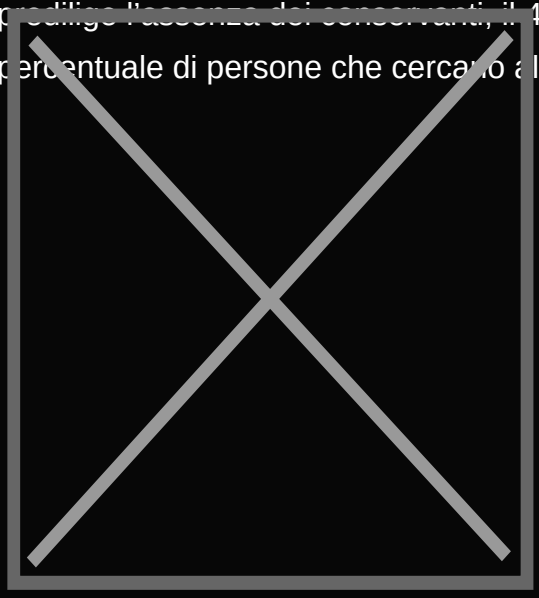
Il 74% degli italiani sceglie cibi “senza…”, glutine in primis

cibi-senza-ea56c8b5

Ammonta a **320 milioni di euro l’anno** la cifra spesa dagli italiani per l’acquisto di **prodotti senza glutine**, non sempre per motivi legati alla salute, non solo celiaci. Questi prodotti attirano una grossa fetta degli italiani, in un mercato, come segnalato da **Coldiretti**, che sta vivendo un vero e proprio boom.

Questo trend è confermato dall’**Osservatorio Ixè**, infatti, **il 74% degli italiani sceglie cibi che riportano in etichetta la dicitura “senza…”**: senza lattosio e glutine, senza conservanti e coloranti, senza OGM, ma anche senza zucchero e sale. Quando si acquista un prodotto alimentare il 45% predilige l’assenza dei conservanti, il 43% dei coloranti, il 38% cerca l’assenza degli OGM, mentre la percentuale di persone che cercano alimenti senza glutine e senza lattosio arriva al 31%.



Sono principalmente le **donne** a porre particolare attenzione alle materie acquistate, ma sono i più giovani (18-34 anni) e i giovani adulti (35-44) a rivelarsi dei veri cultori dei cibi “senza…” Chi rientra in queste fasce d’età, infatti, non solo è alla ricerca di prodotti “ **salutari**”, ma cerca di trasmettere queste buone abitudini anche ai propri figli. A questo proposito,

Citterio, sempre attenta ai nuovi bisogni del consumatore ha ideato **“UnDueTris Merenda”**, lo snack completo e gustoso, pensato con il nutrizionista appositamente per le esigenze alimentari dei bambini. Acquistabile in diversi gusti: al prosciutto cotto, al salame, versione sport e soprattutto senza glutine. Quest’ultimo è composto da bastoncini di salame, 3 maxi grissini senza glutine e un frullato 95% frutta ricco di vitamina C. UnDueTris Merenda è ideale per il rientro a scuola, facile da trasportare e si conserva fuori dal frigorifero fino a 8 ore.

“Il dato esprime probabilmente un insieme di fattori”, commenta **Margherita Sartorio**, ?co-founder and CEO - ?istituto Ixè “da un lato un rapporto più consapevole e informato con il cibo e le abitudini alimentari, grazie a una maggiore familiarità con i consigli e le conoscenze della scienza della nutrizione e dell’educazione alimentare, dall’altra, forse, una maggiore esposizione alle mode che estremizzano, e in certi casi distorcono, le indicazioni della scienza medica”.

“I dati dell’Osservatorio Ixé – conclude l’azienda – confermano che il prodotto Citterio è in linea con le esigenze di mercato. Capita che in alcune circostanze, come può essere la scelta della merenda per i **bambini**, l’assenza di determinati ingredienti rappresenti un plus per i consumatori. Con UnDueTris Merenda Senza Glutine abbiamo cercato di fare proprio questo: creare un prodotto gustoso, capace di andare incontro alle esigenze di un consumatore sempre più evoluto”