Cibo, agli italiani piace di più se in etichetta c'è "artigianale"

artigianale-etichetta-913d586e

Anche al supermercato il consumatore italiano cerca un cibo che evochi tecniche di produzione **rustiche o artigianali**. Fra la pasta ad esempio sono 824 le referenze che segnalano in etichetta "**trafilato a bronzo**" e il loro giro d'affari è aumentato nel 2018 del +5,9%, arrivando a superare i 142 milioni di euro.

Claim come "**lievitazione naturale**", "**estratto a freddo**", "**essiccato**" o "trafilato al bronzo" sono sempre più presenti sulle etichette dei prodotti alimentari venduti nella distribuzione moderna. A misurare il fenomeno ci ha pensato la nuova edizione dell'**Osservatorio Immagino**: sui 72.100 prodotti di largo consumo monitorati, ben il 3,0% evidenzia in etichetta la tecnica o una particolare procedura con cui è stato realizzato.

Tra le otto diciture in etichetta relative ai metodi di produzione rilevate dall'Osservatorio Immagino, solo due sembrano al tramonto: "**estratto a freddo**", presente su 203 confezioni di olio extravergine di oliva, nel 2018 ha ottenuto 130 milioni di euro di vendite, ossia il 5,3% in meno rispetto all'anno precedente, benché resti il secondo claim per giro d'affari. L'altro è "**affumicato**" (presente soprattutto su salmone e formaggi) che, nello stesso periodo, ha perso il 3,4% del fatturato rispetto al 2017, arretrando a 24 milioni di euro.

A fronte di "vecchi" claim che segnano il passo, ne arrivano di nuovi che cominciano a farsi notare. L'Osservatorio Immagino li ha già intercettati, anche se hanno ancora piccoli numeri, e li segnala come fenomeni ad alto potenziale: sono i claim "**gourmet**", "**rustico**", "**non raffinato**" e "**non fritto**".