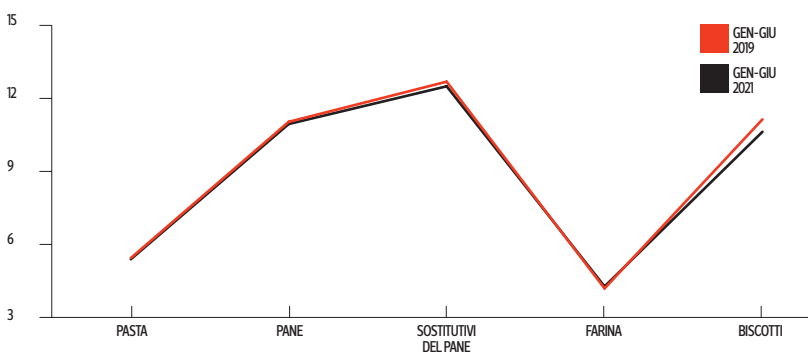


CONTINUIAMO A MONITORARE IL MERCATO SENZA GLUTINE

I prezzi dei prodotti gluten free hanno tenuto nel biennio 2019/2021, ma la nuova crisi energetica profila all'orizzonte scenari imprevedibili. Il commento di AIC

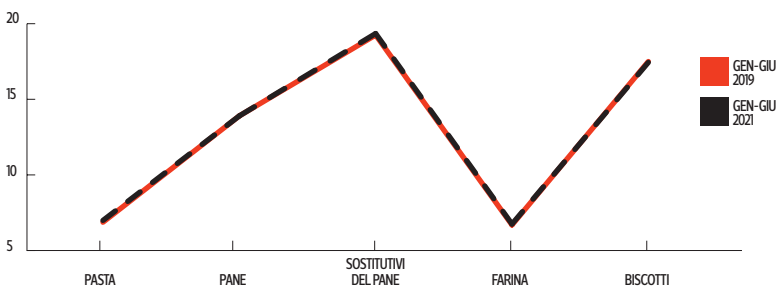


PREZZI 2021 VS 2019 - CANALE RETAIL

Nel canale Retail (Iper+Supermercati) i prezzi dei prodotti del paniere Senza Glutine Nielsen sono lievemente diminuiti nel 2021. Quelli dei biscotti hanno registrato la maggiore contrazione (-4,6%). Prezzo medio al kg

PREZZI 2021 VS 2019- CANALE FARMACIE

Nel canale Farmacie i prezzi dei prodotti del paniere senza glutine Nielsen sono lievemente aumentati nel 2021 ad eccezione di quelli dei biscotti (-0,3%) e quelli del pane (0%)



Di **Susanna Neuhold**

RESPONSABILE FOOD

e **Paola Torsani**

MARKETING MARCHIO SPIGA BARRATA

Come ogni anno, AIC prosegue il monitoraggio dei prezzi e dell'andamento del mercato senza glutine, nella consapevolezza che sia importante seguire un aspetto che è decisivo per l'accessibilità alla dieta dei celiaci italiani. Come scriviamo in altre pagine di questa rivista, sulle forme di assistenza in Europa, l'Italia rappresenta una eccellenza a livello mondiale, grazie ad un sistema che garantisce buoni mensili, spendibili quasi ovunque sia nel canale farmaceutico, sia in quello della grande distribuzione organizzata, sia in quello dei negozi specializzati, per acquistare prodotti sostitutivi, specificamente formulati per celiaci e controllati e autorizzati dal Ministero della Salute, che li inserisce nel Registro Nazionale degli Alimenti senza glutine. Le pratiche di accesso a tale Registro, lungi dall'essere puramente formali, rappresentano una forma di controllo importante della massima autorità nazionale preposta alla tutela della nostra salute, che ne verifica non solo l'idoneità in termini di sicurezza degli ingredienti utilizzati e dei processi produttivi seguiti, ma è anche particolarmente (e giustamente) attento all'uso di claim o informazioni fuorvianti per i celiaci consumatori/pazienti. È noto, infatti, il proliferare in etichetta dei prodotti alimentari di diciture fantasiose, che vantano caratteristiche magari comuni a tutti gli alimenti della stessa categoria oppure che spingono la generalità della popolazione al consumo di alimenti che sono, di fatto, dei "salva vita" per chi soffre di celiachia. L'intervento del Ministero della Salute è quindi orientato anche a tutelare il consumatore da diciture ingannevoli o arginare il dilagante fenomeno della moda del senza glutine, con tutto il corollario delle minacce per il sistema di tutela dei pazienti che si porta dietro. È evidente che se i prezzi degli alimenti variano, varia anche la spendibilità del buono mensile, che può dare accesso ad un paniere più ampio, se i prezzi scendono, o ad un paniere più piccolo, se i prezzi salgono. Veniamo quindi ai dati che abbiamo raccolto, grazie

ad una delle principali società di indagini di mercato del Paese, che riguardano la comparazione dei periodi gennaio-giugno 2019/gennaio-giugno 2021. In quest'ultimo biennio abbiamo assistito ad una generale tenuta del mercato e dei prezzi, con lievi variazioni in positivo o negativo. Ad esempio, in GDO i volumi delle vendite sono leggermente cresciuti mentre i prezzi dei prodotti si sono leggermente ridotti, a differenza del canale farmaceutico, dove assistiamo ad una leggera crescita dei prezzi con una leggera contrazione anche dell'offerta, probabilmente legata al fatto che nel periodo le farmacie sono state largamente assorbite a rispondere ai bisogni urgenti di DPI e tamponi per contrastare la epidemia di Covid-19.

Il dato interessante è certamente quello, appunto, relativo alla stabilità dei prezzi dei principali prodotti senza glutine, in particolare in supermercati e ipermercati, dove addirittura abbiamo assistito ad una piccola diminuzione. Curioso, invece, il dato relativo alla *distribuzione ponderata* dei biscotti, che presenta una riduzione di oltre 10 punti in entrambi i principali canali distributivi, forse legato a qualche effetto della pandemia sulla prima colazione o sulla autoproduzione di biscotti/torte, che monitoreremo.

Per quanto riguarda i prezzi, resta comunque alto il divario tra gli alimenti convenzionali e quelli che li sostituiscono: la pasta senza glutine ha un costo medio di 3,4/7€ al kg (GDO/Farmacia), mentre la pasta convenzionale più cara che si può trovare al supermercato arriva a circa 2,50 euro al kg. Quindi la pasta, per i celiaci, costa da 2 a 3 volte di più di quanto costa la pasta per chi non soffre di celiachia. Il pane senza glutine costa 11/14€ al kg (GDO/Farmacia), mentre quello del prodotto tradizionale costa in media 5€, quindi anche qui assistiamo ad un prezzo pari a circa 2-3 volte quello tradizionale.

Il fenomeno del maggior costo dei prodotti per celiaci, diffuso e trasversale in tutto il mondo, deriva da una serie di fattori economici e non è gonfiato, come a volte si sente dire, dal sistema di assistenza italiano. L'erogazione, così come le altre forme di assistenza previste in altri Paesi europei, si è

resa necessaria proprio a causa dei prezzi alti dei prodotti senza glutine rispetto agli alimenti convenzionali. Di conseguenza possiamo dire che l'erogazione è l'effetto (e non la causa, come a volte si sostiene) dei costi elevati. La consapevolezza che le terapie che vanno seguite per tutta la vita, tipiche delle patologie croniche, presentano un alto tasso di mancata aderenza, giustifica l'impegno ad assistere i pazienti, che rischiano gravi conseguenze, anche irreversibili, se non osservano la terapia. Ciò non esclude che tali prodotti abbiano una curva di domanda "anelastica" rispetto al prezzo, che finora ha contribuito a rallentare un adeguamento dei prezzi al mercato di un prodotto ormai maturo e consumato da molti.

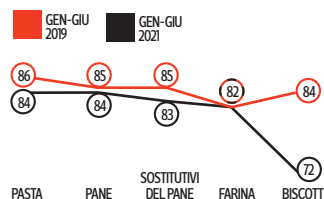
Precisiamo che i trend che riportiamo nei grafici sono spalmati sui due anni 2019/2021 e coprono quindi in pieno la pandemia, mentre non considerano l'attuale momento congiunturale della crisi russo-ucraina e del generale rialzo dei prezzi dell'energia che, sappiamo, sta avendo un riflesso sui prezzi di tutti i prodotti di consumo, compresi quelli alimentari. Considerando il momento storico, oggi non è possibile fare previsioni di lungo periodo, ma questa Associazione sta tenendo monitorata la situazione, perché, come sappiamo, i tetti di spesa sono costruiti proprio sui prezzi medi dei prodotti sul mercato, e un loro aumento stabile ne richiederebbe una revisione che possa continuare a tutelare il potere di acquisto dei celiaci. Il clima economico, eventuali recessioni o interventi di razionamento, ricadrebbero ovviamente su tutti i cittadini, ma è importante che i soggetti più fragili, come quelli che soffrono di patologie croniche, continuino ad essere protetti. Come scriviamo sempre nell'articolo dedicato alle forme di assistenza in Europa, inoltre, il celiaco che non riesce a seguire la dieta per motivi economici è un celiaco che può stare male, con implicazioni di salute anche gravi, che possono avere quindi costi sociali e sanitari elevati, che ricadono su tutta la collettività. Per questo AIC proseguirà nella sua costante azione di monitoraggio, al fianco e a tutela dei pazienti. ♦

Cosa è? Distribuzione ponderata

È un indice di marketing che serve per calcolare la qualità distributiva di un certo prodotto. La Distribuzione numerica calcola il numero complessivo dei punti di vendita in cui un determinato bene è presente, mentre la Distribuzione ponderata indica se i punti vendita in cui quel prodotto è presente siano anche quelli che sviluppano la maggior parte del fatturato in relazione a quella specifica tipologia di bene.

DISTRIBUZIONE PONDERATA 2021 VS 2019 CANALE FARMACIE

Nel canale Farmacie la distribuzione ponderata dei prodotti del paniere senza glutine Nielsen si è contratta in particolare misura per i biscotti (-12 punti)



DISTRIBUZIONE PONDERATA 2021 VS 2019 - CANALE RETAIL

Nel canale Retail la distribuzione ponderata dei prodotti del paniere Senza Glutine Nielsen, è rimasta la stessa, massima. Ad eccezione dei Biscotti, che hanno registrato una riduzione di 14 punti.

