IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Boom degli acquisti di prodotti senza olio di palma (+17,6%)

Balzo del 17,6% fra i cibi senza olio di palma che registrano il maggior incremento fra tutti gli alimenti che escludono sostanze sgradite ai consumatori. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti, sulla base dell'Osservatorio Immagino su 46.600 prodotti dal quale si evidenzia, al contrario, un aumento delle vendite del 14,2% per quelli con la scritta "integrale" a conferma della svolta salutistica degli italiani.

Negli scaffali quasi un prodotto alimentare su cinque (18,4%) evidenzia nella confezione l'assenza di un particolare tipo di ingrediente che suscita l'ostilità dei consumatori. I prodotti alimentari "senza" sono diventati i piu' rappresentativi del largo consumo con un giro d'affari di 6,5 miliardi in supermercati e ipermercati, in crescita del 3,1% su base annua a giugno 2017.

Se le vendite di alimenti senza olio di palma sono quelle che hanno fatto registrare la crescita maggiore, sul podio salgono anche i cibi senza o con ridotto contenuto in grassi saturi (+7,6%) e quelli garantiti per l'assenza di sale (+7,2%). In forte crescita ci sono anche quelli senza zuccheri aggiunti (+6,1%), con poche calorie (+3,4%) e senza additivi (+3,4%).

I nuovi orientamenti di consumo hanno profondamente modificato gli scambi commerciali con le importazioni di olio di palma per uso alimentare che sono diminuite in Italia del 10% nel 2017 raggiungendo il quantitativo minimo da almeno dieci anni, secondo l'analisi della Coldiretti.

A pesare sono le preoccupazioni sulla salute e sull'impatto ambientale senza dimenticare l'inquinamento provocato dal trasporto a migliaia di chilometri di distanza dal luogo di produzione e, naturalmente, i timori per le condizioni di lavoro delle popolazioni locali. Il risultato è che sei italiani su dieci evitano di acquistare prodotti alimentari che contengono olio di palma, a conferma della diffidenza che sta portando un numero crescente di imprese ad escluderlo dalle proprie ricette, secondo elaborazioni Coldiretti su dati Eurispes.

Insieme alla salute a guidare le scelte di acquisto è anche il richiamo all'italianità dei prodotti che è presente sul 25% delle confezioni negli scaffali con la bandiera italiana, le scritte prodotto in Italia o 100% italiano oltre alle certificazioni di origine Doc/Docg e Dop/Igp.

A crescere maggiormente sono però proprio i prodotti che garantiscono la certezza dell'origine, dai vini a denominazione di origine certificata e garantita (Docg) con un balzo dell'11,7% alle denominazioni di origine protetta (Dop) che aumentano del 5,4%, secondo le elaborazioni Coldiretti su dati dell'Osservatorio Immagino con anno terminante a giugno 2017.

Una scelta motivata dal primato nazionale nella qualità e nella sicurezza alimentare con l'agricoltura italiana che è la più green d'Europa con il maggior numero di prodotti a denominazione di origine Dop/Igp (293), la leadership nel numero di imprese che coltivano biologico (quasi 60mila), ma anche con la minor incidenza di prodotti agroalimentari con residui