

## ITALIANI COMPRANO MENO JUNK FOOD E PIU' ALIMENTI SOSTENIBILI E BIOLOGICI

***Sostenibilità e consumi tra i protagonisti dei lavori del 7° forum “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni” organizzato a Bormio da The European House - Ambrosetti. Benedetta Brioschi: “La promozione di modelli sostenibili all'interno della filiera agroalimentare è una sfida complessa che deve necessariamente tornare in cima alle agende politiche e alle priorità di imprese e consumatori nel breve termine.”***

*Bormio, 10 giugno 2023 – Nel post-pandemia gli italiani puntano sulla “qualità” della propria spesa alimentare e oggi comprano un 10,5% in più di alimenti sostenibili certificati, un +7,5% di alimenti biologici e a km zero mentre riducono cibi pronti e confezionati (-5,2%) e “junk food” (-4,4%). Sono alcuni dei dati emersi durante i lavori del 7° forum “La Roadmap del futuro per il Food&Beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni” organizzato a Bormio da The European House - Ambrosetti. “Le abitudini d’acquisto stanno cambiando con una graduale maggiore attenzione ai temi della salute – ha spiegato **Benedetta Brioschi – Associate Partner e Responsabile Food&Retail, The European House – Ambrosetti** commentando i risultati del rapporto “La (R)evoluzione sostenibile della filiera agroalimentare” - ma nel Paese bisogna ancora lavorare sugli aspetti culturali: solo il 17,3% dei cittadini sa che la dieta mediterranea prescrive il consumo di almeno 5 porzioni giornaliere di frutta e verdura, e solo il 5% mette in pratica questi dettami anche se siamo i primi esportatori di alcuni prodotti che sono alla base di questo tipo di alimentazione”.*

**L’80% DEI CONSUMATORI SPENDEREBBE QUALCOSA IN PIU’ PER UN PRODOTTO SOSTENIBILE, MA LE IMPRESE SONO DIVISE SUL SUO SIGNIFICATO.** Per il 73% dei consumatori un prodotto è sostenibile quando il suo processo di produzione è sostenibile (subito dopo conta la sostenibilità del packaging, 40,3%) e l’80% è disposto a spendere di più per acquistarlo, anche se non tanto di più: oltre un terzo spenderebbe meno del 5% in più, mentre poco meno del 5% è disposto a spendere oltre il 30% in più. Secondo la ricerca condotta da The European House – Ambrosetti anche per le imprese un prodotto diventa sostenibile soprattutto nella sua fase di produzione (risposta data dal 38,9% delle 500 aziende del settore Food&Beverage coinvolte), ma per molte (32,3%) è, invece, l’alta qualità delle materie prime il fattore principale di sostenibilità. Nei piani dei prossimi 3-5 anni le aziende dichiarano di voler dedicare maggiore attenzione soprattutto alla sostenibilità della produzione (12,7% del totale) e alla riduzione degli sprechi (13,7%).

*“L’adozione di comportamenti più sostenibili nel carrello della spesa – ha aggiunto Benedetta Brioschi - può anche essere un efficace contrasto all’attuale rincaro dei prezzi agroalimentari. I consumatori italiani si comportano in base alle rispettive disponibilità economiche: le famiglie meno abbienti si sono orientate verso la riduzione degli sprechi alimentari nel 17,4% dei casi; le famiglie più abbienti, invece, acquistano maggiormente prodotti che possano salvaguardare il proprio benessere, per il 33,3% dei casi”.*

Comunicati stampa, presentazioni complete, programma e immagini disponibili al seguente link:  
<https://www.ambrosetti.eu/forum-food-2023/>

### PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Lead Communication – Tel 02 860616

Anita Lissona, 335 498993, [anita.lissona@leadcom.it](mailto:anita.lissona@leadcom.it)

Lorenzo Mazzoni, 3498450008, [lorenzo.mazzoni@leadcom.it](mailto:lorenzo.mazzoni@leadcom.it)  
Carlo Petronella, 389 2443460, [carlo.petronella@leadcom.it](mailto:carlo.petronella@leadcom.it)

In collaborazione con \_\_\_\_\_



Main Partner \_\_\_\_\_



Partner \_\_\_\_\_

