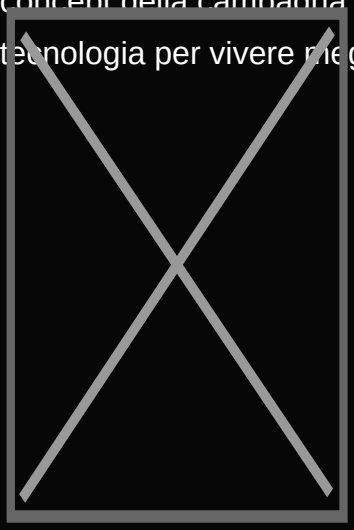
Future Farm sbarca in Italia aprendo nuove prospettive nell'alternativa alla carne

ff-pic4-876add30

Future Farm, azienda foodtech brasiliana che utilizza materie prime naturali, non OGM, per creare la migliore carne a base vegetale, **si presenta a Milano, dopo un primo assaggio a Bologna**. L'azienda "atterra" sul territorio milanese portando con sé un messaggio provocatorio e disruptive "F*CK Mars. Il futuro è la terra", messaggio che sarà veicolato per tutto il mese di novembre con una campagna outdoor che vedrà la personalizzazione del tram Sirietto della linea 14 a partire dal 1° Novembre in occasione del World Vegan Day.

Ideata per l'ingresso nel mercato europeo **la campagna è un invito a salvaguardare il futuro del Pianeta Terra anche attraverso un'alimentazione con prodotti a base vegetale, più sostenibili**. Il concept della campagna esprime la visione di Future Farm sulla necessità di investire risorse e tecnologia per vivere meglio sul nostro pianeta.



L'azienda

Fondata nel 2019 dagli imprenditori Marcos Leta e Alfredo Strechinsky, Future Farm è stata **la prima azienda ad aprire il mercato dei prodotti plant-based in Brasile**, dove è nata e dove oggi detiene una quota di mercato del 23% nel segmento burger del maggiore retailer brasiliano, introducendo una

vera e propria rivoluzione nelle abitudini alimentari del popolo sudamericano noto per essere uno dei paesi che consuma più carne al mondo.

La sua sfida è “cambiare il modo di consumare carne” tradizionale offrendo un’alternativa per tutti che sia in primis sostenibile. **Ormai non sono più solo i vegani e i vegetariani a decidere di non mangiare carne per motivi etici o ambientali**, i cosiddetti flexitariani sono infatti una parte crescente dei consumatori di carne vegetale nel mondo. Questa scelta deve **coinvolgere tutti gli abitanti del pianeta chiamati ad un impegno responsabile per salvare la Terra** dove le risorse disponibili continuano a essere sempre più limitate.

L’ultimo Rapporto Coop 2021 – Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani, disponibile qui, ha rilevato che **1 italiano su 6 si dichiara climatariano**, ossia chi modifica il consumo di carne per ridurre l’impatto sull’ambiente. E un 13% sta diminuendo il consumo di carne nella propria alimentazione: sono i reducetariani che puntano ad alternative più naturali.

Il brand è stato **il primo in Brasile a ricevere il Premio Fast Company 2020 World Changing, premio che viene conferito alle aziende e alle organizzazioni che guidano il cambiamento nel mondo**. Future Farm ha infatti un approccio innovativo e investe di continuo nella ricerca, un terzo del fatturato, e nello sviluppo di prodotti salutari e con un impatto minimo sull’ambiente.



I prodotti

Future Farm porta in Italia la linea “2030”, ultima nata che lega il suo nome al programma dell’agenda 2030 degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite che prevede, tra gli altri, il consumo e la produzione responsabile; la conservazione degli ecosistemi terrestri. Con i suoi burger, macinato, polpette, pollo, Future Farm **propone una gamma plant based contraddistinta da una carne a base vegetale che offre lo stesso sapore, consistenza e succosità della carne di origine animale** grazie all’applicazione di una tecnologia di proprietà che fa leva sull’intelligenza artificiale per studiare la composizione delle molecole della carne, per condurre test sensoriali per calibrare le quantità di ciascun componente. **La sfida** dell’azienda, entrando in un mercato come quello italiano **non è solo quella di conquistare i palati dei consumatori con i suoi alimenti plant based sostitutivi della carne, ma di entrare nelle loro cucine e nelle ricette facendo in modo che si integrino con gli ingredienti della tradizione culinaria.**

I prodotti plant-based di Future Farm sono composti da: ceci, soia, piselli (per il mix di proteine), spezie naturali, olio di cocco e olio di colza, sale e barbabietola che contribuisce a rendere il colore più simile alla carne tradizionale. **Pochi ingredienti al 100% naturali, senza glutine, senza OGM, senza aromi artificiali, senza grassi idrogenati e senza colesterolo**. L'imballaggio degli alimenti è riciclabile in linea con le politiche di sostenibilità attuate dall'azienda che, a fine anno, introdurrà l**e nuove confezioni con la tecnologia americana Eco-One fatta da composti organici che contribuiscono a rendere il packaging completamente degradabile** in un tempo che va dai 2 ai 5 anni.

La campagna

La campagna racconta la natura irriverente di Future Farm con parole e immagini d'impatto che puntano a provocare una reazione nella popolazione urbana. *"L'azienda non è contro il progresso e l'esplorazione di nuovi mondi, la tecnologia è, anzi, parte del progetto di innovazione della carne attraverso il quale si vuole attuare un cambiamento dell'industria di produzione della carne (hacking the meat industry)"*, dichiara **Pedro Zuim**, Marketing Director Europe, Future Farm. *"Future Farm è fermamente a favore della Terra e ritiene che si dovrebbero unire gli sforzi per godere del pianeta in maniera più sostenibile, iniziando dal modo di mangiare. Future Farm vuole dare un'alternativa gustosa a tutti coloro che sono attenti alla propria salute e all'ambiente proponendo un prodotto a base vegetale inclusivo, sano e sostenibile. Il prodotto è per tutti, non solo per vegetariani e vegani, per questo il sapore e la consistenza da carne animale sono fondamentali. Questi sono i pilastri principali che guidano i processi di innovazione e produzione dell'azienda".*



Il mercato italiano e le partnership

L'approccio di Future Farm nel mercato italiano **sta avvenendo sia sul fronte della grande distribuzione, dove sta progressivamente introducendo i suoi prodotti in alcune catene come Italmark e PAM RetailPro, sia su quello della ristorazione e del delivery**. I milanesi avranno la possibilità di gustare Future Farm ordinando dalle più innovative startup di consegna istantanea di generi alimentari come GORILLAS e MACAI, oltre che attraverso DELIVERISTO, la piattaforma online di food delivery B2B per il mondo della ristorazione. Inoltre, nelle prossime settimane, si potrà gustare, in esclusiva, negli store Ham Holy Burger, "Bite the Future", il panino limited edition creato ad hoc

dalla collaborazione con Future Farm.

“L’Italia è un mercato sul quale stiamo investendo molto perché qui il cibo è cultura, una cultura fortemente radicata che si basa sulla qualità e genuinità degli alimenti, sull’inclusività e convivialità del cibo. Non è un caso che la dieta Mediterranea sia Patrimonio dell’Unesco”, dichiara **Felippe Fontanelli**, Head of Expansion Europe Future Farm. *Siamo dunque molto attenti e curiosi rispetto all’accoglienza che avranno i nostri prodotti da parte dei consumatori del Bel Paese che sappiamo essere sempre più sensibili rispetto al tema della diminuzione di carne come comportamento sostenibile nei confronti della Terra. Ci auguriamo di vederli entrare nelle cucine degli italiani e nelle loro ricette tradizionali”.*