

13 de Septiembre: Día Internacional del Chocolate

Kantar IBOPE Media comparte los principales insights de uno de los alimentos que más pasiones despierta entre los Argentinos.



+54%

Crecimiento de la inversión publicitaria para los segmentos Chocolates + Chocolatines y chocolates infantiles.

Periodo: Enero-Julio 2023 vs misma franja del año anterior

Fuente: Kantar IBOPE Media. Inversión multimedios en pesos brutos del sector Alimentación, segmento Chocolates y Chocolatines infantiles de Enero a Julio 2023. Los datos estacionales se confeccionaron a partir de los datos de inversión de los mismos segmentos para 2022.

Top 3 Anunciantes



Bonafide

Mondelēz
International

Estacionalmente, los periodos de mayor inversión en 2022 fueron:

MARZO/ABRIL

JUNIO/JULIO

AGOSTO/SEPTIEMBRE

52%

de los argentinos encuestados consumió chocolates en los últimos 12 meses. De ellos, el 27% lo consume una vez por semana y el 23% hasta 2 veces.



Los rangos de edades de consumidores son:



12-17 años 18-24 años 25-34 años 35-44 años 45-54 años 55+ años

Entre los tipos de chocolates consumidos se destacan

64% BARRA MACIZA

39% BARRA RELLENA

44% BOMBONES

14% OTROS TIPOS

Las marcas más elegidas

BARRAS MACIZAS
Aguila 35% y Cofler 29%

BARRAS RELLENAS
Cofler 18% y Tofi/Felfort 13%

BOMBONES
Bon o Bon 33% y Bocadito Marroc 19%

OTROS
Rhodesia/Rocklets 5%

Fuente: Kantar Target Group Index Argentina 2023 – Personas.

Nuestras soluciones de **Advertising Intelligence (monitoreo)** y **Consumer Intelligence (Target Group Index)** brindan información sobre la inversión publicitaria, el consumo de las personas, sus opiniones y actitudes con relación a los medios.

Si te interesa conocer más, escribinos a: ventas.argentina@kantariopemedia.com