Scoppia la moda dei lupini: il boom del nuovo superfood vale 15 milioni di euro

Da legume povero della tradizione contadina a superfood per l'alimentazione sana contemporanea: i lupini vivono una seconda giovinezza spinta dall'interesse per le proteine vegetali e dalle scoperte sui benefici funzionali, come il senso di sazietà e il controllo del colesterolo. Il **Corriere** riprende i dati NIQ: il prodotto, arrivato solo di recente sugli scaffali della grande distribuzione dopo essere stato per decenni appannaggio di ambulanti e rivenditori di strada, vale già 15 milioni di euro di sell-out, con una crescita dell'8% nell'ultimo anno. A guidare il mercato è Madama Oliva, che con una quota del 19% a valore cresce del 10%, chiudendo il 2025 sopra i 55 milioni di euro di fatturato complessivo e oltre un milione di confezioni di lupini vendute. L'azienda punta sull'innovazione di prodotto, dai lupini sgusciati ai formati snack per il consumo fuori casa, oltre a lavorare per ampliare gli usi del legume anche in cucina. Il dato che vale la pena osservare per il fuori casa è il contrasto tra dimensione del mercato e velocità di crescita: un prodotto che vale ancora pochi milioni di euro ma cresce a doppia cifra per il player leader segnala un ingrediente ancora di nicchia nei menu di bar e locali, con margine concreto per chi lo introduce prima che diventi un claim scontato in carta.