

Stazione di ricerche Agroscope Liebefeld-Posieux ALP

La problematica delle allergie alimentari

In Svizzera circa il 2-4% della popolazione soffre di un'allergia alimentare. Le persone coinvolte devono potersi fidare delle informazioni relative alla composizione delle derrate alimentari, cosa che nella vendita sfusa è abbastanza difficile.

Allergie e intolleranze

Nel caso delle allergie alimentari, il sistema immunitario reagisce in modo eccessivo. Queste reazioni si orientano contro un componente di per sé stesso innocuo (allergene) di una derrata alimentare e colpiscono l'organismo con violenza.

Una debole quantità (< 1 grammo) di un alimento è sufficiente per scatenare dei pruriti, delle eruzioni cutanee, dei problemi respiratori o vomito, crampi al ventre e diarrea. Le reazioni di difesa dell'organismo possono aumentare ad ogni nuovo contatto con l'allergene in questione, a tal punto che, in un caso estremo, la persona allergica può avere dei problemi circolatori che possono metterne in pericolo la vita (stato di shock) o anche provocare la morte. I sintomi allergici si manifestano solitamente qualche minuto dopo il consumo della derrata alimentare. Per evitare una reazione allergica, le persone coinvolte non hanno altra risorsa che evitare in maniera scrupolosa le derrate problematiche.

L'allergia alimentare trova la sua origine nelle predisposizioni genetiche. In effetti, se i genitori sono allergici, esistono forti possibilità che il figlio soffra anche lui di una allergia.

Le allergie alimentari appaiono frequentemente durante l'infanzia o tra i 20 e i 40 anni. Il 5% dei giovani e il 3% degli adulti in Svizzera soffre di un'allergia alimentare importante. A questo si aggiunge oltre il 10% della popolazione che crede di soffrire di un'allergia alimentare senza che que-



sta sia stata diagnosticata dal medico.

Se dopo aver consumato un alimento si manifestano dei sintomi simili a quelli di una allergia alimentare, non si tratta necessariamente di un'allergia, ma potrebbe trattarsi di un'intolleranza alimentare. Contrariamente alle allergie, le intolleranze non si manifestano in seguito ad una reazione immunologica e possono apparire sin dal primo contatto con l'alimento che ne è la causa, in quanto non comportano una fase di sensibilizzazione.

L'intolleranza al lattosio è un esempio conosciuto di intolleranza alimentare, nella quale la lattasi, enzima che scompone il lattosio, è presente nell'intestino in quantità troppo basse o quasi assente. Così, il lattosio non può essere scomposto nei suoi componenti e assorbito dall'intestino, ma provoca al contrario dei gonfiori e diarrea.

Circa il 5-15 % degli svizzeri è affetto da una tale intolleranza. L'intolleranza al fruttosio ne è un altro esempio. Si tratta di una disfunzione innata del metabolismo, a causa della quale il fruttosio non può essere digerito e porta quindi nausea, pesantezza di stomaco, rigonfiamenti, diarrea e crampi allo stomaco. Tanto per l'intolleranza al lattosio quanto per quella al fruttosio, la quantità di sostanza da ingerire prima dell'apparizione dei sintomi è individuale.

La celiachia è invece un'intolleranza al glutine presente circa nell'1% della popolazione svizzera. Il glutine è un termine generico per indicare le proteine che sono contenute in diverse varietà di cereali. Piccole quantità di derrate alimentari contenenti glutine sono sufficienti a provocare una lesione importante della mucosa dell'intestino tenue. Questo comporta una riduzione dell'assorbimento dei nutrienti e dunque una sottoalimentazione. Infine, vi sono ancora delle pseudoallergie che non si differenziano dalle vere allergie per quanto riguarda i sintomi; per contro, non si trova alcun anticorpo nel sangue. Le cause innescanti più frequenti sono determinati additivi (sostanze E), in particolare i coloranti e i conservanti (tabella 1), ma anche l'istamina, un'ammina biogenica.

Un'informazione corretta è vitale

Le affezioni di cui sopra hanno tutte in comune un dato di fatto: attualmente nessuna terapia è possibile per sopprimerne la causa. Oggigiorno l'unico modo per evitarle è rinunciare a tutte

le derrate alimentari e sostanze che innescano i sintomi (per esempio nel caso delle allergie) o di non superare la soglia di tolleranza individuale (ad esempio nel caso dell'intolleranza al lattosio). Per una persona che soffre di un'allergia, questo può essere anche vitale, perché infime tracce della sostanza allergizzante bastano ad innescare uno shock che può mettere in pericolo la vita. Tutte le persone coinvolte hanno dunque bisogno di dichiarazioni affidabili degli ingredienti contenuti sia nelle derrate alimentari pre-imballate sia in quelle vendute in sfuse.

Prescrizioni legali

In Svizzera, gli ingredienti che innescano delle reazioni allergiche o indesiderabili (tabella 2) devono essere dichiarati su tutte le derrate alimentari preimballate, anche se sono presenti in piccolissime quantità (ordinanza del DFI sull'etichettatura e la pubblicità delle derrate alimentari). Anche nel caso di una contaminazione involontaria di >1 g/kg, devono essere dichiarate. Per contro, nel caso di una concentrazione <1 g/kg, è compito del produttore scegliere se dichiararle o no (per esempio mediante la dicitura «può contenere tracce di»). Questa regola è valida anche per i prodotti e i cibi venduti sciolti, sebbene in questi casi l'informazione possa essere data oralmente.

Principi

Le consumatrici ed i consumatori devono potersi fidare dell'informazione ricevuta. Quest'ultima deve essere cor-

Tabella 1: additivi che possono innescare delle reazioni indesiderabili (fonte: aha!)

E 102 Tartrazine	E 200-203 Acido sorbico e sorbati
E 110 Giallo orange S	E 210-213 Acido benzoico e benzoati
E 122 Azorubina	E 214-219 PHB-d'etile e di metile
E 123 Amaranto	E 220-228 Anidride solforosa et solfiti
E 124 Ponceau 4R	E 320 Butilidrossianisolo
E 128 Rouge 2G	E 321 Butilidrossitoluene
E 129 Rosso allura	E 620-625 Acido glutammico e glutammati
E 155 Marrone AT	
E 180 Litorubina	

Tabella 2: ingredienti più importanti che possono innescare un'a allergia o una reazione indesiderabile (OEDAI, situazione al 7.3.2008)

- cereali contenenti glutine (grano, segale, orzo, avena, spelta)
- latte (compreso il lattosio)
- uova
- pesci
- crostacei
- grani di soia
- arachidi
- noci, noci di Cashew, noccioline, noci del Queensland, mandorle, noci del Brasile, noci di Pecan, pistacchi
- grani di sesamo
- sedano
- senape
- solfiti (E220-224, 226-228) in una concentrazione maggiore di 10 mg di SO₂ per kg o litro di derrata alimentare pronta al consumo
- lupini e prodotti a base di lupini
- molluschi e prodotti a base di molluschi

retta e completa. Nell'interesse delle persone coinvolte, bisogna rispettare due principi:

1) La comunicazione deve funzionare!

Le consumatrici ed i consumatori devono comunicare i loro problemi al fine di permettere all'impresa di rispondere alle loro attese. Analogamente risulta importante la comunicazione tra il personale di vendita, la produzione ed i responsabili all'interno dell'impresa.

2) Tutte le informazioni fornite devono essere corrette!

Verso la clientela è meglio ammettere che non si conosce l'esatta composizione di un alimento piuttosto che dare false informazioni. Un «non sappiamo» è tuttavia accettabile unicamente nel caso in cui, nonostante gli sforzi compiuti per chiarire la situazione, non sia stata trovata alcuna informazione.

Suggerimenti per la pratica

Le raccomandazioni seguenti devono aiutare a garantire l'affidabilità delle informazioni fornite alle/ai clienti per mantenere il tempo investito e gli sforzi organizzativi dei macellai entro limiti ragionevoli.

- Acquistare unicamente i prodotti la cui composizione è conosciuta ed obbligare i fornitori ad informare

sugli eventuali allergeni o modifiche della composizione.

- Le ricette proprie dei macellai devono essere consegnate e disponibili, se necessario. Seguire la composizione secondo la ricetta e organizzare le tappe della produzione in maniera tale che non vi sia alcuna miscelazione involontaria.

- Lavorare esclusivamente con prodotti di uso comune (per esempio miscele di spezie) la cui composizione è conosciuta e regolarmente controllata. Avere sempre un prodotto di riferimento in stock o raccogliere e conservare le informazioni sul prodotto.

- Informare e formare i collaboratori e le collaboratrici che si occupano degli acquisti, della trasformazione e della vendita. Stabilire delle regole di informazione alla clientela e seguirle.

Si possono ottenere delle informazioni su questo tema presso la aha! richiedendo la guida pratica «Allergeni nelle derrate alimentari vendute in sciolte, ad esempio nella gastronomia, panetteria/pasticceria, macelleria» in tedesco, francese ed italiano.

Alexandra Schmid, stazione di ricerche, Agroscope Liebefeld-Posieux ALP e Georg Schäppi, aha! Centro svizzero per l'allergia, la pelle e l'asma, Berna

aha! in breve

Il centro svizzero di competenza in materia di allergie, della pelle e di asma (aha!) è un'organizzazione indipendente che si impegna per i bisogni e gli interessi delle persone che soffrono di malattie allergiche. In qualità di centro di competenza, aha! sostiene le persone coinvolte proponendo una larga gamma di servizi per la maggior parte gratuiti nel campo delle informazioni, dei consigli e della formazione. aha! organizza conferenze, campagne e corsi di formazione continua per aumentare le conoscenze e la comprensione del problema delle allergie non solo

per il pubblico, le organizzazioni, gli istituti di formazione e gli organismi professionali, ma anche al di fuori del campo della salute.

Contatto: aha!

*Centro svizzero per l'allergia, la pelle e l'asma
Scheibenstrasse 20
3014 Berna
Tel. 031 359 90 00
info@ahaswiss.ch
www.ahaswiss.ch
aha!infoline:
(Lun-ven, 8.30-12.00,
13.00-16.30)*

Le condizioni quadro sono più difficili

Bell presenta un risultato semestrale solido

Nel primo semestre 2008 il gruppo Bell è riuscito ad incrementare del 14 per cento il fatturato netto a 890,4 milioni di franchi. Gli aumenti delle vendite riguardano tutti i segmenti commerciali. L'utile semestrale pari a 23,1 milioni di franchi è ragguardevole, ma è inferiore al livello del medesimo semestre dello scorso anno.

Nella valutazione del lavoro di un'impresa, un aumento del fatturato viene constatato con soddisfazione ed è solitamente commentato in modo favorevole. Se il gruppo Bell, come si apprende dal recente bollettino stampa, è in grado di presentare per i primi sei mesi dell'anno un incremento del fatturato netto del 14 per cento, ciò è motivo di soddisfazione da un lato, ma dall'altro lato porta anche ad una visione relativizzata, come si spiegherà in seguito.

Evoluzione favorevole

La constatazione che riguarda l'intera economia carnea svizzera è valida anche per il gruppo Bell. Il consumo di carne nelle economie domestiche elvetiche ha fatto registrare un nuovo leggero aumento. A questo proposito l'impresa segnala in particolare i segmenti pollame, seafood, carne bovina e prodotti carnei, mentre sottolinea al tempo stesso una tendenza negativa nell'ambito della carne di maiale.

Il volume delle macellazioni di bestiame grosso è cresciuto del 2,8 per cento a 43 929 tonnellate; per il pollame l'aumento è del 6 per cento a 10 463 tonnellate. Da notare che i contadini hanno realizzato prezzi sensibilmente più alti a causa della penuria dell'offerta (protezione restrittiva delle frontiere/protezionismo, red.).

Relativizzazione della questione dei margini

I costi decisamente in aumento sommati alla pressione sui prezzi da parte degli acquirenti hanno generato un aumento della pressione sui margini. Il rincaro della sola materia prima rag-

giunge il 15 per cento! Se si aggiunge l'aumento dei costi per gli imballaggi e dei materiali ausiliari, si deve accettare una riduzione del margine lordo dell'1,1 per cento.

L'aumento della pressione sui margini non è un fenomeno circoscritto al gruppo Bell, bensì una caratteristica che riguarda tutta l'economia carnea svizzera. L'esempio in questione dimostra che a medio termine sarà necessaria una correzione soprattutto per ottenere un'offerta sufficiente di materia prima. Per quanto attiene ai mezzi necessari per realizzare ciò, rimandiamo ai numerosi articoli pubblicati sul tanto atteso libero commercio transfrontaliero.

Internazionalizzazione

Un passo importante verso l'internazionalizzazione del commercio è stato compiuto dal gruppo Bell con il rilevamento del Groupe Polette presso Clermont-Ferrand (Francia). Con i suoi 230 dipendenti nei quattro stabilimenti, l'impresa genera un fatturato di circa 90 milioni di franchi. In testa alla gamma dell'offerta si trovano la salsiccia cruda dell'Alvergna e della Savoia e le specialità di prosciutto. Il termine internazionalizzazione non può mancare nel concetto moderno delle grosse imprese. Quelle più piccole seguiranno indubbiamente questa tendenza.

Per il secondo semestre Bell prevede un appiattimento dell'umore dei consumatori. D'altro canto, sul fronte dell'approvvigionamento di materie prime non s'intravede alcun allentamento. Quindi la pressione sui margini rimarrà prevedibilmente costante. Perciò il risultato atteso per la fine dell'anno è paragonabile a quello dell'anno scorso.

Se ci si servisse del bilancio intermedio del gruppo Bell per promuovere il libero scambio con l'UE, ciò potrebbe apparire inopportuno. D'altro canto non si deve nascondere che l'internazionalizzazione del mercato di approvvigionamento di carne rappresenta una necessità. I fatti parlano da soli!

Wö (ic)

Attualità dal mercato carneo

L'Argentina ha fame di carne

BUENOS AIRES. Nel paese della carne l'Argentina, il consumo pro capite ha raggiunto il livello più alto da dodici anni.

Nel periodo di dodici anni, da agosto ad agosto, l'«argentino stati-

stico» ha consumato 66,4 kg di carne all'anno, con un aumento del 7,9 per cento. A titolo di confronto, in Germania il consumo supera di poco i 60 kg.

afz (ic)