

La salute nel piatto. Per il bio +220%

BOLOGNA

La crisi picchia duro e fa tagliare anche i consumi a tavola ma cresce l'attenzione alla qualità di quanto si mette in carrello. Così per il cibo biologico è un vero boom, +220% il valore degli acquisti nella grande distribuzione in meno di dieci anni. È quanto emerge dalla Consumer Survey condotta da Nomisma, dove il fattore risparmio tra gli intervistati ha sicuramente una forte incidenza – il 43% delle famiglie acquista infatti referenze alimentari quasi esclusivamente in promozione e il 35% consulta il volantino promozioni –, ma «si prova a guardare avanti, adattando lo stile di consumo alle proprie capacità di reddito». Per far quadrare i conti e avere cibo genuino c'è anche un ritorno al fai-da-te tra i fornelli: sei milioni di famiglie fanno pane, pizza, marmellate e conserve a casa e quattro milioni di

Per il cibo si spende meno, ma con un occhio alla qualità. Impennata dei prodotti «certificati genuini» ma anche di quelli coltivati direttamente in casa

italiani sono diventati "coltivatori diretti" coltivando frutta e ortaggi con le proprie mani in orti amatoriali.

«L'alimentazione è una delle leve fondamentali del "saper vivere". Nonostante i vincoli di bilancio si cerca di mangiare bene», evidenzia Silvia Zucconi coordinatore Area Agroalimentare di Nomisma. È alta l'attenzione per la salvaguardia del benessere a tavola – osserva l'Istituto di ri-

cerca –, sensibilità accresciuta anche per l'incremento della prevalenza di problemi di salute connessi con il cibo. La crescita a doppia cifra delle vendite di prodotti senza glutine (+32% nell'ultimo anno) e delle bevande vegetali (+29%) «definisce in modo chiaro come intolleranze ed allergie rappresentino disturbi in grande ascesa». Ma la categoria di prodotto «che più di altri è una esemplificazione della ricerca di benessere a tavola è il biologico – evidenzia Nomisma – e gli ultimi dati disponibili parlano chiaro: le vendite della grande distribuzione nei primi 5 mesi del 2014 segnano un +17%. Aumentano soprattutto pasta, riso e sostituti del pane (+73%), «zucchero, caffè, bevande» (+37%), aceti (+23,5%), omogeneizzati (+21%), miele (+19%) ma non smettono di crescere le categorie più tradizionali: ortofrutta fresca (+11%), biscotti dolci e snack (+15%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

