

CONSUMI
& CONSUMATOREPRODUZIONE
& MERCATIRETAIL
& MARKETINGTECH
& LOGISTICAHORECA
& FOOD SERVICEVEGETARIAN
& VEGAN

SPECIALI



ACCEDI / REGISTRATI

I PIÙ VISTI

VIDEO

PREZZI ORTOFRUTTA

SPECIALI

#VOCIDELLORTOFRUTTA

#FRESHTALKS



Home > Fiere > Tuttofood 2023 dà spazio al plant-based

Fiere Vegetarian & Vegan

Tuttofood 2023 dà spazio al plant-based

Il segmento sarà valorizzato da un percorso dedicato. Il valore delle proteine vegetali salirà a 162 miliardi nel 2030, pari al 7,7% dell'intero mercato dei cibi proteici

Daniele Colombo 6 luglio 2022

E-Magazine



Abbonati

Edicola Web

Iscriviti alla
newsletter

I più visti



Zumex: l'ananas si taglia in negozio #vocidellortofrutta



Fruit Beach Party, l'ortofrutta va in spiaggia



Prugne della California, la domanda eccede l'offerta



Il Nutrimento lancia 4 innovative referenze bio



Marco Eleuteri: investiamo nella nettarina piatta #vocidellortofrutta

Il Beyond Burger di Beyond Meat, uno dei prodotti simbolo della carne vegetale

Il trend delle **proteine vegetali**, fortemente connesso alla sostenibilità, is here to stay, altro che moda effimera. **Tuttofood**, attenta alle nuove dinamiche globali, dedicherà uno spazio ad hoc nell'edizione 2023, a **Fieramilano**, dall'8 all'11 maggio.

L'aperitivo sarà accompagnato da finger food vegetariano-vegano

Il plant-based sarà protagonista di una sorta di **Green Trail**: un percorso aiuterà gli operatori a individuare le aziende, italiane e internazionali, che offriranno i prodotti alternativi che conquistano i **flexitari**. I sostituti della carne sono oggi un prodotto **mass-market**: rappresentano meno di un quarto del totale delle alternative vegetali (la maggiore fetta va ai

Ultime notizie

Banco Fresco, boom di vendita del tartufo

6 luglio 2022

sostituti del latte) e nel 2030 conterranno per quasi la metà.

Ma il plant based si sta espandendo a **pesce** e uova vegetali (e il via libera dell'Efsa all'utilizzo alla commercializzazione in Europa dell'estratto di proteine del fagiolo mungo verde come novel food darà un'ulteriore spinta a quest'ultima categoria). Entrano nel mercato nuovi player (l'ultimo è **Amadori**), diverse aziende propongono proteine testurizzate per meat o dairy analogues e arrivano a scaffale referenze **strabilianti per sapori, simili a quelli tradizionali**. "Tra i prodotti che stanno sollecitando maggiore interesse vediamo anche il **finger food**, ideale per un aperitivo vegetariano-vegano, mentre tra i prossimi sviluppi intravediamo una crescita dei prodotti basati sulle **alghe**" rimarca Jolanda Van Der Has, marketing di Deluc (Paesi Bassi)".

Il 54% degli italiani compra prodotti plantocentrici

Secondo una recente ricerca di **Bloomberg**, il comparto delle alternative vegetali crescerà in modo esponenziale nei prossimi anni, passando a livello mondiale dagli oltre 44 miliardi di dollari di quest'anno a quasi 162 miliardi nel 2030, pari al 7,7% dell'intero mercato dei cibi proteici.

Sei italiani su 10 dichiarano di aver cambiato il proprio modo di mangiare negli ultimi 5 anni e 3 su 10 hanno ridotto quello di carne. Secondo la prima ricerca italiana sugli alimenti a base vegetale, condotta da **Bva-Doxa** per il Gruppo Prodotti a base vegetale di **Unione Italiana Food**, più di 1 su 2 (54%) acquista prodotti plant-based (il 21% abitualmente, il 33% occasionalmente).

Se questo articolo ti è piaciuto e vuoi rimanere sempre informato **iscriviti alla newsletter gratuita**.

Articolo precedente

Prosegue la partnership di F.Ili Orsero con Autogrill

Prossimo articolo

Banco Fresco, boom di vendita del tartufo

Daniele Colombo

Articoli correlati Di più dello stesso autore

Tuttofood 2023 dà spazio al plant-based

6 luglio 2022

Prosegue la partnership di F.Ili Orsero con Autogrill

6 luglio 2022

#Repartofresh. L'ortofrutta del rinnovato store Dok (Megamark) di Molfetta

5 luglio 2022

Perla Nera, ettari decuplicati per l'anguria premium di successo

5 luglio 2022

Gdoweek



Esselunga debutta a Vicenza con il suo primo superstore



Aldi potenzia la rete vendita



L'espansione di Penny Market (Rewe)



MD si rafforza in più regioni. A Catania nuovo store



Despar (Gruppo 3A) potenzia la presenza a Torino



Ard Discount conquista la Puglia

Mark Up



Cortilla, al via i lavori per la nuova sede green a Milano