



## INCHIESTA

Anche "Altroconsumo" conferma: dietro al bio solo speculazione

## OPINIONI

In deciso calo il mercato degli hamburger vegetali

## EPOCA

Anche i listini dei trattori d'epoca risentono di Covid-19

## MODELLISMO

Hachette ripropone "SuperLandini" in scala uno a 8

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - autorizzazione numero 30938 Periodico ROC, pubbl. mensile, data prima immissione 01/01/2022

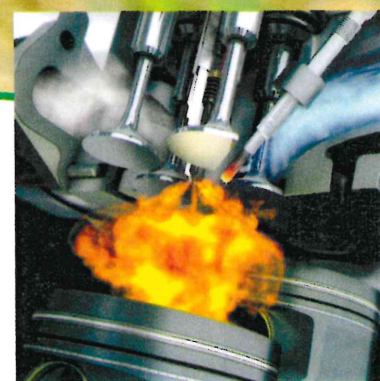


**RIMORCHI KRONE SERIE GX  
ACCOPIATA PERFETTA CON LE TRINCIA SERIE BIG X**



## NEW HOLLAND

Con "Straddle Tractor Concept" il design di Pinifarina entra nei vigneti di prestigio



## SPECIALE MOTORI

17 pagine di analisi e confronto delle più recenti novità di settore



# Il re è nudo

Calano prezzi e vendite delle cosiddette "carni vegetali". Nell'ultimo trimestre dello scorso anno negli Stati Uniti i dati di mercato danno per avviata la prima crisi di questi prodotti. Ottime notizie per gli allevatori

Le aziende produttrici di alimenti vegani hanno sempre cercato di imitare la carne. Gli "hamburger vegetali" sono arrivati nei supermercati italiani tre anni fa, ma prodotti simili come per esempio il "Seitan" si trovano da decenni nei negozi bio per soddisfare le richieste di una clientela di nicchia. Tra Seitan e i nuovi hamburger vegetali ci sono però sostanziali differenze. La prima è tecnologica. Seitan deriva da una lavorazione semplice della farina di frumento, mentre gli hamburger vegetali nascono da un complicato processo produttivo che unisce proteine vegetali, spezie e agenti emulsionanti e gelificanti. I due prodotti sono inoltre diversi nel gusto e nell'aspetto con gli hamburger vegetali che assomigliano alla carne vera e propria.

Da ciò derivano anche i loro diversi posizionamenti di mercato. Seitan si rivolge esclusivamente a vegetariani e vegani, persone che per motivi ideologici o etici hanno deciso di escludere del tutto la carne dalla loro dieta, mentre gli hamburger vegetali ambiscono a essere prodotti per consumatori "riduzionisti", persone che non vogliono rinunciare al gusto della carne, ma trovano giusto ridurne il consumo. Il risultato finale è che il mercato potenziale degli hamburger vegetali è molto più grande di quello del Seitan tant'è che secondo le più recenti stime anche nel più ottimistico dei casi accade che per ogni dieci vegetariani disposti ad acquistare Seitan farebbe eco una novantina di potenziali clienti delle carni vegetali. Non sono un caso quindi il successo dell'attuale leader di mercato, l'americana Beyond Meat, e l'entrata nel settore di nuovi grandi investitori che hanno invaso il mercato con prodotti rigorosamente pensati per essere

dei cloni della carne senza contenerne una minima parte. Tutto ha funzionato fino a poco tempo fa, con crescite delle vendite da record per tutto il 2020 e fino a circa metà 2021. Come tutti i prodotti alimentari, anche le carni vegetali hanno però un loro ciclo di vita, tant'è che dopo il lancio e la crescita esponenziale delle vendite i dati commerciali americani dell'ultimo trimestre indicano che il comparto è alle prese con il suo primo vero assestamento di mercato.

## È iniziata la fase di decrescita

Come sottolineato dal Jayson Lusk, economista della Purdue University che cura un proprio blog dedicato ai mercati agroalimentari, i dati dell'osservatorio internazionale Iri sull'ultimo trimestre segnalano una decrescita costante nei consumi di questa tipologia di prodotti, tanto che il Financial Times stima che il settore nel 2021 chiuderà

rispetto all'anno precedente nonostante i prezzi di vendita siano tutti aumentati nel corso del trimestre. In poche parole, in un contesto di forte aumento del prezzo della carne e di diminuzione dei prezzi delle carni vegetali, i consumatori sono tornati a guardare alle bistecche.

## Il successo spesso si lega alle mode

Perché questo stia accadendo non è facile dirsi, ma è ipotizzabile che alla base ci sia una disaffezione dei consumatori verso le carni vegetali dopo il loro boom dovuto a curiosità e moda. Ovviamente è troppo presto per dire se il "re è nudo" o meno, ma una cosa è certa: gli allevatori possono ricominciare a respirare sereni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ra con una perdita di circa il due per cento del volume venduto complessivo rispetto all'anno precedente.

Parallelamente alla domanda calante, è interessante notare che anche i prezzi di questi prodotti sono diminuiti, primo indice che il settore si trova in una situazione se non allarmante, quantomeno "critica". A ciò si aggiunge che nello stesso periodo la domanda americana di carni bovine, suine ed avicole è sempre stata più eleva-

Maggiori informazioni ai siti

<https://jaysonlusk.com/blog/2021/11/16/slump-in-sales-of-meat-alternatives>

<https://jaysonlusk.com/blog/2021/12/10/prices-expenditures-and-quantity-econ-101>

[https://amp-ft-com.cdn.ampproject.org/c/s/amp.ft.com/content/61e78273-2b3c-4bb6-b3f1-b01ef338a04d?fbclid=IwAR1-TajmracqKWq138nYqnS2\\_pPy1L65sfVM9Xw7-mRMYyjfKOhYwGCAxqM](https://amp-ft-com.cdn.ampproject.org/c/s/amp.ft.com/content/61e78273-2b3c-4bb6-b3f1-b01ef338a04d?fbclid=IwAR1-TajmracqKWq138nYqnS2_pPy1L65sfVM9Xw7-mRMYyjfKOhYwGCAxqM)

<https://indices.iriworldwide.com/covid19/?i=0>