



SOSTITUTI DELLA CARNE

Rapporto svizzero sui sostituti della carne, maggio 2021

Aumenta la domanda di sostituti della carne

Nel contesto del cambiamento climatico e della tendenza in materia di consumo verso un'alimentazione sempre più senza carne, negli ultimi anni si è affermata la vendita di sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero. Tuttavia, finora per il mercato elvetico non esisteva una panoramica completa a riguardo. Come è evoluta la domanda di sostituti della carne negli scorsi anni? Quale potenziale esiste per l'agricoltura e l'economia svizzere? Per rispondere a questi interrogativi, l'Ufficio federale dell'agricoltura ha analizzato il mercato dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero da diverse prospettive e di seguito pubblica il primo **Rapporto svizzero sui sostituti della carne**.

Finora la crescente importanza dei prodotti alternativi alla carne in Svizzera è stata descritta sulla base di sondaggi ad hoc o mediante approcci qualitativi (p.es. [GDI 2019](#); [SwissVeg, 2020](#)). Altre indagini su questo argomento si sono concentrate su singole aziende ([Coop 2021](#)). Un'analisi quantitativa, basata sui dati disponibili concernenti l'evoluzione del mercato dei sostituti della carne, ad oggi non esisteva. Con il presente studio s'intende colmare tale lacuna. Avvalendosi dei più recenti dati commerciali e sul panel dei consumatori di Nielsen Svizzera, il Settore Analisi del mercato dell'Ufficio federale dell'agricoltura ha redatto il presente rapporto che persegue tre obiettivi:

1. illustrare in termini quantitativi gli andamenti del mercato della carne e dei sostituti della carne e quindi creare una maggiore comprensione del mercato;
2. incrementare la trasparenza nei mercati alimentari in profondo mutamento;

3. illustrare possibili potenziali per l'agricoltura svizzera di produrre proteine vegetali destinate all'alimentazione umana.

Contenuto dello studio

Lo studio approfondisce gli andamenti dei mercati dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero dal 2016 al 2020. La categoria dei sostituti della carne è dapprima collocata nel contesto dell'evoluzione della domanda di carne al fine di illustrare le proporzioni e quindi l'attuale importanza della carne e dei sostituti della carne (cfr. grafico). Vengono analizzati in particolare gli andamenti delle vendite, della cifra d'affari,

ACCESSO DIRETTO

L'indice è disponibile a [pagina 3](#)

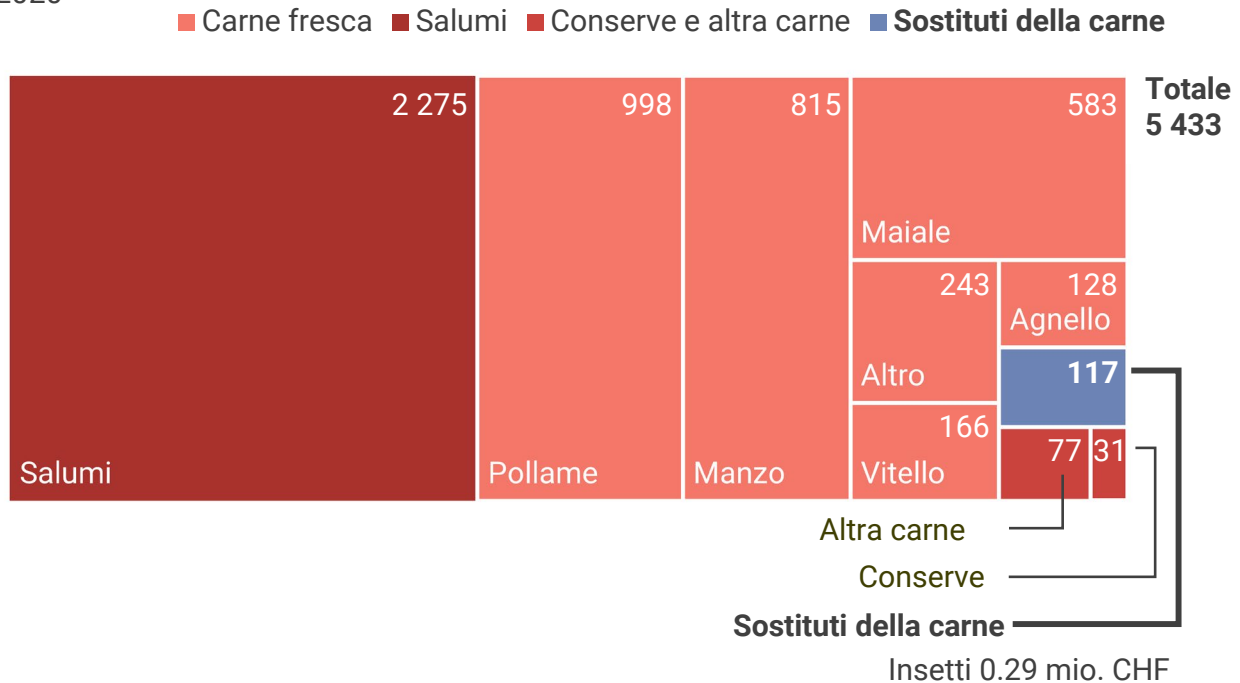
La sintesi è disponibile a [pagina 4](#)

L'analisi del mercato è disponibile a partire da [pagina 8](#)

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari di prodotti carnei e sostituti della carne

Cifra d'affari in mio. CHF
2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

del prezzo e della quota di mercato nel complesso nonché per diversi gruppi di prodotti. Per quanto concerne i sostituti della carne vengono esaminati nel dettaglio i tre gruppi di prodotti «Tofu/tempeh/seitan», «Vegi Convenience» e «Meat Analog», utilizzando il panel combinato del commercio al dettaglio e dei consumatori di Nielsen. Inoltre, sulla base del panel dei consumatori si considera il comportamento in materia di acquisti delle economie domestiche in riferimento ai sostituti della carne e rispetto alla carne in funzione di caratteristiche socio-demografiche. La parte dedicata all'analisi si conclude con un confronto tra gli importi spesi in diversi Paesi per l'acquisto di sostituti della carne. A tal fine, oltre ai dati Nielsen della Svizzera, sono stati considerati anche dati sul mercato di Nielsen MarketTrack ed Eurostat. Una panoramica sui possibili andamenti futuri per i sostituti della carne a livello globale nonché una valutazione di questa tendenza della domanda per l'agricoltura

svizzera concludono lo studio. Per l'indice dello studio v. [pag. 3](#).

Commercio al dettaglio vs. mercato generale

Attualmente l'andamento del mercato dei sostituti della carne è dettato essenzialmente dal commercio al dettaglio, ragion per cui il presente studio si concentra su tale segmento centrale per lo smercio. Non si entra invece nel merito del consumo fuori casa di sostituti della carne poiché ha tuttora una valenza minore rispetto al commercio al dettaglio per quanto concerne l'andamento generale del mercato in relazione a questa categoria di prodotti.

Informazioni complementari e dati dell'analisi

In diverse infobox vengono spiegati o definiti concetti fondamentali, fornite maggiori informa-



zioni sul metodo di analisi o approfonditi temi supplementari.

I vari grafici contenuti nel rapporto, i dati utilizzati per elaborarli nonché ulteriori informazioni possono essere visualizzati in un documento Excel separato, come file xlsx, sulla pagina Internet dell'Ufficio federale dell'agricoltura ([tabelle di accompagnamento al rapporto](#)).

Come introduzione allo studio, da [pag. 5](#) vengono illustrate brevemente le attuali tendenze in materia di consumo significative nel contesto della domanda di carne e sostituti della carne.

PROPOSTA DI CITAZIONE

Ufficio federale dell'agricoltura, Settore Analisi del mercato (2021): Rapporto sul mercato svizzero dei sostituti della carne.

INDICE

Contenuto dello studio	1	Un burger su sei è di origine vegetale	17
Commercio al dettaglio vs. mercato gene-rale	2	Forte crescita delle quote di cifra d'affari	18
Informazioni complementari e dati dell'analisi	2	Il lancio di nuovi prodotti determina l'andamento dei prezzi.....	18
Tendenze attuali in materia di consumo	5	Calo della differenza di prezzo rispetto alla carne	19
Oggi molti fattori determinano le nostre decisioni in materia di consumo.....	5	Avanzata dei discount.....	20
Sostituti della carne come tendenza sociale e mercato in crescita.....	5	I discount puntano su Meat Analog, il commercio specializzato sulla sottocategoria del tofu.....	21
Analisi del mercato	8	Le economie domestiche acquistano sempre più frequentemente sostituti della carne	22
Sostituti della carne, oggi una nicchia	8	Le famiglie giovani, benestanti della Svizzera tedesca amano i sostituti della carne	23
Forte crescita dei sostituti della carne	9	Differenze a livello di economia domestica	25
Situazione particolare per la domanda nel commercio al dettaglio nel 2020	10	La GB è il principale mercato per i sostituti della carne in Europa.....	27
Aumento delle vendite del 49 per cento nel 2020	11	In Svizzera si pagano i prezzi maggiori per i sostituti della carne.....	29
Cifra d'affari record per i sostituti della carne nel 2020.....	13	Prospettiva: gli studi prevedono una forte crescita a livello mondiale.....	29
Crescita costante dell'assortimento dei sostituti della carne.....	13	L'agricoltura svizzera al momento non trae beneficio dalla crescita dei sostituti della carne ..	31
Dominano i sostituti della carne tradizionali	14		
Il burger è il gruppo di prodotti che cresce più rapidamente.....	15		



SINTESI

- Le fonti proteiche alternative sotto forma di sostituti della carne rivestono un'importanza sempre maggiore nell'alimentazione umana alla luce del dibattito sociale sul cambiamento climatico e della produzione di generi alimentari di origine animale. Con il presente rapporto per la prima volta in Svizzera si analizza da un profilo globale **l'andamento del mercato dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero**.
- Negli ultimi cinque anni la **domanda di sostituti della carne è fortemente aumentata**. Nel 2020, anche per effetto della pandemia, il commercio al dettaglio svizzero ha conseguito una **cifra d'affari di 117 milioni di franchi** con i sostituti della carne, rispetto ai 60 milioni di franchi nel 2016. Con un tasso di crescita medio annuo del 18,4 per cento, la cifra d'affari è quindi praticamente raddoppiata. Rispetto alla carne, i sostituti della carne restano però un mercato di nicchia, con una quota di mercato del 2,3 per cento nel commercio al dettaglio.
- I maggiori tassi di crescita si rilevano per i cosiddetti **prodotti Meat Analog**, con i quali si intendono i prodotti simili nell'aspetto e nel sapore alla carne. Questa sottocategoria, oltre a «Tofu/tempeh/seitan» e «Vegi Convenience», rappresenta nel frattempo **oltre il 60 per cento della cifra d'affari** totale dei sostituti della carne.
- Negli scorsi cinque anni **il numero dei prodotti introdotti** nel commercio al dettaglio per le sottocategorie «Meat Analog» e «Vegi Convenience» **è più che raddoppiato**. Si è trattato per lo più di burger, affettati o carne ricostituita come cotolette e nuggets.
- I burger vegetali sono particolarmente richiesti; **attualmente un burger su sei venduti nel commercio al dettaglio è di origine vegetale**. In tutto l'assortimento dei sostituti della carne la sottocategoria «Tofu / tempeh / seitan», con 22.2 milioni di franchi, è tuttora il gruppo di prodotti con la cifra d'affari maggiore.
- In media i consumatori in Svizzera nel 2020 hanno pagato un prezzo (calcolato come unit value) pari a 20.53 franchi il chilogrammo se si considerano tutte le categorie di sostituti della carne. Esso si situa del 5,1 per cento al di sotto del livello di tutti i prodotti carnei. Nel confronto diretto tra singoli gruppi di prodotti, i sostituti della carne sono invece decisamente più cari dei prodotti carnei. I burger vegetali, ad esempio, in media costano il 42 per cento in più rispetto a quelli a base di carne, per lo sminuzzato la differenza si attesta al 16 per cento. Dal 2016 è in atto un progressivo **allineamento dei prezzi tra la carne e i sostituti della carne**; questi ultimi sono infatti diventati più convenienti.
- Con una quota di mercato del 90 per cento, il **commercio al dettaglio classico è il canale di vendita principale** dei sostituti della carne. La crescita della cifra d'affari più netta negli ultimi cinque anni è stata tuttavia registrata dai discount, con un tasso di crescita annuo di oltre il 60 per cento. La maggior parte della cifra d'affari è stata conseguita con i prodotti Meat Analog.
- L'acquisto di sostituti della carne da parte delle economie domestiche private è **fortemente influenzato dalle caratteristiche sociodemografiche dell'economia domestica**. La domanda di sostituti della carne è notevolmente maggiore nelle famiglie con al massimo 2 figli, nella Svizzera tedesca, in quelle dove l'età del capofamiglia è inferiore a 50 anni nonché in quelle in regioni urbane e nella fascia di reddito alta. La domanda di sostituti della carne è inferiore, invece, nelle regioni rurali, nella Svizzera occidentale e nella fascia di reddito bassa.
- Con una cifra d'affari che si aggira attorno al mezzo miliardo di euro, il Regno Unito è il mercato più significativo a livello europeo per i sostituti della carne. La **Svizzera, nel confronto europeo, segna la spesa pro capite più alta** per i sostituti della carne, pari a 11.50 euro. Il livello elevato della spesa è riconducibile essenzialmente al fatto che il valore di vendita per chilogrammo è superiore in media di circa 8 euro (19.0 vs. 11.1 euro/kg; +71,8 %). Se si mettono a confronto i volumi d'acquisto, i Paesi Bassi e il Regno Unito superano la Svizzera, segnando ciascuno un valore di 0.86 chilogrammi pro capite.
- Stando a diversi studi, nei prossimi 5-20 anni si continuerà a registrare una **tendenza positiva costante per i sostituti della carne**. Oltre ai gruppi di prodotti già disponibili, in futuro ve ne saranno altri commercialmente maturi, ad esempio la «cultured meat» o «carne sintetica», che potranno imporsi sul mercato.
- Anche per **l'agricoltura svizzera** il mercato dei sostituti della carne presenta un **notevole potenziale**, in particolare per quanto riguarda la produzione di materie prime vegetali. Questo potenziale finora **è rima-**

Tendenze attuali in materia di consumo

Oggi molti fattori determinano le nostre decisioni in materia di consumo

Le esigenze dei consumatori nei Paesi industrializzati sono sempre più individualistiche e quindi anche più eterogenee. Nell'evoluzione della società si osserva un cambiamento di valori; si è infatti passati da valori come il senso del dovere o l'accettazione a valori di autorealizzazione (Klages & Gensicke, 2002). In primo piano non ci sono più le esigenze fisiologiche primarie dell'uomo, come placare la fame o la sete, ma piuttosto il bisogno di autodeterminazione.

A quelle che un tempo erano importanti esigenze da soddisfare è subentrato il bisogno di realizzazione personale. Oggigiorno ciò che mangiamo dipende da una varietà di criteri. Le esigenze in materia di consumo sono molto più variegata rispetto al passato e sommariamente si suddividono in tre livelli (Dürnberger, 2020):

- **livello I:** assimilazione di energia, prezzo, salute, sapore, quantità;
- **livello II:** abitudine, status, genuinità, appagamento, convenienza;
- **livello III:** aspetti ecologici, sociali ed etici (clima, commercio equo, benessere degli animali).

L'importanza dei singoli criteri nel corso del tempo è cambiata. Con il boom economico, dall'inizio degli anni '60 nel mondo industrializzato occidentale la mera esigenza di placare la fame ha ceduto sempre più terreno al bisogno di salute, convenienza e piacere nonché a uno stile di vita rispettoso delle risorse naturali (Siegrist, 2005). A ciò sono sempre più correlati aspetti come la tracciabilità dei prodotti dal piatto ai produttori, l'insofferenza nei confronti di qualsiasi tipo di residui (ormoni, antibiotici, prodotti fitosanitari), l'allevamento rispettoso degli animali, ma anche la preparazione rapida di un pasto o l'arricchimento dei prodotti con

additivi dagli effetti benefici per la salute. Nell'ultimo ventennio anche aspetti quali il cambiamento climatico, l'utilizzo parsimonioso di risorse limitate come l'acqua, il suolo e la biodiversità, nonché il commercio equo, sono diventati sempre più importanti per ampie fasce di consumatori (Bolliger, 2012). Infine, nell'era dei social media il cibo, l'alimentazione e la cucina sono assurti a stile di vita (GDI, 2019).

Sostituti della carne come tendenza sociale e mercato in crescita

In questo variegato contesto, da circa dieci anni è in atto un dibattito sociale sul consumo di carne. In particolare la produzione intensiva di alimenti di origine animale e le sue ripercussioni negative sull'ambiente, sul clima nonché sull'allevamento degli animali sono messe in discussione da una parte della società e hanno favorito nuove forme di alimentazione come la dieta vegetariana, vegana o flexetariana, che prevedono la totale o parziale rinuncia al consumo di prodotti animali o di carne (spiegazioni sulle forme di alimentazione sono disponibili a [pag. 6](#)).

Il commercio e l'industria alimentare in Svizzera e all'estero nel frattempo hanno recepito queste esigenze sociali e da alcuni anni investono parecchio nello sviluppo di sostituti della carne (GDI, 2017). Le alternative su base vegetale affermatesi sul mercato sono numerose e in costante crescita. I prodotti derivanti da carne ottenuta in vitro, invece, non sono ancora pronti per essere lanciati sul mercato. Tuttavia, anche in questo settore la ricerca e gli investimenti si sono intensificati.

I sostituti della carne sono diventati una tendenza sociale. Come è evoluto questo mercato dei sostituti della carne negli ultimi anni nel nostro Paese e come s'inserisce tale sviluppo nel contesto del mercato della carne? L'analisi del mercato disponibile da [pagina 8](#) risponde a questi e ad altri interrogativi.

A [pagina 7](#) si definisce il concetto di sostituto della carne in relazione al presente studio. Le



spiegazioni sui dati utilizzati nell'analisi sono disponibili a [pagina 32](#).

FORME DI ALIMENTAZIONE CON RINUNCIA ALLA CARNE

Ci sono svariati motivi e diversi modi per ridurre il consumo di carne e di prodotti animali o per rinunciarvi completamente. Per quanto riguarda il consumo di carne e di prodotti animali, si distinguono diverse forme di alimentazione.

Dieta vegetariana / vegana

I vegetariani rinunciano consapevolmente al consumo di prodotti derivanti da animali abbattuti, come carne e pesce.

I vegani rinunciano a qualsiasi consumo di prodotti animali, inclusi quelli di animali vivi come uova, latte e miele. Le motivazioni all'origine della scelta di queste forme di alimentazione sono molteplici. Tra queste rientrano motivi ecologici, etici in riferimento all'allevamento degli animali nell'agricoltura nonché aspetti salutari e spirituali. Con una lieve tendenza al rialzo, SwissVeg stima la quota dei vegetariani e vegani nella popolazione svizzera a circa il 5 per cento ([SwissVeg 2020](#)).

Dieta flexetariana

Nella rinuncia alla carne i cosiddetti flexetariani sono meno intransigenti. Sono una categoria di consumatori in crescita che mangiano volentieri la carne, ma ne riducono consapevolmente il consumo, senza tuttavia privarsi del piacere di gustarla. Questa scelta è dettata da molteplici motivi, tra cui rientrano le riflessioni sulle ripercussioni della produzione animale sul cambiamento climatico, il benessere degli animali da reddito agricoli nonché la propria salute. Secondo SwissVeg, circa il 20 per cento della popolazione svizzera può essere classificata come flexetariana (stato 2020).

Per i flexetariani il piacere è l'aspetto prioritario. A questa esigenza possono rispondere in particolare le imitazioni della carne (prodotti il cui obiettivo è riprodurre la consistenza, il sapore, il tenore di proteine e l'aspetto della carne).

DEFINIZIONE DI SOSTITUTO DELLA CARNE NELL'ANALISI

Nel concetto «sostituto della carne» rientra un gran numero di prodotti. In generale l'espressione «sostituto della carne» comprende, in linea di principio, tutti i prodotti che mirano a sostituire la carne e le sue molteplici caratteristiche (dal profilo della consistenza e del gusto, come fonte proteica o come componente fissa delle abitudini alimentari quotidiane). Per il presente studio, ai fini di una migliore interpretazione e classificazione dei risultati dell'analisi, occorre precisare cosa si intende per «sostituto della carne». La definizione qui utilizzata si fonda sulla base dei dati di Nielsen Svizzera ed è stata elaborata d'intesa con Proviande e con l'Ufficio federale dell'agricoltura. Il concetto «sostituto della carne» qui utilizzato comprende tre sottocategorie: «Tofu/tempeh/seitan», «Vegi Convenience» e «Meat Analog»

Tofu/tempeh/seitan

Il **tofu** è un classico sostituto della carne. È ottenuto prevalentemente da latte di soia disidratato e ha un elevato tenore di proteine. Anche il **tempeh** è prodotto a partire dalla soia, tuttavia le fave di soia intere vengono sottoposte a un processo di fermentazione che prevede l'utilizzo di muffe e trasformate in una massa compatta. Il **seitan** è un prodotto derivato dalle proteine del frumento (glutine), stufato sotto forma di miscela di proteine e acqua.

Vegi Convenience

Nel convenienze vegetariano e vegano rientrano prodotti trasformati che, in linea di principio, si caratterizzano per la componente vegetale e non principalmente per le proteine vegetali. Nel menu sostituiscono spesso la carne, ma si contraddistinguono per le loro caratteristiche organolettiche. I falafel, ad esempio, rientrano in questa categoria. Questi prodotti contengono talvolta anche componenti di tofu, ma sono decisamente più trasformati.

Meat Analog

I prodotti della categoria «Meat Analog» si contraddistinguono innanzitutto per il gusto, la consistenza, l'aspetto e il tenore di proteine. Questi prodotti sono imitazioni della carne e pertanto si rivolgono principalmente ai consumatori che in linea di principio mangiano volentieri la carne, ma sono aperti ad alternative. Pertanto anche i nomi dei prodotti si rifanno ai prodotti carnei originali («burger», «nuggets», «affettati», «chicken/pork», «meat» ecc.)

Cultured Meat/carne in vitro/carne prodotta in laboratorio

La carne ottenuta in vitro si caratterizza per il modo con cui è prodotta e non è a base vegetale, ma «allevata» sinteticamente in un ambiente sterile. Da qui ne consegue la nota espressione colloquiale «carne prodotta in laboratorio». Per produrre carne in vitro sono necessarie cellule staminali di animali, ma non i loro tessuti muscolari. Al momento della pubblicazione del presente studio non esistevano ancora prodotti pronti per il mercato derivanti da carne ottenuta in vitro. Pertanto questa categoria **non ha alcuna rilevanza** nell'analisi sull'attuale andamento del mercato in Svizzera.

Non sono considerati in questa definizione i prodotti trasformati pronti sostitutivi della carne per i quali la quota di carne nel prodotto standard non è significativa in termini quantitativi, come per esempio le lasagne vegetariane, il döner pronto, la pizza vegetariana, eccetera. Sono altresì escluse dalla presente definizione e dall'analisi le categorie di prodotti a sé stanti come uova, formaggio, pesce, piselli/lenticchie fresche e conservate, eccetera, che potenzialmente possono fungere da sostituti delle proteine della carne, ma tradizionalmente rientrano in un segmento proprio.

I sostituti della carne **non devono essere necessariamente solo di origine vegetale**. Sporadicamente oltre a componenti vegetali, nella produzione sono utilizzate anche componenti a base di uova e proteine del latte. La maggior parte dei gruppi di prodotti considerati nei dati analizzati si basa tuttavia su materie prime vegetali o funghi per cui nel linguaggio comune in generale si parla di sostituti vegetali.



Analisi del mercato

Sostituti della carne, oggi una nicchia

Secondo la valutazione del panel combinato del commercio al dettaglio e dei consumatori di Nielsen Svizzera, la cifra d'affari totale dei prodotti carnei e dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero lo scorso anno si è attestata a 5.43 miliardi di franchi. La carne fresca, con 2.93 miliardi di franchi, e i prodotti di salumeria, con 2.27 miliardi di franchi, generano oltre il 95 per cento dell'intera cifra d'affari. Se i prodotti di salumeria non possono essere inequivocabilmente attribuiti a una categoria animale (molti prodotti carnei trasformati sono infatti composti da carne di diverse specie animali), per la carne fresca la valenza di ogni specie animale è chiaramente quantificabile.

La carne di pollame (per lo più pollo e tacchino), con una cifra d'affari di quasi 1 miliardo di

MERCATO DELLA CARNE

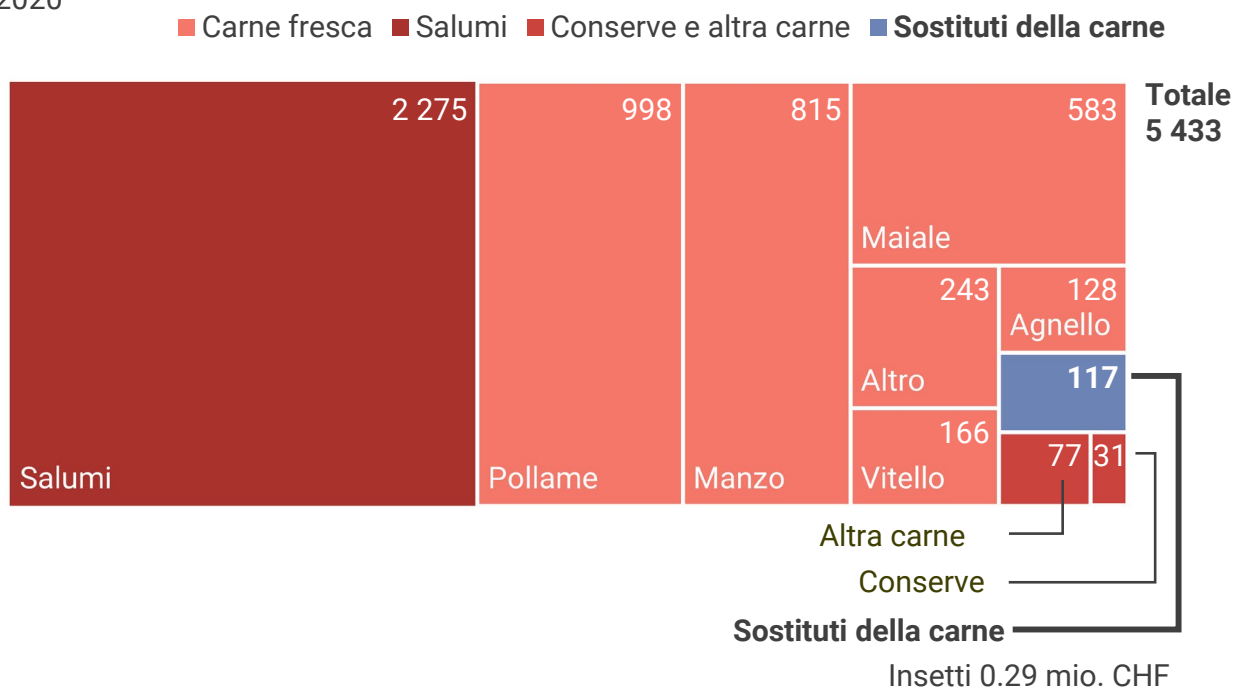
Maggiori informazioni sul mercato della carne nel commercio al dettaglio svizzero sono fornite dall'Ufficio federale dell'agricoltura nel [Rapporto sul mercato della carne di febbraio 2021](#).

franchi, è la categoria di prodotti più venduta nel comparto della carne fresca. In sostanza ciò è riconducibile alle elevate vendite di petto di pollo e al successo dell'asporto di polli interi o a metà. Per la carne di manzo, seconda categoria in ordine d'importanza, sono soprattutto le vendite di carne macinata, bistecca/scaloppina e tagli pregiati che determinano la quota di cifra d'affari di 815 milioni di franchi. La carne di suino, la specie animale più significativa nel mercato della carne svizzera, con 583 milioni di franchi occupa solo il terzo posto tra la carne fresca, anche se la costoletta, il filetto, la lonza, la fettina e l'arrosto sono molto apprezzati. La carne di

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari di prodotti carnei e sostituti della carne

Cifra d'affari in mio. CHF
2020



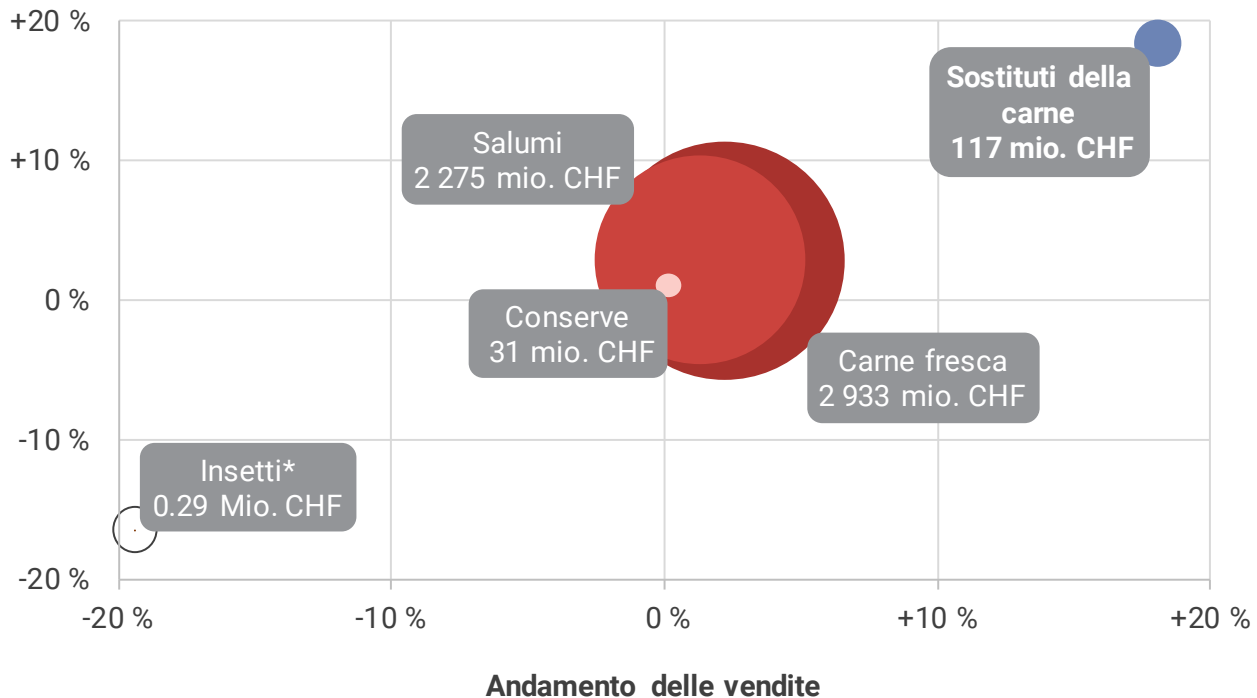
Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Andamento delle vendite e della cifra d'affari di prodotti carnei e sostituti della carne

Vendite 2020 in mio. (dimensione della bolla), crescita della cifra d'affari in %, crescita delle vendite in % 2016..2020 (tassi di crescita annui medi)

Andamento della cifra d'affari



* Andamento annuo delle vendite e della cifra d'affari 2018-2020

Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

suino è però anche la componente fondamentale di svariati prodotti di salumeria (salsicce, pancetta e prosciutto). La carne di vitello (166 mio. fr.) e quella di agnello (128 mio. fr.) hanno un'elevata importanza stagionale, ad esempio a Pasqua o nel periodo natalizio. Le conserve di carne presentano la cifra d'affari più bassa (31 mio. fr.). Rispetto alle cifre d'affari delle diverse categorie di carne, i sostituti della carne, con 117 milioni di franchi, occupano una posizione di nicchia. Lo scorso anno la loro quota di mercato in termini di cifra d'affari si è attestata al 2,2 per cento.

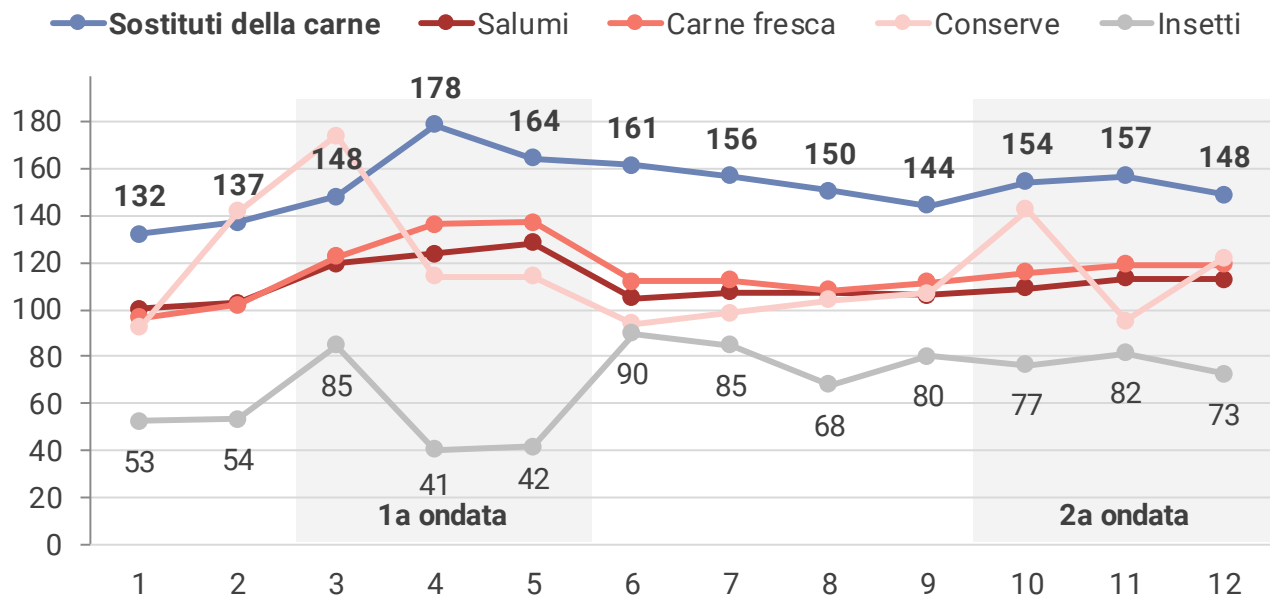
Forte crescita dei sostituti della carne

Anche se i sostituti della carne rappresentano tuttora un mercato di nicchia, negli scorsi anni questo comparto ha segnato una forte crescita. Dal 2016 al 2020 le vendite di sostituti della carne sono aumentate ogni anno in media del 18,1 per cento e le cifre d'affari sono salite addirittura del 18,4 per cento. Nello stesso periodo il mercato della carne (carne fresca, prodotti di salumeria, conserve e insetti) nel commercio al dettaglio ha registrato una crescita annua delle vendite e della cifra d'affari rispettivamente del 2,0 e del 3,0 per cento. I prodotti a base di insetti,

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifre d'affari mensili nell'anno della pandemia rispetto allo stesso mese dell'anno precedente

Cifre d'affari come valori indice (100 $\hat{=}$ valore mensile 2019) 2020 (valori mensili)



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

già poco dopo l'introduzione sul mercato nel 2017, hanno segnato un forte calo della cifra d'affari (cfr. [infobox sugli insetti a pag. 13](#)).

Prima del 2020 le vendite e le cifre d'affari dei prodotti carnei erano invece leggermente in calo.

Situazione particolare per la domanda nel commercio al dettaglio nel 2020

Le misure disposte dalle autorità per la lotta alla pandemia di Covid-19, in particolare la temporanea chiusura dei ristoranti nonché la limitazione del traffico frontaliero, hanno determinato una forte crescita della domanda di carne nel commercio al dettaglio. Nel complesso, il commercio al dettaglio svizzero ha segnato cifre d'affari da record nello smercio di alimenti, bevande incluse. Rispetto all'anno precedente, la cifra d'affari è aumentata dell'11,3 per cento attestandosi a 29.9 miliardi di franchi (UFAG, 2021c). Per la carne e i prodotti carnei la

cifra d'affari ha segnato un incremento del 14,0 per cento. Una parte della crescita del mercato dei sostituti della carne nel 2020 è riconducibile anche alla situazione straordinaria venutasi a creare a causa della pandemia.

A Dal grafico in alto sugli andamenti mensili delle cifre d'affari di prodotti carnei e sostituti della carne si evince chiaramente che la domanda di sostituti della carne era aumentata fortemente già prima della pandemia e che durante la crisi si è ulteriormente rafforzata. Le cifre d'affari a gennaio, quindi prima che la pandemia scoppiasse in Svizzera, avevano segnato un incremento del 32 per cento rispetto

RAPPORTO SPECIALE

Maggiori informazioni sull'evoluzione dei mercati agricoli e alimentari svizzeri nel 2020 sono disponibili nel [Quarto rapporto speciale su alcuni mercati agricoli e alimentari svizzeri selezionati](#).



allo stesso mese del 2019. Con il confinamento a marzo, ad eccezione dei prodotti a base di insetti, la cifra d'affari è lievitata per tutti i gruppi di prodotti. Durante tutto lo scorso anno, i sostituti della carne, fatta eccezione per febbraio e marzo, hanno segnato costantemente i più alti tassi di crescita. La crescita maggiore è stata registrata ad aprile, con un indice di 178. Nei mesi di febbraio e marzo le conserve di carne hanno segnato i tassi di crescita maggiori. Tale andamento all'inizio della pandemia è riconducibile alla corsa agli acquisti di prodotti a lunga conservazione, tra cui vi sono anche le conserve di carne. Nel resto dell'anno la carne fresca, le conserve o i prodotti di salumeria non hanno nemmeno lontanamente raggiunto i tassi di crescita della cifra d'affari rilevati per la categoria dei sostituti della carne. A questo proposito occorre tuttavia sottolineare che l'evoluzione in termini assoluti delle vendite e della cifra d'affari durante la pandemia è stata nettamente più positiva per la carne rispetto ai

sostituti della carne. Nel 2020 le vendite di carne sono aumentate di 27 milioni di chilogrammi (+12,4 %), quelle dei sostituti della carne di circa 2 milioni di chilogrammi. Ciò equivale al 7 per cento circa dell'incremento totale registrato per la carne. Alla luce del maggior consumo di alimenti tra le quattro mura domestiche, la pandemia, con le sue ripercussioni, ha letteralmente messo le ali al mercato dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio. Anche gli aspetti legati al cambiamento climatico e alla produzione animale potrebbero aver contribuito a dare ulteriore impulso alla domanda di sostituti della carne.

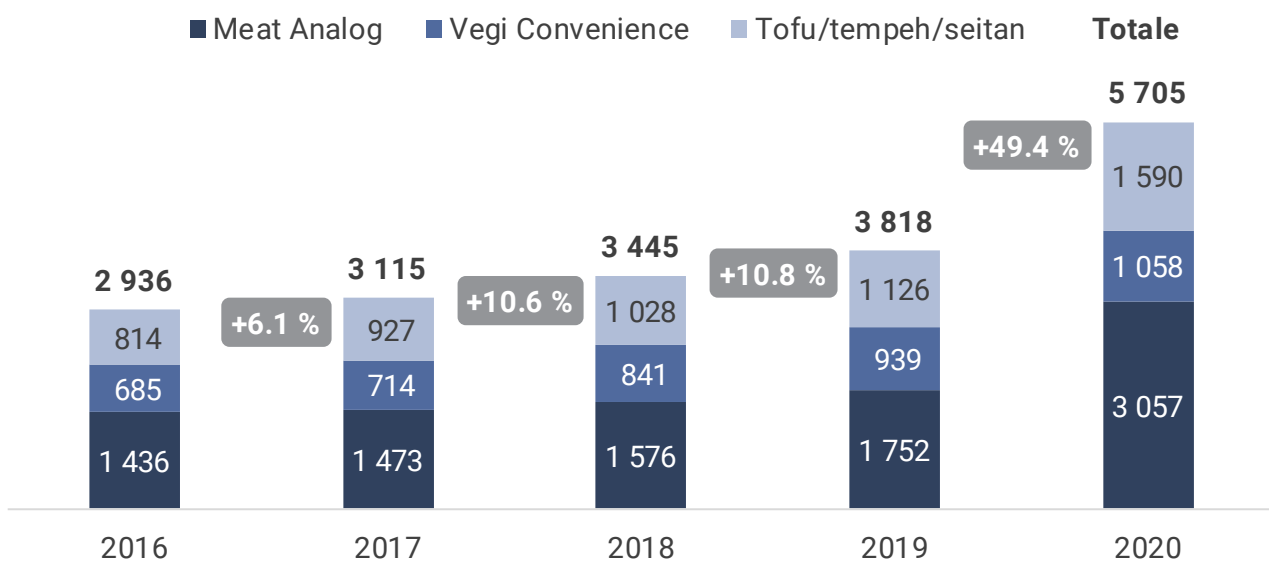
Aumento delle vendite del 49 per cento nel 2020

L'andamento delle vendite e della cifra d'affari dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero è analizzato sulla base delle tre sottocategorie Tofu / tempeh / seitan, Vegi

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Vendite di sostituti della carne in funzione della sottocategoria

Vendite in t, andamento totale rispetto all'anno precedente in %
2016..2020

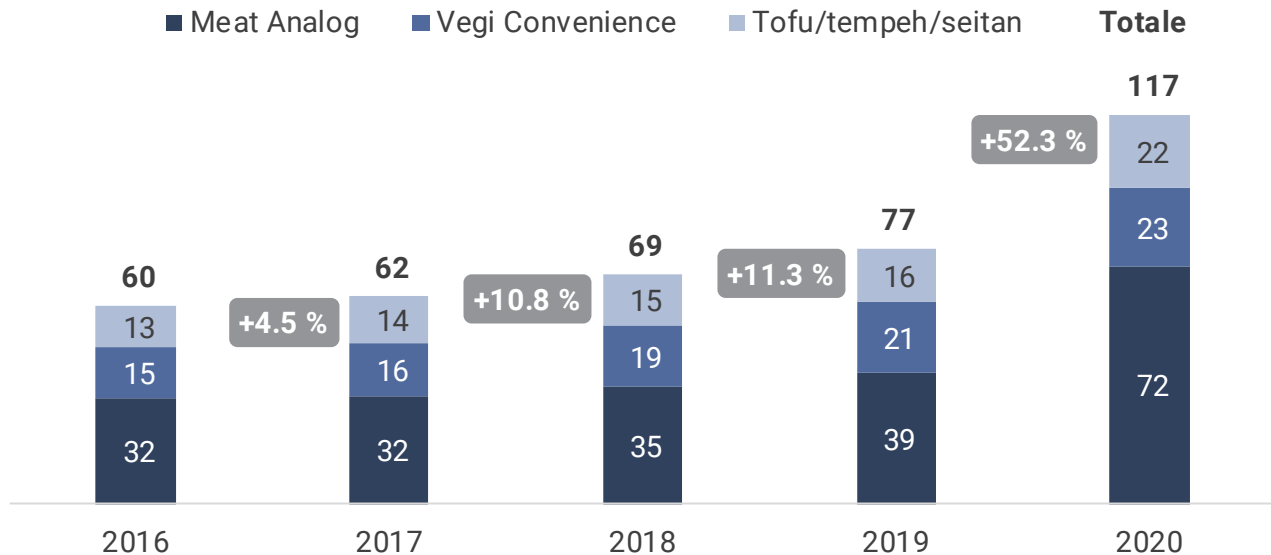


Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari dei sostituti della carne in funzione della sottocategoria

Cifra d'affari in mio. CHF, andamento totale rispetto all'anno precedente in % 2016..2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

Convenience e Meat Analog. La definizione delle tre sottocategorie è disponibile a [pagina 7](#). Lo scorso anno le vendite di sostituti della carne sono aumentate del 49,4 per cento attestandosi a 5705 tonnellate. Si è quindi superata nettamente la crescita record del 12,4 per cento del gruppo di merci carne (cfr. [UFAG 2021b](#)). Nel 2020, in termini sia assoluti sia relativi, i sostituti

della carne hanno registrato la maggiore crescita. Dal 2016 le vendite di sostituti della carne sono quasi raddoppiate (da 2936 a 5705 t).

Tra tutti i sostituti della carne, la sottocategoria con la crescita maggiore è Meat Analog. Le vendite in questo segmento nel 2020, rispetto al 2019, sono aumentate del 74,5 per cento e nel frattempo rappresentano oltre il 50 per cento di tutte le vendite di sostituti della carne. Poiché i prodotti Meat Analog si rivolgono a un'ampia fascia di consumatori, vi è un grande potenziale di mercato. Gli aspetti organolettici, un'apertura e una curiosità di base nei confronti di nuovi prodotti nonché la sensibilità verso l'ambiente hanno spinto al rialzo la domanda di prodotti Meat Analog.

Anche per Vegi Convenience e Tofu/tempeh/seitan la domanda è in crescita benché in misura minore. Lo scorso anno Vegi Convenience ha registrato un aumento della domanda del 12,7 per cento, la sottocategoria del tofu del 41,1 per cento.

SOSTITUTI DEL PESCE

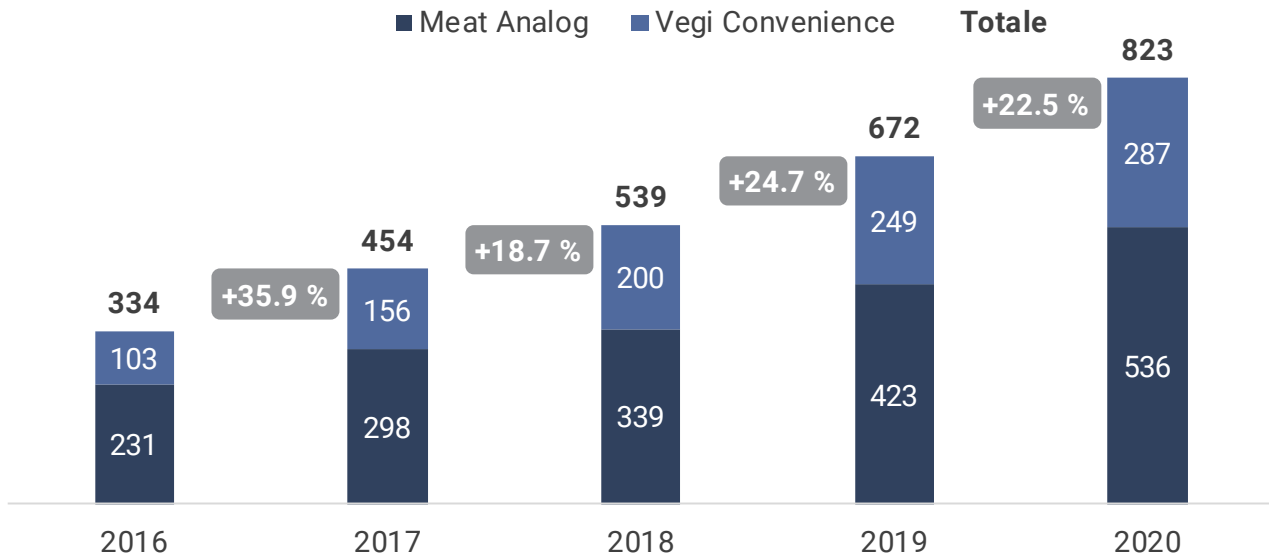
La presente analisi si concentra sul mercato dei sostituti della carne. Non si entra nel merito dei sostituti del pesce.

Contrariamente ai sostituti della carne, i sostituti del pesce non hanno ancora una grande importanza. Lo scorso anno nel commercio al dettaglio svizzero è stata realizzata una cifra d'affari di 2.3 milioni di franchi con la vendita di sostituti del pesce. Il mercato tuttavia è in forte crescita. Dal 2017 la cifra d'affari, a prezzi stabili di circa 20 franchi il chilo-grammo, è aumentata mediamente del 23 per cento l'anno. Nel 2020 le vendite si sono attestate a circa 102 tonnellate.

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Numero di sostituti della carne nel panel Nielsen

Numero di prodotti rilevati, andamento rispetto all'anno precedente in %
2016..2020 (dati annuali)



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

Cifra d'affari record per i sostituti della carne nel 2020

La cifra d'affari realizzata con i sostituti della carne è evoluta in maniera analoga alle vendite. Il maggior tasso di crescita, pari al 52,3 per

cento, è stato conseguito nel 2020, laddove la cifra d'affari è salita a un valore record di 117 milioni di franchi. La sottocategoria con la cifra d'affari maggiore è stata Meat Analog, con 72 milioni di franchi, e una quota di oltre il 60 per cento sulla cifra d'affari totale dei sostituti della carne. Rispetto al 2019, il tasso di crescita è salito dell'82,1 per cento risultando quindi nettamente superiore rispetto a Vegi Convenience (+10,0 %) o alla sottocategoria del tofu (+35,2 %).

Crescita costante dell'assortimento dei sostituti della carne

In questi ultimi anni la gamma di prodotti nel mercato dei sostituti della carne è stata nettamente ampliata. Rispetto al 2016, il numero dei prodotti registrati nel panel dei dati di Nielsen è più che raddoppiato.

A fine 2020 risultavano registrati 823 articoli. Solo nello scorso anno, gli addetti al commercio al dettaglio svizzero hanno immesso sul mercato oltre 150 nuovi articoli (+22,5 %); di questi,

INSETTI

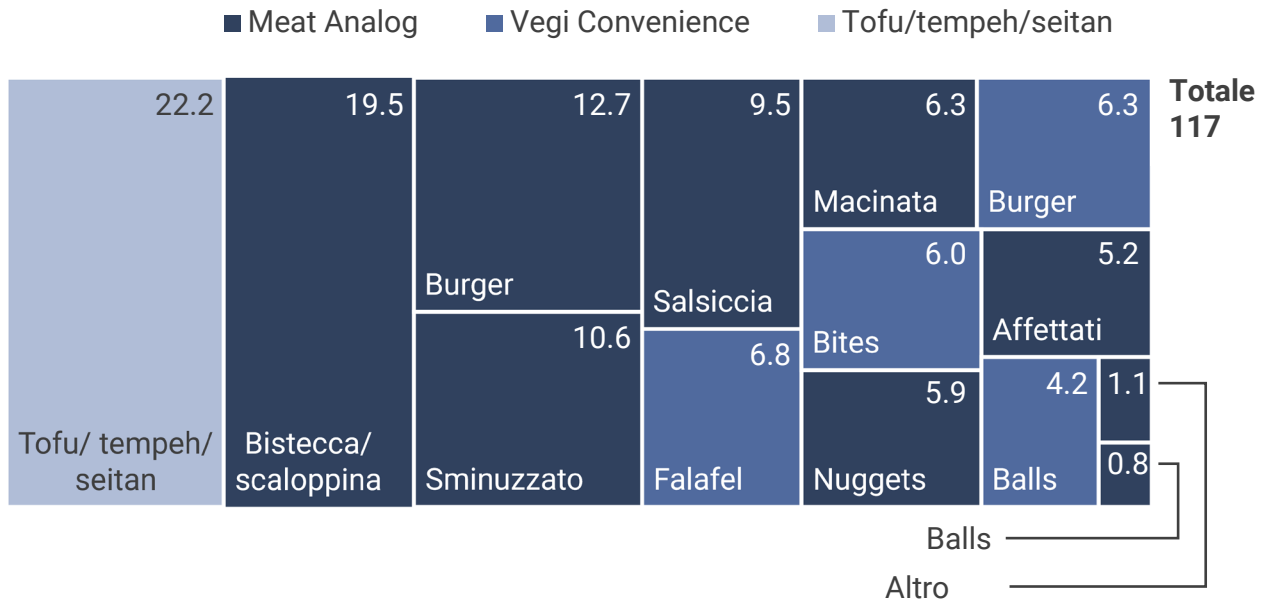
Dal 1° maggio 2017, in Svizzera, grilli, locuste migratorie e larve della farina sono ammessi come derrate alimentari (USAV 2017). Ad agosto 2017 sono stati introdotti nel commercio al dettaglio i primi prodotti a base di insetti. Nel 2018 la cifra d'affari è stata di oltre 0.4 milioni di franchi, ma da allora è diminuita costantemente e nel 2020 ammontava a 0.29 milioni di franchi.

L'esigua importanza, per di più in calo, dei prodotti a base di insetti è riconducibile alla scarsa accettazione da parte dei consumatori, ai prezzi medi relativamente elevati (76 fr./kg nel 2020) e alla ridotta varietà di prodotti. A causa dello scarso riscontro, singoli attori hanno deciso di accantonare, per il momento, l'immissione sul mercato di altri prodotti a base di insetti.

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari dei sostituti della carne in funzione del gruppo di prodotti

Cifra d'affari in mio. CHF
2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

più di 100 prodotti rientrano nella sottocategoria Meat Analog.

Il forte aumento del lancio di nuovi prodotti in un mercato in crescita non sorprende. Gli andamenti delle vendite e delle cifre d'affari degli scorsi anni mostrano che gli incrementi sono riconducibili a una maggiore domanda di prodotti sia esistenti sia nuovi. Secondo lo studio di Pro-Veg, in questa evoluzione si rispecchia l'esigenza dei consumatori di poter contare su un assortimento di prodotti più ampio ([European Consumer Survey on Plant based Foods 2020](#)). Da questo studio è infatti emerso che nel comparto dei prodotti sostitutivi vegetali i consumatori auspicano, nel complesso, una maggiore varietà per quanto riguarda il tipo di prodotto, le materie prime e gli ingredienti utilizzati, le caratteristiche organolettiche e la consistenza. Un confronto tra l'assortimento di carne e gli oltre 37'000 articoli del panel dei dati di Nielsen

mostra che i sostituti della carne dispongono tuttora di un notevole potenziale di mercato.

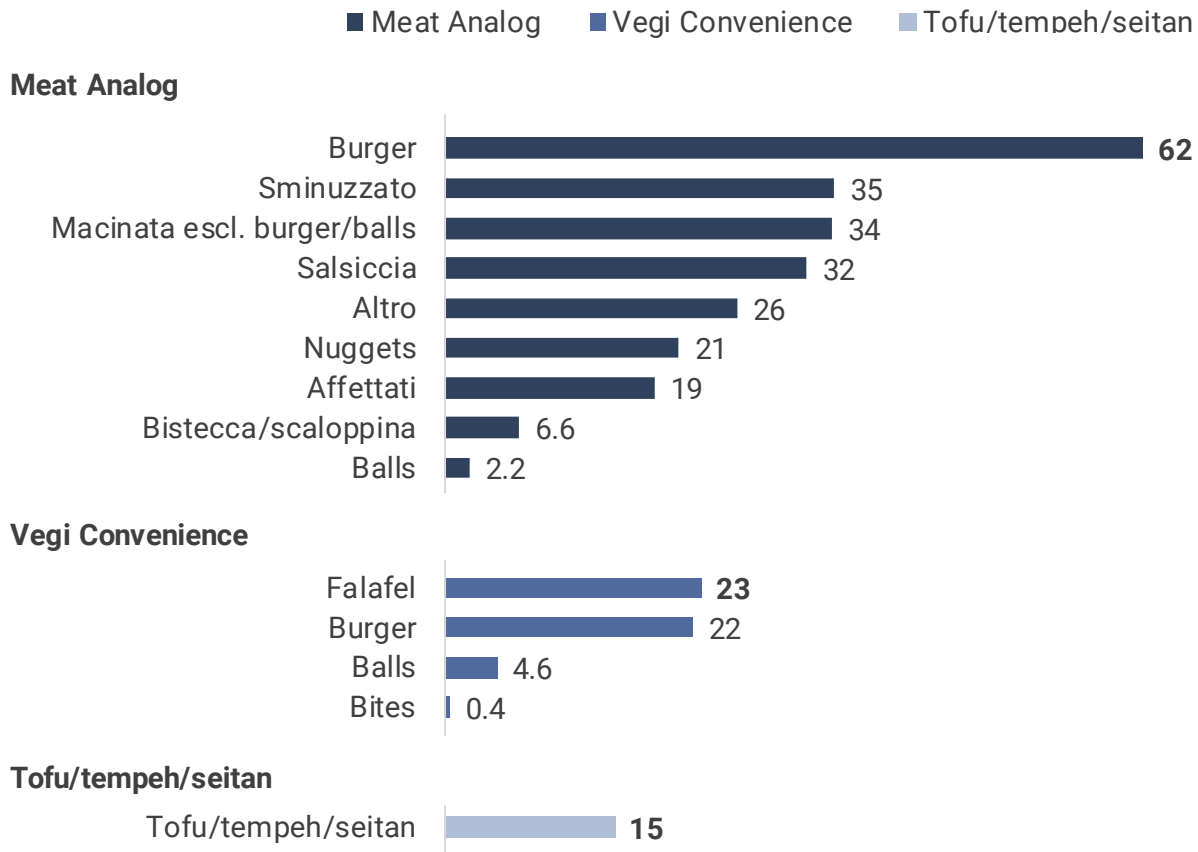
Dominano i sostituti della carne tradizionali

Le sottocategorie Meat Analog e Vegi Convenience sono suddivise in ulteriori gruppi di prodotti, mentre la sottocategoria Tofu/tempeh/seitan, con i classici o tradizionali sostituti della carne a base vegetale, non è ulteriormente suddivisa. Meat Analog è suddivisa in bistecca/scaloppina, burger, sminuzzato, salsiccia, macinata, nuggets e affettati. Un gruppo di prodotti burger è presente anche nella sottocategoria Vegi Convenience che comprende altresì falafel, bites e balls. Nel grafico in alto le cifre d'affari dei diversi gruppi di prodotti delle tre sottocategorie sono considerate separatamente per il 2020. Tofu/tempeh/seitan, con 22,2 milioni di franchi, hanno generato la maggiore cifra d'affari di tutti i gruppi di prodotti.

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Tassi di crescita annui della cifra d'affari dei sostituti della carne

Tasso di crescita medio annuo in %, valore massimo per gruppo di prodotti 2016..2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

Seguono le bistecche/scaloppine Meat Analog, con 19.5 milioni di franchi. Con i burger a base vegetale che si trovano sia in Meat Analog (tipo carne) sia in Veggie Convenience, nel complesso si è conseguita una cifra d'affari di 19 milioni di franchi. Per la prima volta, con alternative vegetali allo sminuzzato di carne si è realizzata una cifra d'affari di oltre 10 milioni di franchi (10.6 mio. fr.). Seguono le salsicce vegetali, con 9.5 milioni di franchi.

Con i falafel, il gruppo di prodotti più significativo nel comparto del convenience vegetariano, lo scorso anno è stata generata una cifra d'affari di 6.8 milioni di franchi.

Sommando tutti i prodotti macinati, compresi i burger e le balls, si ottiene una cifra d'affari di oltre 30 milioni di franchi e un volume delle vendite di 1355 tonnellate. Nel comparto bistecca/scaloppina sono state vendute 880 tonnellate. Con 1590 tonnellate, per la sottocategoria del tofu si sono registrate le vendite più elevate.

Il burger è il gruppo di prodotti che cresce più rapidamente

Di seguito si confronta l'andamento pluriennale dei singoli gruppi di prodotti sulla base dei tassi di crescita annui. Le spiegazioni di natura metodologica sui tassi di crescita annui sono disponibili a [pagina 32](#).



Negli scorsi anni, per nessun altro gruppo di prodotti si è registrata una simile forte crescita come per i burger vegetali. In media la cifra d'affari annua rispetto all'anno precedente nel periodo tra il 2016 e il 2020 è aumentata del 62 per cento. Nel complesso, tutti i gruppi di prodotti hanno segnato tassi di crescita superiori alla media. Anche per la salsiccia, la macinata e lo sminuzzato si è registrato un aumento annuo della cifra d'affari di oltre il 30 per cento. I nuggets hanno segnato un incremento di oltre il 20 per cento. Con il 6,6 per cento, la bistecca/scaoppina vegetale, invece, ha registrato una crescita relativamente bassa.

Anche le cifre d'affari dei prodotti Vegi Convenience sono aumentate considerevolmente. La domanda di falafel ha registrato un incremento medio annuo del 23 per cento, quella dei burger Vegi Convenience del 22 per cento.

È progredita notevolmente anche la domanda nella sottocategoria Tofu/tempeh/seitan. Tutta-

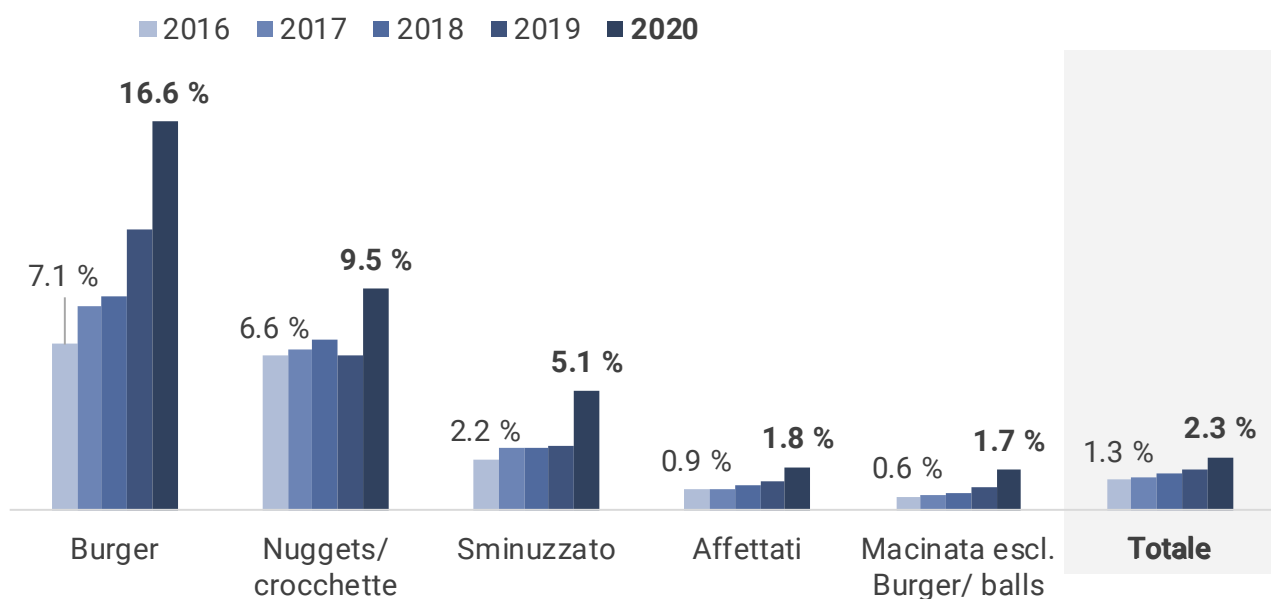
via, l'incremento annuo medio della cifra d'affari, pari al 15 per cento, è stato inferiore a quello delle altre sottocategorie e ciò è riconducibile prevalentemente all'effetto di base. Prodotti come il tofu, il tempeh o il seitan sono presenti sul mercato da anni e già prima del 2016 registravano considerevoli cifre d'affari. Con grandi volumi di mercato è più difficile raggiungere elevati tassi di crescita. Inoltre, tofu/tempeh/seitan subiscono sempre più la concorrenza dei prodotti Vegi Convenience e Meat Analog poiché, dal profilo del sapore e della consistenza, i prodotti di queste sottocategorie offrono ai consumatori maggiore appagamento e generalmente sono anche più facili da preparare.

La straordinaria crescita per i burger è riconducibile al lancio di un gran numero di nuovi prodotti. Il successo del burger Beyond Meat, come classico burger sostitutivo della carne, ha scatenato un effetto di emulazione. In questo ambito si rie-

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Quote delle vendite di sostituti della carne rispetto al segmento totale

Quote in %
2016..2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

sce sempre più a imitare il sapore dei burger tradizionali a base di carne. Inoltre, oltre al classico commercio al dettaglio, anche il canale dei discount ha scoperto i sostituti della carne, in particolare i burger, come mercato in crescita (cfr. Analisi dei canali di vendita a [pagina 20](#)).

Un burger su sei è di origine vegetale

Commisurati al mercato della carne, i sostituti della carne sono una nicchia in rapida crescita. La quota di mercato in termini di vendite è passata dall'1,3 per cento nel 2016 al 2,3 per cento nel 2020. Analizzando nel dettaglio i prodotti carnei e i sostituti della carne nei singoli sottosegmenti si ottiene invece un altro quadro relativamente all'evoluzione del mercato e alle quote di mercato.

Nel gruppo di prodotti burger, lo scorso anno già un burger su sei era a base di materie prime vegetali; cinque anni fa la proporzione era di uno su quattordici. Nessun altro gruppo di prodotti pre-

senta una quota così elevata di sostituti della carne.

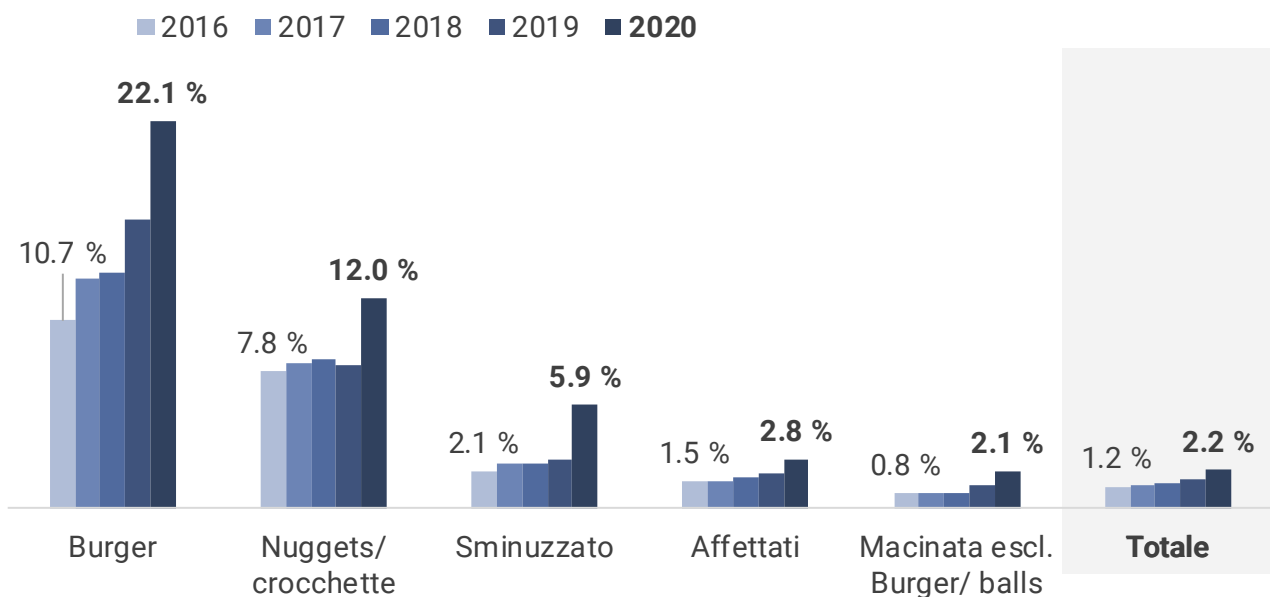
Per i nuggets/crocchette le alternative a base vegetale rappresentano nel frattempo quasi il 10 per cento delle vendite (risp. al 6,6 % nel 2016). Lo sminuzzato ha raggiunto una quota del 5 per cento, riconducibile prevalentemente al lancio di nuovi prodotti nel commercio al dettaglio (p.es. «Planted.chicken»).

Dal profilo della tecnologia alimentare, burger, macinata e affettati sono più semplici da imitare poiché, contrariamente alla carne di animali adulti, come il filetto o l'entrecôte, presentano una struttura più omogenea e la consistenza è meno complessa. Pertanto non sorprende che nel frattempo soprattutto i burger abbiano potuto imporsi così massicciamente sul mercato. A ciò si aggiunge il fatto che finora in Svizzera nessun prodotto derivante da carne ottenuta in vitro ha potuto essere immesso sul mercato.

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Quote della cifra d'affari dei sostituti della carne rispetto al segmento totale

Quote in %
2016..2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera



A lungo termine, con questa tecnologia si punta a sviluppare tagli di carne di animali adulti come il filetto o l'entrecôte.

Con vendite dell'ordine di 22.6 milioni di chilogrammi, nel 2020 i tradizionali prodotti a base di macinata sono stati i prodotti carnei freschi preferiti dai consumatori dopo quelli a base di petto di pollo, con 24,1 milioni di chilogrammi. Confrontando queste cifre con le 1355 tonnellate rappresentate da tutti i prodotti a base di macinata di origine vegetale si evince quanto sia diversa la dimensione del mercato. Tuttavia, l'attuale crescita del mercato e l'andamento della domanda per quanto concerne le alternative a base vegetale sono indicatori di un ulteriore potenziale di crescita per questi gruppi di prodotti.

Forte crescita delle quote di cifra d'affari

Dall'analisi delle quote di mercato in termini di cifra d'affari dei sostituti della carne rispetto all'intero mercato della carne e dei sostituti della carne emerge un quadro simile a quello delle quote di vendita. In tutte le categorie di sostituti

della carne la quota di mercato è esigua (2,2 %). Singoli gruppi di prodotti, invece, hanno registrato una crescita superiore alla media.

La maggiore crescita della cifra d'affari è stata rilevata per burger, nuggets/crocchette e sminuzzato. Oltre il 20 per cento della cifra d'affari dei burger nel 2020 è stato generato dalle alternative vegetali. Per i nuggets tale quota ammonta al 12 per cento, per lo sminuzzato a quasi il 6 per cento. I tassi di crescita maggiori sono stati conseguiti nello scorso anno caratterizzato dalla pandemia.

Tale andamento, oltre alla crescita delle vendite di prodotti esistenti, è sicuramente riconducibile all'ampliamento dell'assortimento con il lancio di nuovi prodotti (cfr. evoluzione dell'assortimento a pag. 13).

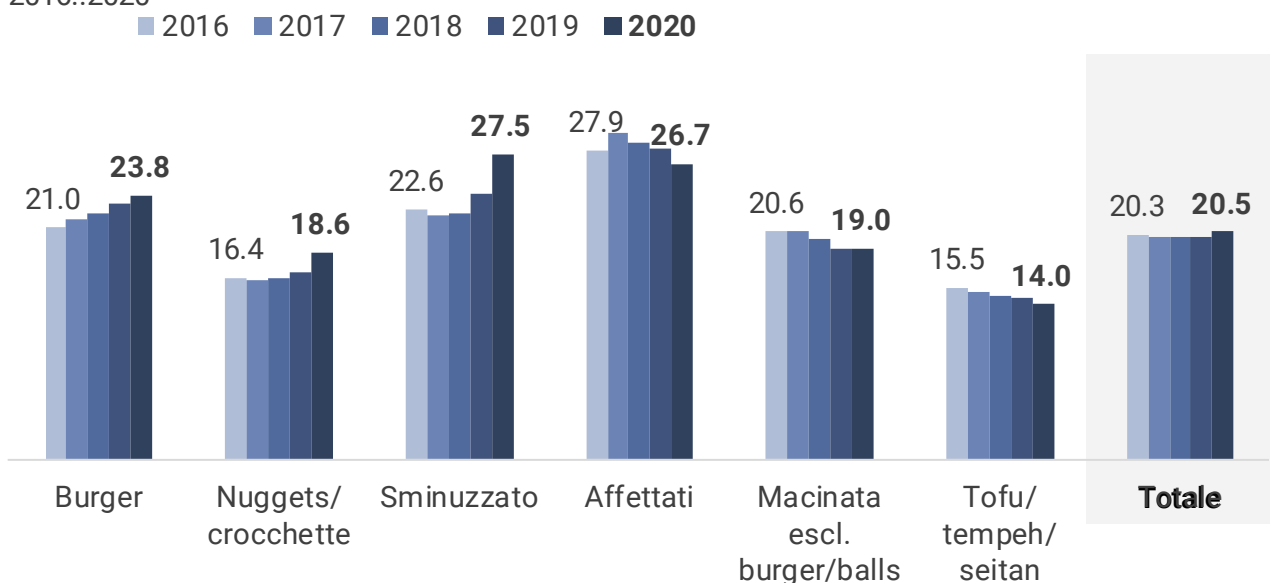
Il lancio di nuovi prodotti determina l'andamento dei prezzi

In Svizzera, per l'acquisto di sostituti della carne i consumatori hanno pagato mediamente un prezzo (calcolato come unit value) di 20.53 fran-

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Prezzi dei sostituti della carne in funzione del gruppo di prodotti

Prezzi in CHF / kg
2016..2020

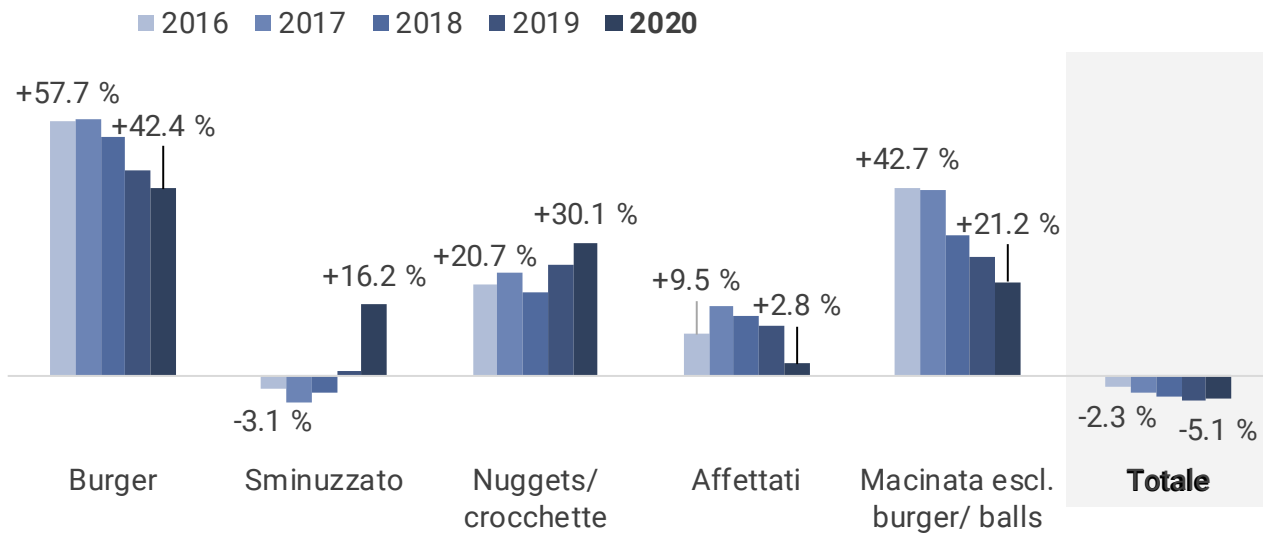


Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Differenza di prezzo dei sostituti della carne rispetto ai prodotti carnei

Quote in %
2016..2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

chi il chilogrammo. Negli anni questo prezzo è rimasto relativamente costante (2016: 20.31 fr./kg).

Analizzando nel dettaglio i singoli gruppi di prodotti, invece, è possibile osservare chiare tendenze di prezzo. I burger vegetali nell'arco di quattro anni sono rincarati del 13,5 per cento (2020: 23.80 fr./kg). Un quadro analogo si riscontra per i prezzi di nuggets/crocchette (+13,8 %) e sminuzzato (+21,7 %).

I prezzi degli affettati e dei prodotti a base di carne macinata (escl. burger/balls), invece, sono diminuiti. Anche tofu/tempeh/seitan costano sempre meno e continuano a rappresentare la categoria di sostituti della carne più attrattiva in termini di prezzo (13.97 fr./kg). L'andamento dei prezzi non si spiega unicamente con il rincarato di determinati prodotti o con la riduzione del prezzo di prodotti già affermati. Il notevole incremento di prezzo delle crocchette o dello sminuzzato è riconducibile principalmente al lancio di nuovi prodotti più cari.

Calo della differenza di prezzo rispetto alla carne

Nel 2020 per un chilogrammo di sostituti della carne i consumatori hanno speso in media il 5,1 per cento in meno rispetto all'importo sborsato per acquistare un chilogrammo di prodotti carnei (risp. a -2,3 % nel 2016). Considerando l'intero assortimento, ciò vuol dire che un chilogrammo di prodotti sostitutivi in media è più conveniente di un chilogrammo di carne. La differenza di prezzo media è evoluta a scapito della carne, il che in sostanza è riconducibile all'aumento dell'unit value, ossia del prezzo unitario, per chilogrammo di carne.

Dal confronto diretto tra carne e sostituti della carne a livello di singoli gruppi di prodotti emerge in parte un altro quadro per quanto riguarda le differenze di prezzo. A livello di sottogruppi i sostituti della carne presentano prezzi nettamente superiori, anche se negli ultimi cinque anni nel complesso si è arrivati a un livellamento dei prezzi. Se nel 2016 i burger vegetali costavano ancora il 57,7 per cento in più

rispetto a quelli tradizionali, nel 2020 la differenza di prezzo relativa ammontava al 42,4 per cento. Al contrario, la differenza per lo sminuzzato è passata da -3,1 a +16,2 per cento, il che è riconducibile al lancio di prodotti a base vegetale più costosi. Anche per nuggets/crocchette la differenza di prezzo è salita, nel frattempo, del 30,1 per cento. Per gli affettati e la macinata, esclusi burger/balls, la differenza è diminuita. Per gli affettati, con il 2,8 per cento nel 2020, la differenza di prezzo è stata quella più bassa rispetto a tutti i gruppi di prodotti analizzati.

L'evoluzione delle differenze di prezzo è correlata all'andamento dei prezzi dei prodotti a base vegetale nonché al fatto che nel settore della carne sono stati lanciati sempre più prodotti premium, come ad esempio i burger wagyu o black angus, che hanno spinto al rialzo il prezzo medio dei burger a base di carne.

Il livello di prezzo dei sostituti della carne nel complesso più basso rispetto alla carne è dovuto principalmente al fatto che per ora sono state lanciate alternative alla carne prevalentemente per i gruppi di prodotti dei segmenti di prezzo più bassi come affettati, burger o nuggets, mentre esistono decisamente meno sostituti per la carne di animali adulti e quindi per i prodotti carnei più cari come filetto, entrecôte, bistecca o carne secca.

La parità di prezzo ovvero il prezzo più basso dei sostituti della carne rispetto alla carne rappresenta, nel complesso, un fattore importante come incentivo per i consumatori a richiedere sostituti della carne o a farlo più frequentemente, in particolare per i gruppi di acquirenti particolarmente attenti ai prezzi. In un sondaggio condotto da ProVeg, il 12 per cento di tutti i vegetariani e flexitariani interpellati ha affermato che il livello dei prezzi dei sostituti della carne vegetali è troppo elevato ([ProVeg 2020](#)).

Avanzata dei discount

Nel commercio al dettaglio classico si è consolidata la posizione dei sostituti della carne, in particolare dei prodotti Meat Analog. Attraverso questo canale di smercio, l'anno scorso, con 105 milioni di franchi, si è conseguita la maggiore cifra d'affari a fronte di una quota di mercato di circa il 90 per cento. La crescita annua delle vendite e della cifra d'affari tra il 2016 e il 2020 si è attestata rispettivamente al 16 e al 17 per cento. Per i sostituti della carne il mercato dei discount, con una cifra d'affari di 10 milioni di franchi, ha raggiunto una quota di mercato di circa il 9 per cento. La quota della cifra d'affari del mercato dei discount per la carne, inclusi i sostituti della carne, lo scorso anno si è attestata invece al 15 per cento. In base a questi dati, per i sostituti della carne il mercato dei discount si situa pertanto al di sotto del potenziale di mercato. Tuttavia, l'anno scorso il mercato dei sostituti della carne nei discount è cresciuto nettamente di più rispetto a quanto è stato il caso nel commercio al dettaglio classico. In media le vendite e la cifra d'affari sono aumentate rispettivamente del 69 e del 67 per cento l'anno, anche se la maggiore crescita è stata osservata dal 2019 al 2020.

Questa rimonta ritardata, ma comunque più forte, del mercato dei discount non è inusuale. Il commercio al dettaglio classico, grazie alla sua posizione dominante, crea spesso tendenza e testa per primo nuovi prodotti e concetti. Una volta constatato il successo sul mercato, i discount introducono a loro volta un assortimento limitato, composto da prodotti con il maggiore potenziale per quanto riguarda la cifra d'affari, e a prezzi più bassi (p.es. burger a base vegetale).

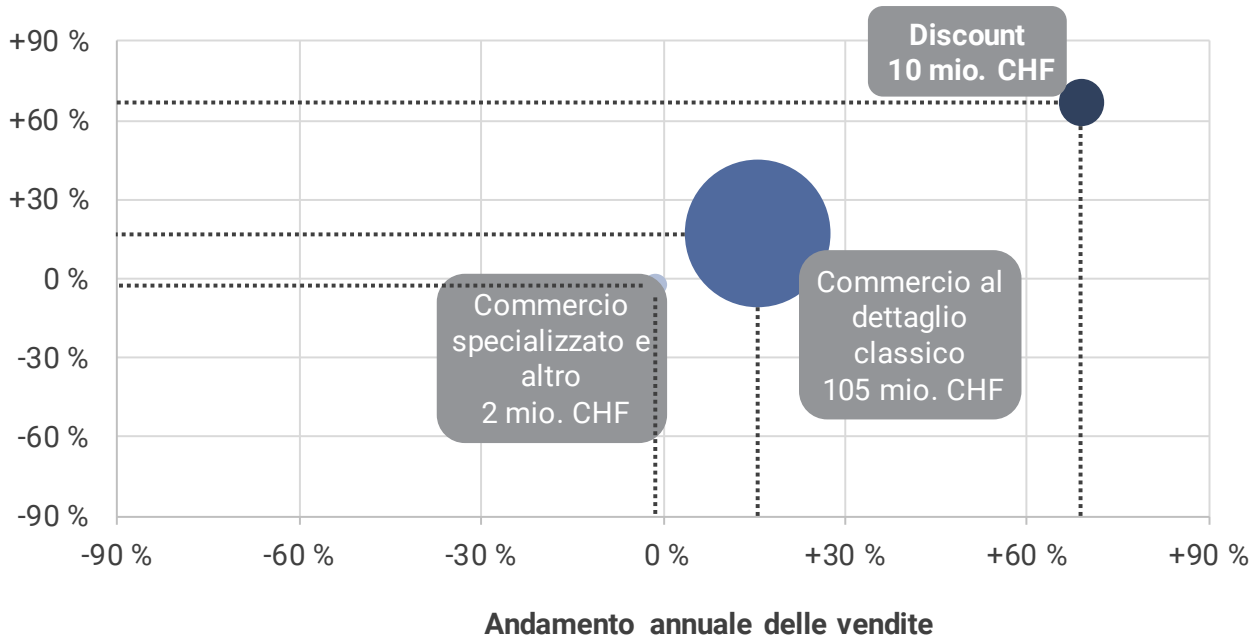
Un'importanza tendenzialmente in calo dei sostituti della carne si riscontra nel commercio specializzato e negli altri canali di vendita (punti vendita nelle stazioni di servizio, negozi in fattoria, ecc.). L'anno scorso in questi diversi canali di smercio, con i sostituti della carne è stata conseguita una cifra d'affari di circa 2.5 milioni di franchi. Rispetto ai 2.7 milioni di franchi nel 2016

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Andamento delle vendite e della cifra d'affari dei sostituti della carne in funzione del canale di vendita

Cifra d'affari 2020 in mio. (dimensione della bolla), crescita della cifra d'affari in %, crescita delle vendite in % 2016..2020 (tassi di crescita annui medi)

Andamento annuale della cifra d'affari



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

si rileva, in media, un calo annuo del 2,4 per cento.

I discount puntano su Meat Analog, il commercio specializzato sulla sottocategoria del tofu

Lo scorso anno la sottocategoria maggiormente rappresentata nel mercato dei sostituti della carne è stata Meat Analog. Grazie a questa sottocategoria, il commercio al dettaglio ha conseguito la quota maggiore di cifra d'affari. A seconda del canale di smercio, tuttavia, emergono determinate differenze. Nel mercato dei discount i prodotti Meat Analog rappresentano oltre il 70 per cento, mentre Vegi Convenience, con il 17 per cento, nonché tofu/tempeh/seitan, con

il 12 per cento, hanno un'importanza decisamente minore. Al contrario, con i prodotti Meat Analog il commercio specializzato ha realizzato meno del 50 per cento della cifra d'affari, mentre con tofu/tempeh/seitan ha raggiunto una cifra d'affari del 32 per cento. È ragionevole supporre che in generale ciò sia riconducibile alla struttura dei clienti e alla minore quota di prodotti convenience disponibile nel commercio specializzato. Il commercio al dettaglio classico, principale canale di smercio di sostituti della carne, si colloca tra i discount e il commercio specializzato per quanto concerne la ripartizione della cifra d'affari.

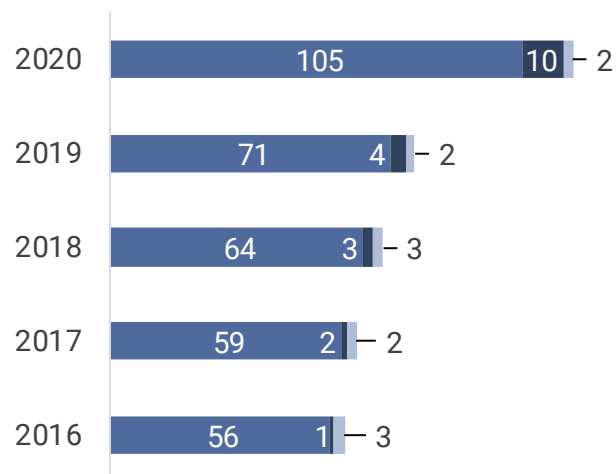
SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari e struttura della cifra d'affari dei sostituti della carne in funzione del canale di vendita

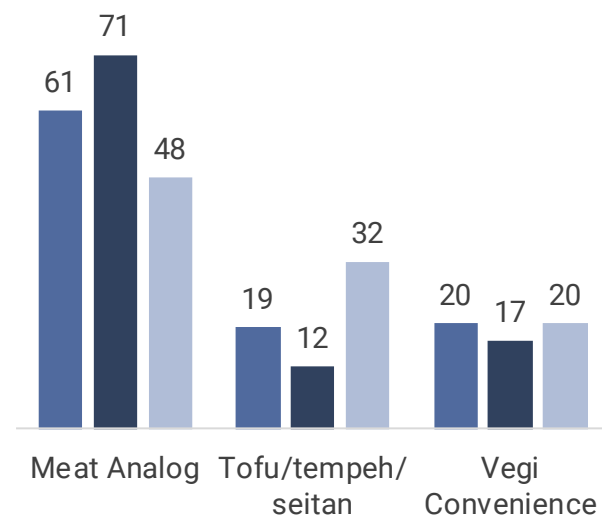
Cifra d'affari in mio. CHF, struttura delle vendite 2020 in %
2016..2020

■ Commercio al dettaglio classico ■ Discount ■ Commercio specializzato e altro

Cifra d'affari in mio.



Struttura delle vendite 2020 in %



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera

Le economie domestiche acquistano sempre più frequentemente sostituti della carne

Un indicatore della capacità d'imporsi di un prodotto è la cosiddetta penetrazione del mercato. Sulla base del panel dei consumatori di Nielsen, si è analizzato quante economie domestiche hanno richiesto almeno una volta all'anno un determinato gruppo di prodotti.

La penetrazione del mercato dei sostituti della carne dal 2016 al 2020 ha segnato un netto incremento, passando dal 19 al 26 per cento. Ciò vuol dire che nel 2016 circa un'economia domestica su cinque in Svizzera aveva acquistato almeno una volta un sostituto della carne, mentre lo scorso anno tale quota era già passata a più di una su quattro.

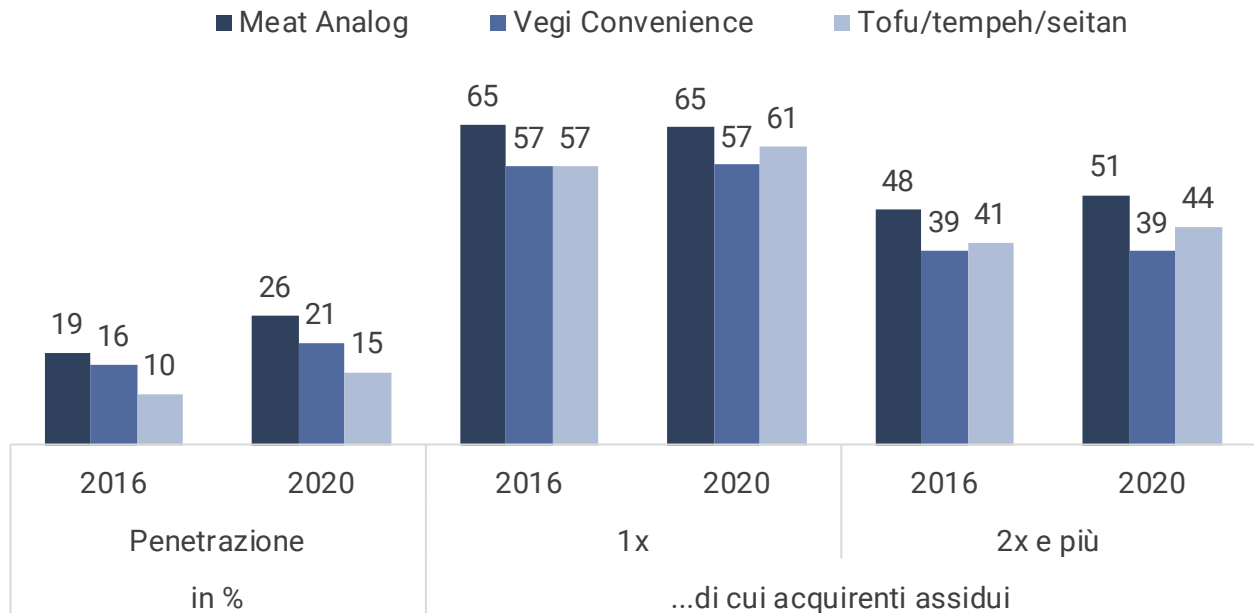
Per Vegi Convenience la penetrazione del mercato è salita dal 16 per cento (un'economia domestica su sei) al 21 per cento (una su cinque). Per tofu/tempeh/seitan nel 2016 si è rilevata una penetrazione del mercato del 10 per cento (una su dieci), nel 2020 questo valore è salito al 15 per cento (una su sette). Una più vasta gamma di prodotti, una maggiore trasparenza del mercato a livello di discount nonché una più intensa copertura mediatica dei sostituti della carne hanno risvegliato l'interesse di numerose economie domestiche verso tali prodotti.

Oltre alla penetrazione del mercato, anche il tasso di riacquisto è un indicatore importante per poter stimare l'andamento del mercato. Si evince infatti che una crescente quota delle economie domestiche ha acquistato a più riprese sostituti della carne. Il 65 per cento delle economie domestiche che nel 2020 hanno acquistato

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Penetrazione del mercato dei sostituti della carne

Penetrazione in %, quota di acquirenti assidui in %
2016 e 2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera (panel dei consumatori)

prodotti Meat Analog, ha richiesto una terza volta tali prodotti (lo stesso valore del 2016); per il 51 per cento i prodotti Meat Analog sono finiti nel carrello della spesa almeno due volte (+3 % rispetto al 2016).

Il tasso di riacquisto per Vegi Convenience, con il 57 per cento, e per la sottocategoria del tofu, con il 61 per cento, è stato inferiore rispetto a quello per Meat Analog. Tuttavia, mentre il tasso di riacquisto per la sottocategoria del tofu dal 2016 al 2020 è cresciuto, per Vegi Convenience è rimasto costante. Il 39 per cento di tutti gli acquirenti di Vegi Convenience lo scorso anno ha comprato almeno tre volte tali prodotti, per la sottocategoria del tofu la quota è stata del 44 per cento, segnando un incremento del 3 per cento rispetto al 2016.

Le famiglie giovani, benestanti della Svizzera tedesca amano i sostituti della carne

La penetrazione del mercato dei sostituti della carne può essere analizzata sulla base di varie caratteristiche dell'economia domestica, quali l'età, il reddito, la presenza di figli o il luogo di residenza. A seconda del comportamento in materia di acquisti, le economie domestiche possono essere raggruppate in diversi segmenti di clienti. In base all'età, nel 2020 le economie domestiche con capifamiglia di età inferiore a 50 anni in tutte le sottocategorie di sostituti della carne hanno presentato tassi di penetrazione del mercato decisamente maggiori rispetto alle economie domestiche con capifamiglia di età superiore a 50 anni. La domanda più bassa è stata rilevata nel segmento con capifamiglia di età superiore a 64 anni.

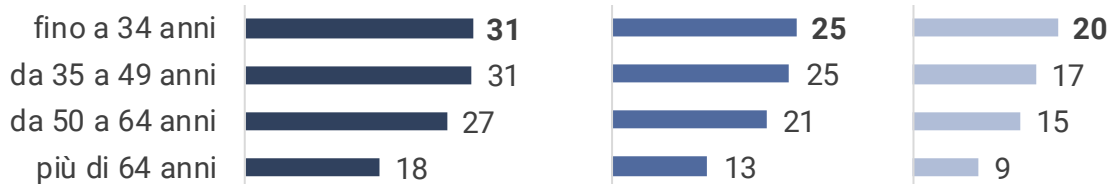
SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Penetrazione del mercato dei sostituti della carne in funzione delle caratteristiche dell'economia domestica

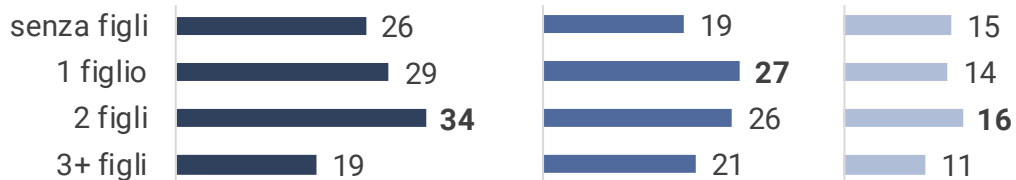
Penetrazione in %, valore massimo per caratteristica dell'economia domestica 2020

■ Meat Analog ■ Vegi Convenience ■ Tofu/tempeh/seitan

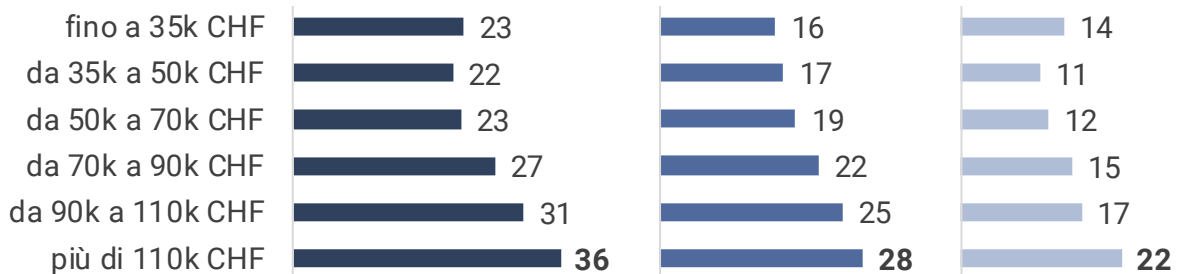
Età della persona che gestisce l'economia domestica



Numero di figli nell'economia domestica



Reddito dell'economia domestica



Struttura



Regione linguistica



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera (panel dei consumatori)

Nelle economie domestiche con o senza figli il quadro è piuttosto eterogeneo. Le economie domestiche con tre e più figli hanno acquistato

molto più raramente sostituti della carne rispetto a quelle con uno o due figli. Anche le economie domestiche senza figli, nel



complesso, hanno acquistato meno spesso sostituti della carne, il che probabilmente è riconducibile al fatto che la quota di persone più anziane è maggiore nel segmento delle economie domestiche senza figli. Per le famiglie con due figli, nel 2020 la penetrazione del mercato nella sottocategoria Meat Analog e in quella del tofu è stata la più elevata, mentre nelle famiglie con un figlio Vegi Convenience è stata la più richiesta.

Il reddito delle economie domestiche nel 2020 è stato un fattore determinante per la domanda di sostituti della carne. È emersa una netta correlazione tra il reddito dell'economia domestica e la domanda di sostituti della carne. La penetrazione del mercato per le economie domestiche a basso reddito è infatti minore. In questo contesto il maggiore livello dei prezzi dei sostituti della carne rispetto ai prodotti carnei quali burger, sminuzzato, nuggets, affettati o macinata svolge un ruolo fondamentale (cfr. pag. 19).

Anche il luogo di residenza dell'economia domestica nel 2020 è stato determinante per quanto riguarda l'acquisto di sostituti della carne. Nel complesso la domanda di prodotti Meat Analog e Vegi Convenience da parte delle economie domestiche delle aree urbane è stata maggiore, mentre le economie domestiche delle aree rurali hanno richiesto maggiormente prodotti della sottocategoria tofu/tempeh/seitan. Le motivazioni precise di queste scelte sono sconosciute. Anche l'appartenenza di un'economia domestica a una regione linguistica nel 2020 ha avuto un influsso sulla domanda di sostituti della carne. Mentre la penetrazione del mercato per Vegi Convenience e per la sottocategoria del tofu nella Svizzera occidentale e in quella tedesca si è attestata a livelli simili, i prodotti Meat Analog sono stati acquistati più spesso nella Svizzera tedesca (28 % vs. 21 %).

Una possibile spiegazione per questo andamento potrebbe risiedere nel diverso comportamento in materia di consumo: le economie domestiche della Svizzera occidentale sono più

tradizionaliste e hanno in generale una grande affinità con le specialità nonché i prodotti carnei e a base di pesce regionali. Le economie domestiche della Svizzera tedesca, invece, sono più aperte nei confronti di nuove tendenze alimentari. Questo aspetto era già emerso in relazione all'andamento del mercato bio o della domanda di prodotti della sottocategoria tofu/tempeh/seitan, affermatasi dapprima nella Svizzera tedesca. Tuttavia oggi né per il biologico né per la sottocategoria del tofu si denota una netta differenza tra le regioni linguistiche. Pertanto nella Svizzera occidentale per i prodotti Meat Analog, anche se con un certo ritardo, si prospetta un allineamento della domanda a quella della Svizzera tedesca.

Differenze a livello di economia domestica

Oltre all'aspetto della penetrazione del mercato, è interessante analizzare i quantitativi di sostituti della carne effettivamente acquistati rispetto ai prodotti carnei in funzione delle caratteristiche socio-demografiche delle economie domestiche. Nel grafico alla pagina seguente si differenziano i quantitativi richiesti lo scorso anno in base alle caratteristiche socio-demografiche.

Mentre le economie domestiche con capifamiglia di età inferiore a 35 anni sono quelle che hanno acquistato in misura maggiore sostituti della carne, tra le economie domestiche con capifamiglia di età compresa tra 50 e 64 anni si rilevano gli acquisti di carne più elevati.

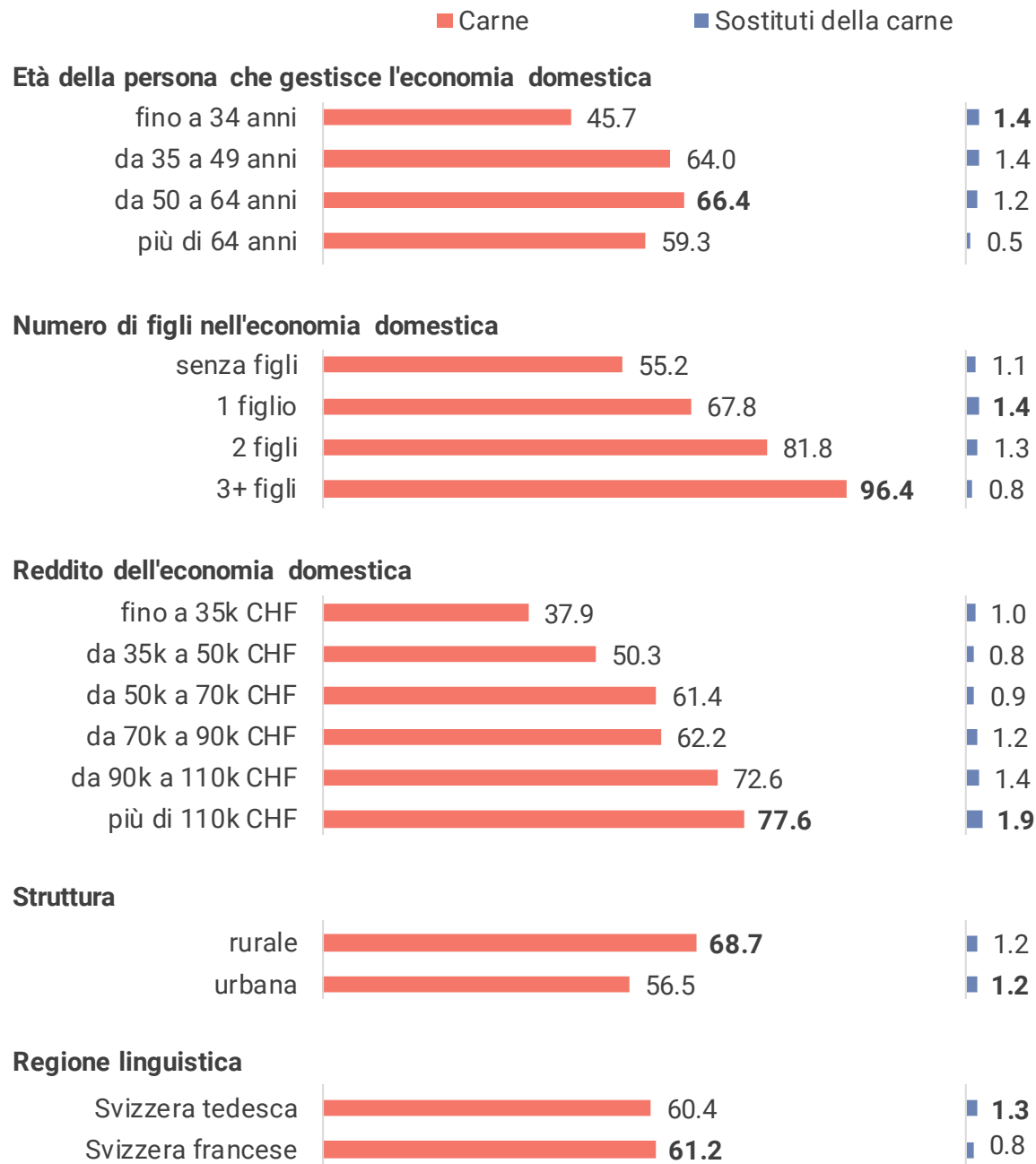
Nelle famiglie con tre figli, a causa della dimensione dell'economia domestica, è stata acquistata la maggior quantità di carne (96.4 kg) a fronte del più basso quantitativo di sostituti della carne (0.8 kg). Dal profilo del volume degli acquisti, non vi sono praticamente differenze tra le economie domestiche delle aree urbane e quelle delle aree rurali (entrambe 1.2 kg). Tuttavia, le economie domestiche delle aree rurali, con



SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Volumi di acquisto di carne e sostituti della carne in funzione delle caratteristiche dell'economia domestica

Volumi di acquisto in kg, valore massimo per caratteristica dell'economia domestica 2020



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera (panel dei consumatori)

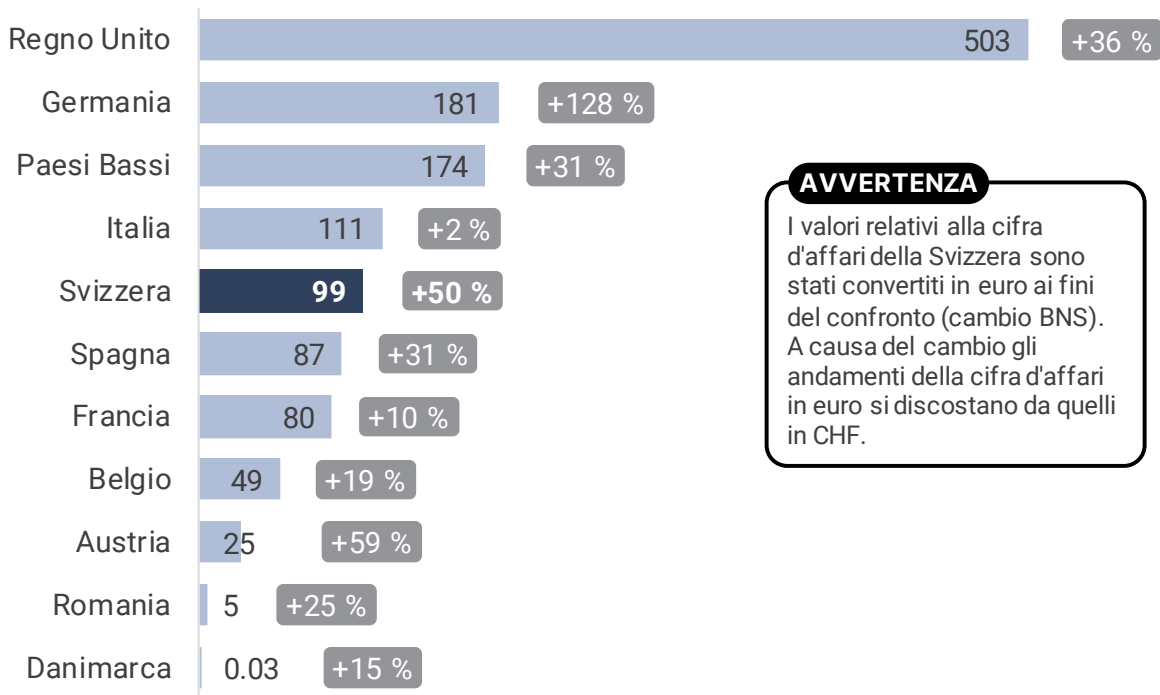
68.7 chilogrammi, hanno acquistato 12 chilogrammi di carne in più rispetto a quelle delle aree urbane.

Nella Svizzera occidentale le economie domestiche hanno acquistato circa un chilogrammo di carne in più rispetto a quelle della Svizzera tedesca, mentre gli acquisti di sostituti della carne,

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Cifra d'affari dei sostituti della carne nel confronto internazionale

Cifra d'affari in mio. euro, andamento 2020/2019 in %
2019 10..2020 09 (totale su 12 mesi)



AVVERTENZA

I valori relativi alla cifra d'affari della Svizzera sono stati convertiti in euro ai fini del confronto (cambio BNS). A causa del cambio gli andamenti della cifra d'affari in euro si discostano da quelli in CHF.

*Plant-based foods in Europe: How big is the market? Smart Protein Plant-based Food Sector Report by Smart Protein Project, European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (No 862957) (2021).
<https://smartproteinproject.eu/plant-based-food-sector-report>.*

Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera; Nielsen MarketTrack; ProVeg

con 0.8 chilogrammi, sono risultati inferiori del 33 per cento.

In relazione al reddito delle economie domestiche si evince che le famiglie benestanti hanno acquistato più carne e più sostituti della carne. In questo frangente è determinante il maggiore potere d'acquisto dato da un budget familiare più cospicuo.

Il confronto dei volumi di acquisto a livello di economie domestiche palesa la posizione di nicchia dei sostituti della carne. Tuttavia, emerge anche che i sostituti della carne rappresentano una notevole quota nel paniere delle merci soprattutto delle persone e delle famiglie più giovani. Per poter individuare correlazioni significative in termini statistici tra l'acquisto di carne e

sostituti della carne al livello delle economie domestiche, sarebbe tuttavia necessario procedere ad approfondite analisi su modelli.

La GB è il principale mercato per i sostituti della carne in Europa

Non solo in Svizzera aumenta la domanda di sostituti della carne. Anche nei Paesi europei questo mercato negli scorsi anni è fortemente evoluto. Nello studio di mercato svolto da ProVeg in collaborazione con Nielsen (cfr. Plant-based Food Sector Report 2021) è stata analizzata e confrontata l'evoluzione della cifra d'affari di prodotti sostitutivi a base vegetale (uova, carne, pesce, latte) nel commercio al dettaglio in vari Paesi europei. I dati del mercato svizzero sono



stati adattati per rendere il confronto più agevole (periodi di osservazione e valuta). A causa degli arrotondamenti, le cifre della presente analisi possono differire minimamente dai dati della pubblicazione originale.

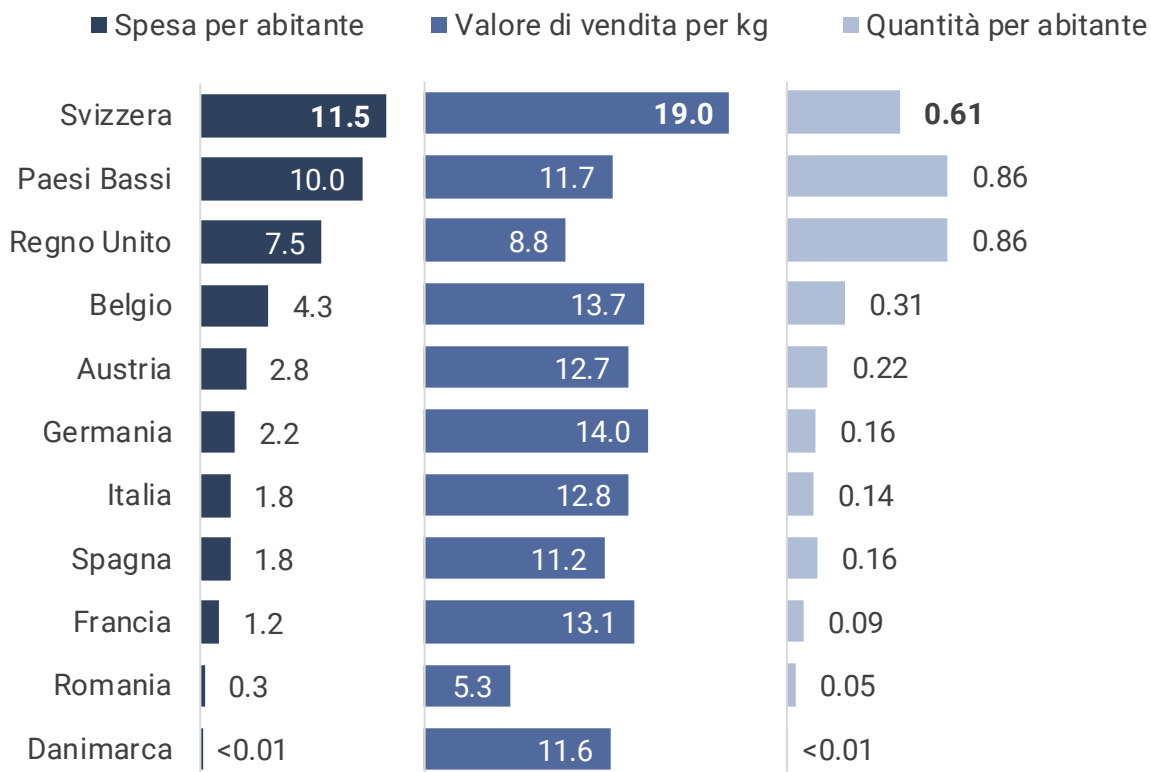
Per il periodo compreso tra ottobre 2019 e settembre 2020 (12 mesi in totale), per tutti i Paesi osservati l'analisi evidenzia una chiara tendenza alla crescita. Il maggior incremento nell'arco di questo periodo è stato osservato in Germania con un aumento di oltre il 120 per cento, laddove

la cifra d'affari relativa ai sostituti della carne è salita a 181 milioni di euro. Dunque la Germania, dopo la Gran Bretagna, è il secondo mercato in ordine d'importanza per i sostituti della carne in Europa. Com'è stato il caso in Svizzera, anche i discount hanno avuto un ruolo determinante nella crescita. In Germania la quota della cifra d'affari dei discount ha raggiunto il 30 per cento, un record a livello europeo.

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Acquisti per abitante e valori di vendita dei sostituti della carne nel confronto internazionale

Spesa in euro, valore di vendita in euro/kg, quantità in kg
2019 10..2020 09 (totale su 12 mesi)



Plant-based foods in Europe: How big is the market? Smart Protein Plant-based Food Sector Report by Smart Protein Project, European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (No 862957) (2021). <https://smartproteinproject.eu/plant-based-food-sector-report>.

Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera; Nielsen MarketTrack; ProVeg; Eurostat (dati demografici del 2019)



In Gran Bretagna da ottobre 2019 a settembre 2020 nel commercio al dettaglio sono stati venduti sostituti della carne per un valore di oltre 503 milioni di euro. La Svizzera, con una cifra d'affari di 99 milioni di euro, si situa al quinto posto dopo i Paesi Bassi, con 174 milioni di euro, e l'Italia, con 111 milioni di euro, tuttavia prima della Francia (80 mio. euro) e dell'Austria (25 mio. euro).

In Svizzera si pagano i prezzi maggiori per i sostituti della carne

Se si riportano le cifre d'affari al numero di abitanti, il quadro è completamente diverso. In nessun altro Paese europeo gli abitanti spendono così tanto per i sostituti della carne come in Svizzera (11.5 euro pro capite). Le elevate uscite pro capite per chilogrammo di sostituti della carne in Svizzera sono riconducibili essenzialmente a un prezzo d'acquisto, ovvero a un valore di vendita, nettamente superiore (19.0 euro / kg) rispetto agli altri Paesi con in media 11.1 euro / kg. Il valore di vendita medio dei sostituti della carne in Svizzera è circa 8 euro il chilogrammo più elevato (+71,8 %).

Se si confrontano i volumi di acquisto richiesti, i Paesi Bassi e la Gran Bretagna, ciascuno con 0.86 chilogrammi pro capite, superano la Svizzera.

Le cifre evidenziano che la Svizzera, nonostante la sua esigua popolazione, in Europa rappresenta un importante mercato per i sostituti della carne. Questo potrebbe essere dovuto anche all'elevato potere di acquisto medio della popolazione svizzera rispetto alla maggior parte dei Paesi europei.

Prospettiva: gli studi prevedono una forte crescita a livello mondiale

Da qualche tempo a questa parte le alternative alla carne sono ritenute un mercato in crescita su scala globale. Di conseguenza si moltiplicano gli studi che valutano le prospettive di sviluppo a livello internazionale (cfr. [Barclays 2019](#); [Allied](#)

[Market Research 2019](#); [Meticulous Research 2020](#) o [Kearney 2020](#)). I risultati relativi all'orizzonte temporale delle previsioni e ai valori della cifra d'affari variano considerevolmente, ma l'orientamento è pressoché identico: crescita ininterrotta nei prossimi 5-20 anni. Nell'ambito del presente studio sono stati presi in considerazione i risultati dell'analisi di Kearney in rappresentanza dei diversi studi svolti finora.

Il grafico in alto, elaborato sulla base dei dati dell'analisi e delle stime qualitative degli esperti, illustra l'andamento previsto della cifra d'affari considerando globalmente il mercato della carne e dei sostituti della carne a livello mondiale fino al 2040.

Gli analisti ipotizzano una crescita annua del 3 per cento del mercato della carne e dei sostituti della carne a livello mondiale. Si attendono già entro il 2025 una quota della cifra d'affari del 10 per cento per i sostituti della carne vegetali (\approx 120 mia. dollari). Secondo le stime di mercato degli analisti, entro il 2030 anche i prodotti derivanti da carne ottenuta in vitro raggiungeranno una quota di cifra d'affari del 10 per cento (\approx 140 mia. dollari). Parallelamente, la quota della carne tradizionale diminuirà. Stando alle previsioni, entro il 2040 la quota di cifra d'affari della carne scenderà al 40 per cento (\approx 720 mia. dollari), segnando un calo annuo del 3 per cento. Al contrario i prodotti proteici vegetali entro il 2040 raggiungeranno una quota di cifra d'affari del 25 per cento (\approx 450 mia. dollari) e la carne ottenuta in vitro arriverà a una quota del 35 per cento (\approx 630 mia. dollari).

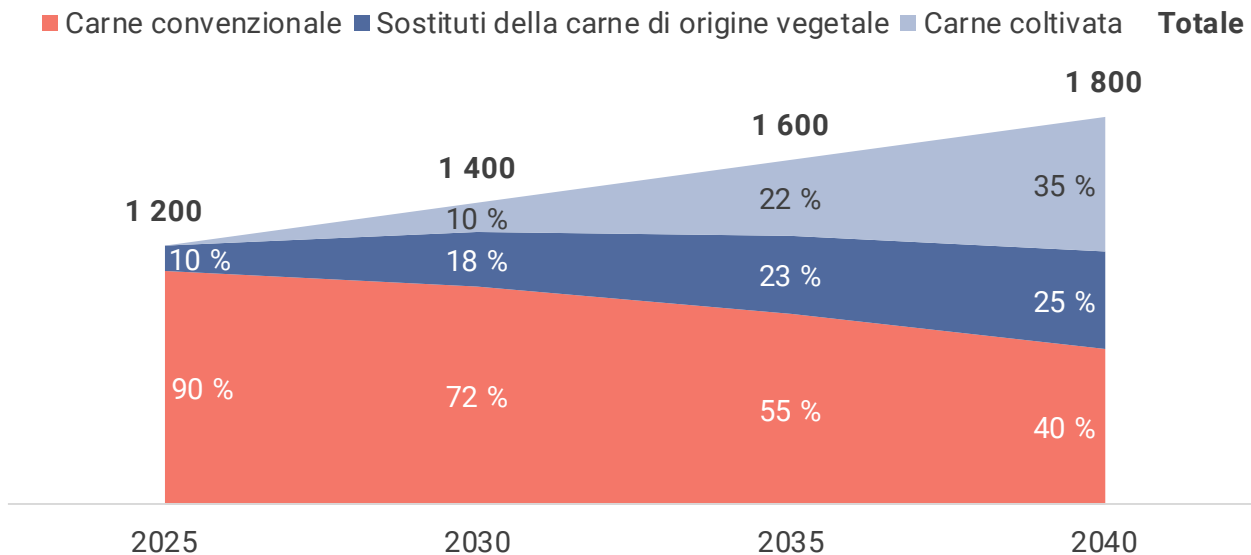
Gli analisti di Kearney hanno calcolato tale andamento basandosi sulle seguenti ipotesi:

- incremento dell'efficienza ed effetti di scala nella produzione di alternative alla carne;
- riduzione dei costi nella produzione di alternative alla carne;
- crescita superiore alla media del mercato dei sostituti della carne in Asia, USA ed Europa;

SOSTITUTI DELLA CARNE NEL CONTESTO MONDIALE

Prospettiva: mercato mondiale di prodotti carnei e sostituti della carne secondo il case study di Kearney

Cifra d'affari totale in mia. CHF, quote in %
2025..2040 (dati annuali)



When consumers go vegan, how much meat will be left on the table for agribusiness?, copyright A.T. Kearney, 2020. All rights reserved. Reproduced with permission.

Fonti: dati: Nazioni Unite, Banca mondiale; interviste a esperti; analisi: Kearney (2020); grafico: UFAG, Settore Analisi del mercato

- possibilità di immettere sul mercato nei prossimi anni carne ottenuta in vitro;
- elevata accettazione da parte dei consumatori, superamento delle reticenze in particolare nei confronti della carne ottenuta in vitro;
- superamento degli ostacoli legali;
- raggiungimento della parità di prezzo tra prodotti provenienti da carne tradizionale e dalle alternative alla carne;
- crescita del tasso d'inflazione globale (rincarico nominale dei prodotti carnei e dei sostituti della carne);
- aumento della popolazione mondiale in particolare nelle aree con consumo di carne già basso.

Se nei prossimi 20 anni si verificherà uno scenario come quello descritto da Kearney, dipende da

una moltitudine di fattori, in particolare dall'accettazione dei sostituti della carne da parte dei consumatori. Dall'altro lato, studi prestigiosi, come ad esempio l'Agricultural Outlook (OCSE 2020), prevedono un'ulteriore netta espansione della produzione globale di carne a causa di una popolazione mondiale in costante crescita e dell'incremento della domanda di carne da parte di un ceto medio in ascesa a livello globale. Nella maggior parte dei casi, i modelli di previsione utilizzati per tali studi non contemplano i sostituti della carne come mercato in crescita.

Anche se le previsioni dello studio di Kearney non dovessero avverarsi, il mercato dei sostituti della carne nei prossimi anni continuerà a evolvere in misura considerevole. Di conseguenza, occorre osservare costantemente l'andamento di questo mercato dinamico onde riconoscere

tempestivamente le tendenze e i potenziali di mercato.

L'agricoltura svizzera al momento non trae beneficio dalla crescita dei sostituti della carne

L'analisi evidenzia che la vendita di sostituti della carne in Svizzera e in Europa negli scorsi anni è fortemente aumentata e in futuro continuerà a farlo. Nel contesto del cambiamento climatico vi è una crescente fascia di consumatori, in particolare tra i giovani, che riduce in maniera consapevole il consumo di carne o addirittura vi rinuncia. Questi consumatori richiedono in maniera mirata sostituti della carne a base vegetale.

Di questo mercato in crescita beneficiano in misura sempre maggiore anche le aziende svizzere del commercio e dell'industria alimentare che, oltre al tofu, promuovono lo sviluppo di prodotti Meat Analog, tra cui ad esempio Planted Chicken (Planted), The Green Mountain di Hilcona/Bell (Coop) o V Love di Micarna/BINA (Migros). Al livello della produzione agricola, invece, questa tendenza non è ancora stata recepita. Nel settore primario svizzero, infatti, vi sono pochissimi progetti e iniziative che promuovono la coltivazione di materie prime vegetali; tra questi si annovera quello sulla coltivazione di soia biologica per la produzione di tofu biologico indigeno (cfr. [Bio-Speisesoja Schweiz, FiBL 2019](#)).

Per il resto, praticamente tutte le proteine vegetali necessarie per la produzione indigena di sostituti della carne vengono importate.

Secondo uno studio condotto della Scuola universitaria professionale bernese in collaborazione con Agroscope sul tema «[Proteine vegetali come sostituti della carne](#)» (Heine et al. 2018), in Svizzera esiste un potenziale per la coltivazione di piante proteiche da destinare all'alimentazione umana.

Stando a questo studio, per la produzione di proteine si presterebbero in particolare i lupini, le fave e i fagioli. Tuttavia, per poter essere utilizzate nella produzione di alternative vegetali alla carne, queste materie prime dovrebbero dapprima essere trasformate in farine, proteine, concentrati o isolati ricchi di proteine. Al momento, però, in Svizzera non esiste un'industria di trasformazione di questo tipo.

Affinché anche l'agricoltura svizzera possa trarre beneficio da questo mercato in crescita, occorre una visione globale sulla catena del valore, dalla produzione delle materie prime alla commercializzazione mirata, passando per la loro preparazione e trasformazione. A tal fine sono imprescindibili iniziative e investimenti adeguati nonché una collaborazione mirata lungo tutta la catena del valore alimentare. Il potenziale dal profilo dei consumatori è presente.

OSSERVAZIONI SULL'ANALISI

Nielsen Svizzera come fonte di dati

L'analisi dei sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero si basa sui dati di Nielsen Svizzera che a loro volta considerano due diversi panel di dati:

- il panel dei consumatori
- il panel del commercio al dettaglio o Homescan panel

Il panel dei consumatori di Nielsen Svizzera comprende circa 4000 economie domestiche della Svizzera tedesca e occidentale (Ticino, escl.). Le economie domestiche partecipanti registrano tutti gli acquisti effettuati da ogni membro della famiglia sull'arco dell'anno. Concretamente le economie domestiche devono indicare i quantitativi acquistati, i prezzi e il luogo di acquisto di tutti i prodotti comprati.

Nel panel del commercio al dettaglio o Homescan panel di Nielsen Svizzera sono registrati tutti i prodotti scansionati alle casse nei punti vendita delle aziende addette al commercio al dettaglio partecipanti al panel. Ad eccezione dei due discount tedeschi Aldi e Lidl, il panel del commercio al dettaglio comprende tutti gli attori rilevanti a livello nazionale nel commercio al dettaglio stazionario. Gli addetti al commercio specializzato, i negozi specializzati (p.es. macellerie) e i venditori diretti non sono rappresentati in questo panel.

Nel panel combinato (consumatori e commercio al dettaglio) i canali di vendita non compresi nel panel del commercio al dettaglio (p.es. Aldi, Lidl, commercio specializzato) possono essere stimati mediante il panel dei consumatori e inseriti, congiuntamente al panel del commercio al dettaglio, in un panel globale per l'intero commercio al dettaglio stazionario, incluso quello online. Attraverso il panel combinato consumatori e commercio al dettaglio può quindi essere rappresentato l'intero commercio al dettaglio svizzero stazionario e possono essere utilizzate cifre più precise relative alle vendite e alla cifra d'affari. Il panel combinato è la base per la presente analisi.

Caratteristiche dell'economia domestica considerate nel panel dei consumatori di Nielsen Svizzera

Il panel dei consumatori di Nielsen registra diverse caratteristiche socio-demografiche delle economie domestiche partecipanti al panel. Nel panel dei consumatori Nielsen Svizzera considera le seguenti caratteristiche:

- età della persona di riferimento dell'economia domestica: diversi gruppi di età, dai 18 fino oltre i 65 anni;
- numero di figli nell'economia domestica: con figli / senza figli, numero;
- luogo d'acquisto: Svizzera / estero;
- reddito: diversi gruppi di reddito, da meno di 35 000 franchi a oltre 110 000 franchi;
- dimensione dell'economia domestica: numero di persone per economia domestica;
- area di residenza: città / campagna / intermedio
- regione linguistica: Svizzera tedesca / Svizzera francese (Svizzera occidentale)
- benessere: a seconda del reddito per componente dell'economia domestica; benessere basso fino a elevato.

Il reddito dell'economia domestica è lordo o netto?

Il reddito delle economie domestiche è registrato come reddito lordo.

Cosa si intende per tasso di crescita annuo?

Il tasso di crescita annuo (ingl.: Compound annual growth rate CAGR) descrive la crescita media di un indicatore (p.es. vendite o cifra d'affari) per anno sull'arco di un periodo (più anni) definito. Determinanti per il calcolo sono il valore iniziale e quello finale nonché la durata del periodo in anni. Nella presente analisi si considera prevalentemente il periodo 2016-2020 (valore iniziale = 2016, valore finale = 2020, durata del periodo = 4)



INDICE DELLE FONTI

- [Allied Market Research \(2019\): Meat Substitute Market Outlook-2026. Allied Market Research.](#)
- [Barclays \(2019\): Carving up the alternative meat market. Barclays Investment Bank.](#)
- [USAV \(2017\): Insetti come derrata alimentare. Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria.](#)
- [UFAG, Settore Analisi del mercato \(2021a\): Quarto rapporto speciale su alcuni mercati agricoli e alimentari svizzeri selezionati. Ufficio federale dell'agricoltura.](#)
- [UFAG, Settore Analisi del mercato \(2021b\): Rapporto sul mercato della carne, febbraio 2021. Ufficio federale dell'agricoltura.](#)
- [UFAG, Settore Analisi del mercato \(2021c\): Grafico informativo Spese per le derrate alimentari nel commercio al dettaglio svizzero. Ufficio federale dell'agricoltura.](#)
- [Bolliger Maiolino, Conradin \(2012\): Ökonomische Analyse von Herkunftsangaben bei Agrarerzeugnissen, Zürich. PF Zurigo.](#)
- [Coop \(2021\): Plant Based Report 2021. Coop.](#)
- [Dürnberger, Christian \(2020\): Ethik für die Landwirtschaft. Das philosophische Bauernjahr. Kdp, Salzburg.](#)
- [FiBL \(2019\): Bio-Speisesoja Schweiz - Optimierung der Schweizer Produktionskette für Bio-Speisesoja vom Saatgut bis zum fertigen Produkt. Coop / Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica.](#)
- [GDI \(2017\): European Food Trends Report 2017 – Food is Eating my Life: Warum Essen zum neuen Pop wird. Gottlieb Duttweiler Institut.](#)
- [GDI \(2019\): European Food Trends Report 2019 – Hacking Food: Die Neuerfindung unseres Essens. Gottlieb Duttweiler Institut.](#)
- [Heine, Daniel; Rauch, Michael; Ramseier, Hans; Müller, Susanne; Schmid, Alexandra; Kopf-Bolanz, Katrin; Eugster, Elisabeth \(2018\): Pflanzliche Proteine als Fleischersatz: eine Betrachtung für die Schweiz. Agrarforschung Schweiz. Scuola superiore di scienze agrarie, forestali e alimentari SSAFA, Agroscope.](#)
- [Kearney \(2020\): When consumers go vegan, how much meat will be left on the table for agribusiness?. A.T. Kearney.](#)
- [Klages & Gensicke \(2002\): Wertewandel und bürgerliches Engagement an der Schwelle des 21. Jahrhunderts. Speyerer Forschungsberichte 193.](#)
- [Meticulous Research \(2020\): Meat Substitute Market –Global Forecast To 2027. Meticulous Research.](#)
- [Nielsen Svizzera \(2021\): Daten Fleisch/Fleischersatz aus Retail- und Konsumentenpanel. The Nielsen Company \(Switzerland\) GmbH.](#)
- [OECD \(2020\): OECD-FAO Agricultural Outlook 2020-2029. Organisation for Economic Co-operation and Development.](#)
- [ProVeg International \(2020\): European Consumer Survey on Plant-based Foods – Describing the product landscape and uncovering priorities for product development and improvement. Berlin.](#)
- [ProVeg International \(2021\): Plant-based foods in Europe: How big is the market? Smart Protein Project. Plant-based-Food Sector Report. Berlino.](#)
- [SwissVeg \(2020\): Umfrage zu den Vegetariern und Veganern in der Schweiz. SwissVeg.](#)
- [Siegrist, Stephan \(2005\): Food Fictions – Radikale Food Trends. Gottlieb Duttweiler Institut.](#)
- [SwissVeg \(2020\): Umfrage zu den Vegetariern und Veganern in der Schweiz. SwissVeg.](#)
- [Siegrist, Stephan \(2005\): Food Fictions – Radikale Food Trends. Gottlieb Duttweiler Institut.](#)



CONTATTO & PUBBLICAZIONI

Autori:

Cornel Herrmann
Conradin Bolliger

Ufficio federale dell'agricoltura
Settore Analisi del mercato
Schwarzenburgstrasse 165, 3003 Berna

marktanalysen@blw.admin.ch
<http://www.marktbeobachtung.admin.ch/>

I valori dettagliati relativi ai sostituti della carne nel commercio al dettaglio svizzero sono disponibili sotto: [Tabelle di accompagnamento al rapporto](#)

[Modulo per la sottoscrizione di abbonamenti:](#)
[Modulo di ordinazione online](#)

Per responsabilità, protezione dei dati, copyright e altro vedasi: www.disclaimer.admin.ch