

# Carne o non carne? Questo è il problema

Crescono i prodotti alternativi e, a sorpresa, si rivelano non solo altamente sostenibili, ma anche economicamente redditizi

di Marco Arvati

**LA CRESCITA DEL MERCATO TRADIZIONALE DI CARNE** è significativamente più bassa di quello *plant-based* e non entrare con investimenti ragionati in quest'ultimo è un rischio incombente per le aziende e per i lavoratori del settore, che in Italia sono 350.000.

È oramai diversi anni che si parla dell'inevitabilità della riduzione del consumo di carne per poter ottemperare ai parametri richiesti di riduzione delle emissioni di gas serra. Dal 2006 la FAO produce report che rivelano quanto l'agricoltura animale giochi un ruolo significativo nella crisi climatica; oggi, infatti, il consumo del prodotto carne si trova ampiamente al di sopra del livello di sostenibilità. Il 38% della superficie terrestre è utilizzato come terreno agricolo e 2/3 di questo è adibito a pascolo per il bestiame. Secondo l'IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), agricoltura, allevamento e deforestazione producono il 24% delle emissioni di gas serra derivanti da attività umane.

## LE POSSIBILI ALTERNATIVE

Quali sono però quelle che vengono definite "alternative sostenibili" al consumo di carne? Da un lato quella che chiamiamo "carne vegetale", basata appunto sulla lavorazione di proteine vegetali perché assumano aspetto e gusto del tutto simili alla carne tradizionale (è il caso di marche che troviamo oramai quotidianamente nei nostri supermercati, come Beyond Meat). Al-

tro metodo è lo sfruttamento di funghi e microrganismi impastati con albume d'uovo per ricordare la consistenza della carne. Infine non va sottovalutato che da molto tempo è in corso il tentativo di riprodurre carne in vitro, cioè partendo da cellule staminali animali che vengono fatte crescere e differenziate per produrre tessuti. È un sistema, molto finanziato in Israele e negli Stati Uniti, che sta ancora dando problemi nel passaggio dalla dimensione in vitro a quelle più ampie, ma con il numero di investimenti in corso la situazione è in divenire.

Non c'è dubbio quindi che la riconversione della filiera in senso green, aumentando, anche da parte dei grossi player del settore, le opzioni *plant-based* sia utile dal punto di vista della sostenibilità ambientale. Anche per via di una diversa sensibilità dei consumatori, la quota di mercato tradizionale tenderà a ridursi. Per il 30% dei cittadini, infatti, il profilo di

sostenibilità nelle scelte d'acquisto è fondamentale, il che implica una nuova scala di priorità nella riconversione delle filiere produttive. Occorre anche ragionare sul fatto che la riconversione, al netto delle sirene ambientaliste, ha una sua utilità dal punto di vista aziendale. Con un mercato alternativo in evoluzione, non avrebbe senso per le nostre aziende, leader nel settore food, trascurare le possibilità di riconversione. Nel 2040, infatti, la quota di carne animale sul mercato globale rappresenterà solo il 20%.

Esistono già aziende che hanno affrontato questo processo: Giulio Busoni, partner di Porsche Consulting, che ha curato uno studio sull'impatto del trend delle proteine vegetali sulle nostre filiere alimentari, ha analizzato i processi della società tedesca Rugenwähler Muhle, azienda storica per la produzione di insaccati, nata nel 1834. L'azienda ha preso la decisione strategica di diventare leader nel



settore plant-based passando attraverso un'evoluzione culturale. Oggi la società, azienda familiare il cui CEO è esterno da gennaio 2020, fattura 230 milioni di euro, di cui il 50% è costituito da prodotti alternativi alla carne tradizionale, e produce più del 40% del mercato di carne alternativa su suolo tedesco. La cosa da notare in questa storia è la valorizzazione delle competenze, non inferiori secondo l'azienda in un mercato alternativo: i dipendenti di Rügenwähler Muhle negli ultimi anni sono addirittura raddoppiati (da 450 a circa 1000), smentendo l'idea che la riconversione genererebbe perdita di competenze e posti di lavoro.

### LA SITUAZIONE IN ITALIA

Questo il contesto. In Italia, peraltro, questa tematica subisce spesso rocciose critiche sia da parte degli enti governativi preposti, sia delle associazioni di categoria come Coldiretti, che tendono ad associare il mercato alternativo a qualcosa di chimico, prodotto in laboratorio e che in ultima istanza farebbe male alla salute. È utile rimarcare che quella che viene definita "carne sintetica", in senso dispregiativo, per instillare nella popolazione il dubbio di qualcosa di lavorato, e quindi lontano dal processo naturale, non lo è davvero, proprio perché sono vere cellule animali riprodotte le basi di partenza del prodotto finito.

Va poi sottolineato – come conferma Busoni – che i tassi di conversione in Europa sono più veloci rispetto alla media italiana: l'Italia, soprattutto nel settore food, legato come sappiamo all'idea del Made in Italy come superiore rispetto al cibo estero, paga un eccessivo tradizionalismo che è sfociato in un Ddl licenziato il 28 marzo per bloccare quella che è stata definita "carne sintetica" (e che, come visto, di sintetico ha ben poco) che ha

anche generato una stortura per cui in Italia sarebbe vietata la produzione di questa ma non la sua importazione. In conclusione, è importante comprendere che nei prossimi quindici anni la filiera della carne cambierà radicalmente e, soprattutto per le aziende più orientate all'export, il tema centrale è quello di non rimanere indietro e adattarsi a un mercato in espansione. Il tradizionalismo e le spinte contrarie all'innovazione non sono, infatti, soltanto dannose da un punto di vista di sostenibilità ambientale e di sfruttamento intensivo delle sempre più scarse risorse del pianeta, ma anche economico.

L'incremento nelle vendite di prodotti alternativi alla carne è un fatto reale e registra dinamiche aggressive in tutta Europa e, anche se più lentamente, in Italia. Trascurare questa fetta di mercato, in una prospettiva futura di progressiva riduzione dei consumi per puntare a obiettivi di abbattimento

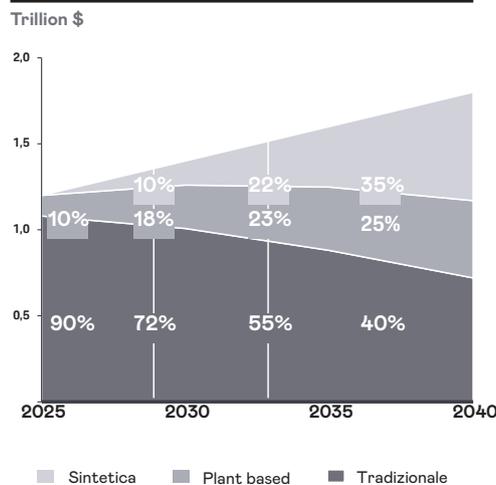
### Evoluzione del fatturato del mercato della carne

| Luogo   | Periodo   | Tradizionale | Plant-based |
|---|-----------|--------------|-------------|
|  | 2020-2023 | 21%          | 88%         |
|   | 2023-2027 | 15%          | 109%        |
|  | 2020-2023 | 18%          | 54%         |
|   | 2023-2027 | 12%          | 75%         |

**La crescita del mercato tradizionale è sensibilmente più bassa rispetto a quello plant based, non entrarci può quindi essere un rischio per i player tradizionali**

Fonte: Porsche Consulting, Statista

### Mercato mondiale di carne 2025-2040



Fonte: Porsche Consulting, Statista

delle emissioni, non solo è sbagliato eticamente, ma è sempre meno sostenibile economicamente. ©

MARCO ARVATI è collaboratore editoriale di Harvard Business Review Italia.