

Il nuovo Menù del Consumo: Industria e GDO di fronte al cambiamento

Di Redazione

Al centro del confronto i cambiamenti nei gusti e nelle abitudini di consumo, che pongono nuove sfide all'intera filiera agroalimentare, chiamata a ripensare prodotti e modelli in un contesto in continua evoluzione



La Sala Beretta di Confindustria Brescia ha ospitato oggi pomeriggio l'evento "**Il nuovo Menù del Consumo: Industria e GDO di fronte al cambiamento – nuovi sapori, nuove abitudini**", con la partecipazione in sala di oltre 100 tra addetti ai lavori e imprenditori.

Al centro del confronto i cambiamenti nei gusti e nelle abitudini di consumo, che pongono nuove sfide all'intera filiera agroalimentare, oggi chiamata a ripensare prodotti e modelli in un contesto in continua evoluzione.

L'evento, aperto da **Mauro Esposto**, presidente del settore Agroalimentare di Confindustria Brescia e moderato da **Angelo Frigerio**, CEO e Direttore di alimentando.info, ha visto la partecipazione di importanti ospiti del settore.

*"Il consumo alimentare non è più solo una questione di gusto o di nutrizione: è diventato un riflesso diretto delle nostre abitudini, delle nostre esigenze quotidiane, delle nostre priorità – le parole di **Mauro Esposto**, presidente del settore Agroalimentare di Confindustria Brescia –. Oggi il consumatore cerca soluzioni, non solo prodotti. Vuole risparmiare tempo, ridurre lo sforzo, ma senza rinunciare alla qualità, alla varietà, alla sicurezza. E tutto questo ha un prezzo. Un prezzo che, almeno in parte, è disposto a pagare. Ma fino a dove? È su questo equilibrio delicato che si gioca una delle sfide più interessanti per l'industria alimentare e per la grande distribuzione: capire, interpretare e anticipare i nuovi bisogni, senza perdere di vista sostenibilità, accessibilità e innovazione. Il Convegno di questa sera è nato proprio da qui: dal desiderio di esplorare insieme questo "nuovo menù del consumo", fatto di nuovi sapori, nuove abitudini, nuove aspettative."*

Secondo i dati presentati durante i lavori da **Matteo Bonù**, Food Industry Leader e Global Client Business Partner di NielsenIQ, il Largo Consumo si conferma nel 2025 come un settore in forma, con una crescita a metà anno del +4,1% rispetto al 2024, spinto in particolare dalle maggiori quantità acquistate. Nel contesto, incide tuttavia ancora l'inflazione (+122% nel confronto tra 2025 e 2019), con il 29% degli italiani che indica l'incremento dei prezzi dei beni alimentari tra le principali preoccupazioni per il futuro.

Sempre secondo le cifre di NielsenIQ, nel nuovo mix di spesa aumenta l'attenzione verso una alimentazione sana: nel primo semestre 2025, tra i prodotti più cresciute dal punto di vista dei volumi figurano quelli a carattere salutistico, quali yogurt greco (+25,2%) e semi di zucca, chia e girasole (+32,8%).

A seguire si è tenuta una tavola rotonda per discutere i temi, a cui hanno preso parte **Claudio Palladi**, amministratore delegato, Rigamonti Salumificio SpA, **Giacomo Ponti**, presidente Federvini, **Giorgio Santambrogio**, amministratore delegato, Gruppo VÉGÉ e **Paolo Zanetti**, presidente Assolatte

DATA DI PUBBLICAZIONE: 20/09/2025 - AGGIORNATO IL 21/09/2025 ALLE 02:00

2025 © TUTTI I DIRITTI SONO RISERVATI

AUTOGESTIONE CONTENUTI DI EDIZIONI VALLE SABBIA SRL C.F. E P.IVA: 02794810982 - SISTEMA [GLACOM®](#)