

Parla Salvatore Castiglione (Unionfood): il primario si attrezza al trend

Una nuova era agricola

Alimenti veg, un italiano su due li sperimenta

DI ANDREA SETTEFONTI

Nuove prospettive per l'agricoltura made in Italy arrivano dai prodotti alimentari a base vegetale. Il cibo *plant-based* è acquistato, quanto meno per un primo assaggio, da un italiano su due, mentre 4 italiani su 10 ne fanno consumo abituale, tanto da arrivare a 22 mln di consumatori. Partendo da questi numeri, contenuti nella prima ricerca realizzata in Italia sui prodotti *plant-based* condotta da BVA-Doxa per *Unione Italiana Food*, l'agricoltura italiana può pensare ad un nuovo filone. «Il nostro paese è attualmente produttore solo di alcuni ingredienti base, come la mandorla o il riso, mentre gli altri li deve necessariamente importarne dall'Europa e non solo. C'è quindi da riflettere sull'opportunità sia di incrementare la produzione di materie prime già esistenti come quella della mandorla, che potrebbe aumentare del 50%, sia di incrementare la tipologia di ingredienti prodotti», spiega a *ItaliaOggi* Salvatore Castiglione, presidente Gruppo prodotti a base vegetale di *Unione Italiana Food*: «Per molti ingredienti, tra cui la soia, possiamo, infatti, immaginare di arrivare quasi al 100%, con un ritorno importante per la nostra agricoltura. Inoltre, i prodotti finiti, trasformati a partire dalle stesse materie prime coltivate in Italia e consegnati al mercato

dall'industria, arricchirebbero di nuove categorie merceologiche il nostro made in Italy».

Si tratta, dunque, di un filone in grado di offrire opportunità alla filiera agroalimentare italiana. «Alla fine del 2020 il comparto dei *plant based* valeva 385 milioni di euro; è cresciuto esponenzialmente negli ultimi cinque anni, ogni anno a doppia cifra», dice Castiglione. E ancora: «Da qui ai prossimi cinque anni, le proiezioni dicono che possiamo aspettarci ancora un incremento del 20-25%. Vuol dire, quindi, che c'è un bacino importante di mercato tutto da conquistare».

Alla base dello sviluppo c'è l'innovazione, oltre al saper intercettare le esigenze dei consumatori. «Le aziende del comparto hanno saputo rispondere in maniera efficace alle nuove richieste che provengono direttamente dai consumatori, cioè avere accesso a prodotti buoni, salutari e sostenibili», chiosa l'esponente *Unionfood*. «L'offerta oggi è molto ampia, sul mercato sono presenti tantissimi prodotti che vengono scelti sia dai vegani o vegetariani, ma anche da chi vuole semplicemente variare le tipologie di consumo e dai cosiddetti *flexitari*».

Oltre a motivazioni etiche e salutistiche, i consumatori scelgono i *plant-based* anche per ragioni legate all'impatto ambientale del cibo.

— © Riproduzione riservata —



Salvatore Castiglione, presidente prodotti plant-based di Unionfood

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901

