Immagine che contiene testo, segnale

Descrizione generata automaticamente**Immagine che contiene testo

Descrizione generata automaticamente**

5 giugno: Giornata Mondiale Dell’ambiente

**“GENERAZIONE PLANT-BASED”: IL 75% DEGLI UNDER 35 CONSUMA PRODOTTI A BASE VEGETALE PERCHE’ SOSTENIBILI. OLTRE 6 SU 10 LI CONSIDERANO UN “AIUTO PER IL PIANETA”**

* *I plant-based sono ormai entrati nel cuore degli italiani, soprattutto dei più giovani, che li scelgono perché “amici dell’ambiente”. Secondo una survey AstraRicerche per il Gruppo Prodotti a base vegetale di Unione Italiana Food*, *gli under 35 li consumano abitualmente (oltre 2-3 volte a settimana), ritenendoli emblema di sostenibilità*
* *In generale, quasi 1 italiano su 2 (47%) pensa che i prodotti a base vegetale abbiano un'impronta ecologica tra le più basse del mondo alimentare e contribuiscano ad abbattere le emissioni di CO₂ e l’uso di suolo, acqua ed energia*
* *Per il sociologo Mauro Ferraresi: “L'attenzione crescente verso la salvaguardia del pianeta è un segnale evidente dell'impegno delle nuove generazioni nel promuovere uno stile di vita responsabile. Questo impegno si riflette nelle scelte di consumo, anche a tavola. Merito di una maggiore informazione sulle tematiche ambientali e dell’apertura all’innovazione e a seguire nuove tendenze, anche alimentari”*
* *Per la prof.ssa in Gestione Sostenibile di impresa Ludovica Principato: “In Italia, l'adozione di una dieta più ricca di alimenti di origine vegetale comporterebbe il dimezzamento delle emissioni di gas serra, una diminuzione fino al 40% della perdita di biodiversità e un risparmio di acqua pari a 3,6 milioni di piscine olimpiche. E i giovani dimostrano di avere grande sensibilità per questi argomenti”*

***5 giugno 2023*** – Il cambiamento climatico è sotto gli occhi di tutti e negli ultimi anni è cresciuta la consapevolezza del forte impatto ambientale dovuto anche alle nostre scelte alimentari, responsabili di quasi 1/3 delle emissioni di gas serra globali. Inserire **più alimenti vegetali nella propria alimentazione è una scelta che può fare la differenza,** anche nei confronti dell’ambiente. Lo hanno capito soprattutto **i giovani under 35**, che considerano la sostenibilità uno dei principali driver nelle loro scelte di acquisto e che, per questo, **consumano prodotti plant-based oltre 2-3 volte a settimana[[1]](#footnote-1).**

È quanto emerge dall’analisi messa a punto dal **Gruppo Prodotti a base vegetale di Unione Italiana Food**, la più grande Associazione di rappresentanza diretta di categorie merceologiche nel settore alimentare in Italia e in Europa, in occasione della **Giornata Mondiale dell’Ambiente** (5 giugno). Secondo una ricerca condotta da UIF con AstraRicerche[[2]](#footnote-2), **il 75% degli under 35 sceglie abitualmente prodotti a base vegetale** e li considera **sostenibili.** Per il **65%,** inoltre, i plant-based rappresentano un **fenomeno ben radicato nelle proprie abitudini alimentari** e non una semplice “moda” passeggera.

*“A tavola i plant-based possono aiutare a seguire una dieta sostenibile”,* dichiara **Salvatore Castiglione, Presidente Gruppo Prodotti a base vegetale di Unione Italiana Food**. *“Circa 1 italiano su 2 (47%)[[3]](#footnote-3) afferma di sapere che questi prodotti hanno un'impronta ecologica tra le più basse del mondo alimentare e il 46% aggiunge che richiedono un minore impiego di risorse naturali - come suolo, acqua ed energia - rispetto ad altri alimenti. Gli alimenti a base vegetale non solo offrono una scelta ecologicamente responsabile al consumatore, ma sono anche riconosciuti dagli italiani come una soluzione concreta per ridurre l'impatto ambientale legato al consumo (e alla produzione) di cibo”.*

Una consapevolezza diffusa soprattutto tra le **generazioni più giovani**, che in fatto di **scelte *green* a tavola**, sono i principali promotori. **Più di 7 giovani su 10 (73%)** dichiarano di **conoscere l’esatta composizione dei plant-based**, confermando di sapere che si tratta di prodotti realizzati con ingredienti esclusivamente di origine vegetale, senza alcun elemento di origine animale. 4 su 10 (40,4%) li scelgono per diversificare la propria dieta alimentare e **oltre 6 su 10** (66,5%) li considerano **un “aiuto per il Pianeta”.**

Affermazione che trova d’accordo **Ludovica Principato,** Professoressa Aggregata in Gestione Sostenibile di impresa, Università Roma Tre**: “***In Italia, l'adozione di una dieta 'flexitariana', che include una maggiore presenza di alimenti di origine vegetale come verdura, frutta, cereali integrali e legumi, avrebbe un impatto molto positivo sull'ambiente rispetto all'attuale dieta seguita nel nostro Paese. Ci consentirebbe, infatti, di:* ***dimezzare le emissioni di gas serra****, che diventerebbero equivalenti a 98Mt CO₂, anziché 187 (o addirittura a 77, nel caso dell’adozione di una dieta vegetariana); risparmiare una quantità di* ***acqua equivalente a 3,6 milioni di piscine olimpiche*** *(o a 4,4 sempre nel caso di una dieta vegetariana); ridurre* ***fino al******40% la perdita di biodiversità****”.*

L'attenzione crescente verso la salvaguardia del pianeta è un segnale evidente dell'impegno delle nuove generazioni nel **promuovere uno stile di vita responsabile***.* *“Questo impegno -* sostiene il **sociologo** **Mauro Ferraresi** - *si riflette anche nelle scelte di acquisto degli under 35, portando a notevoli cambiamenti nel contenuto del carrello della spesa. Le nuove generazioni sono sempre più consapevoli del legame tra le loro scelte alimentari e la salute del pianeta. Per questo, scelgono di consumare prodotti maggiormente ‘sostenibili’, come quelli a base vegetale”.*

Gli under 35 mostrano una **consapevolezza sulle tematiche ambientali molto più elevata** rispetto alla fascia di età più adulta. Questo dimostra che *“attraverso il linguaggio del cibo e grazie al lavoro di insegnanti ed educatori è possibile stimolare un approccio critico e proattivo e favorire un cambiamento duraturo nelle nuove generazioni per la diffusione di una cultura della sostenibilità incentrata su azioni sistemiche”.[[4]](#footnote-4)*

**ATTENTI ED INFORMATI, GLI UNDER 35 SONO IN PRIMA LINEA A DIFESA DELL’AMBIENTE**

Secondo i dati di un’indagine UIF- Gruppo Prodotti a base vegetale[[5]](#footnote-5), **il 66% degli under 35 dichiara di aver cambiato il proprio modo di mangiare negli ultimi 5 anni**. Tra le motivazioni principali che hanno guidato i cambiamenti a tavola c’è proprio **l’impatto ambientale del cibo.** Ma perché per i giovani la sostenibilità è un valore così importante, capace di guidare le scelte presenti e future?

*“Esiste una vasta letteratura in grado di dimostrare che gli under 35 sono i cittadini più attenti ad ambiente, economia circolare e sostenibilità”,* spiega **il sociologo Mauro Ferraresi.** “*Sono state effettuate numerose analisi psicografiche per comprendere quali siano i driver, le spinte emotive e le ragioni psicologiche che muovono gli under 35 verso il ‘green’, pure nel cibo. E la riposta va ricercata in un afflato ideale, una connessione con ‘Gaia’ (la madre Terra), di persone curiose, empatiche, attente al mondo che le circonda”*.

“*Il crescente interesse dei giovani per la sostenibilità e il suo impatto sulle scelte alimentari può essere attribuito a diversi fattori”,* continua **Ferraresi***. “In primo luogo, le nuove generazioni sono cresciute in un'epoca in cui le questioni ambientali e il cambiamento climatico hanno assunto una grande rilevanza, essendo oggetto di ampi dibattiti pubblici*. *Gli under 35 sono stati maggiormente esposti a informazioni riguardanti l'impatto ambientale della produzione del cibo, in termini di emissioni di gas serra e utilizzo delle risorse naturali. Sono, per questi motivi, anche più aperti all'innovazione e a seguire nuove tendenze, anche in ambito alimentare. I prodotti a base vegetale rappresentano, ad esempio, un'alternativa moderna e in linea con i valori di sostenibilità che essi abbracciano. La consapevolezza che i plant-based utilizzino ingredienti a basso impatto ambientale e richiedano meno risorse, come acqua e uso del suolo, per la loro produzione, contribuisce a rafforzare la loro percezione di sostenibilità”.*

Ed infatti, **più di 4 giovani su 10** (43,4%) ritengono che i plant-based siano sostenibili perché **realizzati con i vegetali, che sono amici dell’ambiente**. Il 36,3% li considera sostenibili anche perché usano **ingredienti con basso impatto ambientale** o perché **richiedono l’uso di poca acqua, contribuendo a ridurre le emissioni di CO₂** (22%)[[6]](#footnote-6).

**LE DIETE SOSTENIBILI SONO UN AIUTO PER PROTEGGERE IL PIANETA**

Ma sarà corretta la scelta dei consumatori under 35 di puntare su diete ricche di vegetali e sui prodotti plant-based, per salvaguardare l’ambiente? I dati confermano inequivocabilmente questa scelta: consumare **una porzione media di tofu** 1-2 volte a settimana contribuisce a immettere nell’atmosfera, annualmente, **“solo” 12 kg di CO₂**; **le bevande a base di mandorla**, **solo 10 kg;** quelle **a base di riso 18 kg.** Si tratta di quantitativi di gas serra decisamente inferiori rispetto a quelli immessi da altre tipologie di cibi, a conferma che anche le nostre scelte alimentari possono aiutare il Pianeta.

*“Se adottassimo a livello globale diete ad alto contenuto di alimenti vegetali* - conferma la **prof.ssa Principato** - *potremmo ridurre la perdita di biodiversità dal 5% fino al 46%.* *L'aumento del consumo di alimenti di origine vegetale rispetto agli alimenti di origine animale, consentirebbe inoltre una riduzione generale dell’uso di acqua fino all'8% in un paese come gli Stati Uniti e fino al 15% in Cina. Questo non vuol dire smettere di mangiare proteine animali o simili, ma solo lavorare su concetti di quantità e frequenza”.*

**Ufficio stampa Alimenti a base vegetale – UIF c/o INC-Istituto Nazionale per la Comunicazione**

Federica Aruanno – [f.aruanno@inc-comunicazione.it](mailto:f.aruanno@inc-comunicazione.it) – 344.3449685 // Elena Mastroieni - [e.mastroieni@inc-comunicazione.it](mailto:e.mastroieni@inc-comunicazione.it) – 334.6788706

1. Survey Bva-Doxa per Unione Italiana Food/Gruppo Prodotti a base vegetale, 2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. Survey AstraRicerche per Unione Italiana Food/Gruppo Prodotti a base vegetale, 2023. [↑](#footnote-ref-2)
3. Survey Bva-Doxa per Unione Italiana Food/Gruppo Prodotti a base vegetale, 2022. [↑](#footnote-ref-3)
4. Marta Antonelli, Elena Cadel, Sonia Massari, Verso il 2030. Educare alla cittadinanza attiva attraverso la sostenibilità alimentare e ambientale, in "Equilibri, Rivista per lo sviluppo sostenibile" 1/2020, pp. 98-104, doi: 10.1406/97540 [↑](#footnote-ref-4)
5. Survey Bva-Doxa per Unione Italiana Food/Gruppo Prodotti a base vegetale, 2022. [↑](#footnote-ref-5)
6. Survey AstraRicerche per Unione Italiana Food/Gruppo Prodotti a base vegetale, 2023. [↑](#footnote-ref-6)