

LATTE UHT: GLI ITALIANI NE ACQUISTANO SEMPRE DI PIÙ

Assolatte: continua il momento felice del latte a lunga conservazione, il cui mercato è in crescita ininterrotta dall'inizio del 2020. Nell'ultimo mese le vendite di latte UHT nella distribuzione moderna hanno segnato un +4,5% rispetto all'agosto 2019, in controtendenza rispetto ad altri prodotti alimentari abituali sulla tavola italiana

Milano, 8 settembre 2020 – Il latte UHT continua a guadagnare spazio nel carrello della spesa degli italiani: nell'ultimo mese rilevato da Nielsen (27 luglio-23 agosto), afferma [Assolatte](#), le vendite di latte UHT realizzate nei punti vendita della distribuzione moderna sono aumentate del 4,5% a valore. Un trend migliore rispetto ad altri prodotti simbolo della dieta mediterranea, come la pasta (+4,2% nello stesso periodo) e che mostra come il latte abbia saputo resistere alla disruption delle abitudini alimentari avvenuta sotto la spinta del Covid 19.

Grazie a questa performance il latte UHT si conferma uno dei pochi prodotti alimentari (insieme alla farina, al pesce naturale surgelato e al caffè) a non aver subito il rilevante taglio della spesa effettuato dagli italiani durante la fase 2, aggiunge [Assolatte](#).

L'affezione dei consumatori per il latte lo inserisce di fatto tra i prodotti alimentari ritenuti indispensabili nella dispensa, in cucina e in tavola, e di cui riconoscono la qualità, il valore nutritivo e la componente di servizio, sottolinea [Assolatte](#).

Dopo l' "effetto bunker" che ha caratterizzato il lockdown, quando le vendite di latte UHT sono schizzate fino ad aumentare fino al +22% rispetto allo stesso periodo del 2019, anche da maggio in poi l'andamento positivo di questo prodotto è proseguito in modo regolare, spiega [Assolatte](#).

Il latte ha tutte e tre le caratteristiche che, secondo Nielsen, sono richieste oggi ai prodotti alimentari dai consumatori (e ancora di più lo saranno nell'immediato futuro): genuinità, qualità e gratificazione. Grazie a questi importanti valori, conclude [Assolatte](#), il latte ha le potenzialità per avere un ruolo da protagonista anche nelle nuove abitudini alimentari del post Covid19.

IN CASO DI PUBBLICAZIONE CITARE LA FONTE ASSOLATTE

Per maggiori informazioni: Carmen Besta – Assolatte Milano - mail: besta@assolatte.it - tel.02-72021817

Chi siamo: Nata nel 1945, **Assolatte rappresenta il primo settore del Made in Italy alimentare.** Riunisce oltre 200 aziende (piccole, medie e grandi realtà nazionali, private e cooperative, grandi aziende internazionali) che rappresentano il **90% del fatturato complessivo del settore.** Assolatte raggruppa **tutti i prodotti lattiero caseari:** il latte da bere, in tutte le sue tipologie, lo yogurt e gli altri lattici fermentati, il burro e tutti i formaggi. Dai tesori della grande tradizione casearia ai prodotti più moderni e innovativi. **I nostri numeri:** Con un fatturato che supera i **16 miliardi di euro** e un indotto che dà lavoro a oltre **100.000 persone**, quello della trasformazione del latte è il **settore più importante dell'agroalimentare italiano.** Un grande protagonista del panorama internazionale grazie alle **esportazioni, il cui valore supera i 3.5 miliardi di euro.** **La produzione:** **1.1 miliardo** di kg di formaggi, di cui 470 milioni di formaggi DOP • **2,5 miliardi** di litri di latte alimentare • **1,9 miliardi** di vasetti di yogurt • **160 milioni** di kg di burro.