Colazione: cosa scelgono gli italiani per iniziare la giornata

colazione-aaa1c94f

Colazione e italiani: un momento fondamentale. Per il bar, poi, è addirittura un momento topico. Per questo conoscere come evolve il mercato, anche quello domestico, può essere un aiuto importante. Dopotutto le stesse persone che tra le pareti di casa mostrano una predilezione per certi cibi, anche fuori avranno gusti allineati.

Vediamo dunque cosa ci racconta Nielsen sui gusti degli italiani al momento della colazione.

Un dato interessante è che sono aumentati i consumi di confettura: +1,9% a volume, sostenuti da formati molto piccoli (151-290 gr) e da formati molto grandi (> 450 gr), che hanno prezzi più convenienti.

Le fette biscottate hanno, invece, chiuso in calo (-1,2%). Il caffè, che a Totale Italia sembra flat (-0,4%), nasconde al suo interno una variazione di mix a favore del porzionato (+9,2% a volume con un indice di prezzo di 395).

Tra i trend in ascesa, senza dubbio quello salutistico che si esplica in una crescita dei biscotti salutistici (+6,4% a volume e +4,4% a valore) con il Senza Glutine che al loro interno mostra trend superiori al 21%, sia a volume che a valore.

Tra le merendine, invece, in ascesa i croissant.

In sofferenza il latte uht (-1,2%) e il Fresco (7,4%), probabilmente per la sempre più diffusa intolleranza la lattosio. E questo spiega la crescita del latte ad Alta Digeribilità (+8,4% a volume e +7,9% a valore a Totale Italia) e delle

Bevande Vegetali chiudono in positivo (+23,7% a volume).

Per quanto riguarda i Cereali, le Barrette sono in crescita (+3,3% a volume) mentre la tipologia in scatola è stabile (+0,3% a volume), contrariamente a quello che ci si aspetterebbe considerando la complementarietà di consumo con il latte.

Lo Yogurt realizza a totale un -2,5% a volume e vede in controtendenza i segmenti Magro (comprensivo dello Yogurt Greco) e Biologico, che realizzano rispettivamente un +1,3% e un +3,3%.