

Indicazioni salutistiche e aspettative dei consumatori, i prodotti agricoli battono quelli industriali

La possibilità di presentare come salubri prodotti alimentari di varia natura è da qualche anno al centro di rinnovato interesse da parte dell'industria alimentare, in ragione anche di una normativa europea in tal senso (reg.CE 1924/2006). E anche gli studi sulle preferenze dei consumatori, nonché sulla loro percezione di salubrità sia dei cibi che della validità delle indicazioni salutistiche, stanno vivendo un momento di popolarità. Ma quali cibi sembrano più promettenti e "accoppiabili" con indicazioni di salute? Quelli più semplici, naturali e di derivazione agricola, è una prima risposta che arriva da una ricerca belga (Università di Ghent).

Apparentemente non dovrebbe, ma in realtà la notizia getta nello sconforto grandi gruppi di trasformazione alle prese con la riformulazione dei loro prodotti preconfezionati e altamente processati (merendine, snack, soft drinks...) per farli sembrare più appetibili. Imprese che si sono impegnate in costose nuove ricette per aggiungere nutrienti benefici a prodotti di dubbia qualità intrinseca; o per tagliare grassi e zuccheri, il tutto con un occhio alla possibilità di attirare i consumatori "evoluti" e attenti alla salute con le indicazioni nutrizionali e salutistiche.

Ma stando a Wim Verbeke, principale autore della ricerca, i prodotti che sarebbero percepiti dai consumatori come intrinsecamente più sani sarebbero quelli "più naturali": ovvero, meno trasformati, più freschi, più "agricoli". Su questi le indicazioni salutistiche e nutrizionali funzionerebbero alla perfezione, meno su prodotti confezionati e altamente processati. Dall'Università di Ghent arriva dunque una scoperta fondamentale che fa ben sperare per le produzioni agricole. A titolo esemplificativo, un confronto tra cereali per la colazione arricchiti di fibra e invece succo di frutta arricchito di calcio e, ancora, una margarina con omega 3, ha mostrato la preferenza del primo. I consumatori di fatto si aspettano fibra nei cereali. Insomma, la naturalità e la coerenza dei nutrienti con il prodotto sembrano importanti.

Altro aspetto importante sottolineato dalla ricerca è che i consumatori sembrano scettici sui vantii nutrizionali e salutistici e li considerano già come una vera e propria trappola di marketing, che alla lunga può anche essere controproducente.

Tali aspetti suggeriscono che unire aspetti di produzione locale, metodi di produzione tradizionali e indicazioni salutistiche può essere la mossa giusta per i piccoli produttori, a patto di rispettare i requisiti imposti dal reg. 1924 e da Efsa, l'Authority Europea che ha approvato le indicazioni salutistiche utilizzabili. La salubrità di un cibo non sarebbe quindi per i consumatori un mero fatto "nutrizionale", ma un aspetto più complesso e riferito al prodotto nel suo insieme.