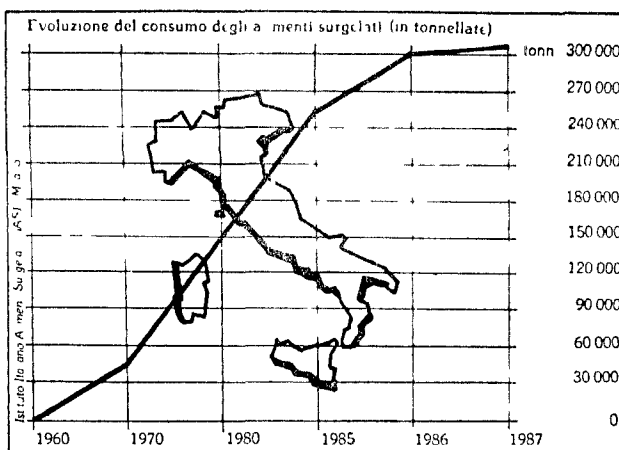


Come cambia la tavola degli italiani



Il pesce surgelato è secondo solo agli ortofruttili



Surgelati che passione!

Nell'87 consumate 300.000 tonnellate

PATRIZIA ROMAGNOLI

Il freddo e il calore sono le due mani della natura. Era solito dire il filosofo inglese Francis Bacon. Niente di più adatto a sottolineare le proprietà dei surgelati che occupano i freezer domestici ormai da ventisei anni. Questi prodotti sono in costante aumento. Non è un caso, infatti, che da qualche tempo i freezer abbiano assunto dimensioni ragguardevoli, divisi in spazi diversi secondo le temperature di conservazione. Il colpo grosso l'ha fatto Qualitè Macchine, il grande chef ha infatti introdotto l'alta cucina nei piatti pronti surgelati ottenendo un enorme successo che ha fatto del surgelato un prodotto di massa.

«In Italia non siamo ancora

che registra uno scambio più o meno alla pari tra importazione e esportazione. Fino al 1980, infatti, l'Italia importava 300.000 tonnellate di prodotti surgelati, ossia 525 kg procapite. L'85% delle famiglie risultano consumatori abituali. Dal punto di vista produttivo in Italia operano sessanta aziende, con una forte componente multinazionale. Le quasi tutte in ambito Cee se si escludono quelle che trattano i crostacei, provenienti da Paesi terzi. Il fatturato di queste imprese raggiungeva nel '86 i 1400 miliardi di cui 150 all'esportazione e un piegava 3600 addetti. Da fuori Italia arrivano pesce e patate fritte per conto esportazione con successo ortofruttili, dolci e gelati.

Ma vediamo un po' le cifre dell'industria dei surgelati

contengono verdura e frutta. Evidentemente poterla gustare anche fuori stagione è assai gradito, ma ciò che attrae di più le nostre casalinghe è la possibilità di evitare la pulitura delle verdure. Inoltre la quantità è ben definita mentre quando si compra per esempio un chilo di spinaci freschi ne restano da mangiare poco più di tre etti.

I surgelati che meglio incontrano il gusto degli italiani

di conservare i prodotti della natura. Nell'87 gli italiani hanno consumato 167.500 tonnellate di ortofrutta (+50% in cinque anni). 45.400 tonnellate di pesce e oltre 56.250 tonnellate di snacks (patate fritte comprese). E su questo comparto che si appaiono oggi le aspettative dell'industria. Oltre ad essere in crescita per conto proprio, questo gruppo di prodotti sembra essere fatto apposta per essere surgelato. Tra l'altro, mentre l'avvenimento della verdura fresca «preputa e pretrattata» può essere concorrenziale a quella surgelata, sullo snack si può scatenare tutta la possibile fantasia dei produttori. I quali, quindi, sono fiduciosi. Le analisi di mercato prospettano per il prossimo quinquennio un ulteriore incremento dei consumi del 5-6% all'anno.

L'Italiano beve gassato e anche il vino s'adegua

Le vendite vanno a gonfie vele, ma si sta alzando una ventata di tempesta. Se è vero infatti che in Italia si beve ormai tanta acqua minerale quanto in Germania, è vero altresì che l'ondata lunga della lotta all'inquinamento arriverà presto anche qui. I due terzi del mercato dell'acqua minerale è rappresentato dal consumo domestico, in buona parte attraverso supermercati e supermercati significa confezione in plastica, o meglio in Pvc o Pet. E chiaro quindi che qualcosa si dovrà presto cambiare. E pensare che proprio il ricorso a queste bottiglie leggerissime ad altissima resistenza meccanica, molto capienti e studiate per il magazzino in supermercato (notare la sezione quadrata, che consente di aumentare la capacità del 30% solo occupando lo stesso spazio) ha concesso alle 180 aziende produttrici di aumentare la loro produzione in cinque anni di circa il 50% e realizzare fatturati pari a 700 miliardi di lire complessivamente. Se poi consideriamo che molti di questi imbottiglieri i cui stabilimenti si trovano per lo più nelle adiacenze delle sorgenti, sono anche produttori di bevande analcoliche le cifre si moltiplicano. Ingredienti base delle aranciate gassate e chinotti nonché della Coca Cola è l'acqua che entra nel prodotto finito per il 90%.

Oltre ai 3050 milioni di litri d'acqua, gli italiani bevono ogni anno 1800 milioni di litri di bevande gassate di cui un terzo è rappresentato dalle «colate» per un fatturato stimato in circa 8000 miliardi di lire. Nel settore operano circa 700 aziende con 7000 dipendenti. Sia che si considerino

VINO	importazioni	esportazioni
anno	ettilitri	ettilitri
1980	7 914	818
1981	5 009	637
1982	7 399	784
1983	4 600	567
1984	9 296	885
1985	8 031	974
1986	7 905	1 051

BIRRA	importazioni	esportazioni	consumo
anno	ettilitri	ettilitri	l. pro capite
1980	1 049 860	79 553	16 70
1981	1 188 342	84 525	17 92
1982	1 561 601	91 492	20 60
1983	1 760 653	69 546	20 77
1984	1 717 700	83 831	18 88
1985	2 169 619	74 497	21 75
1986	2 149 874	66 260	22 98

Bevande gassate	produzione 1987
Cola	34,3%
Aranciata	32,2%
Gassosa	12,6%
Chinotto	4,2%
Aperitivi	
analclici	3,1%
Tonica	2,4%
Limonata	2,2%
Spuma	2,2%
Dieteriche	0,8%
Altre	6,0%

Acqua minerale	produzioni (milioni di litri)
Anno 1980	2250
Anno 1981	2370
Anno 1982	2550
Anno 1983	2625
Anno 1984	2700
Anno 1985	2800
Anno 1986	3050

delle naturali evoluzioni degli imbottiglieri d'acqua, sia che si tratti di aziende specializzate in bibite, gli elementi base, ossia la tecnica di fabbricazione e la distribuzione, non cambiano. La distribuzione capillare che comprende anche la consegna a domicilio, incide notevolmente sui costi finali cui vanno aggiunti quelli per la pubblicità e l'innovazione del prodotto che viene associato a sempre diverse motivazioni: sport, lavoro, fast food.

L'aumento delle bibite registrate negli ultimi anni è avvenuto in parte a spese del consumo di alcolici. Il vino soprattutto. In particolare, nel tem

po è diminuito il loro «prestigio sociale». Forse anche per correre ai ripari per arginare l'emorragia di vendite, i produttori di alcolici si sono adeguati ai nuovi gusti del pubblico inserendo nel mercato gli «wine beverage». Entrati sul mercato nazionale solo quest'anno, stanno ripietendo in tono minore la performance presentata negli USA dove alla loro uscita hanno conquistato i giovanissimi. Al le Riunite, l'azienda di Reggio Emilia che ha lanciato in Italia «Frendy» bevanda a base di vino con l'aggiunta di succo di frutta (pesca e tropicali) si dichiarano soddisfatti. «Abbiamo raggiunto i budget previsti con due mesi d'anticipo», dicono.

Le note più dolenti arrivano invece dal vero e proprio vino. Oltre al calo dei consumi in termini reali (da 110 litri annui procapite ad 85) si stanno verificando profonde trasformazioni nel modo di consumare. Cala la quota del vino da tavola venduto sfuso, aumenta quella dei confezionati in genere. Si formano particolari nicchie di mercato che alcuni produttori si costruiscono specializzandosi o qualificando il prodotto a marchio. Vini bianchi «leggeri» e spumanti hanno successo, soffrono invece una certa crisi i rossi, si invecchiano. □ PRO

Dolci e gelati a profusione

Coni, torte o snacks il cioccolato è di moda

«In quello che mi piace di più c'è la mucca in discesa ma le caramelle al latte sono troppo dure», «Io preferisco quello dove la mucca di venia vola, però quell'altro ha le noccioline dentro ed è più buono». Il dialogo è autentico, tra due bambine di undici anni. Commentano spot pubblicitari e si riferiscono a caramelle e snacks al cioccolato. Non c'è da stupirsi della competenza di queste signorine: negli ultimi cinque anni il consumo di cioccolato è aumentato del 46% (da 1,3 kg procapite a 1,9) e questo solo in quantità assoluta. Il dato non tiene conto del fatto che il «giusto cioccolato» entra in quasi tutti gli snacks a base di qualunque altra cosa (dal wafer alla crema mou) lanciata sul mercato negli ultimi anni.

Nell'industria dolciaria quello del cioccolato è il comparto dimostratosi più vivace e più «eterofilo», mentre l'export è aumentato del 46%. L'importazione è più che raddoppiata, passando da 174.000 quintali del 1980 a 355.760 nel 1986. Nonostante esista già una «moda al cacao» gli industriali del settore ci vorrebbero vedere sempre più cioccolato dipendenti - e sempre più grassi - come avviene all'estero, dove le quantità procapite sono doppie rispetto alle nostre. Ma allora, si sa, fa più freddo e i dolci sono altamente energetici. Nonostante il clima più mite gli italiani però appaiono tra i meno assidui anche nel consumo di gelato. Nell'86 ne abbiamo mangiato per 1353 tonnellate, circa 6 litri procapite all'anno, un niente rispetto agli americani che ne consumano più di 22 litri a testa. Ma anche qui c'è il trucco nelle cifre. È infatti quasi impossibile quantificare tutto ciò che si acquista nelle oltre 20.000 gelaterie artigianali italiane. La caccia alla buona gelateria è quasi uno sport tra i giovanissimi. Ma non solo tra loro: di loro alla Internatix, società che un paio d'anni fa ha svolto per conto dell'Aidi una ricerca motivazionale sul consumo di gelato. «Anche per l'adulto il gelato rappresenta un premio a se stessi, una regalia, ne all'infanzia. Ed è un acquisto d'impulso, non programmatosi. Insomma, tenersi una vaschetta di gelato confezionato nel freezer è tutt'altro che raro, ma meno gratificante che uscire dal negozio con un bel cono in mano.

Inoltre tra i gelatieri artigiani c'è più creatività e più com

petizione (nuovi gusti, abbinamenti e confezioni). I concorsi - come quello che si terrà in questi giorni all'Expo di Milano - sono numerosissimi in tutta Italia. Anche se - confermano alla Fabbri di Bologna uno dei più forti produttori di «basi» - come nell'abbigliamento anche qui c'è un ritorno al classico. «Vani-glia/crema/ciocccolato» è un trionfo sempre più indiscusso. Quest'ultimo risulta il più valido anche per l'industria che punta molto alla vendita in supermercato, notevolmente aumentata negli ultimi anni e quindi a gusti di facile «appello».

L'industria dolciaria nel suo complesso mostra un ottimo stato di salute, con una crescita del 85% in cinque anni e un fatturato globale di 6.423 miliardi. E tutti in abbondanza, data la forte ristrutturazione condotta in questi anni. Lo dimostra la perdita di occupati pari a circa il 7% nel periodo. Anche qui è stato applicato il sistema Fiat: massicci investimenti nell'automazione, attenzione rivolta alle confezioni e ovviamente al marketing sul quale ormai si giocano grosse fette di mercato, magari puntando sul nichiamo alla naturalità che sul pubblico la sempre presa. □ PRO

L'industria dei liofilizzati

Nutrienti, inalterabili i vegetali in polvere

Non è precisamente come nei viaggi di C. S. Lewis nel senso che dal liofilizzato non escono arance, lili, piazze e ma semplicemente polvere di arancia di peso pari a un di ciottesimo di quando nel liofilizzato erano entrati. Il liofilizzato è l'apparecchio che effettua il processo: congelamento, liofilizzazione (elminazione dell'acqua dai prodotti vegetali). Oggi questi macchinari operano in continuo e sono guidati da un computer.

L'industria della liofilizzazione in Italia è relativamente giovane - nasce alla fine degli anni Sessanta - e non ha trovato un grosso riscontro di mercato. I prezzi dei prodotti liofilizzati sono piuttosto elevati, ma a parte questo la maggior parte della produzione non è destinata al pubblico dei consumatori finali, che giornalmente contano di queste polveri disidratate con il cibo degli astronauti. La maggiore

industria italiana si trova in Sicilia, ed è la Agrofili di Catania, fa parte dell'Unilio (associazione tra produttori e commercianti di liofilizzati). La Agrofili ha realizzato 68 miliardi di fatturato nell'87 e tra i suoi maggiori clienti si trovano l'Aica (consorzio Lega per la commercializzazione dei prodotti agricoli) e i grossi Enit di Stato. Uno degli impieghi più frequenti dei liofilizzati è infatti la fornitura a Paesi in via di sviluppo a titolo di aiuto alimentare.

La spesa di trasformazione è compensata dalla fortissima diminuzione di volume, che permette di conservare anche alle alte temperature. Basta aggiungere l'acqua tolta per

ché l'alimento originario «nasce» con le stesse proprietà nutrizionali che aveva all'origine. «Sapore e odore vengono conservati nel liofilizzato al punto che risultano indistin-

C'era una volta lo scolapasta...

OGGI C'È LA PASTAIOLA

LA NUOVA PENTOLA LAGOSTINA PER CUOCERE E SCOLARE LA PASTA.

LAGOSTINA

ELACASACAMMINA