

**Consumi.** Apprezzato dalle famiglie anche per preparare dolci fatti in casa

## Gli italiani riscoprono il latte condensato a colazione (+45,2%)

**Manuela Soressi**

**B**rasile batte Italia, perlomeno quando si parla di latte condensato. Difficile, infatti, superare i 2,5 milioni di euro che il governo Bolsonaro ha dichiarato di aver speso l'anno scorso per acquistare migliaia di scatole di questo storico prodotto (è nato nel 1850 per i soldati americani). Ma anche noi, nel nostro piccolo, abbiamo battuto il record nazionale: nel 2020 per comprarlo siamo arrivati a 9,7 milioni di euro, ossia il 45,2% in più rispetto all'anno precedente. Un exploit che corona un trend espansivo in atto da alcuni anni. Ma silenziosamente. C'è voluto un report della società di ricerche Iri sull'evoluzione della prima colazione degli italiani al tempo del Covid 19 per portare sotto i riflettori questo boom. Una nicchia di mercato che ha macinato crescita a due cifre per tutto il 2020: dal +12% del pre-Coronavirus al picco del +80% durante il primo lockdown sino al +36% dell'autunno. Sicuramente dietro c'è il ritorno forzato alla prima colazione a casa.

Lo spostamento dal fuoricasa al mercato domestico nel 2020 ha fatto crescere del 6% il valore delle vendite dei prodotti per il primo pasto del mattino, portandole sopra i 10 miliardi di euro di sell-out. Ma se è vero che l'abitudine a consumare il breakfast in famiglia è stato un volano importante, resta il fatto che già nel 2019 il mercato del latte condensato era cresciuto di oltre l'8% a valore. Una performance ancora più positiva se contestualizzata nell'andamento piatto del mondo dei prodotti per la prima colazione. Probabilmente la spiega-

zione del revival del latte condensato sta proprio nella sua capacità di uscire dai confini di quelli che gli addetti ai lavori chiamano "preparati per bevande calde" per entrare tra gli ingredienti indispensabili nella cucina di casa. Sia perché è alla base di molti dolci tipici oggi molto trendy (come il dulce de leche, il cheesecake e la variante rapida del dolce tipico inglese fudge) sia perché è un infallibile "booster" per tante ricette visto che può sostituire uova, burro, latte o zucchero, permette di dare corpo a creme, semifreddi e dolci al cucchiaio e di preparare il gelato senza la gelatiera. Persino un pluri premiato maestro come Alberto Marchetti, riprendendo una storica tradizione torinese, usa un poco di latte condensato per rendere più cremoso il suo gelato.

Questo percorso di valorizzazione dei molteplici usi del latte condensato si deve sicuramente al boom dell'interesse per la pasticceria. Ed è stato cavalcato dal gruppo alimentare Nestlé, che ha lanciato questo prodotto nel 1893 e che l'ha portato in Italia nel 1914. «Restiamo i numeri uno del mercato italiano, con il 96,2% di quota a valore, e nel corso del 2020 abbiamo aumentato le vendite con trend a doppia cifra e rafforzato la leadership - afferma Valeria Cruciani, senior brand manager Nesquik e Latte Condensato Nestlé -. Ma soprattutto l'anno scorso sono aumentati i nuovi consumatori di latte condensato: 500mila famiglie che non lo avevano mai provato prima, perché non lo conoscevano o perché lontane dal mondo della cucina, hanno iniziato a utilizzarlo per preparare dolci e gelati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

