

L'analisi

Pasto a casa, quarantena più dolce gli italiani riscoprono lo zucchero

MARCO FROJO

Una delle più importanti commodity del mondo inverte il trend salutista che aveva fatto diminuire l'uso. Tramontata l'ipotesi di sugar tax si punta sull'educazione a un utilizzo consapevole. E la tendenza ha consensi

Quello che viene considerato un alimento da evitare accuratamente da chi segue le mode alimentari resta pur sempre uno delle più importanti commodity al mondo. Esattamente come il petrolio, lo zucchero ha due contratti future di riferimento, uno scambiato a New York e l'altro a Londra e, proprio come per il greggio, sulle due piazze finanziarie viene trattata una qualità diversa di zucchero: sul mercato statunitense il sottostante è lo zucchero grezzo di canna, mentre su quello europeo è lo zucchero bianco. Si tratta di una materia prima di grande importanza in quanto viene utilizzata anche per la produzione di carburanti (biometanolo) e i volumi scambiati in Borsa rappresentano solo un terzo della produzione mondiale e ancora regolamentato con specifiche legislazioni in tutti i paesi.

CRESCITA MONDIALE

I consumi di zucchero a livello mondiale sono cresciuti a un tasso annuo del 2% negli ultimi vent'anni, arrivando fino al valore attuale pari a 180 milioni di tonnellate. Il duello per la supremazia nella produzione è fra India e Brasile, dove viene coltivata la canna da zucchero, ma l'Europa gioca un ruolo importantissimo grazie a due big del settore come Francia e Germania, leader nel campo delle barbabietole da zucchero. L'Italia non è invece fra i protagonisti – anzi si può tranquillamente dire che sia nelle retrovie – per il semplice motivo che il clima e il terreno del Belpaese mal si adattano alla coltivazione della barbabietola. A spingere al rialzo i consumi di zuc-

chero mondiali ci sono fattori quali l'aumento della popolazione e la crescita della ricchezza pro-capite, a cui fanno però da contraltare il calo degli acquisti da parte dei consumatori occidentali che cercano di ridurre l'apporto di zuccheri nelle loro diete.

Seconda la Commissione Europea il consumo di zucchero nella campagna 2018/19 è stato di 17,35 milioni di tonnellate. La stessa Commissione prevede che nella campagna 2019/20 in Europa il consumo si attesti a 17,20 milioni di tonnellate. Il consumo medio in Italia si attesta a circa 1,6 milioni di tonnellate. Il passaggio più importante per lo zucchero nella recente storia dell'Unione Europea risale al 2006, quando Bruxelles decise di eliminare le quote zucchero (introdotta nel 1968), decisione che ha portato alla chiusura di ben 15 zuccherifici sui 19 attivi fino ad allora in Italia. Allo zucchero, che fino a quel momento era stato considerato un prodotto essenziale come per esempio il latte e in quanto tale "protetto", venne dunque applicato un regime di libero mercato all'interno dell'UE, dove i Paesi e le aziende più forti avrebbero rubato quote di mercato ai concorrenti più deboli. E così è stato. Il prezzo dello zucchero è crollato e l'Italia si è ritrovata ben presto nella situazione di diventare un importatore netto, perché la sua produzione interna non era in grado di soddisfare la domanda. Un epilogo inevitabile visti gli alti costi di produzione nel nostro Paese.

I REGOLATORI

I produttori di zucchero hanno do-

vuto spesso fare i conti con le decisioni dei regolatori. L'ultimo episodio risale alla più recente legge di Bilancio che prevede l'introduzione a partire dal prossimo ottobre della cosiddetta "sugar tax", cioè l'applicazione di una tassa pari a 10 centesimi per ogni litro di bevande gassate e zuccherate. La sorte di questa tassa è oggi però incerta perché non è escluso che il governo possa tornare sui propri passi per non gravare ulteriormente su imprese già colpite dalla crisi del coronavirus. Magari puntando di più sull'educazione alimentare che avrebbe sicuramente maggiori effetti in termini di benefici sulla salute.

I CANALI GDO

Secondo i dati raccolti da Iri, l'anno scorso le vendite di zucchero nei canali della distribuzione moderna (ad eccezione dei discount) sono state pari a 211 milioni di euro, un valore in calo del 3,6% rispetto ai dodici mesi precedenti. A questo arretramento sul fronte dei consumatori finali si affianca però un aumento di vendite all'industria alimentare, crescita che riporta il bilancio complessivo su livelli di parità.

Nel retail il trend "salutista" è ormai ben consolidato e di lungo periodo. Le vendite di zucchero sono in costante calo da ormai diversi anni, mentre crescono a tassi piuttosto sostenuti gli acquisti di prodotti "senza zucchero" oppure di dolci dove la quantità di zucchero è stata ridotta o dove ancora il saccarosio è stato sostituito da altri ingredienti in grado di dolcificare l'alimento. Nulla lascia pensare che questa tendenza possa essere invertita, ma nei due mesi di lockdown appena trascorsi le abitudini "salutistiche" degli italiani sono state messe momentaneamente da parte. Il forzato isolamento

domestico ha portato molte famiglie a rimettersi ai fornelli; il pane fatto in casa ha conosciuto un vero e proprio boom ma anche torte e biscotti non sono stati da meno.

IL RIMBALZO DEL LOCKDOWN

Secondo i dati raccolti da Nielsen nei due mesi di lockdown le vendite di zucchero nei negozi della distribuzione moderna sono balzate del 45%, dato a cui bisogna aggiungere il +85% messo a segno dagli "ingredienti per pasticceria" (relativo al solo mese di marzo), il +76% dei "preparati per le torte" e il +70% dei "prepa-

rati per dessert". A completare il quadro degli ingredienti necessari per preparare i dolci in caso ci sono poi il +55% del burro e il +40% delle uova. Si tratta di valori destinati inevitabilmente a scendere durante la Fase 2 e, ancora di più, quando le uscite di casa torneranno alla normalità. Ma è lecito ipotizzare che non tutti i progressi verranno perduti. All'interno di una dieta equilibra-

ta è previsto anche lo zucchero che, come qualsiasi altro alimento, fa male quando viene assunto in eccesso.

E a far male alla salute non è certo la torta fatta in casa ma la mancanza di attività fisica, un problema molto grave già presente prima dell'epidemia di coronavirus e diventato addirittura drammatico con il lockdown.

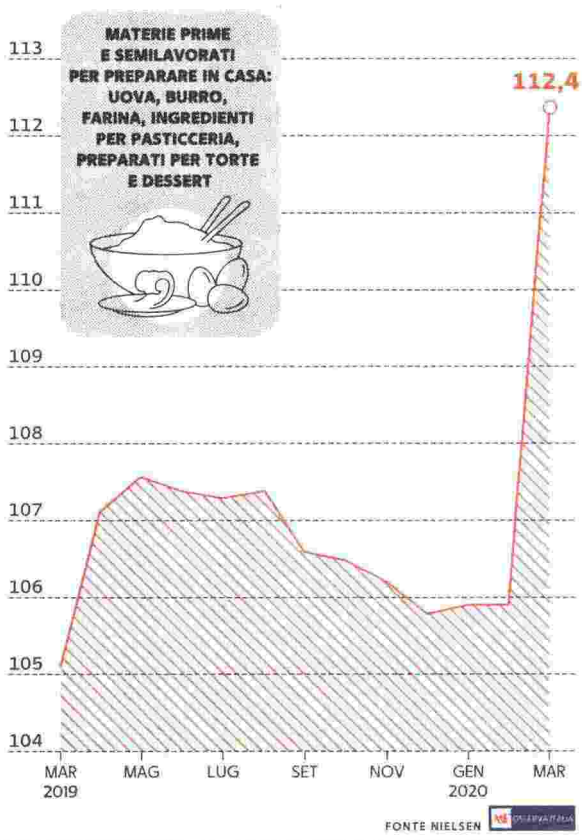
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri



LA CRESCITA DELLE VENDITE PER I PRODOTTI DESTINATI AI PASTI IN CASA

114 VENDITE A VALORE, MEDIE MOBILI ANNUALI BASE: GENNAIO 2013 = 100



2

PER CENTO

I consumi a livello mondiale negli ultimi vent'anni sono cresciuti del 2 per cento

1,6

MILIONI
È il consumo di zucchero in tonnellate che è stato registrato in Italia nel 2019

Un campo per la coltivazione della barbabietola da zucchero

