

Data: 20.04.2024 Pag.: 1,18
 Size: 558 cm2 AVE: € 73098.00
 Tiratura: 91744
 Diffusione: 138603
 Lettori: 713000



Food 24

Agrumi

Limoni, consumi
in discesa del 15%

Manuela Soressi — a pag. 18



ADOBESTOCK

Sud.
Il limone preferito è quello siciliano ma molto apprezzati dai consumatori sono quelli Igp di Sorrento, Amalfi e Siracusa

Limoni, calano i consumi (-15%) cresce solo il succo in bottiglia

Agrumi. Nella grande distribuzione aumentano quelli importati da Spagna, Argentina e Sudafrica anche se nel 42% degli acquisti l'italianità è il principale criterio di scelta del frutto fresco o di quello spremuto

Manuela Soressi

Il giallo dei limoni ha sfumature differenti ma il "fattaccio" è uno solo: il crollo delle vendite, che nella distribuzione moderna sono diminuite del 15% rispetto al 2019. A dispetto della diffusione di quest'agrume, presente nel 92,4% delle famiglie, e nonostante i prezzi finali siano calati del 5-7 per cento.

«Quella dei limoni è una crisi strutturale dettata da diversi fattori – spiega Roberto Della Casa, docente di marketing dei prodotti agroalimentari presso l'Università di Bologna – Da un lato i produttori italiani hanno perso competitività, perché hanno aumentato il raccolto invernale lasciando sguarniti i mesi estivi, in cui

si concentra il 45% degli acquisti in super e ipermercati e arrivano i limoni esteri di Spagna, Argentina o Sudafrica. Dall'altro i cambiamenti climatici, e in particolare l'aumento delle temperature, hanno inciso sulla produzione. Rimanendo gli alberi in vegetazione, i limoni sono più delicati e tendono a marcire più in fretta. E la riduzione delle rotazioni nei punti vendita non fa che acuire questo problema». Proprio la veloce marcescenza viene indicata dal 31% dei consumatori come la ragione per cui acquistano meno limoni che in passato, superata solo dalla riduzione delle occasioni di utilizzo (39%), rivela una ricerca condotta da Agroter.

Nella Ue si stima che nel 2023 siano stati prodotti 1,685 milioni di tonnellate di limoni (65% in Spagna e il 30% in Italia). Quindi, in Italia siano prodotte 505 mila tonnellate di limoni (Fonte UsdaFas). Storicamente i maggiori fornitori di limoni dell'Italia sono Spagna, Olanda, Sudafrica e Argentina. Nel 2023 le importazioni di limoni sono state 429.049 tonnellate per lo più provenienti da Sudafrica, Argentina e Brasile ma anche dalla Turchia. Nel 2023 l'Italia ha esportato 48.315 tonnellate di limoni (+11,2% sul 2022) per un valore di oltre 76 milioni di euro (+12,3%) (Fonte Fruitimprese su dati Istat).

Quindi anche l'evoluzione degli

Data: 20.04.2024 Pag.: 1,18
 Size: 558 cm2 AVE: € 73098.00
 Tiratura: 91744
 Diffusione: 138603
 Lettori: 713000



stili di consumo incide sulla crisi dei limoni, per cui la tradizionale proposta in retine da 1 kg (ormai "sgrammate" a 750 o 500 grammi) sembra non rispondere alle esigenze di famiglie meno numerose e a consumi ridotti, oltre che contravvenire al mantra del "no spreco". Pesa anche la concorrenza di condimenti meno aspri (come l'aceto di mele o la salsa di soia) e soprattutto quella del succo di limone pronto all'uso: 22 consumatori su 100 l'hanno sostituito ai limoni freschi, rileva Agroter. E così il limone in bottiglia, ottenuto da succo fresco o (prevalentemente) da concentrato, si è ricavato un suo spazio nel carrello della spesa, con oltre 22 milioni di confezioni vendute nel 2023 per oltre 21 milioni di euro di spesa, stima NielsenIQ. Dopo un calo annuo del 4% a volume, in particolare nei discount, nei primi tre mesi del 2024 le vendite sono ripartite (+5,7 per cento).

Ma cosa spinge a preferire il limone in bottiglia? Secondo un'indagine

condotta da Astraricerche, il fatto che si conserva più a lungo mantenendo le sue proprietà (34,2% degli intervistati) e che è anti-spreco (30,1%) ma anche che è più conveniente dei limoni freschi (22,3%). E quest'ultimo è un altro paradosso del settore.

Il succo di limone è apprezzato non solo in cucina ma anche per il benessere, per cui lo utilizza il 33,6% degli italiani. «Il succo di limone è esposto tra i condimenti ma si tratta di una collocazione limitante, perché in realtà i suoi usi sono molto più ampi e vanno dal bicchiere della salute del mattino alle bevande per sportivi», sottolinea Annalisa Tardioli, marketing manager di B&G (17 milioni di euro di fatturato, 55% di export), l'azienda della famiglia Giammarioli leader in Italia nella Gdo con il brand Limmi. Che il ruolo di commodity stia stretto a limone e succo, lo conferma

Nella Ue nel 2023 sono stati prodotti 1,685

milioni di tonnellate di limoni (65% in Spagna e il 30% in Italia)

anche quel 70% di intervistati per cui il limone è uno dei simboli dell'Italia.

In 42 casi su cento l'italianità diventa il principale criterio di scelta del frutto fresco o del succo confezionato. Il preferito è quello siciliano e sono molto apprezzati anche i limoni Igp (soprattutto Sorrento, Amalfi e Siracusa) perché ritenuti di maggiore qualità.

«Ma c'è ancora molto da fare sul fronte della comunicazione della territorialità visto che 54 italiani su 100 non sanno indicare una zona specifica di origine – aggiunge Tardioli –. Per questo, in occasione del 25esimo della nostra azienda, abbiamo varato un progetto incentrato sulla valorizzazione del limone di qualità, con il lancio del succo di Limone Igp Siracusa, in distribuzione da fine maggio sia in Italia che all'estero».



L'export è stato di 48.315 tonnellate (+11,2%) per 76 milioni di euro (+12,3%)