

# Le scelte dei consumatori: offerte e qualità

## Lavazza (Unione Italiana Food): decisioni di acquisto polarizzate, marca sempre più rilevante

**MILANO** «Le decisioni di acquisto degli italiani diventano sempre più polarizzate: da una parte si tende a scegliere il prodotto di alta gamma — Dop, biologico, Docg — e dall'altra i prodotti che permettano un deciso risparmio, guardando alle offerte che la grande distribuzione effettua regolarmente. In questa fase, la "marca" assume un ruolo fondamentale, perché garantisce qualità, sicurezza e gusto». Parola di Marco Lavazza, confermato presidente di Unione Italiana Food per i prossimi 4 anni dall'assemblea dell'asso-

ciamento a cui aderiscono grandi marchi, da Lavazza, appunto, a Barilla, da Ferrero a Illy, solo per citarne alcuni.

Dopo l'assemblea Lavazza, con il vice presidente Paolo Barilla, ha partecipato alla tavola rotonda «Il futuro del cibo». Lavazza si è soffermato, in particolare, sulla crescente attenzione dei consumatori verso l'alimentazione sana; e sui mutamenti dei consumi alimentari man mano che crescono i millennial con le loro abitudini completamente differenti rispetto ai genitori.

Sul primo punto, ha spiega-

to Lavazza, «le aziende sono andate incontro alle tendenze richieste dai consumatori con prodotti dalle caratteristiche di maggior leggerezza, quindi con meno grassi, porzioni più adeguate a diversi momenti di consumo. Alle caratteristiche nutrizionali spesso si affianca una richiesta di rapidità ed efficienza, e così interi settori conoscono una crescita senza precedenti: penso a integratori alimentari o prodotti di IV gamma cresciuti nel 2018 rispettivamente del 18,8% e del 5,0%, contro una crescita media dell'industria

alimentare dell'1,1%».

Su come cambieranno i consumi con i millennial, i giovani che oggi hanno a disposizione cucine di tutto il mondo in una app, secondo Lavazza «il cibo italiano continuerà a giocare un ruolo da protagonista. In tutto questo il digitale sarà sempre più centrale e le aziende dell'agroalimentare ne sono coscienti. Continuiamo a investire nell'innovazione, sola risorsa in grado di intercettare le nuove tendenze e tradurle in concreto».

**Michelangelo Borrillo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Presidente**  
Marco Lavazza

