



## LA CLEAN LABEL È VANTAGGIOSA

In un contesto di massima attenzione ai contenuti salutistici, la **trasparenza** e la **facilità di lettura delle confezioni** aiutano il consumatore a individuare le offerte più consone in termini di proprietà nutrizionali. "Con l'affermarsi di una maggiore attenzione e consapevolezza ai temi della sostenibilità – commenta **Andrea Vannini, Direttore Commerciale di Cannamela, divisione di Bonomelli** –, ci aspettiamo che il trend positivo dei superfood continui in modo marcato nei prossimi anni. Crediamo che un'etichetta chiara e dettagliata sia ciò che i consumatori cercano oggi. Questo è confermato anche dallo studio Nielsen 'Health/wellness: food and medicine' in cui emerge che il **48%** degli intervistati legge le etichette nutrizionali con particolare attenzione e per il **34%** sono il mezzo fondamentale per verificare la genuinità degli ingredienti". Per Andriani il consumatore ha sempre meno tempo a disposizione e in continua ricerca di esperienze gastronomiche nuove, con forte contenuto d'innovazione. "Una peculiarità del nostro brand – spiega **Patrizia Stano, Marketing Communication Manager di Andriani** – è quella di aver sposato sin da subito la filosofia clean label ovvero l'utilizzo sul packaging di etichette, tabelle nutrizionali con ingredientistica chiara, leggibile e trasparente per il consumatore". "Noi puntiamo soprattutto sulla trasparenza delle etichette che indubbiamente aiutano il consumatore a orientarsi nell'offerta – confermano da **Probios** –. La nostra filosofia è quella di avere etichette il più possibile corte, a garanzia della semplicità della ricette, e facili da leggere".

