Assolatte: il latte UHT resta il numero uno per gli italiani

latte-1d5195ab

L’anno scorso gli italiani hanno speso **oltre 6,5 miliardi di euro** in ipermercati, supermercati e negozi di libero servizio per comprare **prodotti lattiero-caseari**. Lo rivela **Assolatte** citando una ricerca esclusiva condotta dal **Centro di ricerca su Retailing e Marketing (REM Lab) dell’Università Cattolica di Milano** e consultabile a questo link.

Il mercato di largo consumo dei prodotti lattiero-caseari è in crescita e si caratterizza per un’offerta sempre più vasta, sia a livello di ampliamento di gamma che di profondità dell’assortimento. L’analisi realizzata per conto di Assolatte ha analizzato tre macro-aree di prodotto (ossia **latte+panna, formaggi+burro, yogurt**) identificando ben **31 diverse categorie merceologiche**: dalla ricotta allo yogurt bi-compartimentale, dal latte fermentato/kefir ai formaggi a pasta filata per cucinare.

Partendo da quest’analisi Assolatte ha stilato la **hit parade dei 10 prodotti lattiero-caseari che hanno chiuso il 2017 con il maggior giro d’affari** nei punti vendita della distribuzione moderna di tutta Italia. Una classifica che “racconta” in modo sintetico ed efficace quanto sia radicato il rapporto degli italiani con i prodotti lattiero-caseari, e che fotografa le scelte d’acquisto al supermercato e la gestione del budget familiare destinato alla spesa alimentare.

Il prodotto lattiero-caseario per cui gli italiani hanno speso di più nel 2017 è il **latte UHT**, che, con i suoi oltre 961 milioni di euro di vendite, genera quasi il 15% di tutto il giro d’affari dell’intero settore lattiero-caseario. Se l’UHT è il n.1 assoluto del settore “dairy”, al terzo posto della graduatoria per vendite troviamo un altro tipo di latte, quello **fresco**, che l’anno scorso ha sfiorato i 715 milioni di euro, con una quota vicina all’11% del totale del lattiero-caseario. Dunque, sottolinea Assolatte, tra Uht e fresco, il latte si conferma un caposaldo della spesa degli italiani per il food e arriva a generare oltre il 25% delle vendite complessive di prodotti lattiero-casearie realizzate dalla Gdo in Italia.

Invece, il formaggio per cui gli italiani spendono di più è la **mozzarella**, anche se sarebbe meglio usare il plurale vista la varietà di tipologie e formati proposti dalle aziende lattiero-casearie, e che fanno sì che in un ipermercato un cliente possa scegliere addirittura tra **77 referenze** di mozzarelle, in un supermercato ne trovi 41 e in un discount 13. Complessivamente, nel 2017 – afferma Assolatte – la spesa degli italiani per acquistare la mozzarella è ammontata a 809 milioni di euro, pari al 12,4% del giro d'affari totale del settore lattiero-caseario.

Al quarto posto della hit parade troviamo un altro grande classico della produzione casearia italiana: i **formaggi stagionati da tavola e da grattugia**, come **Grana Padano e Parmigiano Reggiano**, rivela Assolatte. Incidono per il 7,8% sul giro d'affari realizzato dal dairy in supermercati, ipermercati e negozi a libero servizio, e l'anno scorso hanno superato i 511 milioni di euro di vendite.

Al quinto posto della hit parade stilata da Assolatte troviamo lo **yogurt intero**, con oltre 431 milioni di euro di vendite annue (6,6% di quota a valore sul totale dairy). Per individuare in modo corretto il legame tra italiani e yogurt occorre considerare anche che il sesto posto tra i prodotti lattiero-caseari per cui i consumatori spendono di più c'è lo **yogurt funzionale** (quasi 400 milioni di euro di vendite nel 2017) e che altre tre tipologie di yogurt (magro, greco e bi compartimento) superano ciascuno i 100 milioni di euro di vendite annue.

Il settimo prodotto lattiero-caseario più "pesante" sul budget alimentare degli italiani, spiega Assolatte, è il **burro**, che nel 2017 tra supermercati, ipermercati e negozi a libero servizio ha raggiunto un giro d'affari di quasi 313 milioni di euro.

Dall'ottava alla decima posizione della hit parade stilata da Assolatte troviamo ben tre prodotti caseari: i **formaggi da tavola interi o porzionati** (244 milioni di euro di vendite nel 2017), i **formaggi freschi** (227 milioni di euro) e la **crescenza**, che da sola genera 212 milioni di euro di giro d'affari annuo.