/2-3 volte al mese*; il 33% *1 volta al mese o meno*, mentre il 24% dichiara di non acquistarla *mai*. Nello specifico, tra le motivazioni di acquisto della frutta di IV gamma, oltre alla *praticità e comodità* (citate dal 61% del campione) spicca, con il 32% delle risposte, la **“possibilità di consumare frutta esotica comodamente”**. Il 17% degli intervistati dichiara di acquistarla perché rappresenta una *merendina pratica per i bambini* e il 10% la utilizza nella *preparazione dei dolci*.

In relazione ad abitudini, luoghi e momenti di consumo, il **79% del campione consuma i prodotti di IV gamma a casa**, il 24% in *ufficio/a scuola* e il 23% *fuori casa*. Il momento di consumo prevalente è il *pranzo dei giorni feriali* (indicato dal 59% degli intervistati), seguito dalla *cena nei giorni feriali* (53%), dal *pranzo nei giorni festivi* (30%), come *fuori pasto* (23%) e a *cena nei giorni festivi* (23%).

Importanza della catena del freddo, sostenibilità e proprietà nutrizionali: impariamo a consumarla al meglio!

Nonostante il grandissimo apprezzamento degli italiani nei confronti dei prodotti di IV gamma, sussistono ancora dei comportamenti errati e delle false credenze. Alla domanda *“Come conservi il prodotto una volta acquistato?”*, ben il **63% dichiara di trasportare il prodotto di IV Gamma dal punto di vendita a casa in normali sacchetti non refrigerati**. Solo il 34% si comporta correttamente, trasportando i prodotti di IV Gamma all'interno di borse frigo.

“Questo dato ci ha sorpreso e ci ha confermato che è ancora importante fare cultura su questa categoria” – dichiara **Andrea Battagliola, Presidente del Gruppo IV Gamma di Unione Italiana Food** – *“I prodotti di IV gamma sono verdure e ortofruttili freschi che, dopo la raccolta, sono sottoposti a processi finalizzati a garantirne la sicurezza igienica e la valorizzazione, seguendo le buone pratiche di lavorazione e mantenendo la catena del freddo. Questo mantenimento deve essere garantito dal post-raccolta al consumo e ogni attore della filiera, consumatore compreso, deve fare la sua parte”*.

In relazione alla **riduzione degli sprechi**, per il 48% del campione la IV gamma è migliore rispetto agli ortofruttili freschi preparati in casa. Analogamente, in relazione all'utilizzo di acqua, il 39% è ben informato e dichiara che la **IV Gamma garantisce un risparmio idrico** rispetto alla preparazione domestica, ma c'è ancora un italiano su quattro che sostiene il contrario. *“Il prodotto di IV Gamma, essendo già mondato, lavato e porzionato è a “scarto zero”*. *Gli scarti di produzione, inoltre, vengono riutilizzati al 100%, prevalentemente per l'alimentazione animale. Per quanto riguarda l'acqua vorrei dare un dato: il procedimento di lavaggio*



qualità, gusto e piacere

*industriale consuma circa il 90% di acqua in meno rispetto a quello domestico, a parità di prodotto.” - commenta **Battagliola**.*

Dal punto di vista **igienico**, il 29% del campione ritiene che la *IV gamma sia migliore rispetto agli ortofrutticoli freschi preparati in casa*.

Analogamente, dal punto di vista **nutrizionale**, quasi un italiano su 5 non sa quanto i prodotti di quarta gamma che consuma siano nutrienti: *“Dal punto di vista **nutrizionale**, gli ortaggi di IV gamma sono equiparabili a quelli di I gamma; va inoltre evidenziato, in questo senso, il fatto che, essendo già pronti per il consumo, i prodotti di IV gamma in effetti incentivano il consumo di frutta e verdura in molte persone la qualità e la sicurezza dal punto di vista **igienico** degli ortofrutticoli di IV gamma vengono assicurati attraverso un lavaggio e un’asciugatura accurati. Il lavaggio, per il quale la normativa nazionale prevede almeno due vasche a ricambio continuo di acqua, avviene con acqua potabile e attraverso sistemi tecnologici avanzati che – a differenza del lavaggio domestico – garantiscono un prodotto sicuro e conforme a legge. È per questo motivo che il Ministero della Salute consente di commercializzare il prodotto come “lavato e pronto al consumo” - conclude **Battagliola**.*

Infine, **le aziende che operano nel settore godono di un’ottima reputazione**: la stragrande maggioranza degli italiani riconosce loro un **maggior impegno** in termini di *proposte e servizio (77%), innovazione (71%), trasparenza (72%), sicurezza (67%) e sostenibilità (66%)* rispetto a 10 anni fa.

Ufficio stampa

Aida Partners Srl – Via Rutilia 10/8, Milano

Alessandro Norata – alessandro.norata@aidapartners.com

Eleonora Quesito – eleonora.quesito@aidapartners.com