

Gli inglesi "litigano" su etichette e consumatori

Sono state recentemente pubblicate in Gran Bretagna due ricerche dai contenuti fortemente contrapposti e destinate a fare discutere, poiché sembrano restituire un'immagine alquanto schizofrenica del consumatore medio.

Del resto, gli schemi di etichettatura nutrizionale (compresi i loghi e i simboli) sono da tempo al centro di un intenso interessamento sia dell'industria, che vorrebbe favorire (o almeno non scoraggiare) il consumo di certi prodotti, sia delle autorità governative, più preoccupate della salubrità degli alimenti e del possibile impatto sulla salute pubblica.

Nello stesso tempo, le proposte legislative avanzate dalla Commissione Europea vanno nella direzione di consentire in futuro informazioni aggiuntive su base nazionale, come appunto i "semaforini" (per indicare ai consumatori se un cibo o un suo nutriente è sano o meno, si usano le colorazioni verde, giallo e rosso). Rimane ora da capire quanto i consumatori apprezzino e comprendano tali messaggi.

La prima ricerca viene resa nota dalla Food Standard Agency, l'Agenzia alimentare nazionale inglese. La quale sottolinea come né i semafori né gli schemi volontari dell'industria - le Gda - siano ben compresi dal consumatore.

Le Gda (in italiano, Linee guida sui fabbisogni) in realtà danno un'indicazione percentuale non solo difficile da quantificare nel contesto della dieta quotidiana complessiva, ma anche potenzialmente fuorviante: indicano infatti non il fabbisogno da raggiungere, ma un tetto massimo da non oltrepassare. Per contro, sembrerebbe a questo stadio della ricerca che indicazioni alfabetiche quali "ad alto, medio o basso contenuto di" (seguito dal nutriente, come ad esempio, grassi, zuccheri, eccetera) siano di aiuto effettivo al consumatore.

Eufic, un'organizzazione non governativa ma finanziata anche dall'industria, attiva a livello europeo, avrebbe svolto una ricerca analoga sempre nel Regno Unito, rilevando invece come i consumatori siano in grado di comprendere assai bene il valore delle Gda e, di conseguenza, orientarsi altrettanto bene negli acquisti per raggiungere una dieta bilanciata.

Ricordiamo che l'effettiva comprensione del consumatore circa i loghi e le etichette alimentari sconta ancora numerose zone grigie. In Germania sarebbe stato proposto un sistema ibrido, che unisce il semaforo ad aspetti numerico-percentuali (quantità/valore %).