

ANSA.it > Terra&Gusto > Mondo Agricolo > Fiere: a **B/open** Verona la sfida del biologico nella Gdo

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

Coop Italia, per noi bio è risposta a numero crescente consumatori



Redazione ANSA VERONA 24 novembre 2020 14:17

Scrivi alla redazione  Stampa



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE 

(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 Quatrate, 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).

DALLA HOME TERRA&GUSTO



Da cioccolato ricco di antiossidanti un aiuto per la mente
Cibo e Salute



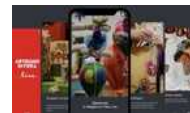
Nuova data Vinitaly, nel 2021 si terrà dal 20 al 23 giugno
Fiere e Eventi



Cucina: il 61% ispirato da food influencer durante lockdown
In breve



Efsa, editing piante non è più pericoloso di incrocio o ogm
Istituzioni



Dal 28 novembre torna Artigiano in fiera, questa volta online
Fiere e Eventi

AgriUE

vai alla rubrica

Via libera Ue ad anticipo fondi ripresa per aree rurali

Economia



Agricoltura: enti locali Med invocano strategia Ue-UpM

Alimentazione



Europarlamento verso ok definitivo all'accordo Ue-Cina sulle Dop

Territori e Bandi



Territori rurali, al via il congresso nazionale dei Gal

Economia



RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Associate

+ Fiere: a Verona B/Open, due giorni dedicati al biologico



 [Scrivi alla redazione](#)  [Stampa](#)