

IL RAPPORTO DI GFI EUROPE

DS6901 DS6901

Alimenti a base vegetale,
vendite su del 7,6%,
spinta dalle private label

Più maturo e al contempo in grande evoluzione. Nel 2024 il mercato retail italiano degli alimenti a base vegetale ha raggiunto i 639 milioni di euro, segnando un +16,4% rispetto al 2022 e un +7,6% sul 2023. È quanto emerge dai dati della società di ricerche di mercato Circana, analizzati dal think tank no profit The Good Food Institute Europe nel rapporto “Approfondimenti sul mercato al dettaglio degli alimenti a base vegetale in Italia”, che il Sole 24 Ore può anticipare. I dati confermano che dopo la forte inflazione tra fine 2022 e inizio 2023 i prezzi si sono stabilizzati, in alcuni casi con lievi riduzioni: la crescita riflette quindi una domanda consolidata.

Nel report si analizzano cinque categorie: alternative vegetali a carne, bevande, formaggio, yogurt e panna. Le vendite per unità sono cresciute del 10% tra 2023 e 2024 e del 13,6% tra 2022 e 2024, raggiungendo 316 milioni di pezzi. Anche il volume è aumentato del 6,9% nel biennio, con un’accelerazione fra 2023 e 2024 (+6,5%).

Sostenuta la crescita dei prodotti a marchio del distributore: il loro volume di vendita è salito del 17,4% fra 2022 e 2024, mentre i prodotti di marca hanno registrato un leggero calo (-1,5%). «La tendenza riflette due dinamiche principali – spiega Francesca Gallelli, policy manager per l’Italia di GFI Europe – la maturazione del mercato, che spinge i retailer a investire in linee a marchio proprio, e la maggiore convenienza rispetto ai prodotti di marca, anche se gusto e qualità restano elementi imprescindibili». In alcune categorie infatti – alternative vegetali alla carne e formaggio in testa – fattori come il gusto o la consistenza fanno sì che il prezzo influisca meno sull’intenzione di acquisto. Molte aziende – dalla svizzera Planted alle italiane MartinoRossi, FelsineoVeg e Dreamfarm – stanno lavorando su questo punto, al contempo semplificando gli ingredienti e migliorando il profilo nutrizionale dei prodotti, anche grazie a tecniche come la fermentazione.

Entrando nel dettaglio dei vari segmenti, le bevande

vegetali rappresentano il 50,7% del valore totale plant-based nel 2024 e guidano il mercato. Hanno raggiunto l’11,5% del valore e l’8% del volume dell’intero comparto dei sostitutivi del latte. Al secondo posto, la carne a base vegetale ha rappresentato il 35,7% del mercato plant-based, con un +29,5% in valore fra 2022 e 2024. Tra 2023 e 2024 il segmento ha segnato un +14,7% nel fatturato e +16% a volume, mentre le vendite unitarie sono cresciute del 32,1% e il volume del 24,9% nel periodo 2022-2024. «Con politiche che incentivano filiere locali, il comparto plant-based può favorire un sistema alimentare più sostenibile e rafforzare la sovranità alimentare nazionale», aggiunge Gallelli. Ne è un esempio la goriziana Biolab, con un fatturato di 22 milioni nel 2024 (+175% sul 2020) realizzato per il 70% producendo per conto della grande distribuzione, anche lavorando a stretto contatto con gli agricoltori friulani. E non solo: a gennaio l’azienda ha rilevato e convertito un centro di affittamento di San Daniele, salvaguardando 32 posti di lavoro. Anche tofu, tempeh e seitan – meno processati rispetto ai piatti pronti e più economici, ma di più difficile approccio perché serve imparare a cucinarli per valorizzarli al meglio – hanno segnato un +72% in valore e +77% in volume fra 2022 e 2024, pur restando minoritari. Il formaggio a base vegetale, ancora di nicchia, ha raddoppiato il valore delle vendite e registrato +90% a volume dal 2022 al 2024.

Il dibattito sulla creazione dei prodotti a base vegetale è aperto: «In molti casi – conclude Gallelli – nelle alternative plant-based, una lavorazione industriale è fondamentale per ottenere sapore, texture e nutrienti comparabili a quelli della carne animale processata che intendono sostituire. Sebbene si tratti di alimenti processati, il profilo nutrizionale risulta spesso favorevole, come rilevato in una recente analisi della Physicians Association for Nutrition (PAN): alto contenuto proteico, presenza di fibre, basso contenuto di grassi saturi e zuccheri. La sfida non è eliminare la lavorazione, ma innovare in modo responsabile».

— Alexis Paparo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Valore delle vendite in Italia

Alimenti sostitutivi a base vegetale per categoria
In milioni di euro

	2024	VAR. % 23-24	VAR. % 22-24
Carne	228,0	14,7%	29,5%
Latte e bevande	323,6	2,7%	7,4%
Formaggio	22,0	44,6%	102,1%
Yogurt	58,3	2,3%	10,0%
Panna	6,7	-11,5%	-4,7%
Totale	638,6	7,6%	16,4%

Fonte: Gfi Europe

