

AUTORI

**Y. Gori¹, S. Dominici²,
M.S. Facioni³**

¹Dipartimento di Scienze e
Tecnologie Agrarie, Alimentari,
Ambientali e Forestali (DAGRI),
Università di Firenze

²ELLEFREE, Lucca

³AILI (Associazione Italiana
Latto-Intolleranti) APS, Lucca

✉ presidente@associazioneaili.it

L'evoluzione dei prodotti plant-based in Italia

Impatto sul microbiota, analisi dell'etichettatura e del comportamento d'acquisto dei consumatori intolleranti e allergici

ABSTRACT

The evolution of plant-based products in Italy

Impact on the microbiota, analysis of labelling and the purchasing behaviour of consumers with intolerances and allergies

The plant-based product market has grown significantly in Italy, involving consumers with heterogeneous nutritional and ethical needs. At the same time, increasing evidence suggests that plant-rich diets may modulate gut microbiota composition. This study aimed to investigate purchasing habits, label perception and choice drivers among consumers of plant-based products, with a focus on lactose-intolerant individuals, cow's milk protein-allergic subjects and vegans. A two-phase research design was adopted, including packaging analysis (n = 117) and an online questionnaire (n = 492 valid responses). Results indicate widespread consumption driven mainly by taste, availability and product variety, but also highlight labeling clarity issues and moderate perceived safety. Literature evidence suggests that plant-rich diets may beneficially influence gut microbiota, although effects depend on overall diet quality. Greater regulatory harmonization and further research are warranted.

RIASSUNTO

Negli ultimi anni il mercato dei prodotti alternativi vegetali ha registrato una crescita significativa in Italia, coinvolgendo consumatori con esigenze nutrizionali, etiche e salutistiche differenti. Parallelamente, la letteratura scientifica ha evidenziato il possibile ruolo delle diete a prevalenza vegetale nella modulazione del microbiota intestinale. L'obiettivo del presente studio è stato di analizzare le abitudini di acquisto, la percezione dell'etichettatura e i driver di scelta dei consumatori di prodotti plant-based, con particolare attenzione a intolleranti al lattosio, allergici alle proteine del latte vaccino e soggetti vegani. È stata condotta una doppia fase di ricerca comprendente l'analisi del packaging (n = 117 prodotti) e la somministrazione di un questionario online (n = 492 risposte valide). I risultati mostrano una diffusione ampia del consumo, guidata principalmente da gusto, disponibilità e varietà, ma evidenziano anche criticità nella chiarezza

PAROLE CHIAVE

Plant-based
Etichettatura
Intolleranza
al lattosio
Microbiota
Dieta vegetale

Questo articolo fa parte di una rivista a pagamento. Per l'articolo completo scrivere a info@ellefree.com