

Carne vegetale, Amadori conquista titolo e logo di 'prodotto dell'anno'

Il colosso romagnolo della carne bianca ritira il premio più ambito del settore food nella categoria 'carne vegetale'. È già tutta qui la notizia che riguarda l'ultimo traguardo conquistato da Amadori: a poco più di un anno dal lancio, la linea di secondi piatti vegetali 'Ama vivi e gusta' può fregiarsi del logo rosso 'Eletto prodotto dell'anno'. Secondo una ricerca di mercato, condotta dalla società Circana su un campione di 12.000 consumatori, l'innovativa gamma di prodotti *plant-based*, che ha segnato l'ingresso di Amadori nel mercato delle 'proteine verdi', è la preferita per il 2024 nella categoria carne vegetale. Una versione reinterpreta delle arcinote 'birbe', le cotolette e i burger, le polpettine: tutte le ricette sono a base di proteine di pisello e senza soia aggiunta.

«**Da protagonisti** delle proteine bianche, abbiamo accolto i bisogni di chi cerca l'alternanza delle fonti proteiche nella propria alimentazione – spiega Matteo Conti, direttore marketing del gruppo –. I consumatori evolvono e Amadori con loro». Un'evoluzione dai numeri senza dubbio allettanti: una recente indagine, condotta da Astraricerche e Unione italiana food, evidenzia che sono già 22 milioni gli italiani che consumano abitualmente prodotti a base di proteine vegetali. Nel 2023 la crescita dei consumi nella Gdo e fuori casa è stata del +2,8% rispetto al 2022 (anno in cui il giro d'affari ha raggiunto i 500 milioni in Italia). Il 25% degli italiani che non ha ancora provato questi prodotti afferma di poterlo fare in futuro e Bloomberg prevede un ulteriore sviluppo del business globale, stimando un passaggio dai 44 miliardi di dollari attuali ai 162 miliardi entro il 2030.

m.d.f.

