

COMUNICATO STAMPA

ASSOCAMERESTERO: presenta i risultati dell'Indagine sulle tendenze di consumo del Made in Italy agroalimentare.

550 influencer del food & wine coinvolti da Stati Uniti, Canada e Messico.

Pasta fresca, mozzarella di bufala e gorgonzola i tre prodotti in cima alle preferenze di consumo dei millennial. Il 35,5% degli influencer canadesi cucina italiano più di cinque volte a settimana.

Assocamerestero - l'Associazione delle 78 Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) e Unioncamere - presenta i risultati dell'indagine sulle tendenze di consumo del Made in Italy agroalimentare in **Stati Uniti, Canada e Messico**.

L'analisi è stata realizzata nell'ambito del **Progetto "True Italian Taste"** promosso e finanziato dal **Ministero dello Sviluppo Economico** e realizzato da **Assocamerestero** in collaborazione con le **Camere di Commercio italiane all'estero**, volto a promuovere la conoscenza del vero Made in Italy agroalimentare, in contrasto al fenomeno dell'Italian Sounding.

Obiettivo dell'indagine, sondare le **potenzialità di consumo, abitudini e tendenze di acquisto degli influencer del food & wine** nei tre Paesi del continente americano.

I principali risultati

Nella mappatura dei prodotti italiani più apprezzati, al **primo posto** si è attestata la **mozzarella di bufala**, selezionata dal **47,5%** del campione totale; è risultata l'alimento più scelto dai **canadesi (57,3%)** e dai **messicani (48,4%)**, classificandosi invece al secondo posto negli **Stati Uniti (42,5%)**. Tra i **formaggi** sono risultati molto apprezzati anche il **gorgonzola (39,3%** del campione totale), l'**Asiago (33,8%)** e il **mascarpone (27,4%)**.

L'apprezzamento degli influencer per i formaggi e i prodotti lattiero caseari italiani fa comprendere le motivazioni alla base della diffusione dell'Italian Sounding per tale specifica categoria di alimenti, corrispondente ad una quota del 35,2% nel 2018 nei tre Paesi presi a riferimento.

Al **secondo posto** tra i prodotti più scelti dagli influencer (38,5%) la **pasta fresca**, che si è posizionata al primo posto negli **Stati Uniti (46,4%)**, al secondo posto in **Messico (45,2%)**, mentre in **Canada** il prodotto si è classificato al 17° posto (22,7%), a fronte di una spiccata preferenza per le **olive in salamoia (41,8%)**.

Con riferimento alla fascia di età dei **millennials (18-34 anni)**, gli influencer confermano le preferenze del campione generale che vedono **pasta fresca (41,7%)**, **mozzarella di bufala (41,7%)** e **gorgonzola (39,3%)** ai **primi tre posti** nella classifica dei prodotti più apprezzati. I giovani si rivelano "**intenditori del Made in Italy**" selezionando nel paniere dei loro primi 20 alimenti preferiti anche dolci tipici delle festività quali il **panettone (20,2%)** e vini come lo **Spumante Alte Langhe** del Piemonte (22,6%).

Più in generale, le scelte operate dagli influencer sono spesso frutto di una loro conoscenza diretta del nostro Paese; dall'analisi risulta infatti che **oltre l'87% del campione è stato in Italia almeno una volta e sia poi diventato un "italian food lover"**. Quasi il **70% degli influencer infatti prepara più di 3 volte a settimana ricette della tradizione italiana**. Al primo posto, troviamo i **canadesi**: il **35,5%** di loro cucina italiano più di cinque volte a settimana, con frequenza, quindi, quasi quotidiana. Seguono gli **americani** con il **20,9%** e i **messicani** con il **18,3%**.

Interessante, infine, la **propensione** degli influencer al **food delivery e agli acquisti online** del cibo Made in Italy; dai dati dell'indagine emerge infatti come il **41%** del campione **abbia ordinato cibo italiano online** e di come oltre un quarto (**30,6%**) l'abbia fatto **almeno 10 volte**.

Il metodo di indagine

Lo studio è stato realizzato su un campione rappresentativo di **550 influencer del food & wine**; il 23,5% degli intervistati appartiene alla fascia di età **18 – 34 anni** mentre la maggior parte (62%) ha tra i **35 e 54 anni**. Oltre la metà degli influencer, pari al 55%, opera nel settore food & wine, il 27,7% si occupa di blog & journalism, il 13% svolge attività legate alla sfera del food e il restante 4% appartiene al settore travel. Più in particolare il 28,2% del campione è nato in Italia mentre il 33% negli Stati Uniti, il 22,1% in Canada e il 9,2% in Messico.

Per favorire la partecipazione ampia e attiva all'indagine, il sondaggio è stato svolto in modo interattivo su una piattaforma digitale, chiedendo ai partecipanti di selezionare e inserire in un carrello virtuale i 10 prodotti italiani dei 64 proposti che - secondo loro - avrebbero avuto le maggiori potenzialità di crescita nel loro paese.

Il paniere di prodotti coinvolto nell'indagine è ampio e variegato; si va dalla passata di pomodoro, alla mozzarella di bufala, dalla confettura di frutta alla pasta fresca, dal salame al formaggio Asiago, ancora per i dolci dal panettone alla colomba pasquale includendo anche vini e acquaviti come il Mirto di Sardegna e il Vermouth di Torino.

*"Una nota estremamente positiva per l'industria alimentare è che il nostro food è la cosa che resta più impressa a chi visita l'Italia – afferma **Gian Domenico Auricchio, Presidente di Assocamerestero** – La nostra indagine riconferma questo dato e inoltre offre uno spaccato delle tendenze di consumo non solo per prodotto ma anche per età. Per esempio i millennial sono sempre più incuriositi dal gusto italiano soprattutto nella ricerca di prodotti sempre nuovi non solo per il consumo fuori casa ma anche per utilizzarli direttamente a casa propria".*

Assocamerestero è l'Associazione delle 78 Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) e Unioncamere. Le CCIE sono Associazioni private, estere e di mercato costituite da imprenditori e professionisti italiani e stranieri, riconosciute dal Governo italiano e radicate nei Paesi a maggiore presenza italiana nel mondo. Tramite 140 uffici distribuiti in 55 mercati, il network camerale estero svolge azioni strategiche a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese, della promozione del Made in Italy e della valorizzazione della business community italiana nel mondo.



Assocamerestero

Associazione delle Camere
di Commercio
Italiane all'Estero

Contact: Barabino & Partners
Tel.: 06/679.29.29
Allegra Ardemagni
a.ardemagni@barabino.it
Alessandra Gucciardi
a.gucciardi@barabino.it

Roma, 9 settembre 2019