

# Frutta secca, il boom traina New Factor

Consumi ed export in crescita, accordo con gli Usa per i riminesi. Il forum a Milano

**Lorenzo Frassoldati**  
Bologna

**NOCI**, nocciole, mandorle, pistacchi: siamo passati nel giro di dieci anni dalla demonizzazione alla valorizzazione. I prodotti più acquistati sono nell'ordine noci, i mix di frutta secca, le mandorle e le arachidi. In tre anni (2015-2017) il valore dei consumi domestici è passato da 376 milioni a 430, i volumi da 52,2 tonnellate a 61,7 mentre il prezzo medio al chilo si è assestato attorno ai 7 euro (dati Cso Italy-GfK Italia). Siamo anche qui un grande Paese trasformatore: importiamo molto ed esportiamo molto. In 18 anni (2000-2018) l'import di frutta secca

## TREND POSITIVO

**Nel 2018 export di 1,7 miliardi e consumi oltre i 900 milioni: produzione a 72mila tonnellate**

ca (fonte Fruitimpres) è cresciuto del 214% in quantità e del 436% in valore superando i 735 milioni di euro.

**NEL 2017** (anno record del nostro export ortofruttilicolo, circa 5 miliardi) la frutta secca valeva il 10% del nostro export (oltre 500 milioni) e circa un terzo del nostro import (1,1 miliardi). Numeri sempre in crescita: l'export 2018 (primi nove mesi) ha superato il valore di 1,7 miliardi di euro (+63%) mentre i consumi sul mercato domestico viaggiano tra i



900 milioni e il miliardo di euro. I volumi prodotti sono pari a 72.000 tonnellate tra frutta secca e disidratata. «I numeri - dice Claudio Scalise, partner di SgMarketing di Bologna - rendono bene l'idea delle opportunità di business offerte dal comparto, anche in risposta ai nuovi stili di consu-

mo orientati al benessere». E proprio per supportare gli operatori nel valorizzare queste opportunità, in occasione di Tuttofood a Milano SgMarketing ha organizzato domani il primo International Nut Forum per mettere a confronto i buyer della distribuzione nazionale e internazionale e



**IN CRESCITA**  
In alto, Alessandro Annibaldi, patron della New Factor

sono i principali player della produzione e dei servizi.

**AL FORUM** interverrà come ambasciatore dell'Inc, l'organizzazione internazionale della frutta secca, Alessandro Annibaldi, patron della New Factor di Coriano di Rimini, impresa leader in Italia nel

comparto degli snack salutari a base di frutta secca e disidratata, nota per avere sviluppato assieme al gigante agricolo Agrintesa la filiera 'Noci di Romagna' che punta a raggiungere 500 ettari di noceti entro il 2025. Recentemente New Factor ha firmato un accordo in esclusiva con la californiana Wonderful (un gigante da 4 miliardi di dollari) per la distribuzione dei pistacchi e mandorle a marchio Wonderful sul mercato italiano. «Una partnership - spiega Annibaldi - che mira a sviluppare in Ita-



**Alessandro Annibaldi:**  
«Una partnership per sviluppare il consumo con prodotti di alta qualità»

lia la categoria della frutta secca ed in particolare il consumo di pistacchi e mandorle, grazie ad una combinazione unica di prodotti di alta qualità e di distribuzione efficace». Al Forum di Tuttofood SgMarketing presenterà una analisi trade e consumer secondo cui i consumi di frutta disidratata e i mix cresceranno del 9,5 e 9,1% da qui a tre anni. «La frutta secca - commenta Scalise - è di fatto destinata a diventare parte integrante del pasto quotidiano nazionale. Un mercato dinamico che pur in fase di maturità continua a reclutare nuovi consumatori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA