



ANALISI ECONOMICHE E FINANZIARIE

A cura di: Dott.ssa Valentina Giacometti

Avocado e quinoa: cibi miracolosi o marketing?

Nel suo libro "The Tastemakers" il giornalista gastronomico David Sax ha indicato quattro modi con cui un alimento può diventare cibo di tendenza: cultura, agricoltura, promozione da parte di cuochi e marketing. Ad esempio, l'enorme tendenza del biologico, la dobbiamo agli agricoltori, che cercavano alternative all'agricoltura convenzionale/intensiva.

Per quanto riguarda i nuovi alimenti che oggi invadono il nostro mercato, come avocado, quinoa, ma anche zenzero, semi di chia, bacche di goji, estratti di aloe e altri, tutto sta alle pubbliche relazioni e al passaparola tra le persone. Ogni anno un nuovo "supercibo" diventa di moda, mentre un altro viene a sua volta dimenticato solo per essere rimpiazzato da un'altra novità. I consumatori pensano che consumando nuovi alimenti relativamente sconosciuti questi possano compensare/sopperire le cattive abitudini alimentari. Pensare che bere una tazza di tè verde ogni tanto, consumare un paio di bacche di goji su una supercoppa di gelato o che una grattata di curcuma in un bicchiere di latte di cocco condensato e zuccherato possano migliorare l'aspetto salutistico di questi alimenti è sbagliato.

AVOCADO

- L'avocado è originario del Messico del Sud e del Centro America.
- Gli Aztechi lo consideravano un afrodisiaco e gli diedero il nome *ahuacatl*, poi in inglese avocado.
- Ha la particolarità, per un frutto fresco, di essere molto ricco di grassi e povero di carboidrati: 100 grammi di un avocado maturo contengono mediamente 8 grammi di carboidrati, almeno 20 grammi di grassi principalmente monoinsaturi, i quali possono arrivare anche al 30% a seconda della varietà.
- Per questo motivo era utilizzato su molte navi nel '700 come sostituto del burro, spalmato sulle gallette e fu così soprannominato "il burro del marinaio".
- La qualità dei grassi presenti lo rende simile all'olio di oliva, avendo il 75% di grassi monoinsaturi, il 15% di grassi saturi e il 10% di polinsaturi (omega 3 e 6).
- Contiene anche varie sostanze benefiche, come carotenoidi, tocoferolo e betasitosterolo e grazie anche all'assenza di colesterolo viene sempre più utilizzato dall'industria alimentare oltre che da quella cosmetica.

QUINOA

- La quinoa (*Chenopodium quinoa*) è una dicotiledone appartenente alla famiglia delle Chenopodiaceae, insieme agli spinaci e alle biette: ha un'alta concentrazione di proteine (14%-17%), tutti gli amminoacidi essenziali, acidi grassi insaturi, un basso indice glicemico, vitamine, minerali, ed è senza glutine.
- La quinoa è una pianta consumata da 5000-7000 anni nelle regioni andine di Bolivia, Perù, e Cile, e domesticata da almeno 4000 anni. Gli Inca la chiamavano "la pianta madre" ed era considerata un dono degli dei. I semi tradizionalmente venivano arrostiti, bolliti, aggiunti alle zuppe e, persino fermentati per produrre la *chicha*, una bevanda andina. In quelle Regioni, dove le proteine animali erano scarse, è servita da sostituto proteico per la popolazione più povera e per molti è tuttora la fonte principale di proteine.

BOOM DELL'ORO VERDE

- Tra il 2015 e 2016 l'avocado è stato il prodotto più popolare dei social network, un chiaro esempio di quanto la diffusione di un prodotto dipenda molto di più dall'influenza dei mass media e del marketing piuttosto che dai suoi reali benefici.
- La sua diffusione è tale che si stima che esso sia tra i primi cinque prodotti agricoli più economicamente prodotti nell'ultimo decennio.
- Gli Stati Uniti con un consumo pari a 300.000 porzioni di questo frutto ne detengono il primato nel consumo. Ma la progressiva espansione del consumo è una tendenza che non riguarda solo gli Stati Uniti.
- L'Europa ha raddoppiato infatti il consumo di avocado nel corso degli ultimi 6 anni, raggiungendo 0,75 Kg pro-capite annui (fonte: Rabobank su dati UN Comtrade), circa il 25% di quello che oggi consumano mediamente gli americani.

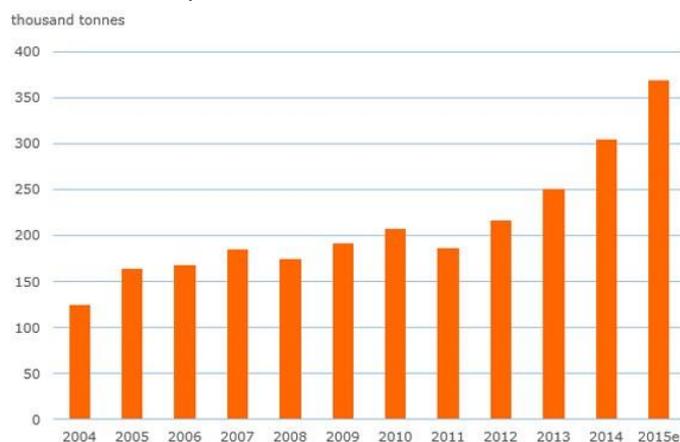


Avocado e quinoa: cibi miracolosi o marketing? (segue)

BOOM DELL'ORO VERDE (segue)

- Questo frutto esotico continua ovunque a farsi prepotentemente largo nei gusti dei consumatori, trovando quindi sempre maggiore spazio anche nell'offerta dei supermercati, grazie alla sua versatilità e delle proprietà salutistiche che spaziano dai rimedi antinfiammatori e anti-stress fino al controllo degli zuccheri e alla prevenzione dell'Alzheimer.
- Solo 5 anni fa Messico, Cile e Perù esportavano in Cina appena 80 tonnellate di questo prodotto, mentre nel 2016 il flusso commerciale verso Pechino ha superato le 24.000 tonnellate e si avvia adesso a segnare nuovi record.
- Tuttavia, il boom di richieste dell'oro verde ha lasciato a secco l'intera Provincia di Petorca, in Cile: le coltivazioni di avocado, infatti, richiedono enormi quantità d'acqua per l'irrigazione, in zone dove la piovosità è già scarsa. Occorrono oltre 2.000 litri d'acqua per ricavare un solo chilogrammo di avocado, cioè 4 volte in più rispetto alle arance e 10 volte il fabbisogno dei pomodori. A ciò si aggiunge la deforestazione, che nello Stato messicano di Michoacan, cuore della produzione nazionale, aumenta al tasso del 2,5% ogni anno, spinta proprio dalle colture di avocado, con danni enormi alla biodiversità e ripercussioni su larga scala.
- Nel nostro Paese, che vanta una produzione di assoluta qualità in Sicilia, le importazioni di avocado registrano una crescita del 28% rispetto allo scorso anno. Le vendite, invece, sono in ascesa del 37,2%, con un giro d'affari di circa 24 milioni di euro.

Grafico 1: quantità/annuali di avocado consumate



Source: UN-Comtrade, 2016; 2015 Rabobank estimate

BOOM DEL SEME D'ORO

- La quinoa (fino a qualche anno fa nessuno aveva mai sentito questa parola) è ritenuto un "super-food", versatile e miracoloso.
- La varietà più utilizzata è la Quinoa Real, ma esistono al mondo oltre 220 varietà, che si differenziano per il colore del seme (rossa, bianca, gialla, marrone o nera) o per il luogo ideale di coltivazione. Bolivia e Perù detengono la produzione quasi esclusiva di questo seme sacro agli Inca; seguono poi Ecuador e Cile.
- La popolarità della quinoa, negli ultimi anni, ha varcato i confini sudamericani e raggiunto gran parte del mondo: grazie alle sue proprietà nutritive, ai suoi benefici per la salute e, soprattutto, al potere del marketing.
- Essa non è più dunque un prodotto riservato alle popolazioni andine, ma è diventato un alimento ormai molto popolare nel mercato europeo e nord-americano. Nel 2013 si è addirittura affermata tra gli alimenti più di tendenza: dichiarata come cibo dell'anno. In poco tempo, il mercato di questo pseudo-cereale è decollato: la quinoa è stata, in termini di marketing, "il grano miracoloso delle Ande".
- La domanda è aumentata vertiginosamente e la produzione ha raggiunto livelli record: un vero e proprio boom agricolo che ha visto la produzione passare da circa 27.000 tonnellate nel 2008 a oltre 50.000 nel 2013. Attualmente, il 90% dei semi prodotti sono destinati all'esportazione.

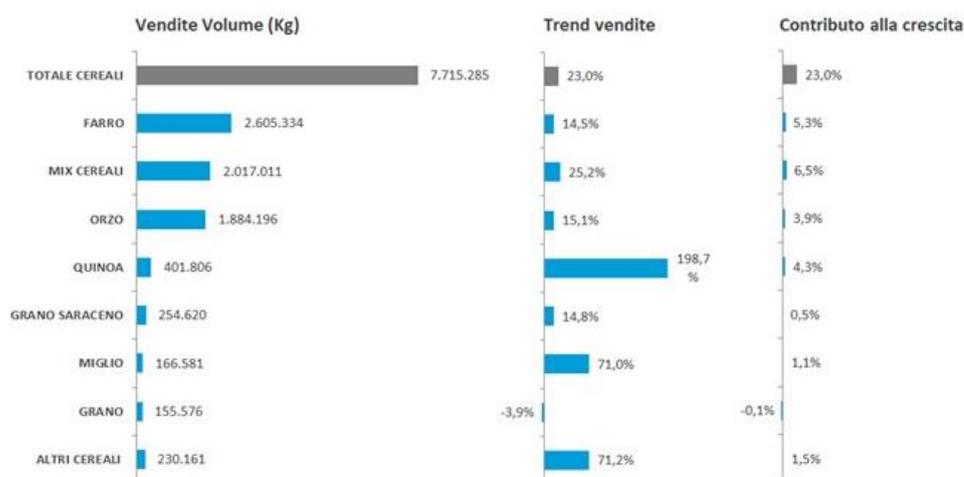


Avocado e quinoa: cibi miracolosi o marketing? (segue)

BOOM DEL SEME D'ORO (segue)

- L'Italia è uno dei maggiori importatori d'Europa, con una domanda in crescita verticale, in particolare da parte di consumatori vegetariani e vegani, essendo la quinoa un'alternativa proteica alla carne. Le proprietà nutritive di questa pianta sono ottime: contiene fibre e minerali, come fosforo, magnesio, ferro e zinco, ed è un'ottima fonte di proteine vegetali senza grassi.
- Il boom del "Seme d'oro degli Incas", che si presentava come una possibilità di arricchimento per un intero paese, si è trasformata però in una falsa speranza di riscatto economico per le popolazioni locali.
- Secondo il "The Globe and Mail", grazie alla coltivazione di quinoa, le popolazioni sudamericane sarebbero state in grado di migliorare il proprio stile di vita. Con maggiori quantità di denaro a disposizione, i contadini locali avrebbero potuto variare la propria alimentazione, acquistando a propria volta alimenti provenienti dall'estero. A posteriori, possiamo dire che la "corsa alla quinoa" ha portato lavoro al popolo andino ma ha alterato, e altera tutt'ora, gli equilibri naturali e sociali. L'aumento della richiesta da parte dei Paesi esteri, infatti, ha spinto i prezzi a tal punto che i contadini del Perù, per i quali la quinoa era pasto tradizionale da migliaia di anni, non possono più permettersi di mangiarla.
- Inoltre, in passato la quinoa si coltivava quasi esclusivamente sui pendii delle Ande, mentre i territori pianeggianti erano riservati all'allevamento di lama e alpaca, camelidi su cui si basava il sostentamento economico e alimentare delle popolazioni sudamericane. Ora, per massimizzare la resa della quinoa, gli allevamenti sono quasi spariti ovunque o confinati nelle zone collinari; aggiungendo poi tutti i prodotti chimici utilizzati per rendere più fertile il terreno così da rispondere alla sempre più crescente richiesta. Cosa succederà quando i prezzi della quinoa scenderanno? Paesi come il Canada, la Cina, gli Emirati, l'India, il Kenya e il Marocco e persino l'Italia stanno pensando di produrla a livello commerciale. Ciò potrebbe avere impatti devastanti per la Bolivia. «Bisogna prevenire questo scenario di potenziale crisi», spiega Rómulo Caro, responsabile FAO Bolivia.
- Ecco perché la Cooperazione italiana del Maeci ha colto questo allarme dando il via al progetto implementato da una Ong italiana con lo scopo di promuovere l'agricoltura familiare comunitaria sostenibile nell'Altopiano boliviano nella zona del Salar, focalizzando le sue attività sul binomio quinoa/camelidi Sistema Agroalimentare Integrato Quinoa/Camelidi.

Grafico 2: Trend cereali in Italia



Fonte: Nielsen Trade*Mis, Anno Terminante Maggio 2015



Avocado e quinoa: cibi miracolosi o marketing? (segue)

- I dati registrati negli ultimi anni indicano quanto le tendenze alimentari nei paesi sviluppati stiano cambiando: la pasta ha subito un calo dei consumi dell'8% in Australia e del 13% in Europa, in Italia nel 2014, secondo l'IRI (Istituto per la Ricostruzione Industriale), le vendite di pasta secca sono calate più del 4% a volume (grafico 3). Responsabili di ciò la fobia del glutine, le diete iperproteiche, l'avvento di cereali alternativi al grano (quinoa, farro, chia, orzo, segale) o alternative ai cereali (dai legumi alle verdure ridotte in fili o nastri, una moda che ha già da tempo investito i supermercati anglosassoni/ statunitensi, ma che nell'ultimo anno sta dilagando anche in Italia).
- Altre tendenze rilevate dalla catena USA Whole Foods riguardano i cibi fermentati e i probiotici, che forniscono "batteri buoni" utili a migliorare il proprio microbiota, ovvero il corredo tutto personale di microrganismi che popolano il nostro intestino e che recenti studi scientifici segnalano come determinante per la nostra salute e addirittura per il nostro umore.
- *Yogurt e kefir* ma anche *tempeh* (soia fermentata), *tè kombucha*, *crauti*, *miso*, *pane di pasta madre* e *kimchi* saranno sempre più richiesti.
- Sempre più diffusi anche gli alimenti "senza zucchero, senza grassi, zero calorie, senza additivi, senza conservanti/coloranti aggiunti". Un trend colto anche dalle grandi aziende, che portano sul mercato prodotti sempre nuovi con ingredienti alternativi o semplicemente riportando in etichetta gli stessi ingredienti ma con nomi diversi, sconosciuti così da fuorviare il consumatore portandolo a comprare comunque il prodotto.

La richiesta dei consumatori, infatti, è per etichette sempre più trasparenti sugli ingredienti e la loro provenienza, ma anche sull'eticità di allevamenti e coltivazioni.

- Sempre più diffusi sugli scaffali dei supermercati anche linee di prodotti dedicate a vegetariani e vegani, intolleranti e a chi segue diete religiose (*halal* e *kosher*).
- Altra tendenza è il grande successo di frutta e verdura e il corrispettivo declino del consumo di carne: l'inserimento di carni rosse e salumi da parte dell'OMS (Organizzazione mondiale della Sanità), nella "lista nera" degli alimenti cancerogeni ne ha causato un forte ribasso commerciale.
- Le criticità riguardano i prezzi alti, le accuse di scarsa sostenibilità ed eticità degli allevamenti (consumano ingenti quantità di acqua e mangimi e producono CO₂), l'utilizzo di ormoni e il crescente numero di vegetariani, vegani, tutti fattori che portano ad una riduzione del consumo di prodotti animali. Infine, le indicazioni di medici e dietisti e le raccomandazioni di consumare cinque porzioni di frutta e verdura al giorno, hanno fatto sì che le verdure da mesto "contorno" assurgessero a piatto principale nelle cucine degli chef stellati ma anche e sempre più nelle case private.

TENDENZE
DEL
XXI
SECOLO

Grafico 3: consumi nazionali di pasta e panificati

Consumi nazionali di pasta di semola e del pane				
Volume				
	Quota% 2016	Var.% 2014/13	Var.% 2015/14	Var.% 2016/15
Pasta totale	100%	-1,8	-4,3	-0,5
Pasta ripiena	7%	1,0	1,1	2,0
Pasta all'uovo	7%	-4,7	-5,7	1,1
Pasta di semola	86%	-1,7	-4,6	-0,8
Pane e sostituti				
Pane	71%	-3,6	-2,9	-5,1
Sostituti del pane	29%	2,2	0,9	3,3
Valore				
	Quota% 2016	Var.% 2014/13	Var.% 2015/14	Var.% 2016/15
Pasta totale	100%	-1,6	0,2	-0,3
Pasta ripiena	25%	0,7	1,8	1,9
Pasta all'uovo	14%	-4,2	-4,4	0,2
Pasta di semola	62%	-1,9	0,6	-1,4
Pane e sostituti				
Pane	66%	-2,3	-0,8	-2,7
Sostituti del pane	34%	2,0	1,3	3,5

Fonte: elaborazione ISMEA su banca dati NIELSEN (Market Track per pasta e sostituti del pane; Consumer Panel per il pane)



Avocado e quinoa: cibi miracolosi o marketing? (segue)

ALIMENTI MIRACOLOSI O MODE DEL MOMENTO?

- La domanda che sorge spontanea è: davvero questi alimenti rappresentano fonti così miracolose per la nostra salute o potremmo tranquillamente farne a meno?
- Sicuramente la risposta la possiamo trovare nel mezzo. Per decenni i nostri predecessori o anche solo i nostri nonni hanno vissuto facendo a meno di questi elementi. Oggi che la globalizzazione e un mercato sempre più interconnesso a livello mondiale hanno fatto conoscere anche a culture straniere, alimenti, sapori e odori prima sconosciuti, possiamo usufruire anche di alimenti che il nostro territorio non offrirebbe, ma è necessario che il consumo sia equilibrato e moderato.
- Ciò che non deve essere dimenticato infatti è il rispetto e la sostenibilità del prodotto.
- Non possiamo permettere nel 2018 lo sfruttamento di intere popolazioni, interi territori e intere risorse solo per permettere la diffusione di un prodotto in tutto il mondo solo perché creduto miracoloso.
- Affinché ciò avvenga, tuttavia, è necessario prima di tutto una corretta informazione, cosicché le persone non siano portate a credere questi nuovi cibi come miracolosi, bensì come cibi alternativi, nei gusti, nei colori, nelle consistenze e anche nelle proprietà.
- Prendiamo per esempio l'avocado, un frutto ricco di grassi, vitamine e minerali, proveniente dall'altra parte del mondo, che deve affrontare lunghissimi viaggi per giungere in Italia, ma che non ha in realtà nulla da togliere alle nostre olive, ricche anch'esse di grassi buoni, vitamine e minerali e raccolte nelle nostre terre.
- Oppure la quinoa, un'ottima alternativa senza glutine a pasta e pane, ma che potrebbe essere tranquillamente sostituita con un buon riso, coltivato in Italia dove soprattutto al nord le coltivazioni sono abbondanti e di ottima qualità; se il riso ha meno proteine della quinoa, basterà associarvi un po' di legumi come fagioli o piselli e il fabbisogno proteico sarà più che soddisfatto.

Tutti questi cibi non hanno nulla di particolare e i presunti benefici sono nulli se, come spesso accade, si sovrappongono a un regime alimentare troppo ricco di grassi, zuccheri e proteine, cioè troppo ricco di tutto, senza invece cambiare le cattive abitudini alimentari.