

# 4 italiani su 5 aumenteranno la spesa in panettoni

20231218122522shutterstock-1465133813-9ec32049

Da cinque anni guardo con interesse al mercato del panettone e ho la fortuna di essere la voce narrante dell'[Osservatorio Csm Ingredients](#), azienda ingredient-tech che sviluppa soluzioni per l'industria alimentare con l'obiettivo di favorire l'evoluzione dell'ecosistema alimentare. Utilizzando la metodologia C.A.W.I., e grazie all'apporto degli analisti di NielsenIQ (NIQ), l'azienda ci regala ogni anno una fotografia puntuale di un mercato assai vivace, che non conosce crisi. Non c'è dubbio, infatti, che il **panettone** abbia ormai **raggiunto lo status di dolce iconico per eccellenza.**

## IL COMPARTO ARTIGIANALE SUGLI SCUDI

Numeri alla mano, il comparto dei prodotti da ricorrenza – di cui la categoria Panettoni&Pandori rappresenta il 25,4% - ha evidenziato nella sua totalità una **crescita a valore (+ 4,6%) nel corso della ultima campagna Natale**. I contributi maggiori arrivano proprio dai lievitati. In particolare, stando ai dati raccolti dall'Osservatorio Csm Ingredients, il mercato del panettone è arrivato a **291,1 milioni di euro**. La **crescita maggiore è arrivata dal comparto artigianale (+17.9% vs a.p. per un valore di 156,5 milioni di euro)**. Double digit growth (+13,3%) anche per i prodotti industriali, "spinta" che arriva soprattutto dai prodotti premium.

Vero è che proprio il comparto industriale (in particolare il panettone tradizionale e di posizionamento mainstream), lascia a terra un 15% a volume rispetto la campagna precedente, attestandosi appena sotto le 20mila tonnellate (19,8mila rispetto alle 23,4mila tonnellate del 2018). *"La crescita dei prezzi, sotto la spinta inflazionistica delle turbolenze socio-politiche - si legge in una nota stampa -, ha generato [un'onda di forte impatto che ha coinvolto significativamente il comparto industriale, trainando il mercato al minimo storico in termini di volumi rispetto agli ultimi 5 anni](#)".* Rimangono pressoché costanti rispetto alla campagna precedente invece i volumi dei panettoni artigianali (6,2mila tonnellate, con i tradizionali a farla da padrona e quelli free form che si confermano una nicchia in crescita).

## IL PANETTONE È LA PRIMA SCELTA PER FESTE E REGALI

Nel dettaglio, il panettone artigianale è **acquistato da oltre il 10% degli acquirenti** di questa categoria, con una penetrazione sempre maggiore (+1% rispetto all'anno precedente) e con una distribuzione uniforme sul territorio italiano. **I prodotti artigianali** risultano essere la **prima scelta per feste e regali**, mentre i **prodotti a marchio privato** (del distributore o di fantasia) sono maggiormente acquistati **per il consumo in casa** (destinazione d'uso che risulta invece in calo sia per i panettoni artigianali che per i brand mainstream e premium).

Tra le **nuove occasioni di consumo** a casa, emerge quella legata al **momento della colazione**, che vede il panettone come proposta alternativa ai prodotti di qualità ed alla piacevolezza del gusto tipica del prodotto (perché tenerne conto per proporre una colazione alternativa al bar?)

## LE PREVISIONI PER IL NATALE 2023

Quali le [previsioni di Csm Ingredients](#) per la campagna natalizia 2023? **La crescita del comparto panettoni** risulta ancora una volta **trainata dai panettoni artigianali** che vedono un tendenziale **aumento a volume nel 2023 (tra il +3% e il +8%)**, mentre per i panettoni industriali, seppur presentano una penetrazione maggiore, si prevede solo una leggerissima crescita del comparto.

La grande maggioranza dichiara che manterrà invariati gli acquisti per i panettoni industriali. Mentre **4 shopper su 10 di panettoni artigianali hanno intenzione di aumentare gli acquisti**. Da sottolineare infine che l'intenzione d'acquisto aumenta per tutte le varietà ed in particolare per i prodotti farciti. Le donne si dichiarano maggiormente interessate ad acquistare panettoni/pandori farciti, mentre i più giovani (25-34) sono attenti ai prodotti free from (senza lattosio e senza glutine).