

Forum Agronetwork: made in Italy driver di fiducia alimentare



Gusto, salute e prezzo guidano le scelte alimentari degli italiani. L'82% della popolazione percepisce i prodotti Made in Italy come più salutari degli altri. E le scelte salutistiche si fanno concrete quando sono basate su evidenze scientifiche. Queste sono solo alcune delle numerose evidenze dimostrate dall'indagine condotta da Format Research per Agronetwork e presentata lo scorso 20 aprile nell'ambito del 1° Forum dell'Associazione, in collaborazione con Confagricoltura. L'iniziativa, dal titolo **"Agroalimentare Made in Italy. Competenze, salute, mercati**

”, si è svolta nella Sala della Protomoteca in Campidoglio, alla presenza di istituzioni, imprese ed esperti. Ad aprire il Sindaco di Roma, Roberto Gualtieri, e un messaggio del Ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, che ha patrocinato l’iniziativa.

I lavori hanno riunito, nei tre panel dedicati a competenze, salute e mercati, esponenti del Ministero dell’Università, del Ministero dell’Istruzione e del Merito, del Ministero della Salute e del Ministero dell’Agricoltura, insieme ai vertici di ITA-ICE, Simest, Confagricoltura, Confindustria, Federalimentare, Italmercati, oltre a rappresentanti di Luiss, Indeed, Novartis, GVM Care & Research e della Camera di Commercio Italiana di Francoforte.

Un confronto trasversale che ha restituito la complessità e insieme la forza del sistema agroalimentare italiano, chiamato oggi a misurarsi con il tema delle competenze, con l’evoluzione dei consumi degli stili di vita e con la capacità di presidiare i mercati internazionali.

«I dati presentati oggi confermano che alimentazione, salute e qualità delle produzioni sono temi sempre più intrecciati nella percezione dei cittadini. La dieta mediterranea resta un riferimento forte, ma allo stesso tempo emergono nuovi orientamenti, soprattutto tra i più giovani, che chiedono informazioni autorevoli, linguaggi aggiornati e una capacità maggiore di tenere insieme benessere, culture del cibo e innovazione. In questo scenario il Made in Italy agroalimentare può rafforzare ulteriormente il proprio ruolo, valorizzando produzioni di qualità, competenze e responsabilità lungo tutta la filiera», ha dichiarato **Sara Farnetti**, Presidente di Agronetwork.

Il Direttore generale di Confagricoltura, **Roberto Caponi**, ha sottolineato: “Il Made in Italy si conferma come un’importante leva d’acquisto, ispirando fiducia nei consumatori che considerano i nostri prodotti agroalimentari più salutari. Questo ci inorgoglisce e ci motiva ogni giorno nel portare avanti un lavoro costante di tutela delle nostre eccellenze e di supporto alle imprese agricole che garantiscono la nostra sicurezza alimentare”.

La ricerca “Le nuove tendenze alimentari, la salute, la dieta mediterranea in Italia” è stata realizzata da Format Research per Agronetwork su un campione demoscopico dei consumatori italiani, con una particolare attenzione alla fascia giovanile (16-18-34 anni). L’indagine evidenzia un dato netto e confortante: il 96% degli italiani riconosce un forte legame tra alimentazione e salute.

Il 79% indica inoltre la dieta mediterranea come il modello alimentare più salutare, e per il 95% dei consumatori l’attenzione al Made in Italy rappresenta un criterio di scelta negli acquisti alimentari.

Clicca sul link per scaricare l’indagine completa sulle nuove tendenze alimentari

Agronetwork -Le nuove tendenze alimentari la salute la dieta mediterranea

© 2019 Edizioni L'informatore Agrario S.r.l. - OPERA TUTELATA DAL DIRITTO D'AUTORE