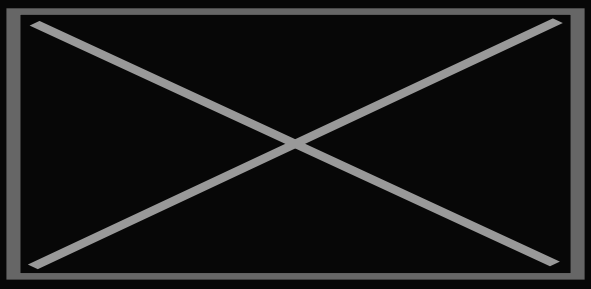
Cioccolato: crescono praline e tavolette, meglio se in limited edition

cioccolato-e-innovazione-490a78e9

Aumentano le vendite di praline e tavolette, meglio se dietetiche e innovative. Ma non solo: crescono gli acquisti di specialità limited edition e con ingredienti speciali. E' la fotografia di un settore in continua evoluzione come quello del cioccolato, scattata da Paola Bonassoli, senior consultant di Gfk Italia, in un'intervista a *Il Sole 24 Ore*.

«Sono tornate a crescere le **praline**, che, in quanto prodotto da sharing e da regalo, erano state molto penalizzate dal lockdown: nei primi dieci mesi del 2021 hanno aumentato del 3,9% le vendite, superando i 292 milioni di euro, e del 4,1% il numero delle famiglie trattanti», dice la ricercatrice.

A comprarle, è soprattutto un **target vicino alla terza età**, concentrato per la maggior parte nell'Italia settentrionale. Mentre gli appassionati delle tavolette di cioccolato, più giovani e provenienti anche dalle regioni meridionali.



«Le **tavolette** sono la categoria più importante con 488 milioni di euro di sell-out – aggiunge Bonassoli – e hanno registrato una buona performance anche nel corso del 2021, con un +4,7% a valore nell'anno finito a ottobre. Un trend dettato non più, come l'anno precedente, dalla crescita delle tavolette per cucinare e di quelle premium dark, bensì dall'aumento dell'8,2% della frequenza di acquisto».

E se la maggior parte delle vendite passa dai supermercati, che hanno il 77,1% di penetrazione relativa, l'**offerta di cioccolato aumenta un po' ovunque**, grazie all'arrivo di nuovi brand (come Sperlari che ha debuttato nelle praline) e l'ingresso di quelli storici in altri segmenti di mercato (ad esempio, il lancio delle tavolette Ferrero Rocher).

Tra le tendenze che ispirano le **novità di prodotto**, la ricercatrice di Gfk individua le versioni arricchite con ingredienti pregiati (come l'açai) o cacao monorigine (come hanno fatto Amedei e Vanini), oppure quelle che sfruttano le limited edition, come quella winter di Ritter Sport e come i Baci Perugina firmati Dolce&Gabbana.