Bevande vegetali sotto pressione: cosa cambia davvero con la Legge 1519

Il mercato delle bevande vegetali, che in Italia vale circa 639 milioni di euro, si trova oggi a fare i conti con un nuovo perimetro normativo. Come racconta Comunicaffè, la Legge 1519 interviene su denominazioni, etichettatura e comunicazione, restringendo ulteriormente l'uso di termini tradizionalmente associati al latte. Il punto non è solo semantico. È industriale, commerciale e culturale. Perché limitare parole come "latte" o riferimenti impliciti alla sfera lattiero-casearia significa ridefinire il modo in cui questi prodotti vengono percepiti dal consumatore. E quindi acquistati.

Il tema, per il fuori casa, è ancora più delicato. Bar e caffetterie sono stati il primo vero terreno di legittimazione delle alternative vegetali: cappuccini con avena, soia o mandorla sono ormai uno standard. Una normativa più stringente rischia di creare frizioni tra linguaggio operativo e linguaggio legale. La sensazione è che il legislatore arrivi quando il mercato ha già deciso. E questo, storicamente, genera sempre un attrito: tra innovazione e regolazione, tra consumo reale e definizione normativa.