

FOOD

ORTOFRUTTA IV E V GAMMA

Segue da pag 224

NOVITÀ DI PRODOTTO	DESCRIZIONE	IN COMMERCIO DA	FORMATI	PREZZO CONSIGLIATO	TARGET
FICACCI OLIVE COMPANY T/A ROMEO FICACCI  Dolci Tentazioni	Tre ricette: Arancia e Finocchiella; Mirtilli, Uvetta e Cipolla; Lime e Pepe rosa. Perfette per un aperitivo alternativo, un nuovo modo di gustare le olive	Novembre 2016	170 g e 250 g	nd	Consumatori che amano sperimentare nuove tendenze in cucina
LA LINEA VERDE  Zuppe Fresche DimmidiSi - Ricetta Gourmet: Minestrone di Quinoa e Cavolo riccio	Una delle due referenze della linea Premium. Una ricetta da chef e in linea con i trend salutistici attuali	Novembre 2016	Ciotola da 620 g (2 porzioni)	3,49 €	Consumatori attenti al benessere, amanti degli abbinamenti raffinati
MADAMA OLIVA  Linea Bio Snack	Linea composta da 4 referenze da agricoltura bio: Olive verdi Bella di Cerignola, Olive verdi denocciolate di Castelvetrano, Olive denocciolate leccino, Lupini	Aprile 2017	Busta doypack (60/80 g)	1,39 €	Consumatori attenti a un'alimentazione sana, che prediligono prodotti biologici

Segue a pag 22

SEGMENTI

LE OLIVE CERCANO SPAZIO

Le olive fresche da tavola reclamano il loro posto al sole all'interno del reparto ortofrutta. E non vogliono essere 'confuse' con le cugine conservate che si trovano invece normalmente nello scaffale dei sottoli. Il loro peso è crescente: **si stima un valore complessivo del segmento pari a 45 milioni di euro e un volume di circa 5 milioni di kg** [dati 2016, distribuzione moderna]. "Non abbiamo dei dati ufficiali - commentano da **Ficacci Olive Company** - ma il valore delle vendite nazionali dei due big player, tra cui noi, è pari ad almeno 20 milioni di euro. Ci rivolgiamo ai consumatori, per il 67% donne, che acquistano prodotti freschi presso i reparti ortofrutta e gastronomia della Gdo italiana. Sulla base dei feedback che abbiamo dai nostri social e dal nostro canale e-commerce il consumatore percepisce la differenza tra olive fresche e olive conservate. I buyer, dal loro canto, vedono da sempre nel business delle olive un importante volano per i reparti ortofrutta e gastronomia". Le olive fresche, le cui confezioni tipo sono vaschetta, busta (generalmente maggiore di 150 g) e secchiello, si differenziano dalle conservate (latte, vasi vetro, bustine piccole) per la tipologia di lavorazione a cui vengono sottoposte. "Le fresche non sono

sottoposte a trattamenti di conservazione - commentano da **Madama Oliva** - che alterano le caratteristiche organolettiche del prodotto. Mantengono così colori, odori e sapori dei frutti appena raccolti e un livello di salinità inferiore alle conservate. **Le oli-**

ve dolci, che sono le olive più consumate in Italia, sono presenti solo nel mondo dei freschi, in quanto per essere conservate dovrebbero essere sottoposte a processi di acidificazione che altererebbero la loro natura".

Madama Oliva, focus sulle materie prime

Scelta di materia prima eccellente e strutture in grado mantenere intatte le caratteristiche organolettiche del prodotto. Si fonda su queste basi il successo di **Madama Oliva**: "Noi possiamo contare sul monitoraggio e controllo della materia prima e di tutte le fasi del processo di produzione - affermano dall'azienda - che coinvolge una pluralità di cultivar ben distinte, ognuna con le sue peculiarità. Noi proponiamo le migliori, principalmente italiane, ma anche l'eccellenza della vicina Grecia, quando la produzione

interna non è sufficiente. È il caso dell'ultima stagione, quando le condizioni climatiche e l'insorgenza di parassiti ha abbattuto notevolmente le quantità di molte cultivar. **La mission aziendale rimane quella di creare cultura di prodotto, accompagnando il consumatore a riscoprire il sapore autentico delle olive.** In parallelo, stiamo investendo anche su altre tipologie di prodotto. Abbiamo lanciato, infatti, i lupini sgusciati da consumare come snack o arricchitore di insalate, e presenteremo a breve la linea Bio snack".