



# ALTO ADIGE

Comuni: Bolzano Merano Laives Bressanone [Altre località](#) ▾

Vai sul  
sito **TRENTINO**

[Cronaca](#) | [Sport](#) | [Cultura e Spettacoli](#) | [Economia](#) | [Italia-Mondo](#) | [Foto](#) | [Video](#) | [Prima pagina](#)  
[Salute e Benessere](#) | [Viaggiare](#) | [Scienza e Tecnica](#) | [Ambiente ed Energia](#) | [Terra e Gusto](#) | [Qui Europa](#)

Sei in: [Terra e Gusto](#) » [Fiere: a B/open Verona la sfida del...](#) »

## Fiere: a B/open Verona la sfida del biologico nella Gdo

24 novembre 2020 A- A+   

8ab581bd003393c7a6b4cb8b972f7c7c.jpg

(ANSA) - VERONA - Essere bio oggi non basta. Il mercato italiano è sempre più evoluto in tema di cultura alimentare e lo si evince dalla ricerca "The Future of Food 2020", realizzata dall'agenzia di brand Experience FutureBrand e presentata nell'ambito di "B/Open", rassegna dedicata al bio foods e al natural self-care, in programma fino a stasera sulla piattaforma digitale di Veronafiere. "Il bio ha reso il consumatore più consapevole nella fase di acquisto, che è sempre più indirizzata verso prodotti non processati, ha stimolato la ricerca di prodotti premium e, infine, ha creato la coscienza di una responsabilità nei confronti del mondo in cui viviamo", ha affermato Stefano Buschi, Strategy Director di FutureBrand. "Il biologico - ha spiegato - non è più solo un requisito. Sarà opportuno, quindi, saper raccontare la sostenibilità, prediligere produzioni locali, e fare spazio alla biodiversità". "Il biologico per noi è una risposta a un numero sempre crescente di consumatori - ha detto Carmen Quatralè, responsabile di Viviverde, marchio bio di Coop Italia -. Da circa 20 anni siamo nel mondo delle private label con il nostro marchio e già negli anni Ottanta avevamo prodotti bio sui nostri scaffali. Investiamo nel bio e nella sostenibilità e ci facciamo promotori di un cambiamento culturale sul tema della sostenibilità. Grazie alla Gdo - ha concluso - il mercato è stato allargato, anche grazie al fatto che i prezzi sono molto più accessibili. Ai nostri fornitori chiediamo il rispetto di un protocollo più stringente rispetto alle normative vigenti e operiamo controlli periodici per garantire qualità e trasparenza". Roberto Simonetto, direttore vendite di Carrefour, ha sottolineato che "il biologico è il punto di riferimento della transizione alimentare verso la sostenibilità. Oggi il 93% dei nostri clienti acquista biologico". "Il bio - ha osservato la responsabile della comunicazione Lidl Italia, Alessia Bonifazi - è ormai un'abitudine consolidata di consumo, che per noi rientra in un progetto più ampio che si basa su tutela dell'ambiente e del clima, corretta alimentazione, contributo concreto alla comunità". (ANSA).

Foto

Video

**Alimentare: i contenuti della nuova direttiva europea**

TERRA-E-GUSTO 

**In Usa vola la Valpolicella ed incalza il Borgogna**

TERRA-E-GUSTO 

**Cina: Vino Italiano trend di cultura tra i giovani cinesi**

TERRA-E-GUSTO 

**Veneto meta turistica per svizzeri in cerca di qualità'**

TERRA-E-GUSTO 

24 novembre 2020 | A- | A+ |  |  | 

Home  
Cronaca  
Sport

Cultura e Spettacoli  
Economia

Italia-Mondo  
Foto

Video  
Prima pagina

S.E.T.A. Sp.A. - Via A. Volta n. 10 - 39100 Bolzano - P.I. 00274700228

Redazione | Scriveteci | Rss/xml | Pubblicità | Privacy