

**Non solo star americane, la dieta flessibile conquista anche il 30% degli italiani.**

**Grazie all'accordo tra Unilever e l'Unione Vegetariana Europea,  
in arrivo anche il marchio che aiuta a identificare i prodotti 100% vegetali**

**La dieta "flexitariana" conquista l'Italia.**

Dopo Gwyneth Paltrow, Beyonce, Jay Z, Paul McCartney oggi **3 italiani su 10** si sono convertiti alla **dieta "flexitariana"** (flexible&vegetarian), riducendo il consumo di carne ma senza fare scelte drastiche. Si tratta dei nuovi consumatori che, in parte, fanno scelte più sostenibili sia per la propria salute che per l'ambiente, in parte sono attratti dalle nuove tendenze vegetariane e vegane ma senza essere pronti o decisi a sposarle in toto.

Secondo la **ricerca Mintel 2016**, il 30% degli italiani ha scelto di limitare il consumo di carne a 2-3 pasti a settimana e, seguendo la tendenza degli altri Paesi dell'Europa Occidentale, il **"No-Meat Day"** sta diventando una pratica costante per 1 o 2 giorni a settimana anche nel Belpaese. L'Italia, insieme a Francia, Germania, Spagna e UK è infatti fra i Paesi in cui si prevede la maggiore impennata di consumo degli alimenti sostitutivi della carne entro il 2020 (Mintel, 2016).

*«Talvolta servono gli altri per ricordarci da dove veniamo e convincerci che siamo nel giusto. La mia è solo una provocazione per dire che il nuovo modello alimentare 'flexitariano' che arriva dall'America altro non è che la nostra dieta mediterranea in chiave moderna – commenta il **Dott. Giuseppe Fatati, Presidente della Fondazione ADI (Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica)** - La vera dieta mediterranea presenta infatti una importante componente vegetariana con un consumo di proteine animali molto basso e per questo è da sempre riconosciuta come lo stile alimentare più equilibrato e completo. Le meta-analisi della letteratura scientifica hanno dimostrato che esiste un rapporto preciso tra aderenza alla dieta mediterranea e riduzione del rischio di morbilità e mortalità per malattie cardiovascolari e croniche degenerative. Per noi italiani è quindi ancora più facile adottare questo modello alimentare: basta tornare "alle origini" e guardare un po' di più alle nostre tradizioni alimentari locali per trovare dei cibi e dei piatti che ci permettano di seguire un approccio nutrizionale adeguato e essere più sostenibili sia con la nostra salute che con l'ambiente che viviamo. Dalle orecchiette con le cime di rapa pugliesi alla pappa al pomodoro toscana fino alle svariate ricette di minestrone di verdure di stagione che si trovano in ogni nostra regione, è nella nostra storia e a due passi dalle nostre tavole la dieta 'flessibile' ed equilibrata».*

**Unilever prima azienda del largo consumo con il marchio per i prodotti 100% vegetali.**

Se da una parte c'è l'intenzione di adottare un nuovo modello alimentare, dall'altra la maggioranza dei consumatori lamenta una mancanza di chiarezza e di un unico standard di certificazione per i prodotti adatti a questa tipologia di dieta (Unilever Customer Research Data, 2016).

Per questo Unilever e l'Unione Vegetariana Europea (EVU) hanno siglato un accordo di collaborazione, unico nel suo genere, che certifica i prodotti realizzati con ingredienti 100% vegetali



e ne facilita l'identificazione attraverso l'etichetta V-Label (con il logo EVU) sulla confezione. Questa partnership è il primo passo di una rivoluzione nella "guida" al consumatore, che ha l'obiettivo di aiutare ad individuare più facilmente i prodotti che rispondono alle scelte etiche o di gusto, attraverso uno standard unico a livello europeo garantito da un ente terzo riconosciuto.

Come spiega **Angelo Trocchia, Presidente di Unilever Italia**, *"Siamo orgogliosi di essere la prima azienda del largo consumo a collaborare con EVU per dare ai propri consumatori ciò che oggi ricercano: la fiducia e la chiarezza per poter scegliere prodotti vegetariani adatti alla preparazione di piatti privi di carne ma allo stesso tempo gustosi ed invitanti"*.

Uno dei primi marchi ad adottare il nuovo logo è proprio Knorr, con il Brodo Liquido Vegetale 100% Ingredienti Naturali che sarà il primo prodotto certificato EVU. Entro la fine del 2017, circa altri 500 prodotti alimentari di Unilever saranno contraddistinti dal V-Label dell'EVU in etichetta.

#### **Unilever**

Knorr è un marchio del gruppo Unilever. Unilever è una delle principali aziende che operano nei mercati Food, Home e Personal Care. Radicata in oltre 190 paesi in tutto il mondo raggiunge, con i suoi prodotti, 2 miliardi di consumatori ogni giorno. Unilever impiega circa 172.000 persone in tutto il mondo e ha registrato un fatturato di €53,3 miliardi nel 2015. Circa il 57% del fatturato dell'azienda deriva dai paesi in via di sviluppo e dai mercati emergenti. Oltre al marchio Knorr, il portafoglio dell'azienda include più di 400 brand tra cui Dove, Sunsilk, Algida, Magnum, Lipton, Mentadent, Svelto e Cocolino.

L'Unilever Sustainable Living Plan (USLP), piano per la crescita sostenibile dell'azienda, definisce tre macro-obiettivi: Assicurare la crescita del business riducendo l'impatto ambientale; promuovere azioni concrete al fine di migliorare la salute e il benessere di oltre 1 miliardo di persone; migliorare le condizioni di vita di milioni di persone entro il 2020. Dal 2015, Unilever si è classificata in prima posizione all'interno del Dow Jones Sustainability Index nella sua categoria di riferimento. Il FTSE4Good Index ha assegnato all'azienda il punteggio più alto nella categoria Ambiente. Inoltre, Unilever guida da cinque anni il ranking Global Corporate Sustainability Leaders, risultato della ricerca che GlobeScan/SustainAbility conduce ogni anno. Infine, a partire dal 2015, Unilever viene premiata dalla classifica "Scopri il Marchio" di Oxfam come l'azienda più sostenibile su scala globale nella categoria Food&Beverage.

Unilever è risultata una delle 3 aziende più ambite dai lavoratori di tutto il mondo.

Per ulteriori informazioni su Unilever e i suoi marchi potete visitare il sito [www.unilever.it](http://www.unilever.it)

Per maggiori informazioni sull'Unilever Sustainable Living Plan: [www.unilever.it/sustainable-living](http://www.unilever.it/sustainable-living)

#### **Knorr**

La nostra passione per il gusto risale agli albori di Knorr® nel 1838. Dai nostri iconici dadi da brodo alla nostra deliziosa gamma di zuppe, cerchiamo ogni giorno i migliori sapori in tutto il mondo, per aiutare le persone a preparare tutti i cibi in modo naturale. L'alta qualità è la nostra filosofia maturata in anni di lavoro. Amiamo, poi, ispirare le persone ad avere un approccio alla cucina consapevole e fiducioso. Siamo orgogliosi di essere l'8° marchio FMCG più scelto al mondo (secondo il Kantar World Panel) e il più grande brand di Unilever, con un valore delle vendite annuale che supera i 4 miliardi di Euro. I nostri prodotti sono venduti in più di 87 paesi al mondo e i nostri sapori vengono apprezzati da più di 320 milioni di persone ogni giorno. I nostri oltre 300 chef dedicati sono dei veri e propri esperti di cucina e rappresentano più di 48 nazionalità: siamo, infatti, uno dei più grandi datori di lavoro di chef professionisti al mondo. Ci impegniamo per la sostenibilità alimentare, per far emergere il sapore e la bontà dal cibo quotidiano, dai campi alla tavola. Crediamo fermamente che, procurandoci materie prime agricole sostenibili, i nostri prodotti abbiano anche un gusto migliore. È proprio per questo che i nostri ingredienti sono coltivati in modo naturale, all'aperto e al sole, in terreni ricchi e fertili e con particolare attenzione all'ambiente.

Per scoprire di più sulla nostra filosofia e i nostri prodotti, visitate [www.knorr.it](http://www.knorr.it).

Per ispirazioni e ricette all'insegna del gusto, visitate [www.vistochebuono.it](http://www.vistochebuono.it).

Per informazioni:

#### **Edelman – Ufficio Stampa Unilever-Knorr**

Valentina Serio

[Valentina.serio@edelman.com](mailto:Valentina.serio@edelman.com)

02. 63116234