

«C'è rischio confusione tra marchio Bio e residuo zero»

Indagine Nomisma
Al Marca di Bologna

Secundo Nomisma, nel 2024 il 93% dei consumatori ha acquistato almeno una volta un prodotto certificato come biologico, dato che dimostra un'evidente affermazione rispetto al dato del 50% rilevato nel 2012.

Il marchio Bio «resta quindi sinonimo di salubrità e sostenibilità», ma per definire l'impatto ambientale di un prodotto alimentare, «sempre di più il consumatore si affida anche a informazioni e "claims" riportati in etichetta». «Cresce dunque la necessità – nota Nomisma – di fornire al consumatore una maggiore consapevolezza rispetto alle garanzie e i valori che il sistema biologico offre e alle profonde differenze che esistono tra la certificazione bio ed altri *green claims* che stanno caratterizzando l'offerta a scaffale».

Tra questi la dicitura "Residuo Zero" genera forte interesse nel consumatore, nonostante la bassa consapevolezza rispetto al suo significato: «ad esempio due consumatori su tre ritengono, erroneamente, che il metodo di produzione collegato a questi alimenti non preveda affatto l'utilizzo di chimica di sintesi». Se ne è discusso al Marca di Bologna nel convegno organizzato con **AssoBio** "Oltre il biologico - Innovazione, fiducia e sostenibilità per un nuovo rapporto con il consumatore".

—E.Sg.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

