

Alimentare: il 'cibo che verrà' protagonista a Sana Restart

Food, salute e sostenibilità a BolognaFiere dal 9 all'11 ottobre

BOLOGNA

(ANSA) - BOLOGNA, 02 OTT - Food, salute e sostenibilità sempre più al centro dell'attenzione degli italiani: questi temi di grande visibilità, al Sana Restart, in programma a BolognaFiere dal 9 all'11 ottobre. L'evento, che si svolgerà in presenza e "in condizioni di massima sicurezza" per operatori e visitatori, ospiterà anche i principali enti certificatori, i maggiori distributori e tra i più importanti produttori del comparto bio. Partendo dal food, in controtendenza rispetto agli altri Paesi europei, la grande maggioranza degli italiani, pari a circa il 70%, esclude di ridurre la propria spesa per mettere nel carrello meno prodotti, o prodotti di qualità inferiore. Una certezza che fa il paio con la convinzione, espressa dal 20% degli intervistati, che "mangiare bene e in maniera salutare" costituirà il "primo ingrediente irrinunciabile per la ricetta della felicità nel 2021". L'attenzione per la salute - indicata dal 45% come il vero perno su cui misurare il proprio benessere nel futuro prossimo - torna in un'altra tendenza legata alle abitudini culinarie: durante il lockdown, infatti, gli italiani hanno vissuto un ritorno alla cucina "home made". Una rinnovata passione che in molti casi pare destinata a trasformarsi in abitudine consolidata: circa un italiano su 3 dichiara che nel 2021 dedicherà ancora più tempo alla cucina casalinga.

Per le intenzioni di acquisto per il prossimo futuro: il 38% prevede di spendere di più per cibi e bevande sani e salutari; il 42% manifesta la stessa intenzione nei confronti degli alimenti sostenibili, e il dato si alza fino al 49% per i prodotti 100% italiani e di provenienza locale. Traiettorie positive, che trovano riscontro nella graduale e costante crescita degli acquisti dei prodotti a marchio bio. Tra le altre tendenze per le quali si registra un vero e proprio "salto di scala", spiccano una sempre maggiore propensione verso la spesa multicanale, alternando le visite ai punti vendita (tra cui anche quelli di vicinato, in risalita) e le varie forme di e-commerce, e una rinnovata attenzione alla sostenibilità. Il 27% degli italiani afferma di avere acquistato una quantità maggiore di prodotti sostenibili e green-friendly nei mesi successivi al diffondersi dell'epidemia; poco più del 20% dichiara anche di avere intensificato le visite nei punti vendita specializzati per la distribuzione di questi prodotti.

(ANSA).