

Tuttofood, l'industria alimentare nell'era del salutismo

In attesa della prossima edizione di Tuttofood – il salone internazionale del B2B dedicata al *food & beverage* in programma a **Fieramilano** a Rho, dal **17 al 20 maggio 2021** – l'ente organizzatore ha realizzato un report sul futuro del *food* del 2020 in relazione alle mutate abitudini dei consumatori a livello mondiale. È il risultato delle indagini portate avanti da GlobalWebIndex che ogni anno intervista oltre 688.000 internet user di età compresa tra i 16 e i 64 anni attraverso questionari online. Lo studio ha esplorato alcuni dei temi più importanti per i marketer in questa specifica fase, come la crescente attenzione per la salute e il fitness.

Secondo il sondaggio condotto su un campione globale di 145.271 intervistati su 46 Paesi, l'attenzione al proprio benessere è diventata una priorità. La richiesta di prodotti bio sta crescendo con più forza soprattutto tra le Gen Z e i Millennial, e sono i giovani consumatori a essere in prima linea sul trend *health-conscious*.

Inoltre, i QSRs (Quick Service Restaurants) hanno affrontato la sfida per stare al passo con la domanda dei consumatori che chiedevano opzioni più *healthy* e le necessità emergenti legate non solo alla dieta ma a cibo più sano. Sebbene molto

sia stato fatto in questa direzione, si nota un evidente declino nel numero dei consumatori che frequentano e comprano dalle catene di *fast food*.

Infine, gli *health foodies* sono definiti nell'indagine in oggetto come utenti internet che sono interessati a cibi o *drink* salutistici, che hanno comprato o ricercato cibo sano *online* e che sono fortemente d'accordo con l'affermazione "provo a comprare prodotti naturali e bio".

