

25 marzo 2026

ITALIA

Consumo idi carne. Un paese onnivoro ma in transizione

Secondo i dati del sondaggio SWG, il 73% degli italiani si definisce onnivoro, consumando carne, pesce e altri alimenti senza particolari restrizioni. Tuttavia, il quadro alimentare nazionale mostra segnali di cambiamento: il 12% rientra tra gli “onnivori in transizione”, ovvero persone che negli ultimi dodici mesi hanno ridotto in modo significativo il consumo di carne e/o pesce, pur senza definirsi flexitariani.

L'Italia resta a maggioranza onnivora, ma cresce l'area “in transizione”

L'8% si riconosce invece già nel “flexitarianesimo”, seguendo una dieta prevalentemente vegetale con consumo solo occasionale di prodotti animali. Come riportato nel documento, *“il 28% degli italiani mangia carne raramente o mai, il 43% fa altrettanto con il pesce”*.

Perché si riduce il consumo di carne

Tra chi ha scelto di diminuire carne e pesce, le motivazioni principali riguardano salute e benessere personale (55%), etica e benessere animale (42%) e preoccupazioni ambientali (33%). I sostituti più diffusi sono i legumi (57%), seguiti da uova e latticini (41%), a conferma che la transizione non comporta un abbandono totale dei prodotti animali. Il documento evidenzia infatti che *“la transizione non recide completamente il legame con i prodotti di origine animale”*.

Le intenzioni future

Guardando ai prossimi dodici mesi, il 57% degli italiani prevede di mantenere invariati i consumi di carne e pesce, mentre il 26% intende ridurli ulteriormente. La Gen Z si conferma la generazione più propensa al cambiamento: il 36% dichiara l'intenzione di diminuire carne e pesce, contro il 26% di Millennials e Baby Boomers. Un dato che suggerisce un potenziale di crescita per il flexitarianesimo nel medio periodo.

Carne coltivata: scetticismo diffuso, ma i giovani sono più aperti

Il 62% degli italiani esclude la possibilità di consumare carne coltivata o sintetica in futuro. Tuttavia, tra i più giovani il quadro cambia: il 55% della Gen Z si dice disponibile a provarla. Il documento sottolinea che *“tra la Gen Z, il 55% si dice disponibile a provarla”*, un segnale che potrebbe influenzare l'evoluzione del mercato alimentare nei prossimi anni.

Un Paese onnivoro, ma in movimento

L'Italia resta un Paese a prevalenza onnivora, ma la crescita dell'area “in transizione”, la sensibilità delle nuove generazioni e l'attenzione crescente verso salute, etica e ambiente indicano un cambiamento culturale in atto. Un cambiamento graduale, non ideologico, che non elimina del tutto i prodotti animali ma

apre spazio a nuove abitudini e a un rapporto più consapevole con ciò che si porta in tavola.

(FoodAffairs.it)