Italiani conquistati dalle salse da contorno. Lo dice Nielsen

27638396-vari-salsa-con-diverse-salse-archivio-fotografico-999469cd

I ristoratori sono avvisati: gli italiani sono sempre più attratti dalle salse. La tendenza emerge dalle rilevazioni di Nielsen sulle vendite nella grande distribuzione, che attestano come questo comparto abbia archiviato anche il 2015 in crescita (+1%), mettendo così a segno per il terzo anno consecutivo un risultato positivo dopo il +1% registrato nel 2014 (un anno negativo per l'alimentare) e il +3,5% ottenuto nel 2013.

Nell'ultimo anno la categoria è stata sostenuta principalmente dalle salse da contorno (+6% in fatturato), grazie alla crescita di tipologie come la Barbecue, la Tonnata e la Messicana. La buona performance è legata all'aumento assortimentale e al maggiore sostegno (anche pubblicitario) all'utilizzo di nuovi tipi di salse rispetto alle tradizionali, utilizzando anche la leva promozionale e di riduzione dei prezzi per "invogliare" lo shopper alla prova dei prodotti.

I prodotti più tradizionali sono invece poco dinamici: su livelli migliori il segmento principale della Maionese (+0,4%), che rimane quello dove è maggiore l'utilizzo promozionale (33%), mentre è in calo l'altro segmento importante, il Ketchup, sia nei volumi (-2%) che nei fatturati (-1%) nonostante la spinta promozionale rilevante.

Negativa invece la Senape (-6% a volume e -4% a valore), un segmento tradizionale e poco promozionato, che potrebbe aver risentito anche del forte calo di una categoria complementare come i wurstel (-9%), che mostrano un trend in sensibile sofferenza.

Infine, il piccolo segmento delle salse Dressing cresce solo a volume (+6%) con un prezzo medio più basso (-7%) legato all'aumento distributivo nei discount e all'aumento sensibile delle promozioni che si portano oltre il 20%.