



Da cioccolato ricco di antiossidanti un aiuto per la mente



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



Cucina: il 61% ispirato da food influencer durante lockdown



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

24 Novembre 2020



© ANSA

(ANSA) - VERONA, 24 NOV - 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 oggi 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



I PIÙ LETTI

OGGI

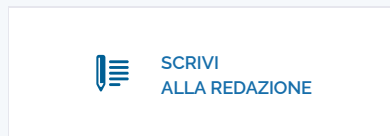
Reddito di cittadinanza, pagamento di novembre: le nuove date della ricarica

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).

© Riproduzione riservata

CONTRIBUISCI ALLA NOTIZIA:



## ALTRE NOTIZIE

**MONDO** 

**Il vaccino russo Sputnik V ha un'efficacia oltre il 95%**

**ECONOMIA** 

**Coronavirus, a fine anno più ambulanze in Sicilia: postazione anche ad Agrigento**

**ECONOMIA** 

**Istat, il coronavirus penalizza donne e giovani: sono i più colpiti dalla crisi**

**CRONACA**  397

**Il governo vuole riaprire tutte le scuole a dicembre, a Palermo solo 24 positivi su 3.120 tamponi**

**CULTURA** 

**Giornata contro la violenza sulle donne, Bonetti: "Servono parole nuove per raccontarla"**

**POLITICA** 

Coronavirus, altri 41 morti in Sicilia ma in calo i nuovi positivi. Italia supera 50mila vittime

Palermo, nuovo blitz nel regno delle scommesse illegali: 15 arresti e 6 agenzie sequestrate

Coronavirus, morto un farmacista a Caltagirone: è la 18esima vittima della categoria

Coronavirus, 355 nuovi positivi nello screening in provincia di Palermo: 18 casi nelle scuole su 2.322

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER DEL GIORNALE DI SICILIA.

la tua email

Ho letto l'[informativa sulla tutela della privacy](#) e presto il consenso al trattamento dei miei dati personali inseriti.

ISCRIVITI