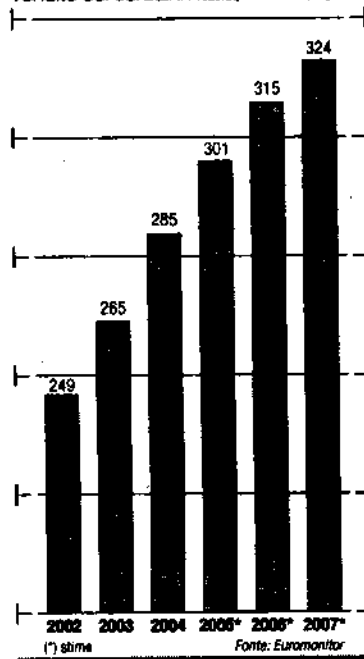


I cereali fanno bene a Nestlé

La crescita

Vendite dei cereali in Italia; in mln di euro



Oltre agli yogurt probiotici che sono stati per molte aziende del settore una vera e propria manna dal cielo, anche i cereali stanno godendo di buoni tassi di crescita spinti dalle campagne salutistiche promosse da governi e aziende. L'Italia ha solo recentemente iniziato a seguire il passo in questo settore; il ritardo, dicono gli esperti del centro di ricerche di mercato Euromonitor si spiega anche perché. «La popolarità della dieta mediterranea in Italia, e la disponibilità di frutta e verdura fresca a prezzi contenuti è un fatto importante che limita la crescita dei prodotti funzionali; gli unici che hanno avuto successo sono le gomme da masticare che puliscono i denti, gli yogurt probiotici e il latte fermentato». I grandi produttori di cereali come Kellogg's e Nestlé, invece, parlano dell'Italia come di un mercato ad alto tasso di crescita nella vendita di cereali.

Nestlé si sta muovendo su due fronti per incrementare le vendite di cereali: i bambini e le donne. Cereali Nestlé è il secondo attore del mercato, con una quota del 24,8% e un trend che ha visto una crescita cumulata dei volumi pari al 50% negli ultimi tre anni. Nestlé ha lanciato da poco una campagna mirata alle mamme e ai pediatri

perché si incrementi l'assunzione di calcio da parte dei bambini e ha così lanciato prodotti per bambini arricchiti con il calcio, come la nuova polvere di cacao Nesquick e i cereali Nesquick. La società punta anche ad aumentare la crescita nella vendita di cereali della linea Fitness arricchiti di calcio, ferro e vitamine con un programma di comunicazione mirato alle donne che punta oltre che sulla corretta alimentazione anche sull'attenzione al benessere come abitudine da seguire tutto l'anno. L'incentivo a fare una sana prima colazione è un punto su cui battono molte aziende del settore in Italia, dove il 30% della popolazione non fa la prima colazione. Oltre alle etichette con i valori nutrizionali dei prodotti, le grandi aziende alimentari come Nestlé e Barilla introducono volantini nelle confezioni e usano i pacchi per spiegare a chi compra i loro prodotti come utilizzarli in maniera sana. Ricette, tabelle, grafici e brevi riassunti di ricerche scientifiche affollano ormai gli scaffali dei supermercati, soprattutto per quei prodotti funzionali che fanno bene alla salute ma anche alle casse delle aziende, che da questi prodotti ricavano margini superiori a quelli di prodotti più tradizionali.