

# Italia a Tavola

## La pandemia non ha rallentato l'import di McGarlet, ma il vero driver sono i cibi salutari

L'azienda bergamasca leader nella commercializzazione di frutta esotica ha retto alla crisi Covid. In crescita la Gdo e i prodotti di IV gamma (estratti e macedonie). Azione anti-plastica per una maggiore sostenibilità

07 ottobre 2021 | 12:13

**I**n oltre un anno e mezzo complicato, **la crescita di McGarlet non si è fermata.**

Leader nell'**importazione e nella distribuzione di frutta esotica**, l'azienda con sede ad Albano S. Alessandro (Bg) ha tenuto il passo degli importanti cambiamenti occorsi nel comparto ortofrutticolo **rispondendo sia alle sfide logistiche** (contando su due poli logistici, uno a Bergamo e l'altro a Roma) **sia ai mutati comportamenti di acquisto dei consumatori.** «Il reparto alimentare, sebbene sia stato fortunato poiché non si è mai del tutto fermato, è stato chiamato a compiere un **grande**

**sforzo per garantire un costante afflusso di generi alimentari per il consumatore finale.** Inoltre, L'ultimo anno e mezzo ha portato ad un cambiamento dei canali di distribuzione anche per la frutta esotica, potenziando senza dubbio la grande distribuzione e i distributori tradizionali legati ai mercati. Questi hanno sempre garantito il proprio servizio assicurando la presenza del prodotto richiesto del consumatore», ha affermato Luca Garletti, ceo di McGarlet.

*Il mango McGarlet della linea Figaro Filiera Italia*

#### **La ricerca di cibi salutari traina i canali distributivi**

Più nello specifico, **per McGarlet i canali di commercializzazione** della frutta esotica sono essenzialmente la **grande distribuzione per il 50%, gli ortomercati per il 40% e l'Horeca per il restante 10%**. Oltre alla frutta esotica di prima qualità, l'azienda si occupa anche della **distribuzione di prodotti di IV gamma** come macedonie ed estratti e «da qualche tempo abbiamo inoltre avviato una **linea completamente dedicata alla frutta tropicale coltivata in Italia, la linea Figaro Filiera Italia**», ha proseguito Garletti. Il tutto per rispondere a sollecitazioni ormai diventate strutturali fronte domanda: **«Il 2021 sta proseguendo sull'ondata del precedente anno con un incremento della richiesta di quegli alimenti considerati particolarmente salutari per il nostro organismo.** Oltre alla frutta fresca, riscuotono grande successo anche gli estratti di frutta, la linea Puto. Complice l'ondata pandemica, i gusti più richiesti dai clienti sono quelli particolarmente adatti al sistema immunitario. Molto successo l'hanno infatti i mix con la curcuma, senza dimenticare le referenze papaya-ananas-carota e kale-ananas-mela-spinaci», ha precisato Garletti.



*Luca Garletti, ceo di McGarlet*

***La sostenibilità passa dalla riduzione della plastica nelle confezioni***

Il trend salutistico fa poi il paio con **la spinta verso la sostenibilità**. Aspetto non di poco conto per un'azienda che importa prodotti da Sudamerica, Africa, Sudest Asiatico e Australia. Tratte difficilmente comprimibili per il buon esito del business. Per questo, McGarlet sta implementando sempre di più il proprio impegno per **ridurre il più possibile l'uso di plastica** nelle proprie confezioni. «La **virata aziendale verso il bio-packaging** prosegue con il lavoro iniziato lo scorso anno andando verso **l'obiettivo dell'eliminazione in toto della plastica** nella consapevolezza che gli imballaggi green permettono, secondo le ultime ricerche, di **ridurre fino all'80% gli impatti**. Nel 2021 tutti i prodotti della linea Gourmet sono stati confezionati con un'innovativa vaschetta in microonda riciclabile e biodegradabile realizzata in cartoncino proveniente da foreste certificate FSC. Tale modifica permetterà di evitare di produrre 500 mila vaschette di plastica e quindi di risparmiare almeno 15 mila chilogrammi di plastica ogni anno», ha concluso Garletti.



*Fra le produzioni di punta di McGarlet c'è anche la IV gamma come estratti e macedonie*

### **In Italia primi segni di inflazione?**

Nel frattempo, rimanendo sulle **produzioni Made in Italy**, le rilevazioni sulle piazze all'ingrosso sottolineano un passaggio autunnale all'insegna dell'**aumento dei prezzi**. Due, in particolare, le causa: da un lato, [come rivelato dalle analisi di Borsa merci telematica italiana \(Bmti\)](#) c'è l'**impatto del meteo sulle produzioni autunnali**. Caso emblematico è quello delle **pere**: le gelate della scorsa primavera insieme all'alternaria, un fungo che da anni colpisce i peri, e la cimice asiatica hanno determinato una riduzione della produzione di pere, provocando un forte aumento dei prezzi rispetto a un anno fa. Nel dettaglio, le varietà più colpite risultano le pere Abate di calibro medio e grande con prezzi che si attestano rispettivamente sui 2,73 euro/Kg e 3,75 euro/Kg (+72,63% nel primo caso e +69,44% nel secondo rispetto al 2020). Dall'altro lato, **l'aumento dei costi energetici** che rischiano di tramutarsi in aumenti dei prezzi per le tasche degli italiani se si considera che **nel Belpaese l'85% delle merci viaggia su strada** e **i costi della logistica arrivano ad incidere fino dal 30 al 35% su prodotti freschi per frutta e verdura**.