

Alimentare: nuovi trend con prodotti 'free from' e 'rich-in'

Buone performance per 'sugar free' e senza glutine o lattosio

BOLOGNA

(ANSA) - BOLOGNA, 30 GIU - L'attenzione a quello che si mette nel piatto è cresciuta negli ultimi mesi di lockdown ed il consumatore è sempre più attento al binomio cibo-salute: via libera, allora, a prodotti funzionali o 'ricchi di', alimenti biologici e 'free from'. 'Free from Hub', nuovo progetto nato dal know how di BolognaFiere e Bos, farà tappa all'interno di 'Sana Restart' dal 9 all'11 ottobre. Dall'analisi del mercato risulta che uno dei trend emergenti è legato al tema 'healthy food': cibo sano, che fa bene all'organismo sia per le proprietà benefiche che sono state aggiunte, nel caso dei cibi 'rich-in', o tolte nel caso dei prodotti 'free from': a confermare questa tendenza sono i dati del Rapporto Coop 2019, nel quale si sottolinea che i prodotti del comparto salute e benessere sono cresciuti del 2,9 per cento.

Tra i prodotti 'free from' spiccano quelli senza glutine e senza lattosio: secondo l'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino, nel 2019 nei supermercati gli italiani hanno speso 3,6 miliardi di euro in queste tipologie; il 12,8% dei prodotti presenti sugli scaffali del largo consumo confezionato riportano il claim senza glutine o senza lattosio. Tra gli alimenti 'free from' un altro trend emergente è quello dei prodotti sugar free, con pochi zuccheri o senza zuccheri aggiunti. In crescita anche i prodotti funzionali o 'rich-in', ricchi di caratteristiche benefiche per l'organismo: il loro giro d'affari ha superato i 2,5 miliardi di euro, sfiorando il 10% di quota sul totale dell'alimentare rilevato e ha inciso per il 9,3% sull'offerta dei prodotti alimentari confezionati. (ANSA).