

**Fresh & Produce Retail Europe: a TUTTOFOOD Milano i campioni europei dei reparti freschi.**  
*Nuova iniziativa di Fiere di Parma per monitorare e premiare le eccellenze nei reparti freschi e freschissimi della distribuzione europea. Focus 2026: vegetali freschi e reparto deli.*

Il mondo dei prodotti freschi e dei freschissimi riveste un ruolo sempre più decisivo nelle performance dei negozi a libero servizio e nella scelta degli stessi da parte dei clienti. Parte da questo assunto l'osservatorio **Fresh & Produce Retail Europe**, pensato da **TUTTOFOOD Milano** per misurare periodicamente – e in modo strutturato – percepito, vissuto e dimensionamento dei reparti freschi e freschissimi della distribuzione moderna europea. Il progetto, che vedrà la luce nell'area speciale **TUTTO Fruit & Veg** in occasione della prossima edizione della fiera (**11-14 maggio**, Rho Fieramilano), si propone di identificare e premiare le *best practice* del continente, aiutando espositori e visitatori della manifestazione a orientare al meglio le proprie scelte strategiche.

Focus della prima edizione dell'osservatorio – dedicato ai principali mercati europei – saranno i vegetali freschi e il mondo deli. I primi sono oramai ovunque declinati in un reparto che, da semplice 'frutta e verdura', si sta progressivamente trasformando in 'soluzioni vegetali'. Non a caso, l'offerta ortofrutticola è oggi fra i principali driver per la scelta del negozio dove fare la spesa – non solo in Italia, ma anche nel resto d'Europa. Il secondo è un reparto oramai poliedrico, con ampie sfaccettature e sempre più spazio dedicato a preparazioni realizzate in negozio o in laboratorio, proposte sia a libero servizio, sia in forma assistita. In questa prima edizione, l'osservatorio **Fresh & Produce Retail Europe** si concentrerà sulle tre categorie classiche di salumi, formaggi e pasta fresca, oltretutto sulle soluzioni più evolute di piatti pronti, misurandone il perimetro e valutandone il percepito e il vissuto dei clienti.

La ricerca, infatti, esplora i reparti da una duplice prospettiva: da un lato, il perimetro economico degli stessi e la dinamica delle performance (sulla base sia di dati scanner, sia di panel consumer), dall'altra, il percepito e il vissuto dei clienti sui reparti. Questi ultimi saranno protagonisti di un'analisi CAWI condotta in diversi Paesi europei target, con dettaglio sulle singole insegne e sul loro gradimento da parte dei consumatori, al fine di identificare i migliori reparti freschi d'Europa e assegnargli i **FrePRE Awards 2026**.

L'iniziativa si avvale del coordinamento scientifico dell'**Università di Parma** e delle expertise specifiche di **NielsenIQ**, **Agroter** e **Toluna**, con l'intento di portare a TUTTOFOOD risultati scientificamente validati alla presenza di un pubblico qualificato di rappresentanti del mondo della distribuzione italiana ed europea. Questi ultimi saranno protagonisti del dibattito in occasione di un apposito appuntamento in programma nel pomeriggio della prima giornata di fiera volto a presentare l'osservatorio e premiare le catene con i reparti freschi più performanti nelle diverse geografie analizzate.

A tre mesi dalla fiera, peraltro, circa un terzo dei buyer preiscritti al programma di incoming (costruito da TUTTOFOOD in collaborazione con ICE-Agenzia) dichiarano un interesse verso la categoria dei prodotti vegetali. Notevoli le presenze dai mercati del Vecchio Continente, per un totale di ben 43 Paesi europei sui 100 totali in target.