



COMUNICATO STAMPA

GARDEN GOURMET® SU ITALIANI E ABITUDINI ALIMENTARI POST PANDEMIA. LA FILOSOFIA DEL BENESSERE VINCE SU TUTTI I FRONTI. CIBO SANO E SOSTENIBILE, PRIMO ATTO DI WELLBEING.

- Garden Gourmet® insieme alla comunità di Toluna ha analizzato le nuove abitudini alimentari degli Italiani post-Covid
- Dalla ricerca emerge come la pandemia abbia fortemente accelerato nel Paese lo sviluppo di nuovi stili di alimentazione all'insegna dell'equilibrio e della salubrità
- L'attenzione al benessere psico-fisico, in particolare collegato al cibo, è oggi la filosofia di vita più diffusa e aspirazionale tra gli Italiani, nelle sue molteplici espressioni.
- Emergono nuove 'regole' e una nuova consapevolezza del proprio approccio alimentare che è anche sempre più guidato dalla sostenibilità

Milano, 17 gennaio 2022 - I segnali erano già visibili prima, ma la pandemia – con la sua presenza pervasiva che ha modificato abitudini e comportamenti – li ha portati definitivamente in superficie e trasformati in atteggiamento condiviso. Se è vero che siamo ciò che mangiamo e che il Covid ha contribuito a dare una nuova, diversa centralità alla persona e al suo stare e sentirsi bene, allora non sorprende che il cibo e le scelte che lo riguardano vengano considerati il primo passaggio chiave di un stile di vita più consapevole e improntato al benessere.

Ce lo confermano i risultati della ricerca svolta da Garden Gourmet®, il marchio di Nestlé che propone alimenti per chi sceglie uno stile di vita bilanciato e desidera adottare una dieta varia e gustosa, in collaborazione con la piattaforma online Toluna.

L'indagine, che si è svolta online nel mese di ottobre 2021 su un campione di 1072 persone adulte rappresentativo della popolazione italiana, ha individuato in una fase qualitativa preliminare le abitudini alimentari emergenti più interessanti; le ha successivamente quantificate e mappate per genere, età e stili di preparazione, condivisione e consumo del cibo, aggiungendo ulteriori insight su modalità, criteri e motivazioni d'acquisto.

Quattro sono gli stili alimentari principali emersi dalla qualitativa, che corrispondono a quattro macro 'tipi', ciascuno con un profilo distintivo: i *Genuini*, gli *Stagionali*, gli *Equilibrati* e *Quelli del week end libero*.

I *Genuini*, 16% del campione, sono particolarmente attenti alla salubrità del cibo, amano coltivare erbe aromatiche e piccoli ortaggi sul balcone e cucinare per sé e per i propri cari, leggono le etichette come fonte informativa, sono attenti alla sostenibilità ambientale e preoccupati per il futuro del pianeta. Con una leggera prevalenza femminile (52%), appartengono per lo più alla fascia d'età +55 (43%). Gli *Stagionali* (12%) si sentono in armonia con i cicli della natura che rispettano anche dal punto di vista alimentare; molto preoccupati per il degrado ambientale, hanno comportamenti di vita e di consumo, che tendono verso l'impatto zero θ . Ugualmente suddivisi per genere, anche loro appartengono alla fascia super adulta +55 (50%). Per gli *Equilibrati* (14%) la cosa più importante è alimentarsi assumendo tutte le sostanze nutritive che servono veramente ai nostri corpi. Persone di buon senso, sostengono la regola aurea del "un po' di tutto". È il gruppo con la distribuzione per età più bilanciata. Non il cibo in sé o la sua scelta ma l'organizzazione della dieta è il tratto comune a *Quelli del week end libero* (15%): attenti a ciò che mangiano durante la settimana lavorativa, si concedono margini di libertà e di sana trasgressione negli altri momenti. Più uomini (64%) che donne, sono equamente distribuiti nelle fasce generazionali a partire da 35 fino a 55+.

La ricerca promossa da Garden Gourmet®, articolata in due macro aree, ha indagato: il significato di benessere e ciò che serve per raggiungerlo; il cambio di comportamenti e abitudini generato dal Covid-19 rispetto al wellbeing individuale.



COSA SIGNIFICA OGGI 'BENESSERE' PER GLI ITALIANI?

Il benessere è un concetto multiforme, alla cui costruzione contribuiscono tanti elementi diversi. Mentre la voce in cima alla classifica delle preferenze privilegia la pura forma fisica (65%), tutti gli item a seguire, a cominciare dall'equilibrio psico-fisico (62%), restituiscono il senso della ricerca di una dimensione di armonia profonda in cui assenza di preoccupazioni (54%), autostima (47%), positività e ottimismo (37%) sono importanti e in cui le differenze di età spesso non contano. Successo, lavoro e vita sociale sono invece declinazioni di maggiore attrattività per i target più giovani. Quasi inevitabile che gli *Stagionali*, ovvero le persone che vivono in armonia con la natura, siano il gruppo più sensibile e reattivo a questo approccio olistico alla vita.

Molto ampio è il ventaglio delle azioni intraprese o considerate necessarie per mantenere il proprio benessere: gli ultra35enni e oltre puntano su un'alimentazione corretta (dal 67 al 72%), i +55 si affidano a controlli medici regolari (53%), il 69% delle donne vorrebbe dedicare tempo al riposo e il 65% degli uomini all'esercizio fisico e allo sport. Attività come meditazione o yoga risultano strategie di benessere praticate principalmente da una fascia d'età giovane. Gli *Stagionali* emergono di nuovo come il gruppo più aperto, coinvolto e proattivo, con un'attenzione ampiamente sopra media per la cura dell'alimentazione.

Allargando ancora un po' il focus, lo studio promosso da Garden Gourmet® si spinge a indagare i modi in cui il target trascorre il proprio tempo libero. La tendenza maggioritaria è orientata verso attività domestiche – tv (56%), vita in famiglia (51%), lettura (46%) o musica (44%) –, con un 48% di donne che indica la cucina come luogo di svago (34% gli uomini). Sicuramente una coda lunga del Covid-19, come mostrano anche gli score più bassi collegati a viaggi, shopping, vita all'aperto. Gli *Stagionali* si riconfermano come i più eclettici, e anche i più interessati alla cucina.

COS'È CAMBIATO NEL RAPPORTO CON IL CIBO? QUALI COMPORTAMENTI SVILUPPATI IN EPOCA PANDEMICA PERSISTONO E PERSISTERANNO SECONDO GLI ITALIANI INTERVISTATI?

Come prevedibile, la pandemia ha avuto effetti anche sulle abitudini nell'acquisto di cibi: oltre la metà degli interpellati (56%) dichiara di aver cambiato la composizione del paniere (59% donne), mentre i giovani 18-24 sono la categoria in assoluto più flessibile e disponibile al cambiamento (75%). In coerenza con il tema benessere, la scelta più gettonata è l'incremento nell'acquisto di frutta e verdura (56% come media vs il 70% dei +55), mentre la metà dei rispondenti ha cominciato a scegliere più cibi salutari. Il 47% compra prodotti naturali (53% i +55) e ha limitato il numero di cibi superflui nel carrello (56% tra i +55, ma anche 54% tra i 18-24). Il 43% legge le etichette con più attenzione e il 34% dichiara di valutare anche le tematiche ambientali come criterio di preferenza e di scelta. Riaggregati per gruppi legati agli stili alimentari, i dati incoronano ancora una volta gli *Stagionali* come il gruppo più dinamico, creativo, coinvolto e attivo, in particolare sulle issue ambientali.

Un approfondimento sulle fonti da cui il campione prende informazioni in tema di nutrizione elegge l'etichetta come prima voce di riferimento in modo trasversale per età (38%); ma anche il passaparola, on e offline, occupa uno spazio non marginale, in particolare tra le fasce d'età più giovani (18-24) che si affidano ai suggerimenti di amici e parenti (41%), social media (44%) e medici specializzati (26%). Le etichette sono fonte di informazione per tutti i quattro 'tipi' di italiani e relativi stili alimentari, ma forum, blog e siti specializzati sono particolarmente frequentati da *Quelli del week libero* (42%), che anagraficamente raccolgono i più giovani.

Durante la pandemia si sono modificate anche le abitudini a tavola. Il 44% dei rispondenti dichiara di dedicare oggi maggiore attenzione alla qualità del cibo, che è diventato strumento di cura di sé, e il 37% di informarsi di più sulle caratteristiche e origine delle materie prime, in particolare nella fascia d'età 25-34. Entrando nel dettaglio di quali consumi sono cambiati proprio in conseguenza di questo interesse al benessere, emerge un elenco che è un vero nuovo decalogo alimentare: più acqua (55%), più cibi a ridotto contenuto di zucchero (40%), grassi (36%) e sale (31%), meno alimenti di origine animale (27%), porzioni più scarse (25%), più integratori (20%). Ancora ridotto lo spazio dedicato al digiuno intermittente (8%), popolare solo tra i più giovani, ma che è interessante come conferma



della diffusione di nuove conoscenze sugli effetti salutari delle restrizioni caloriche. Il minor consumo di alimenti di origine animale e la tendenza più marcata verso il flexitarianismo (stile di alimentazione flessibile e vegetariano) rimandano a motivazioni etiche (48%) e di sostenibilità ambientale (42%), e si registrano in modo trasversale tra *Stagionali* (44%), *Genuini* (36%) ed *Equilibrati* (34%).

Nella maggior parte dei casi le ragioni di queste nuove abitudini, in cui rientrano azioni detox, miglioramento della difesa immunitaria e del metabolismo, inserimento nella dieta quotidiana dello snack spezzafame, ruotano intorno a due motivazioni principali: il benessere psico-fisico e la fiducia nell'alimentazione come veicolo principale di salute, eredità di tante campagne educative del recente passato. Più sappiamo, più possiamo agire per stare meglio con le giuste scelte alimentari. Il tutto mescolato a una marcata attenzione, in particolare tra gli *Stagionali*, nei confronti della lotta allo spreco alimentare (72%), del rispetto della stagionalità dei prodotti (56%), dell'acquisto di alimenti prodotti a livello locale (42%).

About GARDEN GOURMET®

GARDEN GOURMET® nasce nel 1986 con l'obiettivo di sviluppare una gamma di alimenti a base vegetale, di gusto, che possano sposare al meglio la creatività con la bontà delle verdure e dei legumi. GARDEN GOURMET® assicura tante creazioni adatte ad ogni esigenza, per uno stile di vita veggie, per rispondere ai propri desideri di salute, per preferenze personali o semplicemente perché si desidera avere una dieta sana e varia, unita ad alla curiosità di sperimentare nuove preparazioni in cucina.

About Nestlé

Il Gruppo Nestlé, presente in 187 Paesi con più di 2000 marche tra globali e locali, è **l'azienda alimentare leader nel mondo**, attiva dal **1866** per la produzione e distribuzione di prodotti per la Nutrizione, la Salute e il Benessere delle persone. **Good food, Good life** è la nostra firma e il nostro mondo.

Da più di 100 anni presente in Italia, Nestlé si impegna ogni giorno con azioni concrete ad esprimere con i propri prodotti e le marche tutto il buono dell'alimentazione.

L'azienda opera in Italia in 9 categorie con un **portafoglio di numerose marche** che si impegnano costantemente per offrire prodotti buoni, nutrizionalmente bilanciati e con etichette trasparenti, tra questi: Meritene, Pure Encapsulations, Vitan Proteins, Optifibre, Modulen, S.Pellegrino, Acqua Panna, Levissima, Bibite Sanpellegrino, Aperitivi Sanpellegrino, Purina Pro Plan, Purina One, Gourmet, Friskies, Felix, Nidina, Nestlé Mio, Nespresso, Nescafé, Nescafé Dolce Gusto, Orzoro, Nesquik, Garden Gourmet, Buitoni, Maggi, Perugina, Baci Perugina, KitKat, Galak, Smarties, Cereali Fitness.

Scopri di più sul Gruppo Nestlé in Italia: <https://bit.ly/3wz0AZD>

Seguici sui nostri canali: [nestle.it](https://www.nestle.it) | [@nestle.it](https://www.instagram.com/nestleit) | [fb.com/NestleIT](https://www.facebook.com/NestleIT) | [Nestlé Italia](https://www.youtube.com/NestleItalia) | [Nestlé | VFair](https://www.linkedin.com/company/nestle)

Ufficio stampa Garden Gourmet

OmnicomPublicRelationsGroup Italy

Powered by Ketchum | Porter Novelli | FleishmanHillard

Alessandra Demartino

T +39 02 6241 1953 | M +39 335 6417882

E alessandra.demartino@omnicomprgroup.com

Alessandra Zaco

M. +39 339 6534643

E. alessandra.zaco@omnicomprgroup.com

Barbara Desario

Nestlé Italiana

E. barbara.desario@it.nestle.com