

OLTRE IL 60% DEGLI ITALIANI NON PUÒ ASSUMERE LATTOSIO. MA LE RISPOSTE SPECIFICHE DI AZIENDE E GDO SONO ANCORA DEBOLI. A MENO DI PUNTARE SULLA SOIA.

di *Valeria Volponi* [@valeriavolponi](#)

Crampi, nausea, mal di pancia. E nei casi più gravi, vere e proprie intossicazioni.

È il quadro clinico che interessa tra il 60 e il 70% della popolazione italiana, affetta, più o meno consapevolmente, da intolleranza al lattosio.

Ovvero, da una deficienza dell'enzima lattasi, che di fatto rende impossibile per il fisico tollerare l'assunzione del lattosio, principale zucchero del latte di mucca e di capra, con i rispettivi derivati. E ai neonati, impedisce di bere il latte materno. Una patologia, genetica o acquisita, che costringe chi ne è affetto

di prodotti realmente delattosati sono poche. La maggior parte dei marchi industriali mette sul mercato referenze con un quantitativo minimo di lattosio, che in genere si limitano al latte e a un tipo di formaggio, sono più care di quelle tradizionali e non vengono correttamente valorizzate a scaffale".

Scritte in piccolo sul packaging, nessuna informazione dedicata, tanto che "spesso c'è un posizionamento generico di tutte queste tipologie di prodotti, senza glutine, a base di soia, delattosati, ecc... che invece meriterebbero ciascuno un trattamento a parte".



Intolleranti, questi sconosciuti

a seguire un regime alimentare strettamente controllato, al pari dei celiaci. Curiosamente però, degli intolleranti al lattosio, le aziende alimentari sembrano essersi accorte ben più tardi di quanto non abbiano fatto con chi non può assumere glutine.

E il quadro dell'offerta dei prodotti alternativi a quelli derivati dal latte, è piuttosto segmentato e in qualche caso, sfuocato.

Maria Sole Facioni, presidente di AILL, Associazione Italiana Latto-Intolleranti, spiega a InStore: "Le aziende produttrici

60 - 70%

DI ITALIANI INTOLLERANTI AL LATTOSIO



Le prospettive industriali

In grande distribuzione, a fare la parte del leone sono le referenze in cui il residuo di lattosio è ridotto al minimo, in percentuale inferiore allo 0,01%, tale da essere tollerata anche dai soggetti più sensibili. Ultima in ordine di tempo Kraft, che ha aggiunto alla linea Philadelphia anche la versione senza lattosio, anche se la leadership delle referenze delattosate appartiene, per storicità e numero di prodotti, a Granarolo, con il Latte Accadi (proposto in versione fresca e a lunga conservazione, a un



4,2 Mln

DI ITALIANI SOFFRONO DI DISTURBI
LEGATI AL LATTOSIO

1,1 Mln

DI ITALIANI SI SOTTOPONGONO
A TEST SPECIFICI PER LA RICERCA
DELL'INTOLLERANZA AL LATTOSIO

target di intolleranti ma non solo) Panna, Stracchino e Mozzarella, a cui si sono da poco aggiunte quattro nuove referenze: lo Yogurt Accadì nei gusti Bianco Dolce, Fragola, Caffè, il Burro, la Ricotta e il Mascarpone, ideale per la preparazione del Tiramisù, “ma ottimo anche tal quale con l’aggiunta di ingredienti semplici - cioccolato o frutta fresca - come la ricotta che si può tranquillamente mangiare da sola”, spiega Tommaso Simili, comunicazione e corporate affairs.

Il fatto di appartenere a un’azienda leader, consente a Granarolo di avere buona

visibilità anche per una linea di nicchia come questa. Scontano invece mancanza di spazio appropriato i piccoli produttori, come il Caseificio Tomasoni: “Abbiamo un’unica referenza senza lattosio lo Stracchino Delattosato con meno dello 0,1% di lattosio su 100 g di prodotto a cui si aggiungerà tra poco la ricotta senza lattosio.

Il prezzo è leggermente superiore a quello dei prodotti tradizionali, ma a penalizzarci davvero è il posizionamento a scaffale, visto che il prodotto viene, nella maggior parte casi, posto insieme agli altri

stracchini tradizionali nel banco frigo senza darne sufficiente risalto”, spiegano dall’azienda. Più radicata la presenza di Stuffer, che ha 14 referenze in assortimento tra yogurt magro, yogurt da bere light, dessert light al cacao e formaggio spalmabile fresco light: “La linea viene costantemente ampliata per offrire ai nostri clienti e ai consumatori sempre nuove occasioni di consumo. Ultimo nato è il dessert di latte”, spiega Peter Stuffer. I prezzi, per quanto possibile, vengono mantenuti sullo stesso livello di quelli tradizionali. ↗

Soia: non una semplice alternativa

Più alto delle referenze classiche è invece mediamente il posizionamento dei prodotti a base di soia, che definire “delattosati” non è del tutto corretto, perché chi li consuma non è solo l’intollerante al lattosio, ma anche chi intende fare una precisa scelta alimentare, e quindi vegetariani e vegani. Ragione per cui, a scaffale, le gamme a base di soia stanno assumendo sempre più spazio e rilevanza e le aziende produttrici sono quelle più attive a livello di comunicazione e di scambio con i consumatori, tra forum sul web, pagine Facebook, informazioni sul pack e a scaffale. Valsoia propone bevande vegetali, da bere da sole o da impiegare in cucina come ingrediente per preparare piatti, frullati e dolci, come Alpro, che ha in assortimento bevande, dessert e yogurt vegetali al 100%.



Anche Sojasun offre dal 2000 una gamma che oggi raggiunge oltre 30 prodotti vegetali di soia e quindi naturalmente privi di lattosio, consumati non solo dagli intolleranti. “Due anni fa abbiamo effettuato una ricerca che ha dimostrato come gli



LE GAMME A BASE DI SOIA STANNO ASSUMENDO SEMPRE PIÙ SPAZIO E RILEVANZA E LE AZIENDE PRODUTTRICI SONO QUELLE PIÙ ATTIVE A LIVELLO DI COMUNICAZIONE E DI SCAMBIO CON I CONSUMATORI



italiani non intolleranti ma che scelgono comunque prodotti senza lattosio sono circa 6 milioni, a conferma del crescente interesse verso questo tipo di alimenti, soia compresa”, spiegano dall’azienda. Il mercato degli yogurt di soia conferma da anni un trend di crescita (+31.3% a volume anno mobile settembre 2014) grazie all’attenzione sempre in aumento da parte dei consumatori (acquirenti di prodotti a base di soia +29% anno mobile settembre 2014). I prodotti di soia sono ormai distribuiti in maniera capillare in tutto il Paese (indice di ponderata del segmento: 96%).



Il potenziale delle private label

Mentre per gli intolleranti al glutine sono diverse le proposte offerte dalle private label della gdo, le referenze delattosate sono ancora limitate. A proporle, in Italia, sono Coop, Conad e Esselunga: la linea Bene Sì Coop propone prodotti ad Alta Digeribilità, latte Fresco e Latte UHT a basso contenuto di lattosio e gelati di origine vegetale, mentre Conad ha aggiunto alla linea Alimentum Conad il latte Parzialmente Scremato UHT Alta Digeribilità 0,5l con solo lo 0,1% di Lattosio e la Mozzarella Alta digeribilità, con solo lo 0,05% di lattosio.

Più concreta e in crescita la proposta di alternative private label nel settore dei prodotti di soia. Spiegano da Sojasun: “Le marche private sono una realtà molto giovane, in crescita e con margini di sviluppo interessanti (oggi rappresentano il 6.7% del volume della categoria), a conferma di come l’interesse dei consumatori verso i prodotti vegetali sia aumentato”. **S**