



Impennata della “domanda vegana”, un giro d'affari da più di 700 milioni che supera la retorica dualità tra alimentazione vegetale e alimentazione onnivora

Non più semplice trend alimentare, l’impennata della “domanda vegana” ha convinto multinazionali come Danone, Nestlè, General Mills ad apportare cambiamenti ai piani industriali, mettendo a punto alimenti alternativi per ampliare lo spazio dedicato ai prodotti plant-based; i loro investimenti sono dirottati in aziende produttrici di proteine vegetali (soia, avena, glutine di grano, lenticchie, fagioli mung, pomodori) per offrire prodotti che al palato siano identici a carne, latte, uova, pesce.

Sempre più in linea con le esigenze di mercato persino McDonald ha appena lanciato il primo hamburger vegano a base di soia.

Il business della **carne vegetale** si sta accrescendo sempre più, tanto che è stata **quotata in borsa** ottenendo un risultato del **+400%**. Secondo un’analisi di JP Morgan (NYSE:JPM), nei prossimi 15 anni le vendite di carne vegetale potrebbero superare i **100 miliardi di dollari**.

Persino settori di punta dell'industria italiana, come la moda, rivoluzionano la ricerca delle materie prime vegane sull'esempio di stilisti internazionali (Stella McCartney): niente lana, seta né cuoio.

Del resto le abitudini di spesa degli italiani stanno cambiando, vanno verso una direzione di consumo più attenta a stili alimentari salutistici, più consapevole e sensibile al benessere degli animali, che cerca di vivere in equilibrio con la natura e che crede in una società solidale, pacifica e armoniosa.

Recentemente l'attenzione si concentra sugli alimenti vegetali di minore impatto ambientale e comprende la scelta di seguire la filosofia vegan per motivazioni non esclusivamente alimentari ma che si aprono a valutazioni etiche e di rispetto per il pianeta e le sue forme di vita. *“Il veganismo etico è una convinzione filosofica sostenuta da una porzione significativa e in crescita della popolazione nel Regno Unito e nel mondo”* (Jordi Casamitjana); come fa notare il giudice del tribunale del lavoro **Robin Postle** della città di Norwich alla fine dell'udienza del 3 Gennaio 2020: *“Il veganismo etico si qualifica come un credo filosofico, dopo aver soddisfatto diverse prove – tra cui quella di essere degno di rispetto in una società democratica, non incompatibile con la dignità umana e non in conflitto con i diritti fondamentali degli altri”*.

Vegetariani e vegani in Italia sono l'8,9% della popolazione: è vegetariano il 6,7% degli italiani, il 2,2% dichiara invece di essere vegano. **I consumi della carne diminuiscono anche nell'ambito di chi segue una dieta onnivora.**

Ultimamente un comparto con dinamiche di sviluppo sorprendenti, **le cui vendite della grande distribuzione hanno fatto registrare un fatturato di 500 milioni di Euro**, tanto da attirare l'attenzione di istituti di ricerca per studiare il fenomeno, riguarda i **formaggi vegetali** ottenuti da bevande vegetali a base di soia, mandorla, riso, olio di cocco o riso, che hanno la consistenza e il sapore dei formaggi di latte animale.

Secondo il Future Market Insights, **l'Italia, con la Francia e la Germania, si posiziona fra i paesi europei con la maggiore crescita nel consumo dei formaggi**

vegetali e per il Variant Market Research nel 2024 il loro mercato mondiale potrà raggiungere i 3,9 miliardi di dollari. Tra i consumatori i più entusiasti, oltre agli intolleranti al lattosio, sono i *millennials*.

Nei canali di vendita della grande distribuzione, l'ampliamento degli assortimenti di formaggi vegetali con caratteristiche organolettiche analoghe ai formaggi stagionati e grattugiabili, freschi, spalmabili e in crema (glissando su carenze di aminoacidi, criticità dovute ai fitosteroli della soia o di principi antinutrizionali e additivi), unitamente ad eccellenti attività di marketing hanno favorito l'incremento delle vendite e spinto persino le aziende lattiero-casearie a sviluppare nuove formule vegetali per rimanere competitive sul mercato.



Per esempio *Tyson food*, il secondo più grande produttore di carne al mondo ha recentemente acquisito il 5% di quota di *Beyond Meat*, un'azienda che dal 2009 si occupa di produrre in laboratorio sostituti vegetali della carne, entrato a far parte della catena di ristorazione bolognese *Well Done*, con il suo "fake burger".

Si guadagnano il marchio i prodotti che sono conformi a precisi disciplinari etici.

Infine si fa notare che, dal Rapporto realizzato da Unicef, Organizzazione Mondiale della Sanità e da Lancet, sulla base dei dati Istat, secondo l'analisi della Coldiretti su dati CSO, il preoccupante fenomeno dell'obesità infantile nel nostro Paese coinvolge un bambino\adolescente su tre; di conseguenza è importante *"assicurare una sana alimentazione e stagionalità dei prodotti per valorizzare i fondamenti della dieta mediterranea e ricostruire il legame che unisce i prodotti dell'agricoltura con i cibi consumati ogni giorno e fermare il consumo del cibo spazzatura."* (Coldiretti).

Pertanto educare le nuove generazioni obese e acneiche a ritrovare la salute incrementando il consumo di prodotti veg, di frutta e verdura bio dovrebbe essere l'obiettivo delle famiglie e delle mense scolastiche. In linea coi tempi, persino McDonald nel 2020 ha acquistato 500 tonnellate di Arancia Rossa di Sicilia IGP da produttori siciliani, per un totale di oltre 700.000 spremute servite nei McCafé di tutta Italia.

Dott.ssa Agr. Brigida Spataro

FONTI: <https://www.infodata.ilsole24ore.com/2018/11/26/vegani-carnivori-e-onnivori-i-trend-alimentari-spiegati-con-i-numeri/>

<https://www.proiezioniidiborsa.it/come-fare-soldi-nel-2020-boom-di-incassi-per-carne-vegetale-e-canapa/>

coldiretti.it

www.variantmarketresearch.com

FOTO:

https://www.google.it/search?q=carne+per+vegani&tbm=isch&ved=2ahUKEwj5rYbBxLnAhWRDFAKHQQAhsQ2-cCegQIABAA&oeq=carne+vegani&gs_l=img.1.0.0i7i30j0i7i5i30.353177.357407..360252...0.0.0.243.1715.1j10j2.....0....1..gws-wiz-img.lxUB9E_8ePE&ei=TsbPXvnOLZGZwAKEoljYAQ&bih=651&biw=1024#imgrc=yhJgAEfrjz7jzM

https://www.google.it/search?q=formaggi+vegani&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiK2Oe_xuLnAhVPi1wKHQmDBp8Q_AUoAnoECBIQBA&biw=1024&bih=651#imgrc=5o2EBWWcV5ZRgM&imgdii=_UwjWvSviiShnM