



### ***Assemblea pubblica ANICAV***

***Il Filo Rosso del Pomodoro per i consumatori di domani. Scelte consapevoli e abitudini d'acquisto***

## **UNA RICERCA SWG CONFERMA LA GRANDE ATTENZIONE DEI GIOVANI CONSUMATORI ALL'ETICHETTA E ALLE INDICAZIONI SULL'ORIGINE DELLA MATERIA PRIMA**

**ANICAV: "PUNTIAMO SUI GIOVANI PER RAFFORZARE LA REPUTAZIONE DELLE  
NOSTRE PRODUZIONI CONTRO LA DISINFORMAZIONE GENERATA DA CONTINUI  
STERILI ATTACCHI"**

**Napoli, 02 dicembre 2021** – Le abitudini d'acquisto e la conoscenza dei derivati del pomodoro dei giovani consumatori e l'importanza della sostenibilità nella filiera del pomodoro da industria. Sono questi i temi al centro dell'**Assemblea Pubblica** di **ANICAV**, la più grande associazione di rappresentanza delle imprese di trasformazione del pomodoro al mondo, tenutasi oggi nel corso dell'annuale appuntamento, **Il Filo Rosso del Pomodoro**, una manifestazione interamente dedicata alla filiera del pomodoro da industria giunta alla sua nona edizione.

*"Quella appena trascorsa è stata una campagna certamente lunga e intensa. - Dichiarò Marco Serafini, Presidente di ANICAV - Con oltre 6 milioni di tonnellate di pomodoro trasformato l'Italia è tornata ad essere il secondo paese produttore al mondo, superando la Cina, e si è confermata prima per produzione ed esportazione di derivati destinati direttamente al consumatore finale. Nonostante i positivi risultati produttivi, le aziende hanno dovuto far fronte ad una serie di criticità legate, in particolare, ai rincari che hanno riguardato i costi di produzione: dal packaging primario a quello secondario, dai noli, all'energia. Molte sono le sfide che ci attendono nel prossimo futuro e ci sarà bisogno di mettere in campo tutte le nostre migliori capacità imprenditoriali per affrontarle con positività e trasformare gli ostacoli in opportunità. In questo percorso sarà fondamentale l'apporto dei nostri giovani che rappresentano il futuro del comparto. Proprio con questa consapevolezza, per meglio comprendere lo scenario che ci attenderà nei prossimi anni, abbiamo commissionato a SWG e Laboratorio Adolescenza uno studio sulle abitudini di acquisto dei consumatori di domani."*

La presentazione della ricerca commissionata dall'ANICAV a SWG - società leader nella realizzazione di ricerche di mercato e di opinione - e a Laboratorio Adolescenza - Associazione nata con lo scopo di promuovere e diffondere lo studio e la ricerca sugli adolescenti - ha rappresentato il momento centrale della giornata. L'obiettivo è stato quello di fotografare le abitudini di acquisto e le reali conoscenze dei derivati del pomodoro dei giovani consumatori. I risultati sono stati oggetto di discussione di una tavola rotonda cui hanno partecipato quattro giovani imprenditori del settore: Diodato Ferraioli (La Doria spa), Rosanna Sellitto (Presidente Gruppo Giovani Imprenditori ANICAV), Alessandro Squeri (Steriltom spa) e Gaetano Torrente (La Torrente srl).



*“I risultati di questa indagine ci danno una fotografia molto chiara dello scenario futuro del nostro comparto e ci dicono dove dobbiamo intervenire con maggiore incisività - afferma Giovanni De Angelis, Direttore Generale di ANICAV - Il fatto che 6 consumatori su 10 siano attenti all’etichetta e alle informazioni riportate ci conferma che il nostro impegno a favore della trasparenza e della tracciabilità va nella giusta direzione. Eppure bisogna fare ancora di più: se 4 intervistati su 10 credono che nelle conserve a scaffale possa esserci pomodoro non italiano, sarà necessario lavorare per combattere la disinformazione generata da continui attacchi e polemiche pretestuose che confondono i consumatori. Le conserve di pomodoro che consumiamo sono altra cosa rispetto al concentrato importato da USA, Cina, Spagna o Portogallo, semilavorato utilizzato per mercati e prodotti a base di pomodoro diversi da quelli che troviamo sui nostri scaffali che permettono a tutti di consumare in qualsiasi parte del mondo e per tutto l’anno un pomodoro che abbia le stesse caratteristiche organolettiche e nutrizionali del fresco.”*

## **LA RICERCA IN SINTESI**

Il lavoro di ricerca e i focus group, condotti su un campione rappresentativo di giovani nella fascia di età 18-26 anni, con profili molto diversi tra loro, hanno evidenziato aspetti interessanti.

Il coinvolgimento dei giovani nell’attività di acquisto di beni alimentari è piuttosto diffuso. Circa il **63%** dichiara di occuparsene spesso o abbastanza spesso. Le conserve di pomodoro costituiscono una parte importante della spesa alimentare per il **75%** dei giovani intervistati, che mostrano un significativo ingaggio nelle scelte di acquisto, anche quando abitano ancora all’interno del nucleo familiare.

Alle conserve di pomodoro vengono riconosciuti aspetti positivi, rispetto ai prodotti freschi, come praticità, facilità di consumo e prezzo più basso. Un dato interessante è quello secondo cui per oltre la metà degli intervistati, il **54%**, il consumo di alimenti conservati possa contribuire in maniera importante alla lotta contro lo spreco alimentare.

Per quanto riguarda i comportamenti d’acquisto, anche nelle fasce di età più giovani, la passata rappresenta per il **53%** degli intervistati, la soluzione più acquistata unendo praticità ed economicità. A seguire troviamo la polpa (**23%**), i pelati interi (**12%**) e i pomodorini ciliegini o datterini (**9%**). Fanalino di coda il concentrato di pomodoro, preferito solo nel **3%** dei casi.

La confezione è fondamentale anche come veicolo di informazioni: **più di 6 intervistati su 10** affermano, infatti, di leggere sempre o abbastanza spesso la provenienza ed il luogo di confezionamento del prodotto da acquistare, con i più attenti che mostrano una maggiore propensione alla scelta dell’italianità come sinonimo di qualità e sicurezza. Nonostante questo è scarsa la consapevolezza sull’origine della materia prima usata per le conserve di pomodoro prodotte in Italia: solo **4 intervistati su 10** sanno che è al 100% italiana.

Nella scelta del prodotto conservato è cruciale il packaging, dove il vetro la fa da padrone, permettendo una visione diretta del prodotto.

Relativamente al fenomeno del caporalato, il **44%** ritiene che sia legato alla raccolta dei pomodori, ma solo in certe aree, mentre il **29%** lo associa alla totalità della raccolta. Il **15%** non ha idea di cosa sia.



\*\*\*

## **ANICAV**

L'ANICAV, Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali, nata a Napoli il 5 febbraio 1945, è la più grande associazione di rappresentanza delle imprese di trasformazione di pomodoro al mondo per numero di imprese aderenti e quantità di prodotto trasformato. Essa associa 80 aziende su 115 operanti sul territorio nazionale che trasformano circa il 70% di tutto il pomodoro lavorato in Italia e la quasi totalità del pomodoro pelato intero prodotto nel mondo, con un fatturato, nel 2020, di 2,8 miliardi di euro (pari a oltre il 70% del fatturato totale del comparto italiano della trasformazione del pomodoro). Circa il 60% delle produzioni è destinato all'esportazione sia verso l'Europa (Germania, Francia, Regno Unito) che verso gli altri Paesi (USA, Giappone, Australia) facendo del pomodoro un ambasciatore dell'eccellenza del Made in Italy nel mondo.

## **Ufficio stampa ANICAV**

**Andrea Pascale**, 393 8138965, [andrea.pascale@mediatyche.it](mailto:andrea.pascale@mediatyche.it)