



>300 mln €

mercato a valore
in Italia

5,9 mld €

mercato a valore
in Europa

79 mln €

piatti pronti veg
in Uht

Plant based

Tutti alla conquista dei flexitariani

Cresce l'interesse del settore verso l'ampia platea di consumatori dal regime alimentare flessibile, non solo vegan e vegetariani: a casa come al ristorante

📍 Raffaella Pozzetti

Nonostante il 2023 sia stato un anno complesso sul fronte dei consumi, caratterizzato da una generale contrazione dei volumi a seguito dell'aumento dei prezzi, **il mercato del plant based è riuscito comunque a portare a casa numeri consolidati.** "Il settore sta assumendo dimensioni sempre più importanti -conferma **Maria Giordano, chief marketing officer F.lli Polli-**. Solo in Italia conta oltre 300 milioni di euro e in Europa sfiora i 6 miliardi di euro".

Un trend positivo che si registra anche nelle diverse sotto-categorie, a partire da quella dei piatti pronti unici Uht, un comparto da 79 milioni di eu-

ro (all'interno del grande mercato dei piatti pronti uht) che nel 2023 ha continuato a crescere sia a valore (+19,3%) sia a volume (+11,4%) (Fonte: Valfrutta su dati Circana Liquid Data: Totale Italia I+s+lsp- anno terminante gennaio '24).

Bene anche il segmento della panna Uht a base vegetale, con un +1,9% a volume e un +15% a valore, con il settore della panna spray a base vegetale al +36,6% a volume, mentre la vegetale da montare per dolci realizza un +0,9% sempre in termini di pezzi venduti (fonte aziendale su dati Circana Tot italia+discount). A livello europeo, nonostante il calo complessivo del-

le visite nella ristorazione, il consumo di hamburger a base vegetale è incrementato di oltre il 90% negli ultimi 12 mesi fino ad agosto 2023, rispetto allo stesso periodo del 2019, e di oltre il 20% da inizio anno, rappresentando un quarto (25%) del contributo totale apportato all'aumento del consumo di hamburger.

Buoni riscontri arrivano al comparto dal segmento dei secondi freschi vegetali: "In particolare -spiega **Silvia Bollina, di Felsineo,** il segmento degli affettati vegetali, dove competiamo con FelsineoVeg, ha registrato sul totale anno una crescita a doppia cifra pari a +10% a volume e a valore".

a cura di Claudio Troiani
e Alessandra Bonaccorsi



CARMELA PERRINI
UFFICIO CATEGORY & PLAN
DI MAIORA
DESPAR CENTRO-SUD

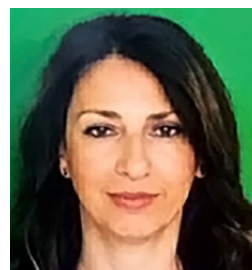
Parlando di trend, il mercato dei prodotti plant based registra tassi di crescita costanti la cui propulsione è dovuta soprattutto alla maggiore attenzione, a partire dal periodo pandemico, verso la propria salute e al rispetto dell'ambiente. Non si tratta, quindi, di una 'moda' ma di un nuovo stile di vita, motivo per cui l'offerta dei nostri punti di vendita si è arricchita, non limitandosi ad un assortimento di bevande sostitutive del latte (soia, avena, riso). **Sia all'interno del banco a libero servizio che nel reparto surgelati sono presenti primi piatti pronti, salumi vegetali e sostitutivi del formaggio.** I prodotti a base vegetale vengono esposti in uno spazio ad hoc negli spazi contigui ai relativi mercati, spazio che è proporzionale alla numerica delle referenze e ai volumi generati dai singoli segmenti. Si tratta chiaramente di prodotti di destinazione, fatta eccezione per le bevande sostitutive del latte che sono diventate ormai un vero e proprio acquisto di routine.

» Nel 2020 To.market (attivo in Lombardia) ha avviato il suo eCommerce con un'offerta in più categorie, in linea con quanto già presente nei propri punti di vendita. A distanza di quattro anni, l'insegna diversifica la sua offerta online concentrandosi sul **segmento plant based a cui dedica il servizio online Plant Based Lovers con un assortimento di prodotti tipici di questa categoria.**

L'eCommerce di prodotti plant based è rivolto a tutta la clientela vegana distribuita sul territorio italiano. Viene garantita una filiera sicura, dalla sede a casa del cliente, attraverso un regime di temperatura controllata. Il servizio di eCommerce verticale appena attivato **conta su un'offerta di 800 referenze plant based** e opera, in questa prima fase, in alcune tra le principali città italiane: Milano, Roma, Torino, Bologna, Padova, Monza e Brianza, con un sistema di consegna A per B, direttamente a domicilio.

★ *Non si può dire che gli aumenti di prezzo registrati negli ultimi anni non abbiano avuto alcun impatto su queste categorie, ma certamente più lievi rispetto a quelli registrati su altre. Il cliente li sceglie per motivi diversi dal prezzo*

MATTIA BALLABIO
AMMINISTRATORE
DELEGATO DI TO.MARKET



TANIA CICCIMARRA
DIRETTORE COMMERCIALE
CSETTE+7 (SELEX)

» Nei punti di vendita Csette+7 (Eurocissette srl), insegna presente nelle province di Bari e Brindisi con 11 punti di vendita al dettaglio e un cash and carry, la presenza

dei prodotti plant based varia a seconda dell'area e della metratura. In realtà come Cisternino e Locorotondo, l'assortimento è molto ampio e profondo. **Copriamo tutti i segmenti: yogurt vegetali, burger e polpette vegetali, bevande vegetali, gelati e surgelati vegetali, creme spalmabili vegetali.**

In altre piazze, invece, garantiamo la presenza solo dei segmenti più rappresentativi, come per esempio il burger o le bevande, senza però andare in profondità perché non necessario rispetto alla domanda della clientela locale.

In generale per quel che riguarda il fresco abbiamo fatto la scelta di dedicare uno spazio ad hoc, raggruppando tutti i prodotti presenti in assortimento in una vasca, per facilitare i clienti nella ricerca.

I prodotti ambient, come le bevande, sono invece inseriti nel contesto della categoria di appartenenza con una evidenziazione tramite stopper dedicato.

