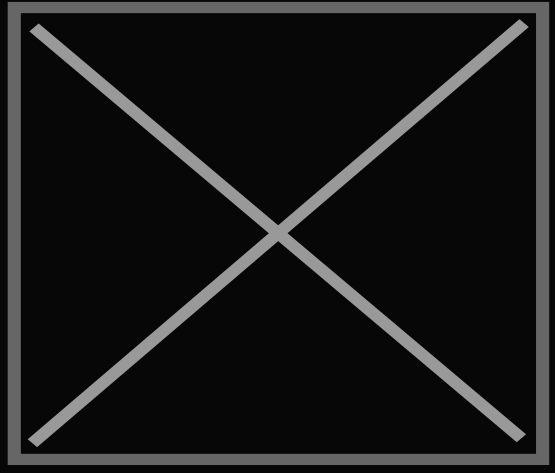
Alimentazione e consumo, in una survey tutti i cambiamenti più recenti

hellofresh-food-trends-and-innovation-report-2-818c35b5

Come sono cambiati la cultura del cibo, il modo di cucinare e di selezionare gli alimenti, nel mondo e in Italia, negli ultimi 10 anni? Lo rivela il Food Trends & Innovation Report di HelloFresh. che ha intervistato 11.500 adulti in 16 Paesi sulle loro abitudini culinarie e alimentari, tra passato, presente e tendenze future.

A livello globale, nell'ultima decade **i comportamenti a tavola si siano trasformati significativamente** per ben il 70% degli intervistati. Dato ancora più incisivo se si considera l'Italia, uno dei Paesi dalla tradizione culinaria più consolidata: il 78% dei rispondenti infatti ha affermato che sia il modo di cucinare sia di scegliere gli ingredienti è cambiato e si aspetta che continuerà ad evolversi anche in futuro, così come il modo di consumare i pasti (76%).

In questa evoluzione, si afferma il successo delle **box ricette a domicilio**. Lo dimostra anche la crescita di cui ha goduto HelloFresh in tutti i territori in cui è presente e dove i consumatori già da tempo hanno familiarità con il suo servizio, traendone vantaggi in termini di convenienza, tempo, qualità, varietà, ispirazione in cucina e consumo responsabile. Basti pensare che gli ordini a livello globale sono passati da un volume di 40K nel 2012 a 89.9M nel 2021. Passando ad esaminare lo scenario del nostro Paese, secondo il report assistiamo a un **cambiamento decisivo verso una cucina sempre più a base di ingredienti freschi e verso il consumo consapevole**.



DIVERTIRSI E RIVALORIZZARE LA CUCINA CASALINGA

Per il 43% degli italiani cucinare è un modo per divertirsi, a partire da un uso sempre crescente di internet (come YouTube o altri canali e social network) per **cercare nuove ispirazioni** (per il 49% delle persone) e per sentirsi sempre più a proprio agio nei panni dello chef di casa (40%). Secondo il 38% degli intervistati, quest'attitudine li ha portati a valorizzare maggiormente la cucina casalinga e a utilizzare ingredienti di stagione per la preparazione dei piatti.

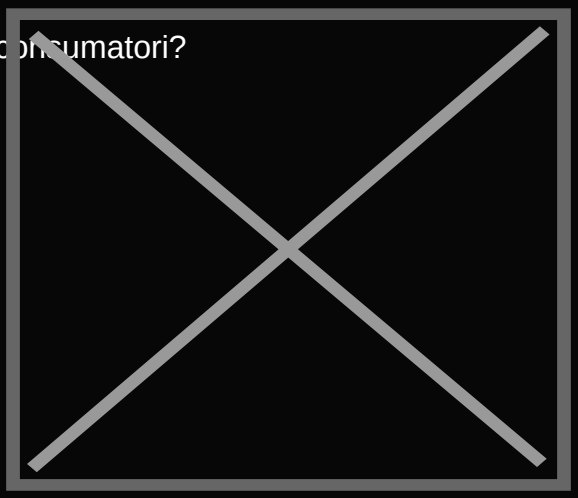
"Siamo consapevoli del fatto che in Italia il momento stesso della preparazione della cena, oltre che il consumo, possa essere un modo per condividere tempo di qualità con i propri cari. Cucinare spesso include anche il coinvolgimento dei bambini. Perciò la nostra proposta di box ricette con ingredienti già pre-porzionati mette davvero tutti nelle condizioni di preparare i piatti gustosi in 6 semplici step grazie a schede illustrate, in un tempo di medio di 30-40 minuti di relax e divertimento per tutta la famiglia", afferma **Marine Faurie**, Managing Director & Chief Marketing Officer di HelloFresh Italia.

Fattori esterni inaspettati possono spingere o rallentare nuove abitudini di consumo. La **pandemia** globale, per esempio, ha contribuito ad **accelerare la tendenza del consumo dei pasti a casa**. Il 34% degli intervistati ha affermato di mangiare meno fuori e di trascorrere più tempo con la propria famiglia a tavola. Per i nostri connazionali, la **convivialità** davanti a un buon piatto fatto in casa è un trend pronto a riconfermarsi anche nel 2022 come momento di incontro sociale anche con gli amici, secondo il 33% degli intervistati. Questo aspetto non lascia dubbi sulla rivalutazione generale della cucina casalinga in futuro.

ATTENZIONE ALLA SELEZIONE E QUALITA' DEGLI INGREDIENTI

Tra i maggiori cambiamenti, è cresciuta anche l'attenzione verso la selezione degli alimenti. Il 46% delle persone è interessato alla **provenienza del cibo, spende di più per la qualità degli ingredienti e compra alimenti di provenienza locale** (43%), oltre a cercare di fare acquisti più sostenibili (39%). In generale, ben l'87% degli italiani considera positivi i propri cambiamenti in cucina, nella scelta del cibo e nelle abitudini alimentari. Ma guardando al futuro, qual è la propensione dei

consumatori?



IL FUTURO: VERSO LA SPERIMENTAZIONE IN CUCINA E NUOVI SAPORI

Un altro aspetto prioritario su cui un terzo degli italiani ha mostrato maggiore attenzione negli ultimi dieci anni è avere un **regime alimentare vario e bilanciato.** Attenzione che sembra non retrocedere nelle scelte future. La varietà di pasti disponibili per il consumatore medio è aumentata significativamente negli ultimi anni. Non sorprende che il 52% degli intervistati voglia sperimentare nuovi tipi di cucina e il 34% desideri usare ingredienti diversi. Più di un terzo è curioso e disponibile a **provare nuovi servizi offerti dalle aziende** che operano nella food industry.

MENU' PERSONALIZZATI

Inoltre, in questi anni, sta aumentando sempre di più la **consapevolezza di ciò che consumiamo**. Le scelte di cibi freschi e di stagione, ma anche di diete speciali come quella vegetariana sono diventate mainstream. Dato questo sviluppo, le offerte nutrizionali tailor-made stanno diventando sempre di maggiore tendenza.



"Lasciare ai nostri clienti la possibilità di personalizzare la box scegliendo i piatti in base alle proprie preferenze, ci permette di adattarci meglio alle loro esigenze, pur partendo da 4 proposte di menù possibili - Famiglia, Carne e Pesce, Vegetariano e Conta Calorie.La flessibilità di combinare più piatti dà l'opportunità a tutti di soddisfare esigenze alimentari e preferenze specifiche, andando di pari passo con la tendenza a concentrarsi maggiormente su ***menù personalizzati****"*, spiega ancora la Faurie che ha di recente seguito il lancio di HelloFresh in Italia.

CONSUMO RESPONSABILE

L'attenzione verso un **consumo responsabile e sostenibile** determina già le abitudini di spesa di molti consumatori, una tendenza destinata a consolidarsi maggiormente nel 2022 e negli anni a venire. Infatti il 47% degli intervistati prevede di **utilizzare più ingredienti di provenienza locale** nel corso di quest'anno, mentre un altro 43% presterà **maggiore attenzione all'origine del proprio cibo**. Minimizzare gli sprechi e acquistare da una filiera più sostenibile saranno la priorità per il 30% dei consumatori.