

## La rivincita della zuppa

*Da piatto povero ad alimento pop, la zuppa vive oggi il suo "Rinascimento", trainata dall'imporsi di uno stile alimentare più sostenibile e attento alla salute. Una tendenza globale, ma particolarmente marcata in Italia (prevista una crescita di oltre il 12% annuo nel quinquennio 2022-27) anche grazie al contributo dell'alimento surgelato.*

Cesena, ottobre 2022 – Antichissima ma contemporanea, profondamente legata al territorio e insieme internazionale, fa bene alla salute e all'umore e, nonostante gli innumerevoli riconoscimenti prestigiosi – negli Usa esiste ad esempio il National Soup Day – non si è mai montata la testa, rimanendo un piatto pop, adatto a tutti e per tutti i giorni.

Parliamo della zuppa, alimento dall'origine lontana – secondo alcuni studiosi il termine zuppa deriverebbe dal celtico e significherebbe "fetta di pane inzuppata" (prima dell'avvento del cucchiaino bisognava infatti usare il pane) – e considerato fin dal Medioevo "il cibo del popolo" perché privo di carne, è uno dei piatti che maggiormente racconta il legame tra cibo, territorio e storia. Le zuppe venivano infatti tradizionalmente realizzate mettendo insieme gli ingredienti disponibili nell'orto e in dispensa, il pane secco, gli avanzi. I nobili lasciavano i pani avanzati alla servitù, che li metteva a cuocere in marmitte con verdura e cereali. In tal senso la zuppa è l'alimento antispreco ante litteram.

Una connotazione, un tempo dispregiativa – da cui i modi di dire "la solita zuppa", "o è zuppa o pan bagnato" –, che oggi acquista un nuovo valore.

Economiche, gustose, fantasiose, nutrienti, salutari, amiche dell'ambiente, le zuppe vivono oggi il loro "Rinascimento", come dimostrano le innumerevoli interpretazioni, anche di grandi chef, e come certificano i numeri. Secondo dati Statista quello delle zuppe è un mercato che oggi vale 53 miliardi di dollari a livello globale. Una cifra, al netto delle attuali turbolenze internazionali, destinata a crescere del 4,5% annuo nel quinquennio 2022-2027.

Guardando nello specifico al nostro Paese emerge un vero e proprio "caso zuppa": le previsioni di Statista parlano infatti di un'impennata del mercato del 12,7% annuo, con una crescita del 6% in volume nel 2023.

Una nuova passione o meglio un prepotente ritorno di fiamma legato all'imporsi di uno stile alimentare più sostenibile e attento alla salute, che privilegia il consumo di verdure e prodotti del territorio. La zuppa, pur essendo un piatto "umile", è infatti prezioso come un farmaco. Già gli antichi romani erano coscienti delle proprietà benefiche che questo piatto custodiva: *"depura il corpo dalle tossine e lo prepara alla rinascita"*. Una rinascita facilitata anche dall'utilizzo dell'alimento sottozero, anch'egli sempre più apprezzato dalle famiglie italiane (il 98% lo acquista secondo Doxa). Il surgelato consente infatti di mettere in tavola velocemente e in pochissime

Ufficio stampa Orogel

**Lead Communication** T. 02 860616

Anita Lissona anita.lissona@leadcom.it 335 498993

Federica Levi federica.levi@leadcom.it 3381220693

Carlo Petronella carlo.petronella@leadcom.it 3892443460

mosse una larga varietà di zuppe, mantenendo inalterate le vitamine e le componenti nutrizionali naturalmente presenti in verdure e ortaggi.

## **Il mercato delle zuppe (dati Statista, 2022)**

### MONDO

- 53,47 miliardi di dollari il valore del mercato;
- 4,49% crescita annuale prevista a valore nel quinquennio 2022-27;
- 1,3% crescita a volume prevista nel 2023;
- 1,5 kg la media di consumo pro-capite di zuppe.

### UE 27

- 7,9 miliardi di dollari il valore del mercato;
- 3,96% crescita annuale prevista a valore nel quinquennio 2022-27;
- 1,2% crescita a volume prevista nel 2023;
- 3,7 kg la media di consumo pro-capite di zuppe.

### ITALIA

- 840 milioni di dollari il valore del mercato;
- 12,71% crescita annuale prevista a valore nel quinquennio 2022-27;
- 6% crescita a volume prevista nel 2023;
- 3,6 kg la media di consumo pro-capite di zuppe.

Ufficio stampa Orogel

**Lead Communication** T. 02 860616

Anita Lissona anita.lissona@leadcom.it 335 498993

Federica Levi federica.levi@leadcom.it 3381220693

Carlo Petronella carlo.petronella@leadcom.it 3892443460