

Mode **Cucina del 'senza'** e dei cibi 'arricchiti'

■ Boom di alimenti 'senza' e 'arricchiti', 9 miliardi di vendite Nielsen, 27% dei prodotti in scaffale, business in crescita.

Sono tempi duri per gli alimenti normali e tradizionali: oggi gli italiani nel carrello preferiscono quelli speciali, i 'free from' e 'rich-in', ovvero quelli che in etichetta si dichiarano privi o ricchi di particolari componenti. A fotografarne il successo è la seconda edizione dell'Osservatorio Immagino Nielsen GSI Italy, dove si scopre che i prodotti alimentari 'senza' sono diventati i numeri uno del largo consumo per giro d'affari, con 6,5 miliardi di euro di vendite in supermercati e ipermercati, in crescita del 3,1% in un anno. Quelli arricchiti, invece, vantano un'offerta aumentata del 7,8%, con un giro d'affari che ha superato i 2,2 miliardi di euro pari al 9,8% delle vendite monitorate.

Oggi il 18,4% dei 46.600 prodotti alimentari monitorati dall'Osservatorio riporta in etichetta diciture come «senza conservanti», «pochi grassi»

e «senza coloranti»; molte poi fanno riferimento al ridotto apporto di zuccheri, all'assenza di additivi o di olio di palma, segmento dove le vendite sono aumentate del 17,6% in valore. Il vero salto, però, lo hanno fatto i prodotti «senza sale» o «a ridotto contenuto di sale», con vendite che hanno segnato +7,2%. Non è un caso che il 25 e il 26 febbraio a Venezia, nell'ambito della decima edizione **Gusto in Scena**, si terrà il convegno «La **Cucina del Senza**», dedicato a quello che sta diventando un vero e proprio stile alimentare.

L'altra faccia della stessa medaglia riguarda i prodotti alimentari arricchiti da componenti salutari come fibre, vitamine, calcio e Omega 3, l'8,6% su un totale di quasi 4 mila monitorati dall'Osservatorio. Tra i più apprezzati dagli italiani spiccano gli «integrali» (+14,2% di vendite in un anno), i «ricchi di calcio» (+10,1%), di Omega 3 (+9,2%) e di fibre (+5,3%); unici a calare gli alimenti ricchi o arricchiti in ferro, il cui giro d'affari è sceso del 3,9%.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

