

SPESA LIBERA

Sorpresa, sullo scaffale frena il cibo «100% Italia»

Mentre la politica rivaluta l'autosufficienza, gli alimenti che dichiarano l'origine nazionale sono gli unici con le vendite a valore in flessione

ATTILIO BARBIERI

■ Frena, sugli scaffali dei supermercati, il cibo 100% Italia. Non è un crollo, intendiamoci. Pochi decimali di punto. Ma dopo anni di ascesa ininterrotta anche un calo limitato si può leggere come un segnale da parte del mercato.

Il dato emerge dall'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino, pubblicato da Gs1 Italy, l'associazione dei codici a barre e interrompe una lunga serie positiva.

I cibi etichettati come «100% italiani» rappresentano il 7,6% delle referenze presenti a scaffale nei supermercati e negli ipermercati dello Stivale. In valore pesano un po' di più, per la precisione l'11,1% delle vendite. Un dato che premia il valore aggiunto riconosciuto dai consumatori ai cibi sicuramente nazionali. Ma nel raffronto fra l'anno terminante il 30 giugno 2021 con l'anno terminante il 30 giugno 2020, spunta il dato negativo: -0,3% sul valore delle vendite.

Nulla di clamoroso. Ma il dato arriva proprio nel momento in cui emerge con forza il dibattito sull'autosufficienza alimentare e sulla necessità di assicurarsi il cibo necessario a sfamare gli italiani. E non deve trarre in inganno il peso della bandiera tricolore impiegata nell'etichettatura dei cibi che numericamente riguarda il 15,1% delle referenze presenti a scaffale.

INGREDIENTI IMPORTATI

Purtroppo la bandiera italiana

può accompagnare prodotti che utilizzino ingredienti primari d'importazione. Basta che la loro origine sia indicata chiaramente in etichetta. Gli esempi sono numerosi. Dalla pasta che utilizza grano dell'Arizona al prosciutto fatto con suini "origine" Ue, tutti cibi che fanno bella mostra del tricolore sulla confezione, senza che questa etichettatura configuri alcun illecito, visto che è consentita dai regolamenti Ue.

Fra l'altro lo stop alla crescita degli alimenti 100% italiani si verifica nello stesso momento in cui si registra un vero e proprio boom per altre denominazioni. Nel vino, però. Le Doc (Denominazione d'origine controllata) e le Docc (Denominazione di origine controllata e garantita) le cui vendite in valore sono cresciute rispettivamente del 9,1% e addirittura del 17,1%. Un balzo visibile in molti punti vendita e rilevato pure da altre ricerche di mercato che si sposa con il boom di esportazioni.

Ma non è soltanto il nettare di Bacco a registrare un trend ascendente. Le specialità a Indicazione geografica protetta (Igp in sigla) crescono pure loro in valore del 3,8%, anche se molte impiegano ingredienti importati. A differenza delle Dop (Denominazione di origine protetta) che tuttavia crescono in valore soltanto dello 0,5%.

CONSUMATORI CONFUSI

Alla prova del nove i consuma-

tori italiani dimostrano di essere molto confusi nella lettura delle etichette. Senza contare che gli aumenti di prezzo fra i prodotti alimentari che iniziano a manifestarsi in queste settimane, potrebbero riorientare gli acquisti su cibi meno costosi perché fatti a partire da ingredienti d'importazione, meno cari anche se di qualità inferiore.

Perfino sulle filiere delle Denominazioni d'origine protette, nonostante dovrebbero essere abbondantemente autosufficienti, visto il vincolo a utilizzare materie prime nazionali, si stanno scaricando forti aumenti di costo. Dunque le prossime rilevazioni saranno importanti per capire come stia reagendo il mercato agli sconvolgimenti in arrivo per la penuria di mangimi a base di cereali - mais soprattutto - e di concime. Perfino il foraggio di cui c'è sempre stata una notevole disponibilità, pare destinato a una crescita dei prezzi, legata all'aumento dei costi di produzione a carico delle aziende agricole.

Difficile prevedere di quale entità possano essere gli aumenti di prezzo. Ma la somma dei rincari delle materie prime, con quelle di bollette, trasporti e trasformazione potrebbe incidere parecchio sui cartellini finali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MADE IN ITALY SULLO SCAFFALE

ETICHETTATURA	% prodotti	% vendite in valore	Trend % vendite in valore 2021 su 2020 *
Bandiera italiana	15,1	15,4	+0,2
100% italiano	7,6	11,1	-0,3
Prodotto in Italia	7,9	4,7	0,0
Dop	1,3	1,7	+0,5
Igp	1,2	1,3	+3,8
Doc	2,1	1,4	+9,1
Docg	1	0,8	+17,1
Igt	0,9	0,5	+3,0

* Raffronto fra l'anno terminante il 30 giugno 2021 e l'anno terminante il 30 giugno 2020

ETICHETTATURA DOP ↓ Offerta **-1%** ↑ Domanda **+1,5%**

CHI SALE E CHI SCENDE

- Prosciutti crudo e cotto affettati
- Mozzarella di bufala
- Formaggi da tavola
- Aglio secco

CHI SALE E CHI SCENDE

- Formaggi grana e simili
- Olio extravergine d'oliva



FONTE: Osservatorio Immagino GS1 Italy

L'EGO - HUB

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041