

Parma | Cibus, il giorno del debutto

L'evoluzione nel food Indagine di Nomisma

«Il packaging? Al consumatore piace sostenibile»

Chi fa la spesa è sempre più attento alla salute

» Gli italiani sono sempre più attenti alla sostenibilità, che resta al centro delle loro azioni quotidiane: per il 62% è un elemento fondamentale da valutare nelle scelte di acquisto, mentre per quasi un consumatore su 3 incide direttamente sui comportamenti di spesa.

In questo scenario il packaging gioca un ruolo da protagonista: per 2 italiani su 3 la confezione è un fattore decisivo nelle scelte d'acquisto di cibi e bevande, mentre per uno su 2 rappresenta un aspetto cruciale per contribuire a rendere un prodotto alimentare più rispettoso per l'ambiente.

A rivelarlo è l'Osservatorio Packaging del Largo Consumo curato da Nomisma, uno studio presentato nella giornata inaugurale di Cibus, che scandaglia i comportamenti di consumo degli italiani, sempre più attenti ai temi della salute, della nutrizione e della sostenibilità,

con una particolare focus sul ruolo svolto dal packaging.

Come spiega Emanuele Di Faustino, responsabile industria, retail e servizi di Nomisma, «ci sono aspetti che meglio di altri identificano un packaging sostenibile; ad esempio, l'assenza di sovraimballaggi, le confezioni biodegradabili o riciclabili».

Più nel dettaglio a guidare la classifica delle caratteristiche che deve avere un packaging sostenibile è l'assenza di un eccesso di imballaggio, considerata prioritaria per il 45% dei consumatori, seguita dal fatto che la confezione sia interamente riciclabile (43%), oppure compostabile/biodegradabile (38%), o realizzata con

L'involucro green

Un imballaggio non troppo ingombrante è considerato prioritario

materiale riciclato (35%) o plastic-free (29%).

Il packaging riveste un ruolo importante anche negli healthy food, ossia quei prodotti alimentari e bevande a cui il consumatore riconosce effetti benefici per la salute e il benessere fisico e mentale della persona.

Negli alimenti vegani e vegetariani le caratteristiche del packaging capaci di catturare l'attenzione dei consumatori riguardano in prima linea la presenza di certificazioni che attestino l'origine 100% vegetale degli ingredienti (54%), seguita dalla sostenibilità ambientale della confezione (51%), dalle informazioni nutrizionali (44%), dai materiali del packaging (32%).

Alla presentazione dei risultati della ricerca di Nomisma, ha fatto seguito una tavola rotonda moderata da Armando Garosci, direttore di Largo Consumo, a cui hanno preso parte Ambro-



Il parere degli esperti

Alla presentazione della ricerca è seguita una tavola rotonda.

gio Invernizzi, presidente Inalpi che si è soffermato sull'innovazione di prodotti legata ai nuovi stili di vita in movimento, Cristina Giglio, marketing director South Europe Tetra Pak, che ha parlato di trend accelerati dalla pandemia e Cinzia Linguierri, responsabile packaging di Conad che si è soffermata sulla multidimensionalità dei bisogni dei consumatori.

In generale, nonostante negli ultimi mesi l'inflazione

abbia rallentato la sua morsa, gli italiani continuano a rivedere i propri comportamenti di spesa all'insegna della cautela, tanto che l'88% di essi ha messo in atto strategie di risparmio per far fronte all'aumento dei prezzi di cibo e bevande. Questo si riflette anche sul carrello alimentare che nel 2024, secondo le proiezioni, diventa sempre di più sobrio, salutare e sostenibile.

Patrizia Ginepri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**FEDERAZIONE MODA ITALIA
PARMA**
CONFCOMMERCIO
**ASCOM
PARMA
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA**

**MERCOLEDÌ
08.05.2024**

NEGOZI APERTI IN CENTRO A PARMA

In occasione di CIBUS 2024 i negozi del centro storico prolungheranno il proprio orario di apertura dalle 19:30 alle 21:30

Federazione Moda Italia - Ascom Confcommercio Parma Tel. 0521.2986 - info@ascom-pr.it
www.ascom.pr.it