I nuovi trend del cibo? Veloce, proteico, sostenibile. A dirlo il Rapporto Coop

coop-83c03470

Impegnati a rincorrere il lavoro e a gestire la vita personale, gli italiani abbandonano i fornelli di casa a dispetto della passione per la cucina. A dirlo è il Rapporto Coop 2019, che sottolinea come in 20 anni si sia dimezzato il tempo passato a cucinare ogni giorno, pratica cui dedichiamo appena 37 minuti. Da qui la crescita della spesa per la ristorazione extradomestica, arrivata nel 2018 a 83 miliardi.

Ma non solo: anche quando mangiamo in casa - rileva il Rapporto Coop - preferiamo cibi pronti o rapidi da preparare. In questa prospettiva va letta la crescita per il food delivery, utilizzato ormai dal 26% degli italiani. E va letta anche la crescita negli acquisti al supermercato dell'instant food (+9,3% in un anno). In questo ambito, tra le nuove tendenze approdate giocoforza anche nella grande distribuzione si ritaglia uno spazio preponderante l'offerta di sushi: il 42% degli italiani ne è un assiduo acquirente.

In questa rivoluzione gastronomica - fa ancora notare lo studio - si perde di vista anche il concetto di "portata" e al primo, secondo piatto della tradizione privilegiamo gli snack (dolci o salati, poco importa, crescono entrambi a doppia cifra), frutta e verdura meglio se già confezionate, le barrette sostitutive dei pasti e tutto ciò che può rappresentare un piatto pronto. Mentre nel bicchiere vincono le tradizionali bollicine (prosecco e spumanti continuano la loro crescita ininterrotta) a fianco del boom birra (sono 7 milioni gli ettolitri di birra bevuti nei primi 6 mesi del 2019) spunta la nuova moda delle acque aromatizzate che dominano (negli ultimi 12 mesi le vendite a valore registrano un +164,7%) a fronte di un calo delle bibite gassate. Un altro segno inequivocabile dell'ampia tendenza salutista tuttora in corso.

E non è un caso se il carrello degli italiani si riempia di fibre e proteine (nel 2018 su Google alla parola proteina sono associate 64 milioni di ricerche) a scapito di grassi e carboidrati. Il 2019 segna così, dopo anni di riduzione dei consumi il grande ritorno della carne (+3,5% le vendite nel 2019), soprattutto italiana. L'italianità è infatti l'altro tema chiave se si fotografano le ultime tendenze in fatto

di cibo e arriva a contare di più persino rispetto a sapore e prezzo. Il 78% dei consumatori è rassicurato dall’origine 100% italiana e i prodotti Made in Italy crescono del +4,8% in un anno (2018 su 2017). Sicurezza è insomma la parola vincente anche a tavola, conclude il Rapporto Coop.