

In 12 paesi nel mondo l'applicazione francese usa il metodo dell'etichetta a semaforo

03041

03041

Il Nutriscore opera già in Italia

L'app Yuka condiziona gli acquisti di tre milioni di persone

DI GIUSY PASCUCCI

Mentre la Commissione europea rinvia al 2024, ogni discussione sull'etichetta nutrizionale a semaforo, il **Nutriscore** penetra lentamente, ma in modo costante, nelle scelte quotidiane d'acquisto dei consumatori italiani ed europei. Come? Con l'app francese **Yuka** che, attraverso la semplice scansione del codice a barre di prodotti alimentari (e anche cosmetici), ne fornisce una valutazione nutrizionale e sanitaria, esplicitata con un punteggio da zero a 100 e un codice di colori dal verde al rosso. I prodotti sono valutati con tre criteri: qualità nutrizionale (60%), presenza di additivi (30%) e dimensione biologica, cioè la presenza dell'etichetta bio europea (10%).

L'esame della qualità nutrizionale, la componente principale, si basa sul **Nutriscore**; questo non si basa su un metodo scientifico, ma è una semplice etichetta a semaforo, sviluppata in Francia attraverso un algoritmo che cataloga gli alimenti in base ai valori nutrizionali, senza tener conto della qualità degli ingredienti o delle quantità consumate.

Con oltre 37 mln e mezzo di utilizzatori in 12 paesi del mondo, di cui più di 3 mln solo in Italia, 2,5 milioni di prodotti alimentari censiti e 35 scan registrate ogni secondo, quella di Yuka è una tendenza in crescita continua, della quale non può sfuggire l'impatto sul mercato. Nessuna attività illegale, sia chiaro. Anche perché l'obiettivo dichiarato della app è proprio quello di «orientare i consumatori verso scelte più consapevoli per la loro salute e spingere i gruppi industriali a migliorare la qualità dei loro prodotti». Obiettivo che, già nel 2019, secondo un resoconto pubblicato sul sito della stessa applicazione, sembrava avere buoni risultati: il 92% degli utilizzatori - si legge - posa un prodotto quando è segnalato in rosso nell'app; l'83% degli utilizzatori acquista meno, ma prodotti di maggior

qualità; 21 imprese dell'agroalimentare e cosmetico, tra cui **Nestlé** e **Unilever**, hanno testimoniato che Yuka ha influenzato la formulazione dei loro prodotti. Ora c'è da chiedersi in che modo venga perseguito l'obiettivo salutistico e la contestuale promozione della qualità se, ad esempio, il **Parmigiano Reggiano**, sia fresco che in snack, viene valutato come «mediocre» (bollino arancione con prevalenza di elementi negativi) con una valutazione di 32/100; ovvero inferiore alle patatine **Crick Crock** o **San Carlo**, che ottengono un punteggio pari a 35/100; altre patatine risultano addirittura preferibili con punteggi che arrivano a 60 (bollino verde). Scannerizzando i codici a barre, troviamo anche che il prosciutto crudo di diverse marche, così come **Grana Padano** e **Pecorino Romano Dop** hanno punteggi inferiori alla **Coca Cola zero**; quest'ultima, pur essendo valutata come prodotto «mediocre», ha un punteggio pari a 39 su 100, superiore, in ogni caso, all'**Aceto Balsamico di Modena Igp**. Dunque, secondo l'app, la Coca Cola è nutre meglio ed è meno dannosa del prosciutto o della bresaola, che pur avendo un'eccellente quantità di proteine e un basso apporto calorico, sono valutati come prodotti «scarsi» per via della quantità di sale. Finita nel mirino dell'Antitrust, Yuka, in seguito ai rilievi dell'autorità e a chiusura del procedimento a luglio 2022, ha rispettato alcuni impegni suggeriti per la trasparenza verso il consumatore. Oltre all'integrale traduzione in italiano delle informazioni sul **Nutriscore**, tra un mare di spiegazioni, viene precisato sul sito che il metodo di valutazione: «Si ispira a studi scientifici e, quanto alle caratteristiche nutrizionali, al metodo Nutriscore, ma non è stato preventivamente approvato dalle autorità sanitarie, né si risolve in una mera applicazione del Nutriscore». Tuttavia, la distinzione tra dati positivi e negativi dei prodotti è invariata, così i punteggi.

© Riproduzione riservata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1603 - T.1603

