

Salutare e attenta alle intolleranze, ecco come cambia la colazione degli italiani

In un anno gli italiani hanno speso per fare colazione oltre 6 miliardi di euro (dati Nielsen vendite nella grande distribuzione confezionato, anno 2017). Nove italiani su dieci (92,8%) la fanno esattamente come dieci anni fa, con il dato che dal 2008 a oggi varia soltanto dello 0,7% (dati Istat con riferimento ultimo anno disponibile 2016).

Tra chi fa un pasto alla mattina, sette italiani su dieci (70,4%) scelgono quella che potremmo definire una colazione completa quindi latte o tè mangiandoci anche qualcosa. Il 7,7% adotta uno stile alternativo quindi succhi di frutta, cereali o yogurt, mentre più di due italiani su dieci (21,9%) optano per soluzioni “al volo”, perciò mangiano o bevono soltanto. Le donne sono leggermente più affezionate alla colazione che non gli uomini (94,2% vs 91,2%) ed è una passione a cui gli italiani si dedicano soprattutto negli anni in cui si è più piccoli o ci si prende maggiore cura di sé (durante l'età dell'adolescenza e negli under 25, il primo pasto del mattino viene in parte abbandonato).

La tendenza sembra quella di rivolgersi di più a prodotti salutari e della tradizione, con un occhio attento alle tante intolleranze alimentari sempre più frequenti nella popolazione. Infatti se in dieci anni non è cambiata la quantità di coloro che fanno una colazione completa, gli italiani scelgono sempre più spesso i sostitutivi del latte: chi non ne faceva uso nel 2008 era il 18,3% e oggi è il 21,7%.

Negli ultimi cinque anni abbiamo abbandonato il latte vaccino intero (-13% latte vaccino fresco e -8% quello UHT parzialmente scremato) a favore di quello di capra o di soia (rispettivamente cresciuti di oltre il 300% e 400%) o ad altri sostitutivi come il latte di riso, per il quale abbiamo speso nel 2017, 312 mila euro nella Gdo (il prodotto non era rilevato nelle classificazioni Nielsen del 2013 quindi il confronto nel tempo non è possibile). In queste colazioni contemporanee inzuppiano cereali senza glutine (+180%) o muesli (+78%) che hanno sostituito i classici cereali (-2%). In alternativa beviamo tè (+8%) a cui affianchiamo biscotti senza glutine (+197%) o frollini integrali (+37%) che sempre più spesso prendono il posto dei classici biscotti secchi (-16%). Nella nostra colazione è arrivato anche lo yogurt (+5%) che nell'ultimo periodo è soprattutto greco, proprio per quest'ultimo, nel 2017, abbiamo speso oltre 173 milioni di euro. Anche la fetta biscottata è divenuta integrale (+38% vs -7% delle normali) o senza glutine (+50%), su cui spalmiamo confetture di frutta (la senza zucchero ha registrato +48%), o creme dolci spalmabili da sempre presenti nella nostra mattina.

La colazione cambia anche a seconda della latitudine da cui la guardiamo. Le tre regioni che sembrano esserle più affezionate sono Umbria, Toscana e Lazio (in cui mangiano al mattino rispettivamente il 95,2%, 94,7% e il 94,3%), mentre le meno dedite sono Molise, Basilicata e Valle d'Aosta (90,5%, 90,1%, 89,1%). Ma se si guarda invece alla colazione completa, sono la Toscana, le Marche e l'Umbria a farla da padrona (rispettivamente 75,1%, 74,5% e 74,3%).

E la vecchia colazione al bar? La maggioranza sembra preferirla a casa. Infatti anche se cornetto e cappuccino o un buon espresso sono una scelta di circa il 63% degli italiani, è la frequenza a fare la differenza. I consumatori seriali (al bar tutti i giorni o 3/4 volte a settimana) sono il 36%, gli abituali (1/2 volte a settimana) sono il 22% e i saltuari (una volta ogni 15 giorni o 1/2 volte al mese) sono il 42% (dati fonte Fipe - Format, anno 2016).

Fonti:

Istat, indagine campionaria “Abitudini della vita quotidiana”, anni 2008 e 2016

Nielsen, vendite Gdo confezionato, anni 2013 e 2017

Fipe - Format, anno 2016

LA COLAZIONE DEGLI ITALIANI

Fonti: Abitudini a fare la prima colazione - Rilevazione Istat

Vendite Grande Distribuzione Organizzata: Prodotti Confezionati - Rilevazione Nielsen

Abitudine a fare la prima colazione (Valori percentuali, Base: Totale Campione)

	2008	2016	Var.
Si	92,1	92,8	+0,7
No	7,9	7,2	-0,7
Totale	100	100	

Prima colazione (Valori percentuali, Base: Totale Campione per Genere, Età, Regione) – Anno 2016

Totale Campione	2016
	92,8

Genere	2016
Maschi	91,2
Femmine	94,2

Fascia età	2016
3 - 10	95,4
11 - 17	86,7
18 - 24	88,9
25 - 34	92,1
35 - 44	91,9
45 - 54	92,8
55 - 59	93,2
60 - 64	93,8
65 - 74	94,1
75 +	96,5

Regione	2016
Umbria	95,2
Lazio	94,7
Toscana	94,3
Veneto	94,1
Liguria	93,8
Abruzzo	93,3
Marche	93,2
Emilia-Romagna	93,1
Piemonte	92,9
Sardegna	92,9
Friuli Venezia Giulia	92,8
Puglia	92,7
Trentino Alto Adige	92,6
Calabria	92,3
Lombardia	92,2
Campania	91,1
Sicilia	90,5
Molise	90,5
Basilicata	90,1
Valle d'Aosta	89,1

Tipo di colazione (Valori percentuali, Base: chi dichiara di fare colazione)

Tipo		2008	2016	Var.
Completa	Beve latte o caffè e latte o cappuccino e mangia qualcosa	52,2	48,7	-3,5
	Beve thè o caffè (escluso latte) e mangia qualcosa	18,3	21,7	+3,4
"Al volo"	Beve solo qualcosa (thè, caffè, cappuccino, latte)	21,6	18,3	-3,3
	Mangia solo qualcosa (biscotti, fette biscottate, pane, brioches)	2,6	3,6	+1,0
Alternativa	Altra colazione (yogurt, cereali, succhi di frutta)	5,3	7,7	+2,4
	Totale	100	100	

Tipo di colazione (Valori percentuali, Base: chi dichiara di fare colazione per Età) – Anno 2016

Fascia età	Completa	“Al Volo”	Alternativa	Totale
3 - 10	69,7	18,3	12,0	100
11 - 17	68,6	22,0	9,5	100
18 - 24	68,1	20,6	11,2	100
25 - 34	68,4	22,5	9,1	100
35 - 44	69,0	22,7	8,4	100
45 - 54	69,4	23,2	7,4	100
55 - 59	68,9	23,8	7,4	100
60 - 64	67,9	25,7	6,4	100
65 - 74	72,7	22,4	4,9	100
75 +	78,4	18,0	3,6	100
Totale	70,4	21,9	7,7	100

Tipo di colazione (Valori percentuali, Base: chi dichiara di fare colazione per Regione) – Anno 2016

Regione	Completa	“Al Volo”	Alternativa	Totale
Toscana	75,1	17,8	7,1	100
Marche	74,5	17,4	8,1	100
Umbria	74,3	18,6	7,1	100
Emilia-Romagna	74,2	18,2	7,7	100
Liguria	73,5	18,9	7,6	100
Lazio	73,2	20,9	5,9	100
Veneto	72,7	16,1	11,2	100
Piemonte	71,8	19,5	8,7	100
Trentino-Alto Adige	70,5	18,7	10,8	100
Lombardia	70,4	19,6	10,0	100
Abruzzo	70,4	23,4	6,3	100
Friuli-Venezia Giulia	70,2	18,4	11,4	100
Valle d'Aosta	70,2	17,4	12,4	100
Sardegna	69,7	23,8	6,5	100
Puglia	67,2	27,3	5,5	100
Sicilia	65,6	29,1	5,3	100
Molise	65,5	27,2	7,3	100
Calabria	65,4	29,5	5,1	100
Basilicata	65,3	30,2	4,5	100
Campania	64,4	29,2	6,4	100
Totale	70,4	21,9	7,7	100

Vendite GDO Prodotti Confezionati (Variazioni percentuali e valori assoluti) - Famiglie

Famiglia	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Latte	1.980	-2%
Yogurt	1.451	+5%
Biscotti	1.211	+13%
Spalmabili dolci (miele, confetture, marmellate etc.)	790	+7%
Cereali Prima Colazione	336	+7%
Fette Biscottate	269	+8%
Tea	128	+6%
Totale	6.165	+1%

Vendite GDO Prodotti Confezionati (Variazioni percentuali e valori assoluti) – Selezione di Prodotti

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Biscotti	Frollini Classici	485	+19%
	Frollini Integrali	123	+37%
	Secchi Classici	100	-16%
	Senza Glutine	24	+197%

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Tea	Normale	107	+8%

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Fette Biscottate	Normali	109	-7%
	Integrali	94	+38%
	Senza Glutine	4	+50%

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Spalmabili dolci	Confetture senza zucchero	18	+48%
	Miele Monoporzione	1	+5%

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Cereali	Prima colazione semplici	119	-2%
	Prima colazione muesli	54	+78%
	Prima colazione senza glutine	5	+180%

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Latte	Latte Uht Parzialmente Scremato	627	-8%
	Latte Fresco Parzialmente Scremato	217	-19%
	Latte Fresco Intero	87	-13%
	Latte Fresco Alta Digeribilità	23	+13%
	Latte di Capra Fresco	5	+335%
	Latte di Soia Fresco	3	+469%
	Latte di Riso Fresco*	0,3	-

Vendite GDO Prodotti Confezionati (Variazioni percentuali e valori assoluti) – Selezione di Prodotti

*prodotto non rilevato nel 2013

Famiglia	Prodotti	Vendita – 2017 Valori assoluti in milioni di euro	Vendita – 2013/2017 Variazioni in Quantità
Yogurt	Greco – Magro*	120	-
	Greco – Intero*	39	-
	Greco – Bicompartimentale*	14	-

*prodotto non rilevato nel 2013