

Gli italiani vogliono sapere cosa stanno mangiando e preferiscono i prodotti del territorio

Al supermercato tempi più lunghi perché c'è forte interesse per la tracciabilità del cibo

di **Francesco Delzio**

La spesa? Più lenta e attenta L'origine vince sulla marca

NELLA SCELTA QUOTIDIANA dei prodotti da mettere nel carrello del supermercato, la marca non è più il criterio decisivo. È stata superata dalla «sostenibilità» del prodotto alimentare: oggi l'occhio dei clienti è rivolto anzitutto al tracciamento delle origini, alle modalità di produzione, allevamento e coltivazione, ai valori nutrizionali effettivi del prodotto alimentare. Soltanto dopo vengono il brand e il packaging, che invece per decenni hanno dominato i meccanismi di acquisto nell'intero Occidente. Lo rivela una preziosa indagine dell'Osservatorio Reale Mutua - realizzata in collaborazione con Slow Food - che fotografa un cambiamento profondo della consapevolezza e della capacità di scelta degli italiani nell'acquisto dei generi alimentari.

Oggi la spesa degli italiani è molto più attenta, e se vogliamo più lenta, perché nella classica valutazione qualità-prezzo la prima non è più associata automaticamente alla marca. Il giudizio sulla qualità oggi è figlio di un check, da compiere caso per caso, sulle caratteristiche reali del prodotto. In sostanza, gli italiani vogliono capire cosa stanno mangiando e quali effetti avrà sul loro organismo. Lo dimostra, tra gli altri, il successo di app come Yuka che (nonostante l'acceso dibattito sui criteri di classificazione dei prodotti, che sembrano penalizzare alcuni prodotti tipici del nostro Paese) fornisce in modo semplice e immediatamente leggibile una valutazione sul valore nutrizionale di un alimento. Semaforo verde, arancione o rosso: basta inquadrare il codice a barre di qualsiasi prodotto, per avere in qualche istante la fotografia della sua genuinità. Questa svolta nei criteri di scelta, naturalmente, modifica la composizione media del carrello della spesa rispetto al passato: oggi gli italiani preferiscono acquistare prodotti del territorio e di stagione, magari a km zero, sia per sostenere le economie agricole locali sia perché rite-

nuti più genuini. Nella stessa logica, addirittura l'86% dei nostri connazionali preferisce i cibi freschi a quelli precotti, pronti o surgelati.

«Inizia a diffondersi la consapevolezza che un regime alimentare è sano non solo quando è adeguato dal punto di vista nutrizionale, ma se promuove la salute umana e rispetta quella del pianeta», commenta Barbara Nappini, presidente di Slow Food Italia, secondo cui «questa sensibilità degli italiani può essere una grande chance che, soprattutto in questo frangente storico, non può essere sprecata». Andrà sprecata, in particolare, se la politica non prenderà a cuore la necessità di costruire un modello di trasparenza totale delle produzioni alimentari, rendendo obbligatorie per legge etichette che forniscano ai consumatori informazioni chiare e complete sulla filiera produttiva e sui valori nutrizionali di ogni prodotto alimentare.

È ancora molto frequente, infatti, che i consumatori si trovino di fronte etichette alimentari generiche e ambigue, tali da rendere impossibile ogni tentativo serio di approfondimento. Un ruolo decisivo in questa battaglia per la trasparenza potrebbero averlo anche i big player della Gdo, la grande distribuzione organizzata: in attesa di leggi (nazionali o europee) più rigorose, potrebbero utilizzare la loro «influenza» sui produttori per spingerli a rispettare protocolli sempre più stringenti di tracciamento e trasparenza sui valori nutrizionali. Pena la marginalizzazione dei loro prodotti nella composizione media degli scaffali dei grandi supermercati.

delzio@luiss.it @FFDelzio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

86%

È la quota di

consumatori italiani che preferisce i cibi freschi a quelli precotti, pronti o surgelati.
«Inizia a diffondersi la consapevolezza che un regime alimentare è sano non solo quando è adeguato dal punto di vista nutrizionale, ma se promuove la salute umana e rispetta quella del pianeta», commenta Barbara Nappini, presidente di Slow Food Italia





UNA DIETA È SANA SE RISPETTA IL PIANETA

Per Barbara Nappini, presidente di Slow Food Italia, «questa sensibilità può essere una grande chance che in questo frangente storico non può essere sprecata»



COME SONO CAMBIATE LE PRIORITÀ

Nella scelta dei prodotti da mettere nel carrello del supermercato, la marca non è più il criterio decisivo. È ora superata dalla «sostenibilità» del prodotto alimentare