



ASSOCARNI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIA E
COMMERCIO CARNI



Roma, 29 luglio 2021

Fake meat: una frode per il consumatore il meat naming. Prodotti con minor valore nutrizionale e ultraprocessati

Il consumatore italiano dimostra di non gradire i prodotti spacciati come carne ma in realtà fatti mediamente di tanti ingredienti chimici e vegetali ultraprocessati. Lo affermano ASSOCARNI e UNICEB, le associazioni che rappresentano la filiera italiana delle carni rispondendo alle dichiarazioni di Salvatore Castiglione, responsabile Qualità e sicurezza Danone e Presidente del Gruppo Prodotti a base vegetale di Unione Italiana Food - sulla crescita della fake meat e di prodotti analoghi a base vegetale. Una crescita che secondo ASSOCARNI e UNICEB è in realtà solo apparente in quanto tali prodotti, pur trovando spazio negli scaffali grazie a cospicui investimenti, girano poco perché il consumatore assaggiandoli tende poi a non ricomprarli.

Carlo Siciliani Presidente UNICEB ritiene che il settore dei prodotti di origine vegetale dovrebbe essere più creativo. Queste aziende dovrebbero lavorare su nuovi concetti di marketing, per ottenere il riconoscimento dei consumatori e risolvere il paradosso fondamentale dell'industria delle imitazioni vegetali. Un'industria che si sforza di diventare di tendenza non ha bisogno di costruire il proprio successo servendosi di un marketing incentrato su prodotti pre-esistenti e sulla lotta a questi ultimi!

Luigi Scordamaglia Presidente ASSOCARNI ribadisce che il meat naming rappresenta una vera e propria frode per il consumatore in quanto lo induce a credere di acquistare un prodotto ad alto valore nutrizionale con le proteine nobili della carne per trovarsi poi in mano un prodotto in cui spesso l'unica componente è l'acqua o vegetali ultraprocessati che di naturale non hanno più niente.

E concludono le due associazioni: guarda caso i produttori e sostenitori principali di questi prodotti fake sono le stesse multinazionali che propongono il nutriscore per contrastare le eccellenze alimentari italiane e puntare ad una omologazione dell'alimentazione globale in contrasto anche con la visione emersa dall'Onu Food systems presummit in svolgimento in questi giorni a Roma.



ASSOCARNI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIA E
COMMERCIO CARNI



Nessuno
chiamerebbe
questo:
**Insalata
di manzo.**



Ingredienti:
carne bovina.

Allora perché
chiamiamo
questo:
**Hamburger
vegano?**



Ingredienti:

Acqua, isolato proteico di piselli, olio di canola,
olio di cocco, estratto di lievito, maltodestrine,
aroma naturale, gomma arabica, olio di girasole,
sale, acido succinico, acido acetico, amido
modificato, fibra bamboo, metilcellulosa, amido
patata, estratto barbabietola, acido ascorbico,
estratto annato, acido citrico, glicerina vegetale.

Un hamburger vegano non è un hamburger.

I nomi sono importanti. Forniscono indicazioni sul contenuto di un alimento, aiutano i consumatori a scegliere con consapevolezza e li tutelano da imitazioni. Per questo un prodotto non può chiamarsi come un altro. Per esempio: una bevanda a base di soia non può chiamarsi latte. **Chiamare hamburger, bistecca, salame prodotti che non contengono carne può trarre in inganno i consumatori e confonderli sui valori nutrizionali.** Tutelare le denominazioni tradizionali degli alimenti a base di carne significa riconoscerne l'importanza culturale e la tipicità. Per non cancellare il lavoro di milioni di agricoltori e non appiattire i gusti delle persone con prodotti di sintesi e ultra-trasformati. **Alimentiamo certezze, non dubbi.**