



Turrónes y polvorones dejan paso a *panettones* y otros dulces en Navidad

18-12-2013

La fotografía de la bandeja navideña que acompañará estas navidades a los españoles comienza a alejarse a pasos agigantados de aquella de nuestra infancia en la que el turrón duro y blando, junto con las figuritas de mazapán y los polvorones eran los protagonistas indiscutibles.

Según un análisis realizado por la consultora **Nielsen** con motivo de las próximas fiestas, los hábitos de consumo de los españoles también están transformando una imagen tan típica de los hogares como es la tradicional bandeja de dulces navideños.

Tanto es así que el turrón, hasta ahora un indiscutible de la Navidad, está compitiendo duramente no ya con otros clásicos como los polvorones, sino directamente con las nuevas variedades de tabletas de chocolates que están consiguiendo desplazar el consumo del turrón más tradicional.

De hecho, la sofisticación de las marcas chocolateras, que no han dejado de innovar en los últimos años, están haciendo que este imprescindible de las mesas españolas, tenga que competir con chocolates de todas clases, formas, gustos y texturas.

Así, no es extraño que ya el año pasado el mercado del turrón cayera un 3,6% en volumen, es decir en ventas, en los hipermercados y supermercados, siendo precisamente la gama de chocolate la única que experimentó crecimientos, frente a las ya tradicionales de duro y blando.

Según el director general de Nielsen España, **Gustavo Núñez**, *“al turrón le han salido muchos competidores. Las familias españolas nada tienen que ver con las de hace una década, ahora eligen productos diferentes, influidos por otras culturas y modas. Es por eso que en los últimos años han hecho entrada en nuestra bandeja de Navidad los buñuelos (tan típicos de Sudamérica), los panettones de Italia, los huevos de Pascua, los calendarios de adviento o las figuritas de chocolate de los países nórdicos, mientras que el consumo de mazapanes y polvorones, nuestros clásicos, están cayendo”.*

Finalmente, el análisis de Nielsen señala que los cambios continúan y no solo en la bandeja... sino en cuándo deciden los españoles

que es momento de llenarla. Si bien nuestros abuelos no hacían acopio del turrón hasta la víspera de la celebración de Nochebuena, en la actualidad tres de cada cuatro españoles ya llenó la despensa con productos navideños a principios de diciembre. De hecho, el 70% de ellos ha adquirido, precisamente, dulces y más de la mitad vinos y licores.

Y es que aunque la estacionalidad de estos productos es evidente -el 92% de las ventas se concentran en estos días- las campañas navideñas cada vez empiezan antes, lo que está provocando que el consumidor amplíe su periodo de compra y ya desde noviembre se sienta tentado a comprar productos navideños.