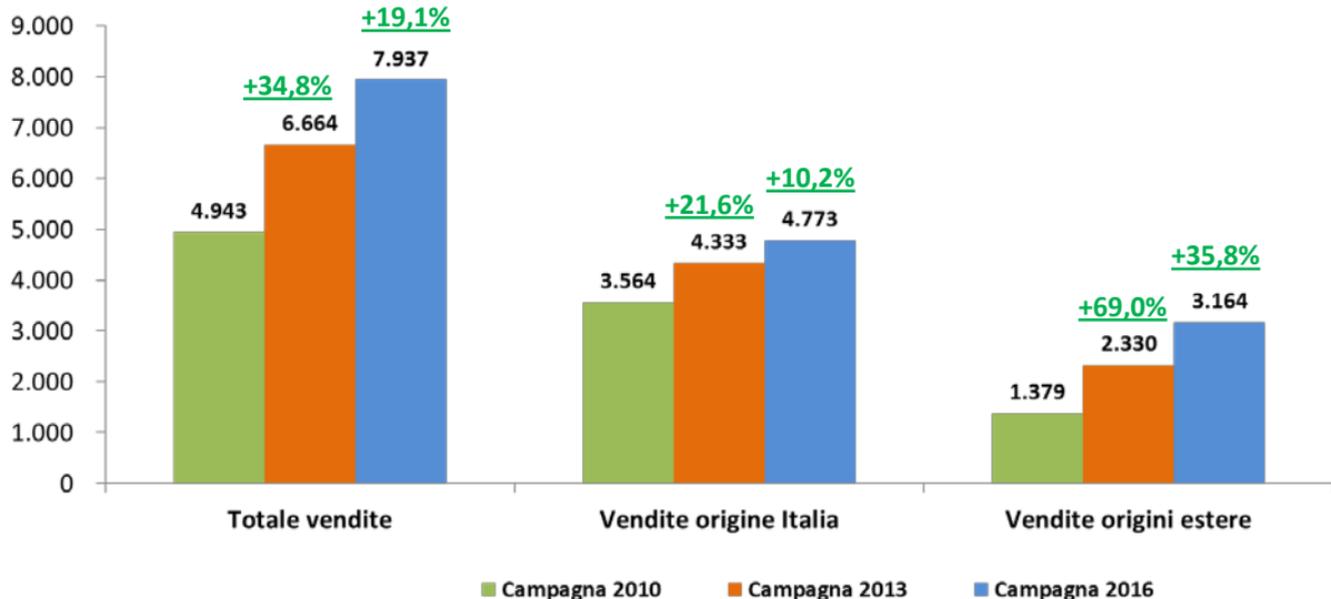


Piccoli frutti: evoluzione prospettata delle vendite nel campione intervistato (tons)

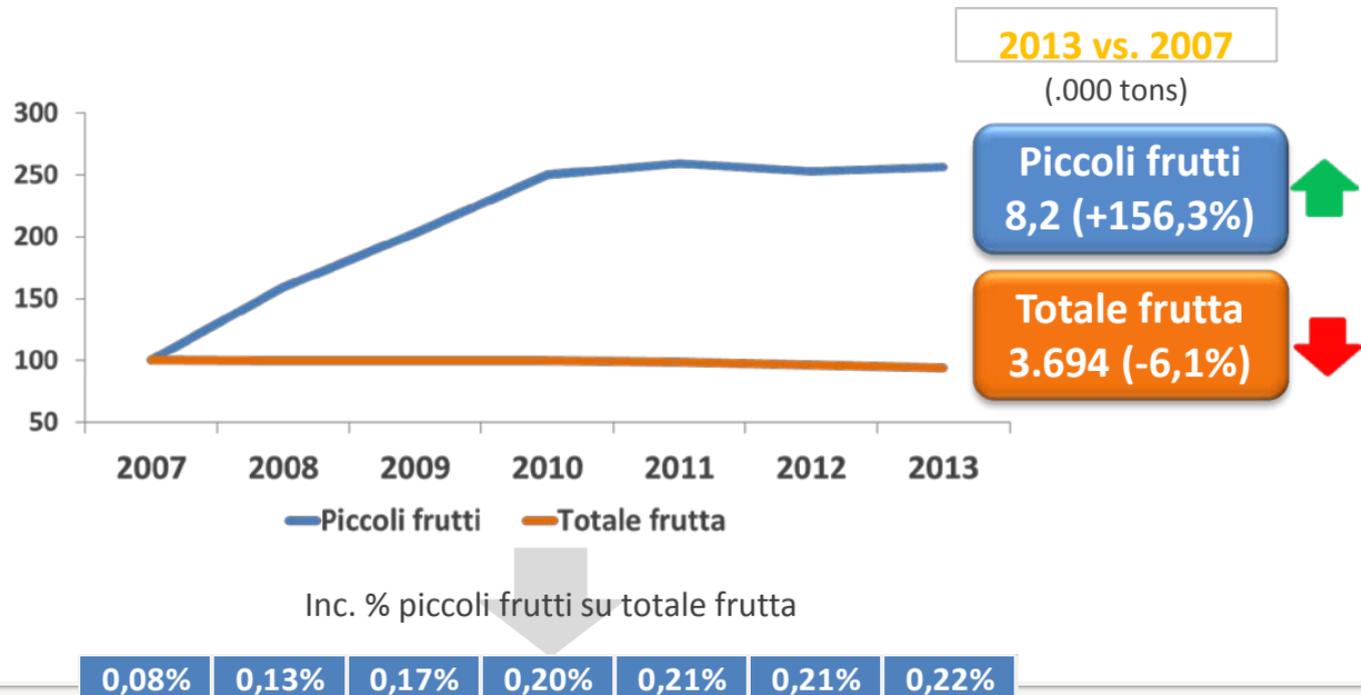


Fonte: indagine SGMARKETING – Settembre 2013.

Piccoli frutti – Italia: consumi domestici



(n. indice calcolati su acquisti domestici a volume; base 2007 = 100)

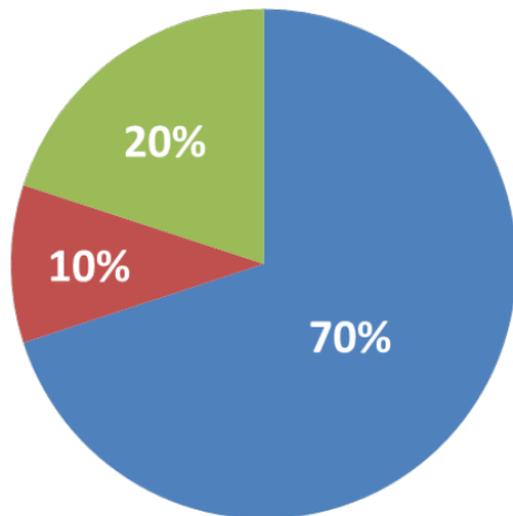


Fonte: elaborazione SGMARKETING su dati «Osservatorio sui consumi ortofrutticoli delle famiglie italiane» di Macfrut.

Piccoli frutti – Italia: incidenza sui consumi domestici a volume delle differenti aree e canali

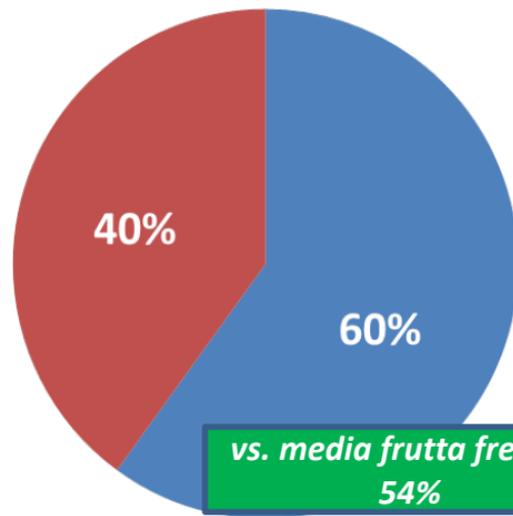


Media 2007-2012



■ Nord ■ Centro ■ Sud

Media 2007-2012



■ GDO ■ Normal Trade

vs. media frutta fresca = 54%

Fonte: elaborazione SGMARKETING su dati CSO.