Comfort food, così gli italiani si coccolano con il cibo

comfort-food-pexels-arminas-raudys-884509-81948f42

Coniato nel 1966 dal Palm Beach Post, il termine comfort food fa riferimento a quei cibi 'antistress' consumati per 'rilassarsi', magari anche per 'consolarsi'. Ma chi acquista comfort food in Italia? E quanto la pandemia ha modificato le nostre abitudini?

Uno spuntino per consolarsi, uno snack anti stress: ecco il fine ultimo del comfort food, definizione nata – non a caso – negli opulenti Stati Uniti.

E il dilagante salutismo? Non c'è il rischio che faccia da deterrente a questa 'consolazione' alimentare? Non sembrerebbe se – come emerge da un'indagine svolta da Doxa e Unione Italiana Food nel 2019 - si conferma un'abitudine per 31 milioni gli italiani.

E non si pensi che gli snack siano un genere di cibo solo per i più piccoli: anche gli adulti ne consumano spesso e anzi sono disposti a ricorrere agli acquisti on line, alla ricerca di sapori nuovi o che – al contrario – rievochino la loro infanzia.

Comfort food, a chi piace di più?

I principali consumatori di comfort food in Italia nel 2020 appartengono alla fascia d'età 25-34 (33,83%), seguiti dalla fascia 18-24 (30,37%) e 35-44 (19,59%). Minore interesse è manifestato dalle fasce di età 45-54 (9,16%), 55-64 (4,36%) e +65 (2,69%).

Interessante confrontare i dati del 2020 con quelli dell'anno precedente: si nota infatti come nell'anno della pandemia ci sia stato un maggiore apprezzamento per i comfort food in alcune fasce d'età: in particolare, quella 18-24 ha registrato un incremento di consumo dell'82% rispetto allo stesso periodo del 2019. Molto probabilmente gli effetti del lockdown hanno aumentato il tempo libero a disposizione di questi consumatori e il bisogno di evasione attraverso "coccole" alimentari.

Quanto al sesso, emerge chiaramente che sono gli uomini i principali consumatori: 57,1% rispetto a quelli di sesso femminile (42,9%) e tra gli uomini c'è una netta prevalenza della fascia compresa tra i 25 e i 34 anni.

Ancora un dato: si è individuata una forte correlazione tra i comfort food e il gaming, ma anche tra comfort food cinema e serie tv, tecnologia e musica. Ad esempio, la Mountain Dew è così popolare fra i gamers che è stata realizzata una linea apposita per loro. Mentre tantissimi riferimenti a tali prodotti vi sono anche all'interno della musica e della cultura dell'intrattenimento americana, di facile assorbimento da parte dei consumatori italiani. È il caso, ad esempio, dei Twinkies di Ghostbusters o della barretta Three Musketeers di Stranger Things.

In termini geografici, infine, emerge che è la Lombardia la regione che consuma di più in Italia e riflette un atteggiamento radicato nelle regioni del Nord piuttosto che al Centro o al Sud, sebbene la provincia di Milano sia solo la terza per consumi nel 2020, preceduta da quelle di Napoli e Roma.

Prodotti e marchi più ricercati nel mondo

Il prodotto più acquistato nel 2020 è l'Happy Hippo. Anche se ritirato dal mercato italiano nel 2013, oggi si stimano circa 22.000 ricerche mensili sul web, seguono gli M&M's Bite Size Cookies, nati dalla collaborazione con il brand Keebler. Terzo posto sul podio, alle Patriots Onion Rings (prodotto a marchio American Uncle realizzate in Italia).comfort food

Il marchio più acquistato nel 2020 è M&M's, seguito da Fanta e Oreo, ottimo posizionamento (4° posto) per Ferrero (unico brand italiano) trainato da Happy Hippo; a seguire troviamo Airheads, Reese's, Pringles e Doritos, anch'essi molto popolari negli Stati Uniti.comfort food

Prodotti e marchi più ricercati in Italia

I dati relativi al nostro Paese potrebbero sorprendere: dal rapporto emerge infatti come la categoria preferita dai nostri connazionali sia quella dei cereali. A guardar bene, tuttavia, il dato si spiega facilmente con il fatto che i cereali non disponibili in Italia e soprattutto quelli americani si presentano spesso in gusti inusuali (Lucky Charms, Froot loops, cereali Oreo) e ciò soddisfa appieno l'esigenza dei consumatori di vivere nuove esperienze di gusto.comfort food

Lo stesso discorso vale per le ricerche delle creme spalmabili, che vedono i gusti Marshmallow e burro d'arachidi tra i più desiderati.

Nella classifica dei 10 marchi più ricercati sulla piattaforma, il

comfort foodprimo posto è occupato da Monster Energy, seguito da Oreo, Pringles e Reese’s. Singolare è il dato relativo alla conoscenza dei consumatori del marchio Cheetos, che non ha una distribuzione ufficiale nella GDO ma a quanto pare sembra essere molto conosciuto tra gli appassionati del settore.

Fonte: Report sul Comfort Food internazionale in Italia 2020 – American Uncle

Nota metodologica:

I dati mostrati nel report sono estrapolati ed elaborati dalla banca dati di American Uncle, piattaforma di e-commerce leader nazionale nel settore comfort food, e sono integrati con indagini di acquisto effettuate sui suoi utenti.