

LA SPESA SENZA

C Su Corriere.it Leggi tutti gli aggiornamenti dall'Italia e dal mondo, guarda foto e video sul nostro sito www.corriere.it

Attratti da ciò che non c'è. Tra gli scaffali dei supermercati non cerchiamo più i prodotti che hanno qualcosa in più, ma quelli «senza». Niente grassi o zuccheri, niente sale o glutine, niente lattosio od ogm. Un mercato che nei primi sei mesi del 2016 ha sfiorato i due miliardi di euro (+5,7%), secondo l'ultimo rapporto Coop. Tre volte tanto quanto abbiamo speso («prodotti con», come probiotici o pro vitaminici).

Il cibo della rinuncia

Una moda più che una necessità, quasi sempre. Si può citare l'esempio dell'olio di palma, bandito da molti grandi marchi su una spinta

Niente zuccheri, grassi e nemmeno glutine o lattosio. Così un italiano su due cerca «i cibi della rinuncia»

senza precedenti partita dai consumatori, prima ancora che la comunità scientifica si mettesse d'accordo. Altro caso esemplare è il boom dei prodotti senza glutine, dalla pasta agli insaccati. I celiaci sono una fetta ridotta della popolazione, eppure più della metà dei consumatori dice di aver comprato prodotti «gluten free» o con cereali alternativi, conquistati dall'etichetta, il senza frumento come sinonimo di salute e leggerezza. «È vero, i celiaci rappresentano dal 2 al 4% della popolazione, ma a questi si aggiungono coloro che si ritengono intolleranti — osserva Albino Russo, direttore dell'ufficio studi Coop —. Un'altra categoria è quella di chi è, o si ritiene, intollerante al lattosio, che è attorno al 30%. Fenomeni che fanno parte di un più ampio atteggiamento, che abbiamo definito così: il cibo della rinuncia».

La conversione delle aziende

Il fascino dei «prodotti senza» sta cambiando rapidamente le nostre abitudini. Judi Piceni, amministratore delegato di Exmeda, 4 anni fa ha dato vita al «Gluten free expo», prima fiera dedicata al settore. «Parteciparono una settantina di marchi — ricorda —, tutti italiani, per lo più del mondo farmaceutico. Nell'edizione di Rimini di quest'anno, fra tre settimane, gli espositori saranno oltre 200, il 25% esteri. È un mercato nuovo, in crescita esponenziale, con

meno concorrenza rispetto a quello tradizionale. Basta un'idea e un investimento relativamente contenuto per ottenere risultati enormi». Quest'anno si terrà in contemporanea anche la prima edizione del «Lactose free expo» per intercettare un altro settore che ha sempre più appeal: gli alimenti ad alta digeribilità segnano un incremento del 5,8% (dati Nielsen Trade Mis), percentuali ancora più alte per le possibili alternative, latte di mandorla (+31,3%) o latte di riso (+22,6%).

Le aziende fiutano le opportunità e cambiano strategia. La «Armando de Angelis», che da trent'anni produce pasta fresca trafilata al bronzo, l'anno scorso ha iniziato a sperimentare tortellini e tagliatelle senza glutine. «È una nicchia che sta crescendo, e non riguarda solo chi ha necessità di salute — spiega l'ad Emanuele Attanasio —. I riscontri sono positivi, soprattutto quando il cliente scopre che la qualità non è inferiore a quella standard».

La psicologia del consumatore

Andando a scorrere che cosa gli italiani vorrebbero trovare quando vanno a fare la spesa, la lista dei «senza» è impressionante: senza coloranti (49%), senza aromi (43%), senza grassi (42%) e via così. Denominatore comune: evitare ciò che, a torto o ragione, viene visto come dannoso per la propria salute. «Se in passato le metriche d'acquisto erano dettate dallo status, adesso sono sempre più orientate al benessere personale — osserva ancora Albino Russo, del Centro studi Coop —. Un secondo elemento è quello della sperimentazione: i consumatori non sono spaventati di fronte a nuove proposte, anche se non sanno esattamente come sono fatte, come il seitan o il tofù».

Un'evoluzione del nostro modo di alimentarci — e non solo, il «senza» contagia anche l'igiene personale o della casa, oppure l'abbigliamento — che non sempre raggiunge lo scopo. Vincenzo Russo, docente di Psicologia dei consumi allo Iulm di Milano, attraverso il Centro di ricerca di Neuromarketing ha misurato come le scelte siano dettate più dall'emotività che dalla razionalità. «Nella ricerca di ciò che si ritiene più buono e salutare — spiega — non avendo le competenze nutrizionali, ci affidiamo ad altri e finiamo per semplificare». L'effetto del web può essere devastante: «Se cerchiamo una notizia su Google, in cima ai risultati troviamo quelle più viste, non quelle più vere. Se parte il passaparola, l'informazione farlocca diventa verità scientifica». Come dire, alla fine il «senza» che rischia di prevalere, è il «senza ragione».

Riccardo Bruno
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I consigli dei nutrizionisti

Zuccheri

Giusto ridurli
Ma non sempre
le alternative
sono migliori

Il veleno bianco: così è stato definito lo zucchero, colpevole di provocare danni alla salute, come diabete e obesità. È anche l'Organizzazione mondiale della sanità detta linee guida per ridurre il contenuto nei cibi industriali e nelle bevande. Bene allora la riduzione, ma questo potrebbe portare a un effetto contrario: «Se so che un biscotto contiene meno zuccheri — commenta Andrea Ghiselli, nutrizionista di Roma — potrei essere portato a mangiarne tre



invece di due, ma così introduco più calorie e grassi». L'alternativa sono gli edulcoranti, ma non sempre sono una buona scelta: finiscono per ingannare i centri del cervello che regolano il senso di fame: «Il sapore dolce fa sentire sazi — spiega Michele Carruba, nutrizionista di Milano —, ma siccome la glicemia non aumenta perché in realtà gli zuccheri veri non ci sono, il cervello se ne accorge e finisce per stimolare l'appetito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Olio di palma

La battaglia
ambientalista
e la prudenza
dei ricercatori

La crociata, all'inizio, era soprattutto ambientalista: non usate l'olio di palma perché la sua coltivazione aumenta la deforestazione. Poi è nata qualche perplessità sul suo utilizzo nell'industria alimentare: primo perché conterebbe troppi grassi saturi, secondo perché, trattata a temperature elevate, può sviluppare sostanze tossiche. Ma al momento le preoccupazioni circa la sua pericolosità sembrano infondate. Le ultime ricerche mettono anche in



dubbio un legame diretto fra grassi saturi e malattie cardiovascolari, come fino a qualche tempo fa si ipotizzava. «L'olio di palma ha la caratteristica di essere insapore e di stabilizzare un prodotto — dice Ghiselli — e le industrie trovano il modo di far sì che non si formino contaminanti di processo durante la sua lavorazione». Insistere troppo sull'eliminazione dell'olio di palma può spingere qualcuno a utilizzare altri anche peggiori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lattosio

In dosi limitate
anche
gli intolleranti
lo digeriscono

Non tutti sono intolleranti al lattosio allo stesso modo: c'è chi non lo digerisce e c'è chi lo digerisce, ma ha poi problemi intestinali come dolori o gonfiori (l'intolleranza è dovuta alla mancanza di un enzima, la lattasi, che scinde il lattosio in zuccheri più semplici: in Italia ne soffrirebbe il 50 per cento della popolazione). Ma la stragrande maggioranza di chi si proclama intollerante «sopportare» almeno 12 grammi di lattosio al giorno, il che significa



una tazza di latte. E anche gli «ultra-sensibili» possono consumare senza problemi 6 grammi di lattosio in due volte. Morale: «Per queste persone può essere comunque utile avere a disposizione lattini senza lattosio (il latte è un alimento ricco di nutrienti importanti, ndr) — commenta Ghiselli — ma non ha molto senso fabbricare salumi senza lattosio o rinunciare a un panino al latte. Piccole quantità sono, appunto, quasi sempre tollerate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Glutine

Dietro la moda
la speranza
(mal riposta)
di dimagrire

Chissà chi si ricorda le famose patatine glutinate, iper e poliglutine, consigliate dai pediatri per lo svezzamento di schiere di bambini e chissà che cosa succedeva ai celiaci di un tempo. Oggi la situazione si è capovolta: il glutine è diventato un grande nemico. Per i celiaci innanzitutto, in cui le reazioni a questa proteina provocano un'infiammazione dell'intestino tale che devono assolutamente evitare cibi che lo contengono. Poi ci sono le cosiddette «gluten



sensitivity» (peraltro ancora poco conosciute) di persone che possono avere disturbi vari quando lo ingeriscono. Ma oggi si è fatta strada la moda di consumare prodotti privi di glutine con la speranza (vana) di dimagrire. «Ma le cose vanno al contrario — spiega Ghiselli —. Questi prodotti hanno un indice glicemico più alto e contengono più grassi, che si devono aggiungere, nel processo di produzione, quando si vuole eliminare il glutine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura di
Adriana
Bazzi