



SYNERGY[®]
INSPIRING TASTE™

TENDENZE DEL GUSTO 2026

European Nutrition: Sport,
Performance e Benessere Generale



IN QUESTO REPORT

In questo report, creato con il supporto di Innova, esaminiamo le tendenze principali nelle categorie delle barrette e delle polveri sportive in Europa occidentale e orientale.

Coprendo gli ultimi 3 anni, evidenziamo le tendenze emergenti degli ingredienti e le affermazioni sui prodotti, fornendo un quadro chiaro di ciò che sta plasmando il mercato del 2025 e di ciò che i consumatori stanno cercando.



TREND 2026

La nutrizione sportiva è ormai molto diffusa. Secondo Innova, il 51% dei consumatori del Regno Unito ha acquistato un prodotto nutrizionale al supermercato (rispetto al 34% online). Con un numero maggiore di consumatori che acquistano tramite i canali dei supermercati, formati convenienti come RTD e barrette stanno crescendo rapidamente.



I MIGLIORI SAPORI

I social media continuano a essere uno dei principali motori dei trend del gusto nella nutrizione. I marchi sono rapidi a reagire a tendenze come il cioccolato di Dubai, lanciando prodotti sul mercato entro pochi mesi da quando qualcosa diventa virale.



CHIAMATA ESPERTA

I prodotti nutrizionali con funzionalità aggiuntive, ad esempio per la salute intestinale o cognitiva, continueranno a crescere, poiché i consumatori considereranno i prodotti a valore aggiunto un elemento di differenziazione fondamentale.

20%

dei lanci di prodotti in polvere in Europa provengono dal Regno Unito

25%

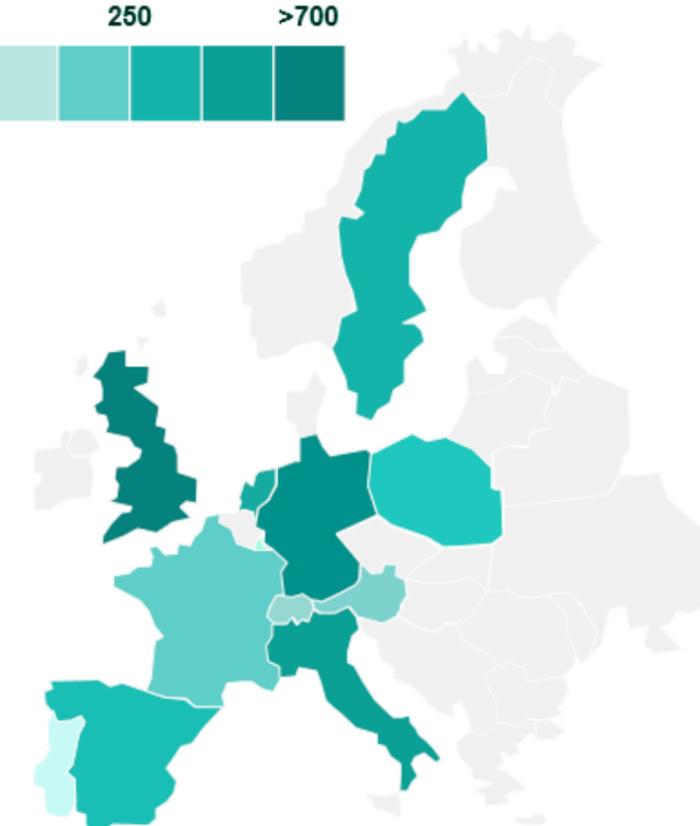
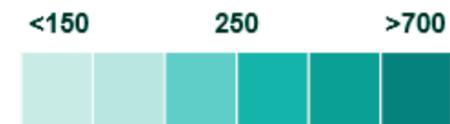
dei consumatori britannici afferma di acquistare un prodotto nutrizionale durante una tipica spesa

1 su 3

lanci di prodotti in polvere sono vegani, ma questa tendenza sta rallentando

28%

dei consumatori britannici afferma di aver aumentato i propri consumi nell'ultimo anno



Riepilogo NPD



Gli LTO stanno guidando la crescita

I lanci di edizioni limitate sono stati il segmento di barrette proteiche in più rapida crescita (CAGR del 200% dal 2022), mentre il numero di lanci in co-branding è raddoppiato ogni anno dal 2022.



Funzionale

Tirosina, caffeina, cistina, creatina, collagene e probiotici sono stati tutti tra gli ingredienti in più rapida crescita alla fine del 2024. Tutto ciò indica la continuazione del trend funzionale poiché i consumatori cercano funzionalità aggiuntive nei prodotti nutrizionali.



Il gusto è tutto

Il 47% dei consumatori britannici afferma che il gusto/sapore è il fattore più importante quando acquistano un prodotto di nutrizione funzionale e sportiva (al pari del costo). Il gusto è ciò che spinge gli acquisti ripetuti, motivo per cui è importante che marchi lo facciano bene, che si tratti di mascherare note indesiderate o di offrire costantemente nuovi sapori.

Zenzero
 Arancia Rossa
 More
 Gelato
 Cactus
 Pera
 Caffè Moka
 Banoffee Pie
 Pistacchio

INTRODUZIONE

Tè alla pesca
 Cola
 Ciliegia
 Lampone blu,
 Limone e Lime,
 Frutto della
 Passione

CRESCITA

Mango
 Anguria
 Mela Verde
 Lime
 Ananas
 Caramello Salato
 Limonata

MATURO

Cioccolato al latte
 Fragola
 Vaniglia
 Caramello
 Caffè
 Banana

FAVORITI PROVATI

La crescita dei lanci di prodotti nell'ultimo anno è elevata o il gusto è ampiamente menzionato sui social media

La presenza nei lanci di prodotti è cresciuta nell'ultimo anno

La presenza nei lanci di prodotti è cresciuta negli ultimi 4 anni

Apparso tra i primi 15 NPD negli ultimi 5 anni

SAPORI DI TENDENZA

Cioccolato al latte, vaniglia e caffè restano i punti fermi della categoria, rappresentando il 22% dei lanci nel 2024. Oltre ai gusti principali, i consumatori sono sempre più alla ricerca di combinazioni di nuovi profili di frutta e di profili di dessert indulgenti.

"IL PISTACCHIO, UN TEMPO CONFINATO AL MONDO DEI GELATI E DEI DOLCIUMI, STA ORA EMERGENDO COME UN GUSTO RICERCATO NEI PRODOTTI DI NUTRIZIONE SPORTIVA, GRAZIE AL SUO RICCO SAPORE DI NOCCIOLA E ALLA CONSISTENZA CREMOSA CHE SODDISFANO SIA IL PALATO CHE LE PRESTAZIONI."

CHRIS WHITING
EUROPEAN CATEGORY DEVELOPMENT
MANAGER: NUTRITION

KEY STATS

10%

crescita del pistacchio nelle discussioni sui social media negli ultimi 12 mesi¹

60%

crescita nelle ricerche di pistacchio su Google dal 2019²

LO SAPEVATE?



Il pistacchio è ricco di sostanze nutritive! Sono un'ottima fonte di proteine, fibre, grassi sani e antiossidanti, oltre a essere una frutta secca ipocalorica. Sono stati coltivati per la prima volta oltre 9.000 anni fa!

RIFLETTORI SUL SAPORE



PISTACCHIO

I pistacchi provengono dall'albero Pistacia vera, originario delle regioni dell'Asia centrale e del Medio Oriente. Noto per il suo colore verde distintivo e il sapore ricco, leggermente dolce e di nocciola, il pistacchio sta prosperando nel mercato nutrizionale. Soprattutto grazie alla tendenza virale del cioccolato di Dubai, dove i suoi elementi nutritivi completano il profilo indulgente del cioccolato.

ULTIMO NPD



Proteine in polvere, biscotto, cioccolato bianco e pistacchio, Regno Unito

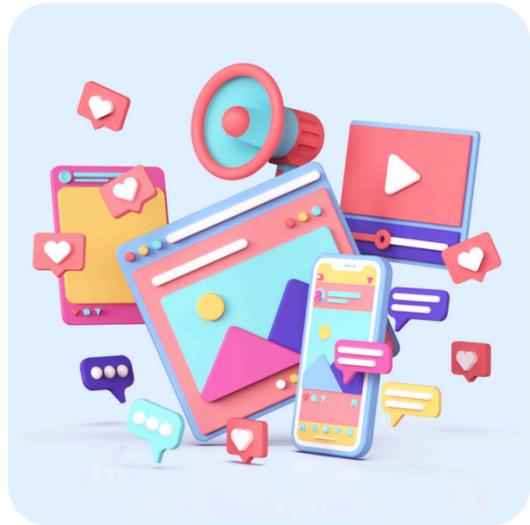


Proteine vegetali di pistacchio in polvere, Paesi Bassi



Proteine del siero del latte in polvere al gusto di pistacchio, Regno Unito

TENDENZE NUTRIZIONE SUI SOCIAL MEDIA



Le tendenze nei numeri

Il kefir è stato cercato **80.000** volte su Tesco a gennaio

Oltre 300.000 confezioni di FreeSoul Greens sono state vendute direttamente da TikTok

Il caffè proteico viene cercato oltre **27.000** volte al mese

#GutHealthMatters è stato utilizzato in oltre **146.000** video TikTok

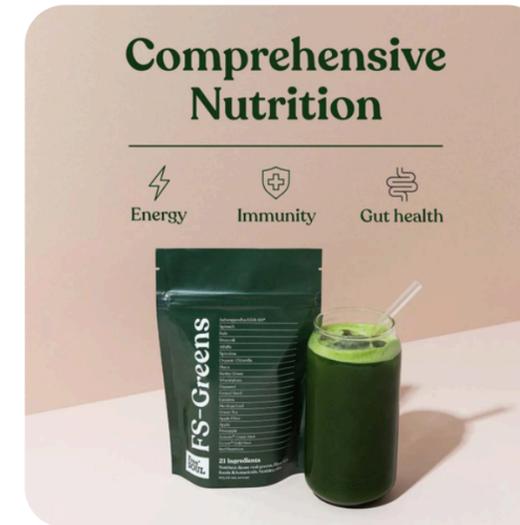
uk.synergytaste.com



Un intestino felice e sano

A gennaio 2024 l'attenzione alla salute intestinale ha raggiunto un nuovo traguardo: il traffico globale correlato alla salute intestinale ha raggiunto il massimo storico e il 37% delle persone la considera la propria principale preoccupazione per la salute.

Gli influencer del settore salute e benessere hanno tratto vantaggio da questa situazione, creando contenuti che includono ricette salutari per l'intestino e consigli su prodotti volti a migliorarne la salute.



Benefici del succo verde

la capacità dei social media di trasformare integratori di nicchia in must have mainstream è evidente soprattutto con le verdure. Piattaforme come TikTok e Instagram hanno aiutato marchi come Bloom, con influencer di spicco che hanno suscitato curiosità e interesse nei consumatori presentando verdure in polvere che promettono di aumentare l'assunzione di nutrienti, ridurre il gonfiore e migliorare la digestione.



Aggiungere proteine extra

I social media hanno alimentato la popolarità dei prodotti arricchiti di proteine, con tendenze come quella di mescolare Coca-Cola e bevande proteiche pronte all'uso che stanno guadagnando terreno. Sono aumentate anche le discussioni sui sostituti delle proteine, poiché le comunità online condividono i loro snack e bevande proteiche preferiti per mantenere la nutrizione e la massa muscolare durante iniezioni dimagranti o percorsi in palestra.



AUTORE:

CHRIS WHITING

EUROPEAN CATEGORY DEVELOPMENT
MANAGER - NUTRITION MARKET

Ti senti ispirato?

In Synergy, la nostra passione è trasformare le intuizioni in innovazione. Grazie a un mix di arte, scienza e intuizione, Synergy può aiutare i propri clienti a gestire le mutevoli esigenze del mercato con prodotti che si distinguono dalla massa.

[CLICCA QUI PER CONTATTARCI](#)