

Fake news e bufale nelle etichette alimentari. Il grande inganno del “senza”

I *claim* “**senza**” sono spesso utilizzati per convincere i consumatori che l’assenza di un ingrediente rende il prodotto migliore. Si intende comunicare che il nutriente escluso sia da evitare in quanto nocivo, mentre i suoi sostituti sono migliori.

Lo studio comparativo *Senza olio di palma, ma più saturi e meno sostenibili* dimostra che il messaggio “**senza olio di palma**” è ingannevole per il consumatore.

Abbiamo scelto l’olio di palma perché è un caso emblematico. Viene accusato di essere nocivo per la salute perché troppo ricco di grassi saturi, e di essere poco sostenibile per l’ambiente in quanto unico responsabile della deforestazione e principale minaccia per la biodiversità e le comunità locali.

Nello studio dimostriamo che **molte prodotti con olio di palma hanno gli stessi livelli, se non livelli addirittura inferiori, di grassi saturi** rispetto a quelli in cui l’olio di palma è stato eliminato con pubblicizzazione di tale eliminazione o assenza sul packaging ed in comunicazione.

Dimostriamo anche **la maggiore sostenibilità di questo ingrediente rispetto ai suoi surrogati di origine vegetale e animale.**

Il *claim* “**senza olio di palma**” **risulta ingannevole per i consumatori**. Li induce a credere che i prodotti “**senza**” siano necessariamente migliori per la salute e per l’ambiente rispetto a quelli “**con**”.

Meno palma, più saturi

La terza edizione della ricerca analizza 96 prodotti alimentari, suddivisi in 10 categorie, all’interno delle quali si comparano i grassi totali e saturi presenti su 100 gr di prodotto **Senza** e **Con olio di palma**. Come evidenziano i dati raccolti, i prodotti **Senza** non hanno mediamente meno grassi totali e saturi dei prodotti **Con**.

Tabella 1 – Livelli medi di grassi saturi per categoria di prodotto (“con” e “senza” olio di palma)

CATEGORIA	Prodotti “con olio di palma”	Prodotti “senza olio di palma”	MEDIA AIDEPI ¹
Cornetto/Merenda a sfoglia intrecciata	8,9 gr / 100 gr	11,4 gr / 100 gr	10,8 gr / 100 gr
Frollini	6,5 gr / 100 gr	7,8 gr / 100 gr	4,5 gr / 100 gr
Frollini linee “salutiste”	2,5 gr / 100 gr	5 gr / 100 gr	4,5 gr / 100 gr
Merendina con biscotto e cioccolato	13,5 gr / 100 gr	13,9 gr / 100 gr	7,8 gr / 100 gr
Torta al cioccolato confezionata	14 gr / 100 gr	13,9 gr / 100 gr	/
Wafer con crema al cioccolato/cacao	16,63 gr / 100 gr	20,6 gr / 100 gr	/
Prodotti panati	2,2 gr / 100 gr	3,2 gr / 100 gr	/
Gelati	10,4 gr / 100 gr	12,2 gr / 100 gr	/
Patatine:			/
di cui “classiche”	7,5 gr / 100 gr	4,5 gr / 100 gr	
di cui “al formaggio”	14 gr / 100 gr	2,9 gr / 100 gr	
Altri snack:			
di cui “plumcake”	2,4 gr / 100 gr	2 gr / 100 gr	7,8 gr / 100 gr
di cui “merendine al cioccolato”	11,6 gr / 100 gr	12,35 gr / 100 gr	

Fonte: nostra elaborazione sulle etichette alimentari e i valori nutrizionali espressi

Come si evince dalla tabella nella maggior parte delle categorie e anche delle sub-categorie analizzate, i prodotti che **contengono olio di palma** hanno un livello medio di grassi saturi inferiore rispetto a quelli **Senza**. Le categorie merceologiche in cui questo trend emerge con uno scarto più ampio sono Cornetti/Merendine a sfoglia intrecciata, Frollini linee “salutiste” e Wafer con crema al cioccolato. I prodotti **“senza olio di palma”** riportano invece un valore medio inferiore di grassi saturi solamente in 3 categorie e 2 subcategorie su 10.

È possibile inoltre fornire due informazioni di rilievo:

- ◆ La media dei grassi saturi nei prodotti «**Senza**» è di 10,18 grammi, mentre è di 9,13 per i prodotti «**Con**»;
- ◆ Il 63% dei prodotti «**con olio di palma**» ha un livello medio di grassi saturi inferiore a quello medio dei prodotti «**Senza**».

¹ L’AIDEPI (Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane) nel 2018 è confluita nell’Unione Italiana Food. Per comodità continueremo a riferirci all’AIDEPI poiché ha periodicamente elaborato le tabelle aggiornate con le medie dei valori nutrizionali per alcune categorie di prodotti in commercio. A tal proposito, l’Associazione spiega sul proprio sito istituzionale che «Le tabelle sono frutto di una complessa elaborazione effettuata dall’AIDEPI attraverso una precisa verifica dei valori nutrizionali riportati sui prodotti più venduti utilizzando i dati di mercato forniti da IRI. La media utilizzata è quella aritmetica dei valori nutrizionali disponibili in quanto, a differenza di quella ponderata, assicura più trasparenza, minore variabilità e più facile gestione».

Olio di palma e sostenibilità

Con il *claim* “senza olio di palma” si vuole anche indurre il consumatore a credere di acquistare un prodotto più sostenibile. Ma è davvero così?

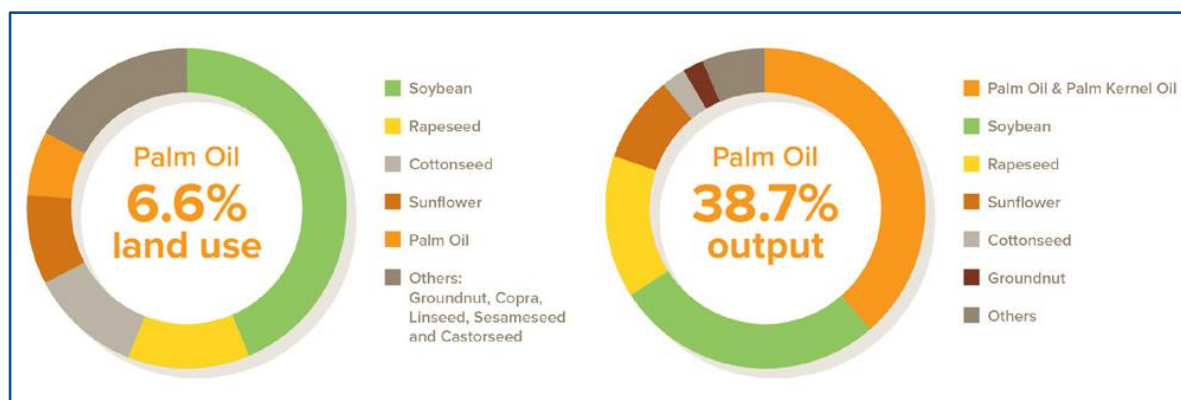
Per verificarlo abbiamo analizzato diversi autorevoli studi scientifici indipendenti commissionati da organismi internazionali e governi e alcune **Life Cycle Assessment (LCA)** per misurare la sostenibilità di alcuni degli oli vegetali più impiegati nella produzione alimentare.

L'olio di palma risulta essere il più sostenibile.

Coltivazioni concorrenti alla palma da olio hanno un impatto maggiore sull'ambiente e la biodiversità. Per esempio, la resa per ettaro della palma da olio è molto elevata: circa 3,8 tonnellate per ettaro (t/h). Mentre la resa degli oli alternativi è di gran lunga inferiore: 0,8 t/h per l'olio di colza, 0,7 t/h per l'olio di girasole, 0,5 t/h per l'olio di soia (dati WWF 2016).

La produzione di olio di palma occupa il 6% dei terreni adibiti alla produzione di oli vegetali ma è in grado di soddisfare il 38,7% della domanda globale, come mostrato nella figura sottostante. La soia, ad esempio, occupa il 40% dell'area agricola mondiale dedicata agli oli vegetali, ma produce solamente il 22% dell'output totale degli oli.

Figura 1 – Utilizzo dei terreni e produttività dei principali oli vegetali



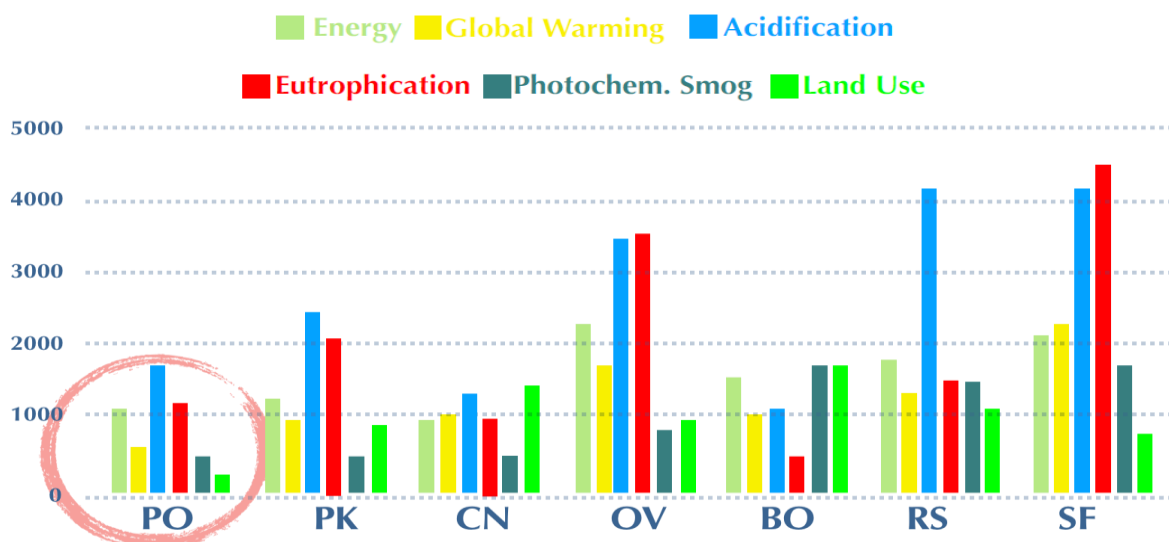
Fonte: IUCN 2018

La coltivazione sostenibile delle palme da olio, inoltre, può favorire il raggiungimento di alcuni **Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite (SDGs)**, 17 obiettivi introdotti nel 2015 con lo scopo di indirizzare lo sviluppo sostenibile del nostro pianeta verso traguardi ambiziosi come la riduzione significativa delle sacche di povertà, l'accesso all'acqua pulita e a condizioni igieniche dignitose, crescita economica, e occupazione, preservazione di tutte le forme di vita sulla terra e consumo e produzioni responsabili. La filiera dell'olio di palma occupa in modo diretto milioni di individui a livello globale di cui quasi 7 mln distribuiti solo tra Indonesia e Malesia e contribuisce rispettivamente all'1,8% e al 3,8% del Pil di questi paesi. Lo sviluppo e la prosperità che ha creato hanno portato anche a livelli di educazione più elevati e ad una maggiore consapevolezza della necessità di pratiche sostenibili.

Nello studio sono stati anche considerati due **Life Cycle Assessment (LCA)** comparativi che esaminano vari oli vegetali. Il LCA è un'analisi che misura gli effetti sull'ambiente associati ad

un determinato prodotto in ogni fase del suo ciclo di vita. Nei LCA esaminate, l'olio di palma si rivela migliore rispetto alle sue alternative per quanto riguarda l'impatto ambientale complessivo, in particolare se si considerano i parametri: energia utilizzata, emissioni di gas serra, smog fotochimico e sfruttamento del terreno. Nella figura sottostante questi risultati sono ancora più evidenti.

Figura 2 - LCA comparazione tra oli vegetali



PO=olio di palma, PK=olio di palma kernel, CN=olio di canola, OV=olio di oliva, BO=olio di soia, RS=olio di colza, SF=olio di girasole.

Fonte: Dumelin 2009

Conclusioni

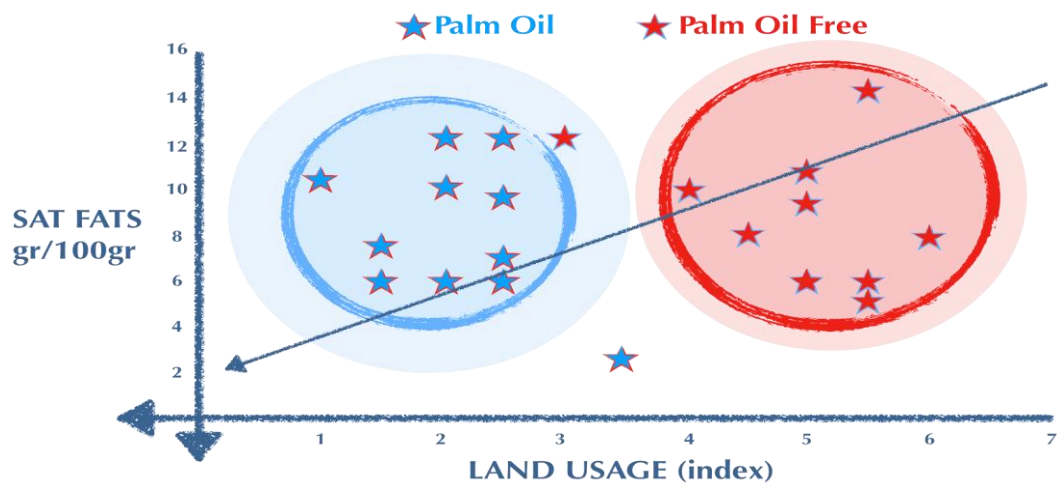
Alla sostituzione dell'olio di palma con altri ingredienti alternativi non corrisponde automaticamente un minor apporto di grassi totali e saturi, né vi è alcun miglioramento riscontrabile sulla sostenibilità.

Il claim "senza olio di palma" risulta così ingannevole per il consumatore, rispondendo a logiche puramente commerciali.

Gli argomenti utilizzati da molte aziende alimentari a supporto dell'utilizzo del *claim* "senza olio di palma" sono evidentemente prive di fondamento scientifico e distanti dai fatti. Il "senza" sollecita l'emotività dei consumatori a fini commerciali per influenzarne i comportamenti. Al consumatore non vengono fornite le informazioni necessarie per compiere una scelta libera.

In un'ulteriore comparazione sul rapporto tra grassi saturi e sostenibilità ambientale, i prodotti **Con** olio di palma risultano migliori perché più sostenibili e con un apporto di grassi saturi uguale se non inferiore ai prodotti **Senza**. L'Indice è stato elaborato tenendo in considerazione i livelli di sfruttamento del terreno emersi nelle LCA esaminate.

Figura 3 - Contenuto di grassi saturi e utilizzo del terreno in base agli oli usati nei prodotti "con" e "senza" olio di palma (2 categorie: croissant e frollini)



Fonte: nostra elaborazione sui dati delle etichette alimentari e LCA