

PRODOTTI FREE FROM E RICH-IN: I NUOVI TREND IN SCENA A MARCABYBolognaFiere ALL'INTERNO DI FREE FROM HUB

Bologna, 30 giugno 2020 - **MarcabyBolognaFiere**, grande salone internazionale dei prodotti a Marca del Distributore, è da sempre attento all'evoluzione dei trend di **mercato** per intercettare quali sono le ultime tendenze e i mercati emergenti e per poterli rappresentare in occasione dell'evento.

Per questo **Free From Hub**, il nuovo progetto nato dal know-how e dall'esperienza di BolognaFiere e Bos, fa tappa anche all'interno della **17° edizione di MarcabyBolognaFiere** che si terrà il **13 e 14 gennaio 2021**.

Free From Hub, con il suo format innovativo, è stato presentato a MarcabyBolognaFiere 2020; l'iniziativa si articola in una serie di appuntamenti dedicati al **business free from** nell'ambito di alcune fra le principali piattaforme fieristiche internazionali di BolognaFiere, quali MarcabyBolognaFiere, Sana e Cosmofarma.

Nel contesto della prossima edizione di MarcabyBolognaFiere, **Free From Hub** vuole rappresentare il mercato free from italiano e internazionale a 360 gradi e, per farlo, ha avviato una serie di indagini per monitorare il settore.

Dall'analisi del mercato è emerso che uno dei trend emergenti è legato al tema **healthy food** nella sua accezione più ampia: cibo sano, che fa bene all'organismo sia per le proprietà benefiche che sono state aggiunte, nel caso dei cibi **rich-in**, o tolte nel caso dei prodotti **free from**. A confermare questa tendenza sono i dati del *Rapporto Coop 2019* nel quale si sottolinea che i *prodotti del comparto salute e benessere sono cresciuti del + 2,9%*.

L'attenzione a quello che si mette nel piatto – e nel carrello della spesa - è cresciuta ulteriormente negli ultimi mesi di lockdown imposto dal covid19, a dimostrazione che il consumatore è sempre più attento al binomio cibo-salute: una corretta alimentazione è la prima "medicina", non solo in caso di intolleranze alimentari, dove la prima e spesso unica cura è una dieta corretta, ma anche come prevenzione di possibili malattie e per mantenere il proprio corpo in salute e performante.

Via libera, allora, ai prodotti funzionali o "ricchi di", alimenti biologici e free from che rappresentano, in generale, le macro categorie di trend da monitorare. Vediamo ora, nello specifico, quali tipologie di prodotti nell'ultimo anno hanno registrato le *performance* migliori in GDO, secondo *l'Osservatorio Immagino* che annualmente analizza il paniere di prodotti presente nel carrello della spesa degli italiani.

Tra i prodotti **free from** spiccano sicuramente quelli **senza glutine** e **senza lattosio** che ottengono le *performance* migliori: secondo l'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino, *nel 2019 nei supermercati gli italiani hanno speso 3,6 miliardi di euro in prodotti senza glutine e senza lattosio*, confermando l'andamento rilevato nel 2018. Questa crescita si evidenzia anche dal packaging e dalle scelte comunicative delle aziende: *il 12,8 % dei prodotti presenti sugli scaffali del largo consumo confezionato riportano il claim senza glutine o senza lattosio*.

Tra gli alimenti free from, un altro trend emergente è legato ai prodotti **sugar free, con pochi zuccheri o senza zuccheri aggiunti**.

A spingere la crescita di questi prodotti non è solo la *sugar tax*, la cui entrata in vigore è slittata al 2021 ma, anche, l'aspetto salutare.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità, infatti, raccomanda una riduzione dell'assunzione giornaliera di zucchero in seguito ai risultati di alcuni studi scientifici che hanno dimostrato la correlazione fra l'eccessiva assunzione di zucchero e l'insorgenza del diabete, l'incremento del peso corporeo, l'obesità, l'innalzamento

della pressione arteriosa e l'aumento dei livelli di colesterolo.

L'Osservatorio Immagino ha rilevato, inoltre, un aumento dei prodotti in cui sono stati ridotti o eliminati gli zuccheri. *I prodotti che riportano in etichetta il claim "pochi zuccheri" hanno raggiunto il 3,1% del sell-out e il 2,8% dell'offerta e, in un anno, le vendite sono aumentate del 7%. Per quanto riguarda il claim senza zuccheri aggiunti, questo rappresenta 1,4% del sell-out e 1,6% dell'offerta.*

L'esigenza di ridurre l'apporto di zuccheri, evidenziata dai consumatori, è stata recepita anche dalle aziende, che hanno deciso di ampliare l'offerta di prodotti privi di zucchero o a ridotto contenuto di zuccheri. Lo dimostra la crescita di molte categorie del largo consumo che utilizzano questo *claim* per prodotti come bevande a base di frutta, merendine, latte, sostituti del latte e cereali.

Molte aziende, inoltre, stanno puntando a utilizzare il più possibile direttamente materie prime a basso indice glicemico; una tendenza da ricollegare all'evidenza che gli alimenti a basso indice glicemico hanno un notevole effetto sul rischio cardiovascolare attenuando l'iperinsulinemia postprandiale e favorendo l'aumento del colesterolo buono (HDL). È noto, anche, che l'assunzione di alimenti a basso indice glicemico prima della competizione ha un effetto positivo sulle *performance* degli sportivi.

Un altro trend emergente sono i **prodotti funzionali** o *rich-in*, quei prodotti che sono *ricchi* di caratteristiche benefiche per l'organismo. Sempre secondo l'Osservatorio Immagino *il giro d'affari di questi prodotti ha superato i 2,5 miliardi di euro, sfiorando il 10% di quota sul totale dell'alimentare rilevato e ha inciso per il 9,3% sull'offerta dei prodotti alimentari confezionati.*

Gli ingredienti alimentari percepiti come benefici privilegiati dal mercato sono: mandorla (al primo posto dall'anno scorso), *avena, zenzero, curcuma, sesamo, mirtillo, cocco, semi di zucca, semi di chia, semi di lino, farro, kamut, quinoa, germe di grano.*

New entries: *acqua di cocco e tè matcha.*

Seguendo i trend di mercato, MarcabyBolognaFiere, affiancato e coadiuvato da Free From Hub, metterà in evidenza i temi caldi dell'anno, come lo *sugar free*, con contenuti *ad hoc* e la rappresentanza delle aziende e degli attori chiave del mercato.

Inoltre, vista la grande attenzione del mercato e delle aziende per i prodotti *rich-in*, BolognaFiere è pronta a lanciare **Functional Food Hub** che andrà a innestarsi all'interno degli eventi proposti a partire dall'ottobre 2020 nell'ambito di SANA RESTART e, a seguire, in occasione della 17° edizione di MarcabyBolognaFiere 2021 affiancando e rafforzando il debutto dell'area Free From Hub dove grazie alla presenza dei player del settore e a convegni dedicati sarà possibile approfondire maggiormente le tematiche, seguirne l'evoluzione e la crescita nel comparto private label.



E' un progetto di BolognaFiere e BOS

www.marca.bolognafiere.it - www.freefromhub.eu

Communication and External Relations Manager

Isabella Bonvicini - isabella.bonvicini@bolognafiere.it - Tel. +39 051 282 920 / +39 335 7995370

Press Office

Gregory Picco - gregory.picco@bolognafiere.it - Tel. +39 051 282 862 / +39 334 6012743