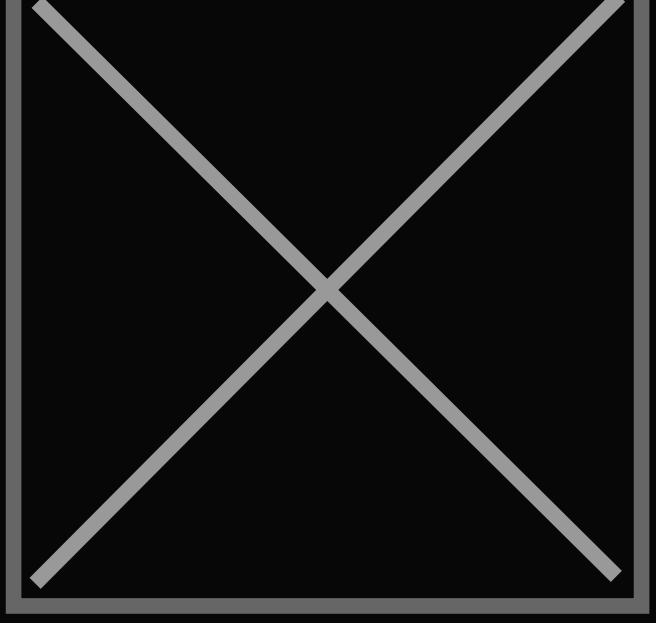
Tendenze alimentari, il 2022 guidato da sostenibilità ambientale

plant-based-protein-for-healthy-life-976678f8

Mentre il 2021 ha visto l'emergere di una “nuova normalità”, la pandemia di Covid-19 in corso continua ad avere un effetto sia sui consumatori che sull' industria alimentare. In particolare, ha lasciato un'impronta duratura sul comportamento dei consumatori in relazione alle scelte di cibo e bevande.

Non è un segreto che la pandemia abbia portato la **salute personale in cima alle priorità dei consumatori**, ma mentre il mondo continua ad adattarsi, stiamo assistendo a un ampliarsi delle prospettive e dei punti di vista. Secondo Innova Market Insights, la **salute del pianeta** è ora la principale preoccupazione globale per i consumatori, che si aspettano trasparenza e approcci a **rifiuti zero**.

Passando al 2022, Innova Market Insights ha evidenziato sia la salute sia la sostenibilità come fattori chiave per l'innovazione, con gli **alimenti a base vegetale** che stanno guadagnando slancio soprattutto nel mainstream, mentre si assiste a un’**evoluzione dell’offerta di mercato**, non più composta solamente da semplici sostituti dei prodotti di origine animale.



Le **mandorle della California** sono un ingrediente vegetale versatile, disponibile in 14 forme diverse che può aiutare l'innovazione. A questo si aggiunge il loro **ricco profilo nutrizionale**, che le rende ideali per rispondere alle tendenze dei consumatori nei riguardi della salute. Inoltre, vengono coltivate responsabilmente da agricoltori – il 90% dei quali gestisce aziende agricole familiari – che, in quasi 50 anni, hanno investito milioni di dollari nella ricerca di metodi di coltivazione in modi migliori, più sicuri e più sani.

Questo, secondo **Lu Ann Williams**, Global Insights Director di Innova Market Insights, significa che *“i produttori possono scegliere serenamente di utilizzare le mandorle per rispondere alla mutevole domanda dei consumatori, sapendo che rappresentano un ingrediente ideale, che risponde a diverse delle più importanti e diffuse tendenze che appaiono destinate a guidare l'innovazione dei prodotti alimentari quest'anno”.*

Harbinder Maan, Associate Director Trade Marketing & Stewardship presso l'Almond Board of California, aggiunge: *“Le mandorle sono un ingrediente utile nell'innovazione a base vegetale grazie al loro contenuto proteico e alla capacità di abbinarsi bene con altre proteine vegetali come legumi e lenticchie. Oltre ai loro 6 grammi di proteine vegetali per porzione da 30g, le mandorle sono anche utili per affrontare la sfida della consistenza e del sapore. L'ampio portafoglio di formati di mandorle - tra cui intere, affettate, a scaglie, latte, burro, farina, macinato e olio - significa che ci sono **infiniti modi** per gli sviluppatori di incorporare le mandorle nei prodotti, il che rende l'esplorazione delle opportunità a base vegetale davvero interessante”.*

Le principali previsioni di Innova Market Insights per il 2022

PLANT-BASED: LA BASE PER L'INNOVAZIONE

La crescita delle tendenze a base vegetale è stata tra le prime dieci individuate da Innova Market Insights negli ultimi anni e quest'anno si è ulteriormente consolidata nel mainstream. Con la sua evoluzione, gli **alimenti a base vegetale** ora non vogliono limitarsi a imitare **carne** e latticini, ma creare innovazione a sé stante e, secondo Innova Market Insights, possiamo aspettarci di vedere un importante cambiamento nel tipo di prodotti realizzati, con particolare attenzione al gusto e alla consistenza.

PIANETA CONDIVISO

Visto che la salute ambientale è uno dei due principali motivi per cui i consumatori considerano alternative a base vegetale , non sorprende che **la sostenibilità sia salita in cima alle tendenze** di Innova Market Insights per il 2022. Williams commenta: *"Le preoccupazioni riguardo al pianeta sono ora il principale problema globale per i consumatori, superando la salute personale. I consumatori sentono un senso di responsabilità congiunta con i brand per proteggere il pianeta e, sebbene possa non essere il principale motore di acquisto per tutti, potrebbe essere il fattore decisivo finale per molti"*. Costruire la fiducia attraverso la trasparenza è quindi vitale per i produttori affinché i loro prodotti superino la selezione attuata dai consumatori, che vogliono essere rassicurati sul fatto che le loro scelte alimentari abbiano un **impatto positivo sul clima**.

RITORNO ALLE ORIGINI

Innova Market Insights ha anche messo in evidenza come la funzionalità e la genuinità rappresentino due driver per l'innovazione nel 2022, poiché **i consumatori richiedono freschezza e sapore**, nonché sostanze nutritive da ciò che mangiano. Il cibo locale è solo uno dei tanti modi per raggiungere questo obiettivo, afferma Williams: *"I consumatori stanno apprezzando sempre più i benefici del cibo locale. Ma locale non deve necessariamente significare vicino a te; ci sono molti modi diversi per tornare alle radici, che si tratti di essere rispettosi delle comunità locali o di avere un prodotto che è naturalmente funzionale".*

Le mandorle sono un ingrediente naturale che può aiutare i produttori che desiderano introdurre claim funzionali. Maan sottolinea: *"Le credenziali clean-label delle mandorle le rendono adatte a tutta una serie di scelte dietetiche e di stile di vita, tra cui vegano e senza glutine. Le mandorle sono inoltre uno degli alimenti più studiati, con quasi 200 studi che dimostrano che possono supportare la salute del cuore, la gestione del diabete, la gestione del peso e la salute della pelle, per citarne alcuni, in modo che i produttori possano sentirsi rassicurati nel comunicare i loro benefici per la salute ai consumatori".*

*"Con le tendenze di Innova Market Insights in mente, ci sono molte opportunità per i produttori nel 2022. Poiché la domanda dei consumatori continua ad evolversi con **particolare attenzione agli***

***alimenti a base vegetale**, alla trasparenza e alla genuinità, ingredienti come le mandorle possono aggiungere valore per gli sviluppatori come ingrediente nutriente e coltivato in modo responsabile"* conclude Maan.