



Italia a Tavola

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Mercoledì 13 Luglio 2022 | aggiornato alle 18:33 | 86186 articoli in archivio

CHECK-IN

APP DOWNLOAD  



Infarinature d'autore
Il podcast di DéliFrance sul mondo del bakery.



Metodo Classico.
Emozione Contemporanea.



I TREND

HOME » TENDENZE e MERCATO
» AGRICOLTURA, CIBO e AMBIENTE

Sostituti della carne: è l'anno del plant based

Uno studio di Tuttofood, fiera dell'agroalimentare in programma nel 2023 a Milano, spiega come la richiesta di prodotti vegetali e non trattati industrialmente sia un cambiamento forte nello stile di vita delle persone

13 luglio 2022 | 17:51



Sostituti della carne, prodotti plant based (un'alimentazione a prevalenza vegetale, non processata industrialmente, non trattata, non derivante da sfruttamento di risorse e animali). Tendenze alimentari, lanciate Oltre Oceano e che fino a qualche tempo fa per l'Italia rappresentavano un **mercato di nicchia** stanno assumendo gli effetti di un vero e proprio **fenomeno di costume**.

Oggi i sostituti della carne sono un **prodotto apprezzato da tutti**, così come un'ampia varietà di bevande, paste e farine che derivano dal mondo vegetale. La crescente domanda di questi prodotti di origine vegetale e plant based, comporta un'attenzione e un'analisi dei cambiamenti degli stili di vita delle persone. È quanto emerge da uno studio di **Tuttofood** la fiera dell'agroalimentare in programma nel maggio 2023 a Milano e che dedicherà a questi prodotti un percorso dedicato.

Hanno inoltre ormai raggiunto consistenze e sapori paragonabili all'"originale", che li rendono **appetibili** anche per gli **scettici**.



Sostituti della carne e plant based: i numeri di un mercato in crescita

Secondo lo studio di Tuttofood la **percezione dei prodotti plant-based è molto migliorata negli ultimi anni** sia per **ampiezza di gamma** e sia per **qualità e sapore**, raggiungendo consistenze paragonabili all'“originale”. Alla base della crescita del mercato ci sono soprattutto i **flexitarian**, persone che consumano saltuariamente prodotti animali, ma preferiscono le fonti vegetali.

Ma cosa significa esattamente mangiare plant based? La definizione, modificata nel corso degli anni, a oggi indica **una dieta che comprende tutti i tipi di frutta, verdura, cereali integrali, legumi, noci e semi, erbe e spezie poco lavorati**, ma può includere anche piccole quantità di **uova o latticini e alimenti poco trasformati**, che non contengono additivi chimici o zucchero raffinato.

Plant based significa, tradotto alla lettera, **basato sulle piante**, quindi un'**alimentazione a prevalenza vegetale**. Ma non solo. Infatti, **non si tratta solo di consumare vegetali**, ma di **assumere alimenti naturali: non processati industrialmente, non trattati, non derivanti da sfruttamento di risorse e animali**, meglio se a **km 0**.

I dati di mercato confermano come i **sostituti vegetali della carne, del latte e delle farine, stiano prendendo sempre più piede**. 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.

Un aspetto interessante è l'incremento in proporzione dei sostituti della carne: **se oggi rappresentano meno di un**

quarto del totale delle alternative vegetali – con la maggiore fetta che va ai sostituti del latte – **nel 2030 coneranno per quasi la metà**. Grazie alla propria expertise nell'individuare e promuovere le tendenze emergenti, Tuttofood sta dedicando grande attenzione al settore che, nell'edizione 2023, a **fieramilano** dall'8 all'11 maggio, sarà protagonista di una sorta di **"Green Trail"**: un **percorso che aiuterà gli operatori a individuare le aziende in base alle proprie necessità** attraverso il layout della manifestazione. Aziende italiane e internazionali stanno già cominciando a prepararsi a cogliere queste opportunità grazie allo strumento fiera.



Gusto e sostenibilità guidano le scelte dei consumatori

Gusto e sostenibilità guidano le scelte dei consumatori. A dirlo è una ricerca condotta da **Bva-Doxa** per conto di **Unione Italiana Food**: i consumatori **li cercano e li scelgono principalmente per due motivi**: perché **ne riconoscono il valore nutrizionale (il 40%)** e perché **ne apprezzano il gusto (30%)**. Ma **piace anche la sostenibilità**. Un'altra caratteristica che spinge al consumo dei prodotti a base vegetale, soprattutto tra i più giovani (under 35), è infatti il **profilo sostenibile**: un consumatore su due pensa che si tratti di **alimenti eco-friendly**, con una **impronta ecologica tra le più basse del mondo alimentare e li valuta positivamente perché ritiene che la produzione richieda un minore impiego di risorse naturali** – suolo, acqua ed energia – rispetto ad altri cibi.

Sostituti della carne e plant based: ecco i trend del 2022

Grazie al suo osservatorio privilegiato, Tuttofood ha individuato **le tendenze che caratterizzano il mercato alimentare di origine vegetale per il 2022**:

1. **Minore emissioni per la salute del pianeta**: i produttori di alimenti a base vegetale possono contare su processi che richiedono minori emissioni di gas serra, minore utilizzo del suolo, ridotto inquinamento atmosferico, produzione di sostanze chimiche meno tossiche e un utilizzo di acqua inferiore rispetto all'energia impiegata per i prodotti di origine animale.



2. **Nutrizione:** l'opportunità di **fornire ai consumatori una gamma più ampia di prodotti confezionati vegetali sta aumentando** man mano che avanza anche la tecnologia. L'innovazione dedicata a prodotti a base vegetale permette di offrire un alimento altamente nutritivo con gli stessi valori della controparte di origine animale.

3. **Fermentazione:** la tendenza del momento è la fermentazione, resa possibile attraverso le nuove tecnologie alimentari. In primis **il latte vegetale derivato da processi fermentativi è uno dei prodotti più in voga che apre la strada all'innovazione del settore.**

4. **Tecnologia al tavolo:** le **tecnologie basate sullo studio delle cellule riprodotte in vitro** possono essere il **futuro dell'industria alimentare.** Questa tendenza è da tenere d'occhio, come la carne coltivata e i prodotti ittici alternativi, già prodotti da diverse aziende. Ad esempio, aprendo una nuova strada nella tecnologia di fermentazione, una startup ha creato un **"pesce" brevettato a base di funghi.** Pasta, bevande, carne: il mondo del plant based non conosce limiti. Lo sviluppo del plant based si è basato molto sulle alternative delle preparazioni a base di carne, come burger, polpette, salsicce, cotolette, kebab e nuggets. **Scegliere un prodotto vegetale già pronto significa acquistare un alimento che non necessita di lavorazione, da sfruttare quando non si ha il tempo di cucinare ma non si vuole rinunciare al consumo di legumi, ortaggi, cereali e frutta secca.**



Piacciono anche le bevande vegetali

Anche il mercato delle **bevande vegetali**, arricchite di proteine, vitamine, calcio ed elementi essenziali per il benessere del nostro corpo, **trovano ampio spazio nei carrelli durante la spesa quotidiana:** a **basso contenuto di grassi e prive di colesterolo**, indicate anche per gli **intolleranti**, rappresentano un segmento variegato per gusti, esigenze e formati.

Secondo il rapporto pubblicato da **Fior Markets**, il **consumo globale delle bevande a base vegetale dovrebbe crescere da 14,46 miliardi di dollari nel 2019 a 24,30 miliardi di dollari entro il 2027.** La regione del Nord America domina il mercato e si prevede inoltre che la **regione Asia-Pacifico mostrerà una crescita significativa, con Thailandia e Cina come principali consumatori, così come l'Europa.** Anche l'America Latina e l'Europa orientale

si difendono: i fattori che guidano i numeri del successo sono l'aumento del numero di persone allergiche ai latticini, la consapevolezza dei benefici per la salute e verso scelte di vita vegane o per lo meno "flessibili".

La pasta vegana

La **pasta vegana** proviene principalmente dalle **farine ricavate da grano, quinoa, riso, soia, legumi in generale come ceci e lenticchie**, e in alcuni casi, anche dalla lavorazione dell'**alga spirulina**, utilizzata per diverse preparazioni e anche nei lievitati. Basta osservare gli scaffali nella grande distribuzione per osservare la vasta scelta di pasta prodotta da **farine alternative**, consumata **sia per motivi di salute legati a intolleranze al glutine**, sia per portare in tavola un **prodotto più digeribile** o semplicemente per **provare una nuova ricetta o gusto**.

Gelato sì, ma plant based

I dati elaborati da **Technavio-Global Vegan Ice Cream Market** e **Future Market Insights**, ripresi dal Sole 24 Ore e anche da Tuttofood, evidenziano che, nel 2021, **il comparto dei gelati vegetali nel Bel Paese** valeva **158 milioni di dollari** (pari a circa 147 milioni di euro), con proiezioni di crescita dell'8% negli anni a venire. **Si allarga dunque la platea di consumatori italiani che acquistano alimenti di origine vegana o che seguono uno stile di vita flexitariano**. Non solo in Italia, ma anche nel resto del mondo: a livello globale il settore dei gelati vegetali valeva infatti, nel 2021, oltre 1.490 milioni di dollari (1.389 milioni di euro circa), con stime di crescita del 9,3% tra il 2021 e il 2031. **Nel 2022, invece, il giro d'affari del settore dovrebbe superare 1.630 milioni di dollari** (1.520 milioni di euro). Nuove merceologie che rappresentano altrettante aree di crescita, inesistenti fino a qualche anno fa, saranno tutte da esplorare a TUTTOFOOD 2023, a **fieramilano** dall'8 all'11 maggio.

Plant based: le aziende ci credono e investono

Ovviamente le **aziende del Food & Beverage** non potevano ignorare i nuovi segnali provenienti dal mercato e hanno subito cercato **nuove opportunità** di investimento e profitto.

«La percezione dei prodotti plant-based è molto migliorata negli ultimi anni», conferma Jolanda Van Der Has, Marketing di Deluc (Paesi Bassi), intervistata da Tuttofood Perché oltre all'ampiezza della gamma sono migliorati molto anche la qualità e il sapore. Tra i prodotti che stanno sollecitando maggiore interesse vediamo, accanto ai classici sostituti della carne, anche il **finger food, ideale per un aperitivo vegetariano-vegano**, mentre tra i prossimi sviluppi **intravediamo una crescita dei prodotti basati sulle alghe**. Alla base della crescita del mercato ci sono soprattutto i flexitarian, persone che consumano saltuariamente prodotti animali, ma preferiscono le fonti vegetali».

Ragionamenti confermati anche da **Pepe van Herpen** di **Foodlink** (Paesi Bassi), intervistato da Tuttofood.

«Noi siamo attivi nel settore degli snack di riso - ha spiegato - La tendenza principale che stiamo notando è uno spostamento nel gusto dei consumatori verso sapori più orientali, come il wasabi. Fino a pochi anni fa questi **aromi rappresentavano una nicchia**, ma oggi sono sempre più diffusi, anche perché rappresentano un **ottimo complemento per i sostituti della carne**, a loro volta in forte crescita. Questo incremento sta già avvenendo in molti mercati e nei prossimi anni ci aspettiamo che si consoliderà anche in Europa».



Coldiretti in controtendenza: «Basta chiamare carne quello che non è»

In **Francia**, e recentemente anche in **Sudafrica**, una legge ha però **vietato di utilizzare nomi di prodotti di origine animale** per indicare **prodotti a base di proteine vegetali**. Il provvedimento vieta, infatti l'utilizzo per i prodotti a base di proteine vegetali di denominazioni riferite a nomi e gruppi di specie animali, alla morfologia o all'anatomia animale, di nomi che usano la terminologia specifica di macelleria, salumeria o pescheria e di nomi un alimento di origine animale rappresentativo degli usi commerciali. Un provvedimento legislativo che Coldiretti, l'associazione che tutela agricoltori e allevatori, vorrebbe far applicare anche in Italia.

«Serve ora una **legge nazionale** anche in Italia per fare definitivamente chiarezza su finti burger e altri prodotti che sfruttano impropriamente nomi come mortadella o salsiccia. In Italia, infatti, il perdurare di una situazione di incertezza legata a questa situazione rappresenta purtroppo un favore alle lobbies delle multinazionali che investono sulla carne finta, vegetale o creata in laboratorio - ha affermato **Marco Reggio**, presidente di **Coldiretti Asti** - Puntando su una **strategia di comunicazione subdola**, si approfitta deliberatamente **della notorietà e tradizione delle denominazioni di maggior successo della filiera tradizionale dell'allevamento italiano** per **attrarre l'attenzione dei consumatori** e indurli a pensare che questi prodotti siano dei sostituti, per gusto e valori nutrizionali, della carne e dei prodotti a base di carne».

«**Permettere a dei mix vegetali di utilizzare la denominazione di carne significa infatti favorire prodotti ultrasformati** con ingredienti frutto di procedimenti produttivi molto spinti dei quali, oltretutto, non si conosce nemmeno la provenienza della materia prima - ha invece sottolineato Diego Furia direttore di Coldiretti Asti - L'Unione Europea importa ogni anno importa infatti milioni di tonnellate di materia prima vegetale da tutto il mondo».

© Riproduzione riservata

 **STAMPA**

[HOME](#) » [TENDENZE e MERCATO](#) » [AGRICOLTURA, CIBO e AMBIENTE](#)

» [Sostituti della carne: è l'anno del plant based - Italia a Tavola](#)