

# Food tech e cibo di sintesi, i trend per il 2024

Il consumatore flexitarian, packaging sostenibile, abitudini in cambiamento e soprattutto svolta etica a tavola - 22/12/2023 testata giornalistiche THE WAY MILANO

<https://www.thewaymagazine.it/trends/food-tech-e-cibo-di-sintesi-i-trend-per-il-2024/>

L'annata sta per concludersi, è dunque arrivato il tempo di tirare le somme e di tracciare i **Food trend 2024**. Elementi **green, ambiente e sostenibilità** in primis, senza tralasciare la notevole influenza della tecnologia applicata al food e nemmeno il concetto di intelligenza artificiale (**AI – Artificial Intelligence**). Ebbene sì, **il termine importantissimo di Food Tech**, *in voga nei tempi odierni, intende rendere più efficiente e sostenibile il settore alimentare nelle diverse declinazioni. Una mission intesa inevitabilmente in termini di produzione, di logistica, delivery, marketing, packaging, sales e consumo.* In prima battuta occorre affermare che, oggi più che mai, il fattore tecnologico e il termine vasto di *innovazione non devono perdere di vista il rispetto dell'ambiente. E nemmeno quello della tradizione. Quello della tradizione, infatti, ancora oggi – in un'era digitale dove ci si interfaccia con un'audience ben più consapevole rispetto al passato anche grazie all'espansione incontrastata del World Wide Web – può andare a costituire un valore aggiunto all'interno di un piano strategico imprenditoriale e condurre di conseguenza ad una maggior redditività. In altri termini non si devono mai tralasciare le fondamentali origini di un prodotto, la brand identity e/o la tradizione ovvero una serie di elementi*

*che possono agevolare un'azienda nel contraddistinguersi nitidamente rispetto ai competitors di settore. Ci riferiamo frattanto ai valori di un territorio, al principio di territorialità che in chiave storytelling può giocare un ruolo chiave per una proficua vision legata indissolubilmente ai valori culturali e reputazionali.*

Prima di discutere sui **food trend 2024**, va ribadito come nel contesto odierno si parli con frequenza – e per certi versi fin con troppa disinvoltura – di **Tech, Green, Ambiente e Cucina Sostenibile**. Eh già... Ben venga innanzitutto lo sviluppo tecnologico, magari anche la diffusione blockchain nel comparto alimentare (senza dimenticare gli effetti dell'intelligenza artificiale). Ben accetta dunque la tecnologia di processo snella ed efficiente, così come la tecnologia di prodotto. Ben accetti anche i modelli innovativi digitali del b2b (business-to-business) il cui utilizzo crediamo andrà a incrementarsi nel prossimo futuro nell'ambito del **food&beverage**. Molto positivamente su **slogan ambientalistici e di sostenibilità** o su 'claim' che richiamano ad **ecologia di sistema**, ma a patto che non ci siano particolari compromessi, abusi e strumentalizzazioni a tal proposito. Un po' come quello che avviene probabilmente (all'estero ma non solo) per il nostro **Made in Italy** e per il termine gourmet italiano. Concetti che potrebbero essere valorizzati, se rispettati determinati vincoli e parametri, ancora e molto di più in giro per il mondo. **Farine di grillo domestico e carne prodotta in laboratorio?** Si parla da tempo di una soglia crescente composta da **miliardi e miliardi di euro come giro d'affari** nel brevissimo termine. Non vogliamo dare giudizi in merito. Ci limitiamo a sostenere che al giorno d'oggi occorre salvaguardare al meglio le nostre eccellenze italiane. Ma andiamo per ordine, cercando di fissare alcuni concetti fondamentali in materia, tracciando alcuni dei **food trend 2024** più significativi, in particolar modo nel nostro paese.

## **GREEN, BIOLOGICO E PLANT-BASED: IN CAMMINO VERSO LA TRANSIZIONE ECOLOGICA**

Poco più di un mese fa, durante gli 'Stati Generali del Food and Beverage a Roma, alcuni dati illustrati da **Italgrob** (Associazione nazionale di riferimento per il settore della distribuzione nel canale Horeca) hanno fatto capire come il mercato **food and beverage** in Italia (consumi domestici ed extradomestici) valga oltre **200 miliardi di**

**euro**, con un settore che occupa due milioni circa di individui. Consumi out of home (**fuori casa**)? Le prospettive per l'anno a venire sembrano essere non eccessivamente ottimistiche. In particolar modo da una recente analisi si nota come la distribuzione moderna, segnata da una crescita dei prezzi media di oltre 11 punti percentuali nell'anno, abbia fatto registrare una **diminuzione degli acquisti di oltre il 2%**. Cifre forti ed emblematiche, fermo restando il fenomeno inflattivo. Una domanda sorge spontanea (e rappresenta la speranza di molti italiani...): nel 2024 potrà calare l'inflazione e dunque i prezzi si andranno ad abbassare? Non spetta a noi rispondere a questo quesito ma vogliamo nel contempo ricordare che **dal primo gennaio 2024 non sarà più attivo il trimestre anti-inflazione nei negozi aderenti/supermercati**.

### **PROTEINE ALTERNATIVE E RESPONSABILITA' A STRETTO CONTATTO**

Intanto, secondo un'analisi specifica a cura di **Bloomberg**, effettuata in tempi tutt'altro che remoti, il **segmento delle alternative vegetali** crescerà in maniera esponenziale. A tal proposito se ne parla già da parecchio tempo, in primis riguardo al raggiungimento a livello internazionale di circa **45 miliardi di dollari** entro l'annata 2022. Il tutto 'condito' da una proiezione per l'anno 2030 di oltre **160 miliardi** (circa il 7,5% del mercato intero relativo ai cibi proteici). Come se non bastasse un report targato **Boston Consulting Group** in collaborazione con **Blue Horizon** stimava che a livello internazionale entro l'annata **2035 il segmento delle proteine alternative** a quelle di derivazione animale passerà dal 2% (2022) a circa l'11%, per un valore che si aggira intorno ai **285-290 miliardi di dollari**. Per molti italiani che sensazione farebbe, tanto per citare qualche esempio, assaggiare un hamburger che non contiene carne, prodotti che fanno di pesce (pur senza alcuna traccia), uova 'finte' o carne in provetta?

Senza focalizzarci su questo tipo di discorso, la famosa emergenza da Covid-19 ha stravolto gli equilibri generali, con un ulteriore passo in avanti verso la **transizione ecologica**. Oggi più che mai si respira, in Italia come all'estero, una progressiva maggiore attenzione verso il **concetto di benessere animale e salvaguardia del pianeta** intero. Si parla frattanto di **scarsità di risorse di cibo**, soprattutto in quelle zone dove è prevista una impattante crescita demografica da qui in avanti (aree dell'Asia ma non solo). Ecco perché saranno a mano a mano necessarie scelte,

manovre e strategie di consumo più **responsabili** e consapevoli, mirate dunque a un maggior 'giudizio' da parte di tutti. Così come saranno fondamentali soluzioni di tipo alternativo che possano sposare al meglio i principi della buona nutrizione ovvero della sostenibilità (**Green o Sustainability**, chiamatela come meglio credete). Dando un'occhiata veloce alla lista della spesa della popolazione italiana, si può ben comprendere come il **biologico** rimanga una scelta molto apprezzata e sempre più diffusa. Pensate che nel 2023 ammontano a circa **22-23 milioni i nuclei familiari che hanno acquistato bio/biologico almeno una volta l'anno** (trend che si è gonfiato incredibilmente, anno dopo anno, dal 2013 circa in avanti). Numeri, come da previsioni, destinati a lievitare con una parallela crescita dell'**export biologico Made in Italy** (in tali termini, già abbattuta quota 3,5 miliardi di euro).

### **INSETTI O CARNE SINTETICA: LO SCHIERAMENTO DELL'ITALIA**

Che dire poi degli **insetti**? Le **farine di insetto** saranno utilizzate a livello mondiale sempre di più per la preparazione di pasta e pasticceria secca, dolce o salata che sia. Nel contempo si parla tantissimo di carne coltivata in laboratorio. L'Italia con apposite norme ha già frenato chiaramente per l'immissione nel mercato nazionale di questi prodotti "del futuro" o **novel food**. Avanti, dunque, rigorosamente con le eccellenze italiana e il nostro spettacolare **Made in Italy**. Anche qui naturalmente non mancano filoni di pensiero contrastanti. C'è chi sostiene ad esempio, anche nel nostro paese, che la carne sintetica può essere in grado di offrire orizzonti alternativi e innovativi di business, senza perdere competitività e relativi vantaggi su un mercato globale in continua evoluzione. E' inutile negarlo: è proprio quello delle carni sintetiche e relative coltivazioni uno degli argomenti più discussi al tempo odierno. In parole povere, tramite **l'uso delle cellule staminali estratte da animali vivi** oppure da carne fresca e processi particolari che escludono antibiotici o elementi di contaminazione, 'colossi del settore' vogliono generare un prodotto simile alla carne vera e propria. Come già accennato, **l'Italia sotto questo aspetto è la prima nazione ad aver detto no, con un atto formale/ufficiale**. Stiamo parlando in estrema sintesi delle ormai note *"Disposizioni in materia di divieto di produzione e di immissione sul mercato di alimenti e mangimi costituiti, isolati o prodotti a partire da colture cellulari o di tessuti derivanti da animali vertebrati nonché di divieto della denominazione di carne per prodotti trasformati contenenti proteine vegetali"*

## STILE DI VITA DEL CONSUMATORE 'MODERNO': LE TENDENZE PER IL 2024

Il tempo passa, gli stili di vita si modificano. Sembra che, dopo l'emergenza pandemica da Covid-19, circa **un terzo degli italiani scelga la dieta** come efficace modalità per prendersi cura del proprio corpo. Nello specifico il consumatore più **'moderno'** oggi desidera molto spesso seguire uno stile di vita sano che rispetti l'ambiente e la salute, optando frattanto per packaging 100% compostabili e imballaggi alimentari, ma soprattutto per alimenti bio/biologici, senza pesticidi e nemmeno senza conservanti (e **NO OGM**), e a km 0. Ciò escludendo ove possibile il consumo di derivati animali o selezionando direttamente alternative vegane (nella pasticceria dolce e salata in primis) o prodotti **bio-based** o **plant-based**. In sostanza si attende che crescano in maniera esponenziale le alternative plant based della carne come pure le varianti del latte vegetale o il cosiddetto 'senza lattosio' (avena, soia, riso o mandorla alcune delle possibili opzioni). Già nel 2023 si prevedeva ad esempio consumo di pollo biologico e di pasta prodotta non soltanto da grano ma anche da legumi e verdure varie. Tra essi sembravano spiccare già un anno fa, nella lista 'desiderata' dagli italiani, cavolfiori, broccoli e zucchine, così come le alghe. Prodotti **vegetali** alle stelle? Certamente. Un autentico boom come accennato in precedenza. Una vera 'esplosione' che, analizzando alcuni dati e approfondendo vari report, potrebbe far registrare ben **162 miliardi** in valore entro l'annata 2030. Alternative alla carne, ad esempio; così come alternative al latte. Saranno loro, tra gli altri protagonisti, a trainare lo specifico mercato in cui si immerge totalmente e piacevolmente anche il cosiddetto consumatore **Flexitarian** (per dirla all'inglese). Semplificando, è la fusione del termine **Vegetarian** con quello **Flexible**, ovvero uno stile di vita con spiccata propensione all'acquisto di alimenti di origine vegetale (plant-based) senza però chiusure 'mentali' totali verso il consumo di carne o simili. Come dire, grande fede e fedeltà verso la transizione alimentare plant-based. Per il 2024 *un trend di particolare interesse potrebbe poi essere quello riservato alla crescita della **panificazione botanica**. Il tutto con relativi studi specifici e scrupolosi e teorie innovative sulle **spezie**, **fattispecie** o **erbe aromatiche**, così come speciali farine per gli impasti botanici utilizzabili anche in pizzeria, altro settore strategico per il nostro paese.* Si conferma anche nel nuovo anno (2024) il trend del **food delivery** (optando ancora per **packaging ecosostenibili**, magari – tanto per fare un esempio – anche

con riferimento a foreste gestite in maniera responsabile). Oltre al food delivery da rilevare la diffusione nei vari esercizi di gestionali automatici di cassa ovvero di **macchine intelligenti** in primis per monete e contanti dei clienti, in un'ottica di semplificazione procedura, riduzione errori e **maggior** efficienza del servizio.

### **FOOD AESTHETIC E FOOD STORYTELLING SEMPRE ALL'AVANGUARDIA**

E' sempre di moda il concetto vasto di **food aesthetic**. Esattamente, la 'famosa' mania di postare e condividere sui social network preferiti i piatti più belli, estetici e cool. A proposito di cool: i ristoranti o strutture non trovano personale? **Rendere cool, nel brevissimo termine, anche la figura del cameriere** e del personale specializzato in hotel, bar o ristoranti, come ha sostenuto qualcuno, potrà davvero essere una scelta governativa pragmatica per il futuro per dare più appeal a tutto il settore? Nell'attesa il cibo diviene a tutti gli effetti autentico protagonista sui social, fondendosi con concerti, arte o momenti vari di intrattenimento e spettacolo. Che il **food storytelling per il 2024** abbia inizio, così come la diffusione sempre più colorata di **viaggi a tema enogastronomico** alla scoperta di piatti, tecniche e prodotti, meglio ancora se locali o a km0. E c'è chi viaggia con costanza alla ricerca dell'autenticità o della tradizione, per un'avventura culinaria a 360 gradi. Che sia la voglia di 'riassaporare' la **cucina della nonna** o di intraprendere una full-immersion verso la **cucina sperimentale o innovativa** il risultato non cambia: i social esplodono con contenuti postati, stories di ogni genere. C'è chi organizza perfino contest a colpi di like per condividere il bello e le emozioni di ogni singolo piatto. E qui le famose salse (si parla ad es. di un ritorno di fiamma per il 2024 di salse al peperoncino, piccante o similari) – in maniera più cool chiamate **cooking sauce** – potrebbero giocare un ruolo decisivo...

### **UN 2024 MULTISENSORIALE TRA VALORI ETICI E SANA ALIMENTAZIONE**

Sostenibilità, tracciabilità e sicurezza alimentare, impatto su cibo e ambiente in tutte le sue declinazioni. Rifiuti Zero (**Zero Waste**, come dire 'sempre meglio non buttar via niente'), rispetto degli standard ambientali, politiche eque e virtuose, agricoltura sostenibile o rigenerativa e ingredienti possibilmente di provenienza locale. E ancora: valorizzazione della filiera produttiva, origine del cibo, genuinità e 'forza' dell'etichetta. Tutti a caccia del 'pacchetto completo' di elementi e concetti validi per una buona salute ossia per 'assaporare' i valori **autentici** di una sana e corretta

alimentazione. Vivere bene, vivere in forma e appunto... all'avanguardia! Un mix di tendenza per il 2024 potrebbe essere secondo alcuni quello composto da **grano saraceno** (*un superfood fonte anche di fibre e proteine, citato tra i food trend 2024 anche dal report analitico griffato 'Whole Foods Market'*), prodotti vegetali alternativi a pesce o carne, così come appositi integratori alimentari a sostegno del benessere della donna. Circa i **prodotti plant-based**, in altri termini, potranno valersi di fonti vegetali innovative ad elevato contenuto proteico, con ad esempio **legumi** o noci a rimpiazzare variegate e complesse alternative alla materie prime di tipo animale. Ci sarà spazio anche per gli atleti, o meglio ancora per i clienti o consumatori in movimento continuo magari anche per via di ritmi di lavoro elevatissimi. Ghiotte e stuzzicanti monoporzioni, barrette salutiste o **snack** ("inventate" pure voi il nome giusto, in un'ottica di **ridurre contenuti di grassi o zuccheri**) verranno proposti sempre più con una certa facilità d'uso. In tal senso il fattore tecnologico o ben presto l'**AI** potrebbe giocare un ruolo essenziale in termini di gestione o organizzazione risorse, come pure di pianificazione pasti o raccolta feedback cliente). Spazio a **packaging comodi**, meglio ancora se ecosostenibili. Il tutto a vantaggio del **benessere psicofisico** dell'individuo a tutto tondo. Infine, per un'esperienza di gusto multisensoriale il **caramello** sembra volersi candidare 'al trono' nel nuovo anno, fermo restando quella che possiamo definire una 'quasi' certezza annuale ovvero le note e il gusto inconfondibile della **frutta secca** così come l'esplosività di una bella bevanda energetica o di un colorato **mocktail**. Stiamo parlando del cosiddetto '**finto cocktail**' riconducibile a drink freschi e analcolici in auge oggi anche in svariate strutture della ristorazione.

***Testo e ricerca a cura di Daniele Bartocci.***

Foto di apertura:

**tendenze della ristorazione e del food** svelate da **TheFork**, in collaborazione con Nelly Rodi.

*Narrative Culinarie, Nutrire il Corpo, la Mente e il Pianeta, Verso un ecosistema culinario virtuoso, Spettacolo Culinario*; ognuno di questi trend è **accompagnato da tendenze emergenti** che stanno rimodellando il mondo della ristorazione e **da ingredienti in ascesa** che diventano, o si confermano, protagonisti della cucina.