

Senza olio di palma, ma più saturi

Un'analisi comparativa dei valori nutrizionali espressi sulle confezioni di 25 prodotti. Dove c'è olio di palma ci sono sempre più grassi saturi? Falso!

Publicato in data 22 maggio 2017



© 2017 Campagne Liberali. Tutti i diritti riservati.
È possibile citare lo studio con la seguente formula:
Campagne Liberali (2017), *Senza olio di palma, ma più saturi*. Un'analisi comparativa dei valori nutrizionali espressi sulle confezioni di 25 prodotti.

Campagne Liberali
info@campagneliberali.org
www.campagneliberali.org

Questo documento è disponibile gratuitamente su
www.campagneliberali.org/oliodipalma



Senza olio di palma, ma più saturi

Un'analisi comparativa dei valori nutrizionali espressi sulle confezioni di 25 prodotti. Dove c'è olio di palma ci sono sempre più grassi saturi? Falso!

Pubblicato in data 22 maggio 2017

Abstract

L'olio di palma è vittima di una campagna diffamatoria per ragioni evidentemente commerciali. Molte aziende alimentari lo hanno eliminato dai loro prodotti, dichiarando di voler ridurre i grassi saturi. L'assenza di olio di palma è stata ben evidenziata sulle confezioni e all'interno di diverse campagne di comunicazione, associandola direttamente od indirettamente a una qualità migliore e ad una salubrità maggiore dei prodotti. Qui si dimostra che in molti casi a tale assenza non corrisponde un minor apporto di grassi totali e saturi rispetto ad analoghi prodotti contenenti olio di palma. In altri casi il vantaggio è poco significativo dal punto di vista nutrizionale, soprattutto considerando la dieta giornaliera nel suo complesso¹. Si conclude che l'uso indiscriminato della pubblicità "senza olio di palma" rimarcata sulle confezioni dei prodotti alimentari rischia di ingannare le scelte del cittadino consumatore. Campagne Liberali, un'associazione di cittadini che difende la libertà di scelta e promuove il metodo scientifico, ha analizzato le argomentazioni e i claim di molti detrattori dell'olio di palma, dimostrando attraverso il metodo sperimentale che le accuse sono false e le scritte sui prodotti sono spesso ingannevoli.

La guerra commerciale all'olio di palma

Molte marche di prodotti alimentari hanno deciso di non utilizzare l'olio di palma (anche palma o OdP da qui in avanti) nella preparazione dei propri prodotti. Lo hanno fatto in modo ostentato, rifacendosi ad argomenti riconducibili all'ideologia ambientalista in alcuni casi, e a quella salutista in molti altri, o ad entrambi. Naturalmente, le ragioni sottostanti queste scelte non sono di natura culturale o ideologica, ma evidentemente commerciali. L'abbandono dell'olio di palma per inseguire una tendenza commerciale può essere definito come *palmwashing*, riprendendo il più noto concetto di *greenwashing*. Quest'ultimo termine viene utilizzato per descrivere le strategie di marketing e comunicazione implementate da aziende, organizzazioni ed altri enti per migliorare la propria reputazione sul tema della sostenibilità ambientale presso l'opinione pubblica, con il fine di distogliere l'attenzione da pratiche scorrette e potenzialmente dannose per l'ambiente.

Così è con l'olio di palma come con molti altri ingredienti e sostanze che molte imprese del settore alimentare e dei prodotti confezionati hanno deciso di abbandonare per rispondere alle

¹ De Souza et al., *Intake of saturated and trans unsaturated fatty acids and risk of all-cause mortality, cardiovascular disease, and type 2 diabetes: systematic review and meta-analysis of observational studies*, British Medical Journal, 2015; Sette et al., *CREA Alimenti e Nutrizione*, 2013.

pressioni mediatiche in seguito alle campagne aggressive e dalla dubbia veridicità scientifica. Queste campagne sono state portate avanti da associazioni di vario genere, organizzazioni non governative e, più in generale, veri e propri attivisti che attaccano e minacciano reiteratamente gli operatori del mercato. Per tutte queste campagne, come per quella che è stata costruita contro l'OdP, le argomentazioni non rispondono ai fatti e soprattutto sono lontane da qualsiasi dimostrazione scientifica e non seguono alcun metodo sperimentale. Nel caso dell'olio di palma, per esempio, non esistono studi scientifici che ne provano la cancerogenicità per la salute². Né le Autorità italiane o europee o mondiali ne hanno limitato l'uso neppure in via precauzionale, come invece fatto in altre occasioni (per es. con gli OGM). Anche il tema della deforestazione, che è senza dubbio oggetto di discussione, è affrontato in modo ideologico, con argomenti che non cercano di affrontare e risolvere la questione, ma semplicemente tendono alla superficiale generalizzazione del problema.

Palmwashing

Molte piccole e grandi imprese alimentari italiane hanno volutamente sposato l'idea che l'olio di palma è dannoso per la salute e le piantagioni da cui questo olio viene estratto sono la causa principale della deforestazione. La scienza e i fatti dimostrano però l'opposto. L'olio di palma infatti, non fa male alla salute se assunto all'interno di una

dieta equilibrata e con moderazione³. Cosa che deve avvenire per tutti i grassi, inclusi gli oli vegetali. La palma da olio è una delle piantagioni più sostenibili. In altre parole, se si eliminassero tutte le piantagioni di palma cosa succederebbe? Gli abitanti delle regioni produttrici le sostituirebbero, giustamente, con altre piantagioni potenzialmente meno sostenibili della palma da olio.

L'equivoco dei claim

Il *palmwashing* promosso da queste aziende rischia di ingannare il cittadino consumatore attraverso le informazioni nutrizionali e i claim pubblicitari inseriti sulle confezioni, esposti nei luoghi del commercio o comunicati per fini pubblicitari. La presente analisi intende indagare sulla correttezza nei confronti del cittadino delle informazioni, delle pubblicità (claim) e delle etichettature. In particolare verranno evidenziate le tabelle nutrizionali per quanto riguarda i grassi saturi, la tipologia di oli e grassi impiegati e i claim presenti nel packaging dei prodotti dei vari brand presi in considerazione.

I detrattori di questo ingrediente spesso contestano il fatto che sia presente in molte merendine, snack, prodotti confezionati per la colazione e le pause, quindi prodotti rivolti ai più giovani, incrementando la presenza di grassi, in particolare saturi, nelle formule⁴.

² E. Fattore, R. Fanelli, *Palm oil and palmitic acid: a review on cardiovascular effects and carcinogenicity*, *International Journal of Food Science and Nutrition*, 2013.

³ Sono diversi gli studi che sostengono questa tesi, uno fra tutti il parere realizzato dalla Dipartimento di Sanità Pubblica, Veterinaria e Sicurezza Alimentare dell'Istituto Superiore di Sanità nel 2016 che è possibile consultare al seguente link: http://campagneliberale.org/oliodipalma/files/2016/09/C_17_publicazioni_2481_allegato.pdf. Per poter consultare ulteriori studi scientifici accreditati sul tema è possibile visitare la seguente sezione sul sito di Campagne Liberali: <http://campagneliberale.org/oliodipalma/scienza-e-verita/>.

⁴ Nelle linee guida pubblicate e diffuse dall'OMS, *Fact Sheet n.394*, Settembre 2015, si consiglia di non oltrepassare la soglia del 10% del fabbisogno calorico giornaliero derivante dal consumo di grassi saturi. In generale, come anche riportato dal Ministero della Salute e dall'ente INRAN (oggi CRA-NUT): "Le quantità di grassi che assicurano un buono stato di salute variano da persona a persona, a seconda del sesso, dell'età e dello stile di vita: una quantità indicativa per l'adulto è quella che apporta dal 20-25% delle calorie complessive della dieta (per soggetti sedentari) fino a un massimo del 35% (per soggetti con intensa attività fisica)". Queste indicazioni scientifiche confermano come sia concettualmente erroneo considerare una dieta priva di grassi saturi sistematicamente migliore o più salutare rispetto ad una dieta bilanciata dove i grassi saturi non eccedano il 10% dell'apporto calorico totale giornaliero.

L'obiettivo di questa ricerca è quindi comprendere se, per categorie specifiche di prodotti, la presenza o meno dell'OdP è effettivamente determinante sul piano dei grassi totali e saturi. In parole semplici, ci si è posti la domanda: dove c'è olio di palma ci sono più grassi, soprattutto saturi, rispetto ai prodotti in cui è stato eliminato?

Diverse aziende, spaventate dal polverone sollevato mediaticamente e politicamente, hanno preferito eliminare il palma e sostituirlo con altri grassi e oli vegetali. Ma con cosa è stato sostituito?

Di seguito non verranno analizzati gli aspetti propriamente chimici degli ingredienti contenuti nei prodotti e si basa sul semplice ma efficace confronto tra etichettature e tabelle nutrizionali. I prodotti analizzati sono stati scelti in base alla tipologia selezionata e all'ampio consumo presso le fasce più giovani della popolazione. Non vi è alcun fine statistico che indicizzi i consumi per frequenza e tipologia o della intercambiabilità per il consumatore. Non è nemmeno una ricerca medica che vuole evidenziare l'effetto degli ingredienti presi in considerazione sulla salute degli individui. Su questo assioma, olio di palma=grassi saturi elevati, si è giocata negli ultimi anni buona parte della campagna contro questo ingrediente. Diverse aziende, spaventate dal polverone sollevato mediaticamente e politicamente, hanno preferito eliminare il palma e sostituirlo con altri grassi e oli vegetali con un'operazione di *palmwashing*. Ma con cosa è stato sostituito? Prevalentemente con olio di cocco, olio di girasole, olio di mais oltre che burro, burro di cacao e burro di karité⁵.

Stando alle dichiarazioni ed ai claim dei brand che hanno effettuato questa sostituzione negli ingredienti, il profilo nutrizionale con le nuove formule e i nuovi ingredienti dovrebbe dimostrare la netta superiorità dei grassi alternativi a quello di palma. Tuttavia, è stato sufficiente paragonare alcune tabelle nutrizionali e verificare gli ingredienti di una serie di prodotti suddivisi a seconda della tipologia per individuare la fallacia dell'assioma esposto precedentemente. I messaggi pubblicitari e mediatici fatti passare come verità assoluta si infrangono abbastanza nettamente di fronte all'evidenza dei fatti.

Senza palma stessi o più grassi saturi

I risultati dimostrano che la sostituzione dell'OdP con altri grassi vegetali o animali non comporta automaticamente il miglioramento del profilo nutrizionale dal punto di vista lipidico. Al contrario, vi sono diversi prodotti contenenti OdP con meno grassi, sia totali sia saturi, rispetto ai corrispettivi "senza palma".

La seguente tabella, elaborata da Campagne Liberali con le informazioni presenti sulle confezioni di alcuni prodotti segmentati per tipologia, è utile a chiarire i concetti esposti fino a qui. I prodotti sono stati scelti sulla base di quanto presente sui principali scaffali della Gdo. La scelta non ha valore di rappresentatività, non ha alcun fine commerciale ma vuole semplicemente dimostrare come la sostituzione dell'olio di palma ha portato a miglioramenti scarsi se non nulli in molti prodotti destinati soprattutto agli adolescenti.

⁵ Ricordiamo che i primi tre oli sono meno sostenibili dell'olio di palma se consideriamo la produzione per ettaro. La palma da olio è la cultura oleaginosa più produttiva al mondo. Con un ettaro di terreno si producono circa 4 tonnellate di olio di palma, 0,8 tonnellate di colza, 0,6 tonnellate di girasole e 0,4 tonnellate di soia. Grazie alla resa superiore, l'olio di palma contribuisce a più del 30 per cento della produzione agricola totale di olii vegetali, occupando solo il 6 per cento del totale delle aree destinate alla produzione agricola di oli vegetali nel mondo. Per ulteriori dettagli: <http://campagneliberali.org/oliopalma/olio-di-palma-e-lambiente/>.

Tabella 1 – Analisi comparata profilo nutrizionale e claim nei prodotti confezionati (vari brand) –
Fonte: elaborazione di Campagne Liberali in base a packaging reperiti sul mercato o nei siti aziendali ufficiali.

Brand	Prodotto/Tipologia	% Grassi su 100g	Di cui Grassi Saturi	Claim "senza olio di palma"	Ingredienti
Barilla	Nastrine/Merendina a sfoglia intrecciata	28	15	sì	burro di cacao, olio di girasole, olio di cocco, olio di cartamo, burro
Colussi/Misura	Cornetto classico	25	8,1	sì	olio di girasole, burro di karité
Barilla	Cornetto farcito al cioccolato	23,5	12,5	sì	olio di semi di girasole, olio di cocco, olio di cartamo
Bauli	Cornetto classico	22,5	11,5	no	olio di palma, olio di girasole
Bauli	Amor di sfoglia/Merendina a sfoglia intrecciata	22,25	11,5	no	olio di palma, olio di girasole
Bauli	Cornetto farcito al cioccolato	20	10,2	no	olio di palma, olio di girasole
Motta	Cornetto classico	13	6,1	no	olio di palma, olio di girasole
Motta	Cornetto farcito al cioccolato	13	6,1	no	olio di palma, olio di girasole
Brand	Prodotto/Tipologia	% Grassi su 100g	Di cui Grassi Saturi	Claim "senza olio di palma"	Ingredienti
Barilla	Abbracci/Frollini panna e cioccolato	23,5	10,5	sì	burro, olio di girasole
Balocco	Girandole/Frollini panna e cioccolato	22	9,2	sì	olio di girasole, burro di cacao, burro,
Simply	Frollini panna e cioccolato	21,7	10,7	no	olio di palma, burro
Bauli	Farfallegre/Frollini latte e gocce di cioccolato	18,7	10,2	no	olio di palma, olio di cocco

Brand	Prodotto/Tipologia	Grassi su 100g	Di cui Grassi Saturi	Claim "senza olio di palma"	Ingredienti
Mondelēz	Milka/Wafer al cioccolato	28	18	no	olio di palma
Galbusera*	Buonicosì/Wafer con crema al cacao (monoporzione)	28	16,5	no	olio di palma, olio di mais
Galbusera*	Buonicosì/Wafer con crema al cacao	27,3	21,3	sì	olio di cocco, olio di mais
Loacker	Napolitaner/Wafer con crema al cacao	27	22	no	olio di palma
Nestlé	KitKat/Wafer al cioccolato	26	18	no	olio di palma, burro di cacao
Balocco	Wafer con crema al cacao	25	22	sì	olio di cocco
Coop	Wafer con crema al cacao	24,8	21,6	sì	olio di cocco
Brand	Prodotto/Tipologia	Grassi su 100g	Di cui Grassi Saturi	Claim "senza olio di palma"	Ingredienti
Ringo	Goal/Merendina con biscotto e cioccolato	25	13,7	sì	olio di girasole, burro
Saiwa	Oro Ciok/Merendina con biscotto e cioccolato	23	12	no	burro di cacao, olio di palma
Coop	Merendina con biscotto e cioccolato	21,3	12,9	sì	burro di cacao, pasta di cacao
Brand	Prodotto/Tipologia	Grassi su 100g	Di cui Grassi Saturi	Claim "senza olio di palma"	Ingredienti
Barilla	Crostatine all'albicocca	14	5,5	sì	burro, olio di girasole
Coop	Crostatine all'albicocca	13	3,4	sì	olio di girasole, burro di cacao, olio di cartamo
Germinal*	Crostatine (monoporzione)	10	4,2	no	olio di palma

*Questo simbolo contraddistingue i prodotti in commercio dei quali è ancora possibile trovare sia la versione con olio di palma sia quella senza.

Come emerge dalla Tabella 1, al claim “senza olio di palma” e alla conseguente sostituzione con oli vegetali diversi, nei prodotti presi in considerazione da questa ricerca, non corrisponde necessariamente un profilo nutrizionale migliore dal punto di vista dei grassi saturi rispetto ai brand che utilizzano l’olio di palma fra gli ingredienti.

Il primo segmento considerato, i cornetti confezionati, forniscono già un risultato netto: i prodotti (Barilla e Colussi/Misura) che pubblicizzano l’esclusione dell’Odp sulla confezione, al confronto con gli analoghi (a marchio Motta e Bauli,) che usano invece il palma, sono nettamente peggiori dal punto di vista lipidico. Il Cornetto al cioccolato Barilla riporta 23,5gr. di grassi su 100 di prodotto, di cui 12,5 sono saturi, utilizzando un mix di girasole, cocco e cartamo. Il Cornetto al cioccolato Motta, che usa invece olio di palma, ha solo 13gr di grassi su 100gr. di prodotto, ma solo 6gr. sono saturi. Colussi/Misura “senza olio di palma”, anche se migliora alla voce grassi saturi rispetto a Barilla, ha comunque un contenuto di grassi sia totale sia di saturi superiore rispetto a Motta “con Odp”: 25gr. totali e 8,1 saturi.

Medesime condizioni si profilano su prodotti “palm free” messi in commercio dall’azienda Barilla quali le Nastrine se comparati ad altri “con palma” come gli Amor di Sfoglia Bauli. Stando alla tabella dei valori nutrizionali le prime presentano un contenuto di grassi saturi molto più elevato rispetto ai secondi: le Nastrine hanno quasi il 30% in più dei grassi saturi (15/100gr. vs. 11,5/100 gr.).

BOX 1 – I claim comparativi

Particolare attenzione da parte del cittadino/consumatore va fatta sui cosiddetti claim comparativi. Ossia tutti quei “messaggi”, presenti spesso sulle confezioni dei prodotti alimentari, volti a pubblicizzare un miglioramento dei valori nutrizionali attraverso nuove formulazioni o ingredienti diversi. Il Regolamento (CE) 1924/06, relativo a “nutrition & health claims” permette alle aziende di effettuare paragoni sui valori nutrizionali solamente in rapporto alla media del benchmark di riferimento, non sulle formulazioni precedenti del medesimo prodotto. È illecito, e dunque sanzionabile, qualsiasi claim che riporti ad esempio la frase “con meno del 30% di grassi saturi rispetto alla formula precedente”. Grandi aziende hanno fatto uso di queste informazioni scorrette e ciò è già stato da più parti sottolineato. Come anche il fatto che, se la comparazione fosse fatta seguendo le previsioni di legge, rispetto alla media del mercato, i valori indicati sarebbero estremamente più bassi e talvolta neppure evidenziabili.

Anche sul fronte biscotti⁶, la ricerca comparativa ha mostrato alcuni casi analoghi a quelli appena descritti. È stata presa in considerazione la categoria “frollini panna e cioccolato”. I prodotti sono: Abbracci Barilla, Frollini Panna e Cioccolato di Simply, Girandole Balocco e Farfalle Bauli. I biscotti della Simply e della Bauli contengono olio di palma, eppure si dimostrano i migliori relativamente al contenuto totale di grassi (rispettivamente 21,7gr. e 18,7gr.). Inoltre, per ciò che concerne i grassi saturi, hanno un profilo mediamente in linea rispetto al benchmark selezionato per questa comparazione.

⁶ Per il segmento “biscotti” deve essere sottolineato che la varietà dei prodotti è di gran lunga superiore rispetto alle altre categorie. Meriterebbe, dunque, un’analisi separata per verificare ulteriori situazioni di discostamento fra claim, pubblicità e profili nutrizionali reali.

Per quanto riguarda le categorie wafer, merendine con cialda e cioccolato e crostatine, tutti alimenti molto gettonati tra le fasce di popolazione più giovani e dunque da tutelare, i risultati sono ugualmente significativi. I prodotti con olio di palma non hanno profili nutrizionali peggiori rispetto a quelli che ne pubblicizzano l'esclusione. Dalla Tabella si evince che i valori sono simili: Oro Ciok con palma hanno 12gr. di grassi saturi su 100gr. di prodotto, mentre i Ringo ne contengono 13,7. Anche Milka e KitKat, wafer ricoperti di cioccolato fra i cui ingredienti spicca l'olio di palma, risultano migliori degli altri prodotti "palm free" con una media di circa 4gr. di differenza sul piano dei grassi saturi.

Il cittadino risulta ingannato dal claim "senza olio di palma", utilizzato spesso come sinonimo di maggiore salubrità e qualità del prodotto.

Il confronto delle crostatine alla frutta sembra andare nella stessa direzione: il prodotto di Germinal che usa OdP con 4,2gr su 100gr di saturi è in posizione intermedia fra le Crostatine Barilla (5,5gr) e quelle Coop (3,4gr.). Infine, vi è il caso particolare di Galbusera e i wafer della linea Buonicosì in cui si può notare la differenza tra la tabella nutrizionale precedente alla sostituzione dell'olio di palma dove i grassi saturi sono pari a 16,5gr su 100gr mentre nella nuova versione, priva del palma, raggiungono la cifra di 21,3gr su 100gr.

Conclusioni

Al netto delle variabili come le tecnologie utilizzate per lavorare i prodotti industriali e la qualità delle materie prime, che sono comunque molto rilevanti e influenti per definire il valore dell'output, questa analisi sembra confermare l'assunto di partenza secondo il quale l'olio di palma non è determinante, rispetto ai suoi surrogati, per quanto concerne la quantità di grassi totali e saturi presenti in un prodotto industriale.

Al contrario, diversi prodotti che usano oli e grassi alternativi come quello di semi di girasole, di cocco, di mais, di karité e di cartamo o grassi animali come burro e panna, non presentano necessariamente un profilo nutrizionale migliore da una prospettiva lipidica. Per tale motivo risulta piuttosto ingannevole il messaggio che viene spesso veicolato da parte dei media, di alcune parti politiche (si vedano diversi atti d'indirizzo parlamentare e non solo) e, a volte, dalle stesse aziende secondo cui senza olio di palma il prodotto è sistematicamente migliore dal punto di vista nutrizionale.

Il cittadino, in questo caso consumatore, risulta così ingannato dal claim "senza olio di palma"⁷, utilizzato spesso come sinonimo di maggiore salubrità e qualità del prodotto. È necessario sempre di più prestare attenzione critica alle informazioni e alle pubblicità che vengono proposti, in particolare se si riferiscono ai bambini e alla fascia d'età degli under 18.

⁷ Le diciture "senza" riportate sulle confezioni sono utilizzate per fini commerciali con il chiaro obiettivo di convincere il consumatore ad acquistare il prodotto. L'influenza dei claim nelle scelte dei consumatori è stata analizzata da diversi studi, si vedano in proposito Priven M, Baum J, Vieira E, Fung T, Herbold N. (2015), *The Influence of a Factitious Free-From Food Product Label on Consumer Perceptions of Healthfulness* o EUFIC (2017) *Consumer Attitudes Towards "Free-From" Labels*. I consumatori sono così indotti a credere che alla dicitura "senza" presente sulle confezioni corrispondano prodotti più salutari e associati a maggior benessere. In questo senso molte delle etichette "senza" risultano quindi fuorvianti perché inducono il consumatore all'acquisto di prodotti che non sono necessariamente più salutari o più sicuri o più amici dell'ambiente. Il caso dei claim "senza olio di palma" è esemplare. A ciò si aggiunga che nel caso dell'olio di palma la fortissima campagna mediatica degli ultimi anni ha contribuito a conferire ad una semplice informazione una valenza salutistica, rivelatasi fondamentale nelle scelte di marketing.

Discriminare l'olio di palma sulla base della salute e dei grassi è una tipologia di disinformazione che contrasta con l'analisi dei fatti e il metodo scientifico secondo il quale un teorema per essere assunto come vero deve essere supportato dall'evidenza e dalla prova empirica. L'equazione secondo cui olio di palma=più grassi saturi alla prova dei fatti conferma la sua inattendibilità e incoerenza.



© 2017 Campagne Liberali. Tutti i diritti riservati.
È possibile citare lo studio con la seguente formula:

Campagne Liberali (2017), *Senza olio di palma, ma più saturi*. Un'analisi comparativa dei valori nutrizionali espressi sulle confezioni di 25 prodotti.

Campagne Liberali
info@campagneliberali.org
www.campagneliberali.org

Questo documento è disponibile gratuitamente su www.campagneliberali.org/oliodipalma