

Analisi di una crescita

«Secondo una ricerca effettuata da Bloomberg – fa sapere **Dario Lavagna, plant based business unit manager di Atlante** – lo sviluppo del comparto proseguirà, a livello globale, passando dai 44 miliardi di dollari attuali ai 162 stimati per il 2030. Nel 2022 in Italia le vendite hanno superato i 628 milioni di euro con quasi la metà del carrello della spesa composto da bevande vegetali, che rappresentano il 46%, seguite dalle alternative alla carne cresciute a valore del 19%». «Da quanto emerge dai dati Nielsen Food week 52_2022, il mercato dei secondi vegetali ha chiuso il 2022 con risultati positivi – fanno sapere da **Amadori** – registrando un +5,4% a volume a fronte di un +9,8% a valore, a conferma che la categoria, che viene da anni di crescita a doppia cifra, mantiene la sua attrattività nonostante l'aumento dell'inflazione».

DM MAGAZINE 37



focus
DMM

LE NOVITÀ DI ATLANTE A MARCA 2023

Nel corso dell'ultima edizione di Marca, Atlante ha presentato due nuove referenze che si affiancano alla linea "Belli Freschi" lanciata nel 2022. «Si tratta di Zero Salmon di Plant Heroes – spiega Dario Lavagna - che nasce con l'ambizione di proporsi quale alternativa per i consumatori che non vogliono rinunciare al gusto e alla praticità di preparazione del classico filetto di salmone. La realizzazione del prodotto non provoca alcun danno all'ecosistema: la referenza replica l'aspetto e la consistenza del salmone ed è caratterizzata dai medesimi livelli nutrizionali, in quanto è ricca di Omega 3 ed è fonte di proteine, ferro e vitamina B12. L'altra novità è lo Chic Fillet, prodotto che ripropone il petto di pollo in chiave vegetale nel formato "simil scaloppina", ideale sia per la preparazione in padella in 5 minuti, sia per la realizzazione di insalate o piatti più complessi. Anche in questo caso il contenuto nutrizionale prevede proteine, ferro e vitamina B12».



Un'offerta variegata

Il successo del comparto spinge le aziende a differenziare l'offerta, così come emerge dallo scaffale oramai sempre più variegato. «Al banco si trova un'offerta caratterizzata da sempre maggiore varietà – continuano da Amadori – al fine di soddisfare le esigenze dei consumatori. Il focus principale dei player è il costante rinnovamento delle ricette alla ricerca di gusto e appetibilità migliori, al fine di rendere i prodotti plant based sempre più "mainstream". L'attenzione, infine, è focalizzata sulla lista degli ingredienti, molto accurata sul piano delle dichiarazioni nutrizionali». «Nel 2022 la continua crescita del mercato plant based, che ha assistito a un incremento del 18%



rispetto all'anno precedente – ribadisce **Edoardo Bruno, head of sales di Heura Foods Italia** – si è tradotta in una maggiore offerta al consumatore, sia in termini di brand che di stock keeping unit. Allo stesso tempo, guardando agli shopper, abbiamo assistito all'impennata di tutti i principali indicatori come la penetrazione, pari al +34%, la frequenza di acquisto, cresciuta del 5,6%, i volumi pro capite che si aggirano attorno ai 2,30kg/anno e la spesa media stimabile in 23€ l'anno. Tra i prodotti, i burger crescono del 56%, seguiti da panati con un +283%, dagli "straccetti" con un +55% e dal pesce che si impenna con un +900%».

DM MAGAZINE 39

PLANT HEROES

LA RIVOLUZIONE CONTINUA! SCOPRI I NUOVI PRODOTTI 100% VEGETALI

L'assortimento Plant Heroes si amplia con **due novità di prodotto** simil carne e pesce **altamente innovative** e ovviamente golosissime!



ZEROSALMON

La prima alternativa vegetale al filetto di salmone in Italia!



CHICFILLET

Gustosissime scaloppine vegetali estremamente versatili!



SITO E SOCIAL
DEDICATI

PLANTHEROES.IT



Atlante, lo specialista del plant-based

Atlante lavora da anni nel mondo del plant-based e ha sviluppato un vasto assortimento di alternative al latte e alla carne al passo con i trend di mercato e delle esigenze dei consumatori, realizzando progetti a marchio privato e con i propri brand.

ATLANTE
FOOD OF THE WORLD

www.atlantesrl.it