

## L'approfondimento

# PREZZI GLUTEN FREE? ANCORA ALLE STELLE

©SHUTTERSTOCK (2)



Di **Stefano Landi**  
OSSERVATORIO CELIACHIA

L'Osservatorio AIC sulla qualità della vita delle persone affette da celiachia ha la finalità di esplorare ed analizzare il vissuto quotidiano dei celiaci in tutti i suoi aspetti, dagli stili di vita alla compliance alla dieta, alle dinamiche del mercato dei prodotti senza glutine.

In questo numero di CN ritorna, alla sua quinta edizione, ringiovanito ed aggiornato, il consueto appuntamento che ci riserviamo dal 2011 per monitorare l'andamento dei prezzi di un "paniere" di alimenti per celiaci, con un focus particolare sulle differenze che si riscontrano tra i diversi canali distributivi (farmacie, supermercati e negozi specializzati).

Prima di illustrare la ricerca vogliamo rivolgere un grandissimo grazie a tutti i volontari appartenenti alle AIC Associate, che si sono resi disponibili a diventare rilevatori professionali e senza i quali questo importante lavoro non sarebbe stato possibile. La copertura è stata praticamente completa, infatti hanno aderito all'iniziativa 19 Associazioni Locali su 20.

### Novità del Paniere 2017

Per l'edizione 2017 sono state inserite alcune interessanti novità: infatti, oltre al consueto monitoraggio dei prezzi di specifici prodotti senza glutine rilevati in diversi canali distributivi (farmacie, negozi specializzati, Grande Distribuzione Organizzata - GDO), si è voluto contemporaneamente monitorare, solo per quanto ri-

**La dinamica dei prezzi dei prodotti per celiaci comparati a quelli con glutine: i costi sono in diminuzione, ma non esistono prodotti di fascia bassa. Un trend confermato in tutta Europa**

guarda le rilevazioni effettuate nella GDO, il prezzo di prodotti con glutine (WG) paragonabili, per appartenenza alle categorie merceologiche, a quelli presenti nel paniere gluten free (GF). L'obiettivo di questa raccolta è stato quello di poter avere una stima delle differenze di prezzo tra le due tipologie di prodotto, con e senza glutine.

Un'ulteriore novità è rappresentata dal monitoraggio dei prodotti meno costosi, ovvero i prodotti corrispettivi a quelli individuati come campione del paniere ma appartenenti alla fascia di basso costo. Questo controllo è stato eseguito sia per i prodotti GF sia per quelli convenzionali. La ragione di questa ulteriore osservazione è legata alle criticità della compliance alla dieta gluten free che, come dimostrato dalla letteratura scientifica, può essere messa a rischio anche dal prezzo elevato dei prodotti. La disponibilità sul mercato di prodotti a costo inferiore potrebbe quindi essere di aiuto per favorire la compliance alla dieta.

### Creazione del Paniere 2017

Il paniere 2017 è composto da 10 alimenti specificamente formulati per persone intolleranti al glutine. Queste categorie di prodotti tradizionalmente presentano prezzi al consumatore finale più alti degli analoghi convenzionali e sono quelli che pertanto differenziano il costo della spesa per il celiaco rispetto alla popolazione generale.

Per avere dati confrontabili con quanto rilevato dai precedenti panieri, i prodotti oggetto di monitoraggio per l'anno 2017 sono stati selezionati rispettando nel limite del possibile le scelte fatte per determinare i panieri precedenti. Per garantire la rappresentatività del campione analizzato, per quei prodotti non più presenti sul mercato o diventati di più difficile reperimento sono stati selezionati, rispettando sempre tipologia e grammatura prodotti, con massima diffusione a livello nazionale e quindi principalmente venduti e consumati (dati Nielsen).

Tra i 10 prodotti individuati per comporre il



**TABELLA 1**

Categorie di prodotto	Numero prodotti per punti vendita	Tipologia prodotti	grammi
Pasta	3	Pasta lunga e corta	400
Farina	2	Preparato per	1000
Pane	2	Rosette e Pane a fette	460
Biscotti	1	Frollini	260
Merendine	1	Madeleine	200
Piatti pronti	2	Pizza e Lasagne	280/300

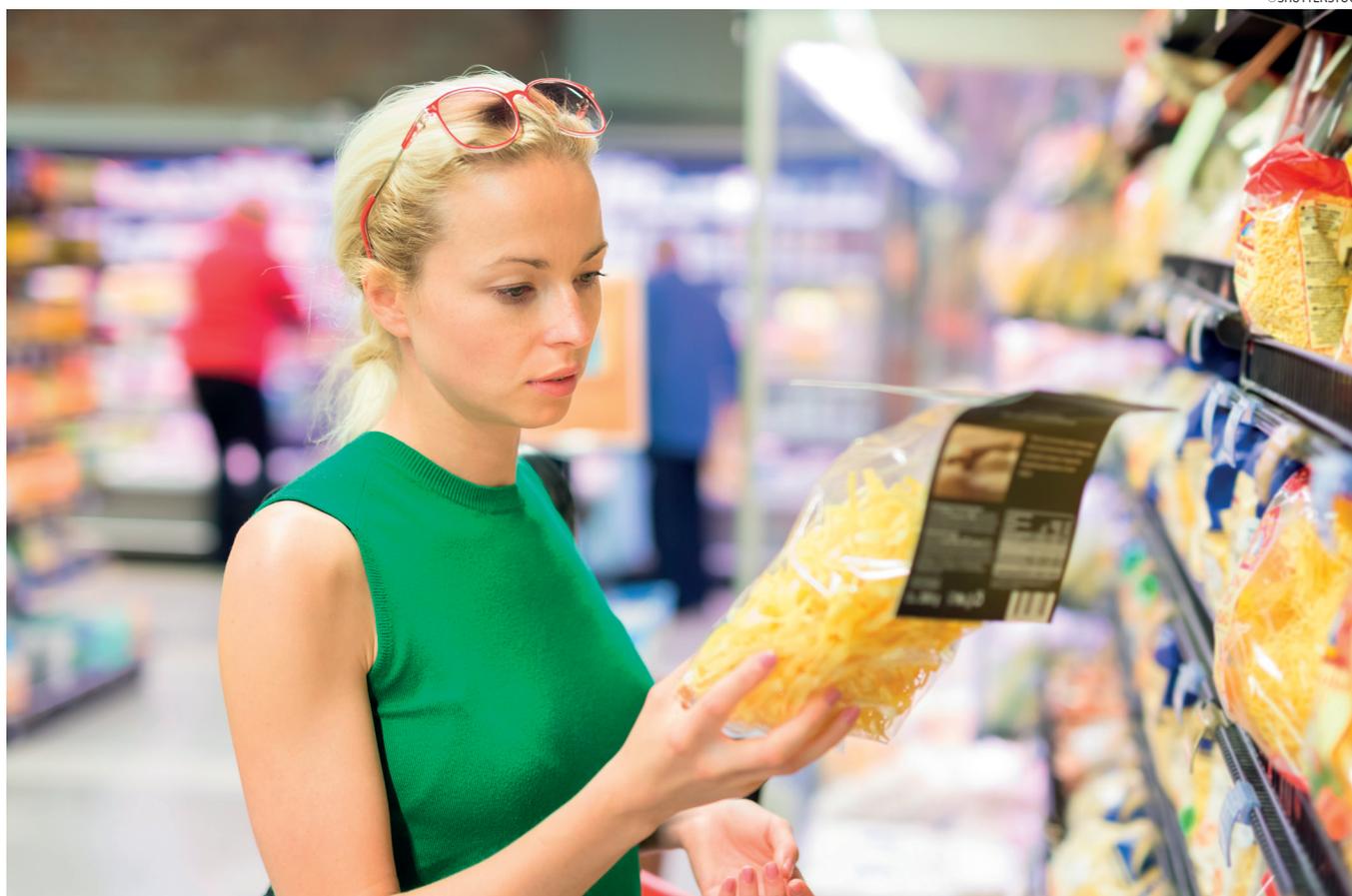
### Il paniere in sintesi

La rilevazione è stata svolta per ogni canale distributivo. Per la GDO si è raccolto anche il corrispettivo paniere con glutine. In ogni canale distributivo è stato raccolto il prezzo di ogni prodotto indicato, più il prezzo del prodotto meno costoso per ogni categoria.

paniere 2017 si trovano: 2 tipologie di pane (rosette e pane a fette), 3 tipologie di pasta (2 spaghetti, 1 pasta corta), biscotti per la prima colazione, snack dolci tipo plumcake/merendina, 2 mix farina/preparati per, pizza surgelata e un primo piatto "ready-to-eat", ovvero pronto da scaldare.

Ogni singolo prodotto indicato nel paniere è stato rilevato in GDO, Farmacia e Negozio Specializzato, per un totale di 70 prezzi riscontrati nei Capoluoghi di Regione italiani.

Come già anticipato, inoltre, per quanto riguarda la GDO sono stati rilevati anche i prezzi dei prodotti con glutine comparabili per tipologia e grammatura con quelli presenti nel paniere senza glutine, e in contemporanea, sia per i prodotti senza glutine sia per quelli convenzionali, sono stati rilevati i prezzi dei prodotti corrispondenti (per tipologia e grammatura) meno costosi presenti sullo scaffale.



©SHUTTERSTOCK

**GDO si conferma la più conveniente, farmacie e negozi specializzati sono più cari**

Come già rilevato nei precedenti panieri il negozio specializzato si conferma il canale distributivo più costoso. A livello nazionale il costo per acquistare i prodotti inseriti nel paniere è di 51€ per il negozio specializzato (max: 56€, min: 46€), 48€ in farmacia (max: 57€, min: 39€) e 37€ in GDO (max: 41€, min: 32€). In figura 1 e 2 troviamo il dettaglio a livello regionale e si può notare come le differenze di costi tra i canali distributivi siano confermate anche a livello locale.

Sembra invece esistere una discreta variabilità sul costo del paniere regione per regione, anche se, come si può vedere dal grafico (**figura 1**), la variabilità dei prezzi a livello locale è più limitata nel canale farmaceutico (con due uniche eccezioni, in Liguria e Lombardia) rispetto ai negozi

specializzati e alla GDO. Questa impressione è confermata anche a livello statistico, infatti il coefficiente di variazione (Deviazione standard/Media) è più basso per il canale farmaceutico (CV=0.05) rispetto ai negozi specializzati (CV=0.07) e alla GDO (CV = 0.08). Questi risultati portano a dire che, a livello locale, le differenze di prezzo sono inferiori nel canale farmaceutico rispetto agli altri due canali di vendita investigati.

Volendo valutare le differenze di prezzi tra GDO e i due canali di vendita dedicati, farmacia e negozio specializzato, si vede che la differenza tra supermercati e farmacia è di 10,8€ a livello nazionale, mentre sale a 13€ la differenza con i negozi specializzati (**figura 2**).

**Confronto con il passato e passi futuri**

La differenza di prezzo dei prodotti spe-

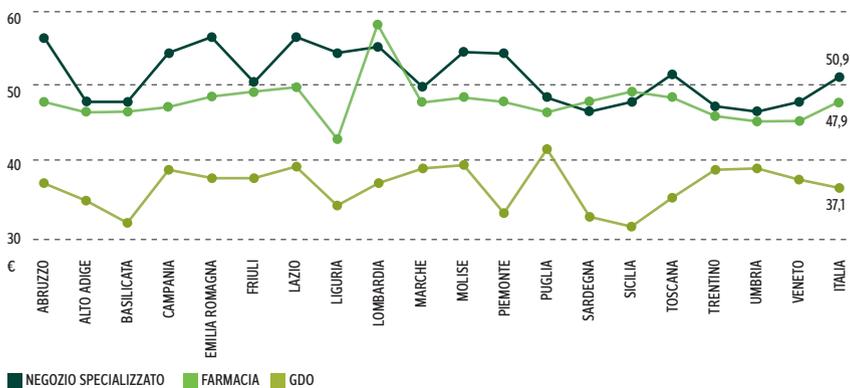
cificamente formulati per celiaci esistenti tra il canale di vendita farmaceutico e la GDO ha portato nel 2011 alla nascita di questa rilevazione sistematica in tutta Italia. Dai dati raccolti oggi si vede come questa differenza tra canali di vendita, seppur diminuita, persista ancora. È dunque molto importante continuare a monitorare l'andamento di questa forbice nel tempo. Come sappiamo infatti il mercato alimentare, e quello del gluten-free non fa eccezione, è in continua evoluzione: a seguito del mutare delle esigenze dei consumatori non solo cambiano packaging e assortimento disponibile, ma possono variare l'ingrediente o la grammatura degli alimenti. Per poter effettuare quindi una comparazione nel tempo, i prodotti che costituiscono il paniere 2017 sono stati riconfermati per quanto possibile da quelli che hanno costituito il paniere di riferimento del 2016. Dove invece non è stato possibile utilizzare lo stesso prodotto, come già detto, è stato importante individuare prodotti analoghi per grammatura e tipologia, affinché il paniere potesse essere confrontabile con i dati passati. Un'ulteriore attenzione metodologica introdotta quest'anno è stata la volontà di rappresentare le categorie di prodotto in modo proporzionale rispetto al loro reale consumo. Pertanto, verificate le quote di consumo utilizzando dati ufficiali del settore forniti da Nielsen da papers scientifici, alle categorie di prodotto più consumate - pasta, pane e farina - sono stati assegnati 2 prodotti da rilevare e non solo uno. Questa novità, se da una parte incrementa il grado di rappresentatività del paniere, dall'altra non permette un confronto diretto con i dati degli scorsi anni. Per questa ragione tutti i prezzi originali raccolti sono stati trasformati in prezzo per 100 g (€/100 g) e successivamente è stato ricalcolato il paniere del 2016 aggiornato al 2017.

Obiettivo di questo lavoro di comparazione nel tempo è quello di arrivare con l'edizione del 2018 alla creazione di un vero e proprio indice pesato sul consumo reale delle varie categorie di prodotto.

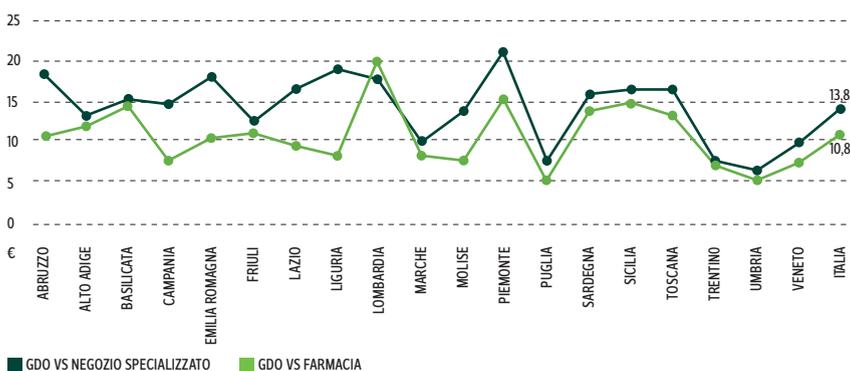
Nella **figura 3** troviamo i risultati "pesati"

### ANDAMENTO REGIONALE (FIGURA 1)

#### COSTO DI ACQUISTO DEL PANIERE DISTINTO PER CANALE DISTRIBUTIVO - 2017



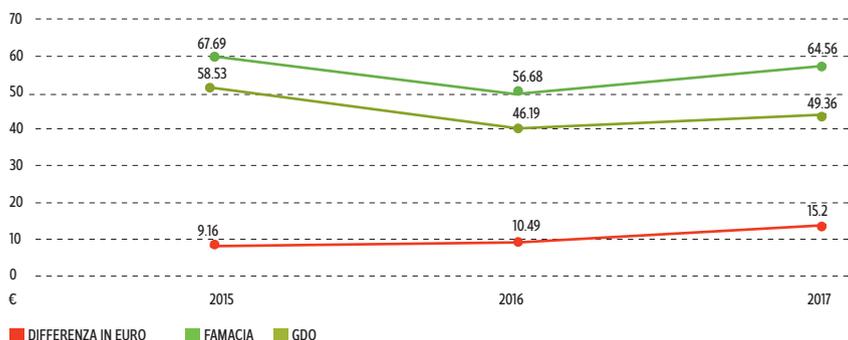
### DIFFERENZE IN EURO TRA ACQUISTI IN GDO E FARMACIA RAFFRONTATI CON I NEGOZI SPECIALIZZATI (FIGURA 2)



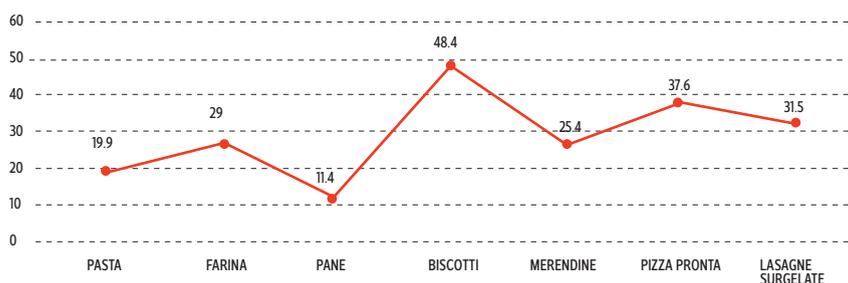
sul paniere degli anni passati. Si può notare come dal 2015 al 2016 ci sia stata una riduzione del costo globale del paniere (dato confermato anche da fonte Nielsen), mentre nel 2017 il costo si è leggermente rialzato pur non raggiungendo i livelli del 2015. Possiamo inoltre notare come la forbice tra prezzi in GDO e farmacia persista nei vari anni e non sembra accenni a diminuire. Come si può vedere alla **figura 4** la differenza massima di prezzo la troviamo nella categoria Biscotti, con un incremento medio del 48% se acquistati in farmacia rispetto alla GDO, la minima nella categoria Pane con "solo" circa l'11% di differenza, seguito dalla Pasta (19,9%). Interessante notare che le Farine (+29%) risultino avere una differenza maggiore, seppur di poco, rispetto alle Merendine (+25,4%).

Questo andamento andrà monitorato anche nelle prossime edizioni. Lo sviluppo

**COSTO ACQUISTO MEDIO NAZIONALE DIFFERENZA NEL TEMPO IN EURO (FIGURA 3)**



**DIFFERENZA PERCENTUALE DEL COSTO DELLE CATEGORIE DI PRODOTTO TRA GDO E FARMACIA (FIGURA 4)**



di un indice sintetico ci aiuterà ad avere confronti temporali sempre più accurati.

**Senza Glutine (GF) vs Con Glutine (WG)**

Nei punti vendita della GDO coinvolti in questo monitoraggio, in contemporanea alla rilevazione dei prodotti GF sono stati rilevati i prezzi per lo stesso paniere (tipologia di prodotto simile per categoria merceologica e grammatura) di prodotti WG. Il costo del paniere totale WG è di 19€, contro i 37€ del paniere GF. Il prezzo dei prodotti GF è superiore del 47%.

Le categorie di prodotto con una differenza di prezzo più alta sono proprio quelle con una quota di consumo più alta (Pasta + 63%; Pane + 51%; Farina + 61%), mentre la categoria dove la differenza è più bassa sono i piatti pronti, come la Pizza surgelata con +20% (figura. 5).

**Differenze tra i panieri con prodotti di marca e prodotti meno costosi**

Inserendo nell'indagine sia la rilevazione del prodotto "di marca" sia del prodotto

complementare ma meno costoso è stato possibile analizzare le differenze tra alimenti GF e WG in merito al loro rapporto tra prodotti di marche/brand e prodotti meno costosi. Come da aspettative vi è una differenza statisticamente significativa tra il prezzo dei prodotti di marca e i rispettivi prodotti di fascia economica, sia per i prodotti GF sia WG. Il costo del paniere GF, a livello nazionale, passa da circa 37 euro a 31 euro e per i prodotti WG varia dai 19 euro ai 12 euro.

Le evidenze rilevate da sottolineare sono 2: 1) confrontando i panieri prodotti a brand vs prodotti meno costosi, la differenza è più elevata nei prodotti WG. Il paniere WG con prodotti di marca ha un costo del 34% superiore rispetto al corrispettivo con prodotti meno costosi. Per il paniere GF la differenza è solo del 14%. La forbice di prezzo tra i prodotti a brand e quelli meno costosi è quindi più elevata nei prodotti con glutine; 2) confrontando i due panieri GF e WG, come fatto sopra, si nota come selezionando solo i prodotti a brand la differenza di prezzo tra prodotti con e senza glutine sia del +47% (a sfavore dei prodotti senza glutine), mentre confrontando i panieri low cost abbiamo una differenza del +60%. Quindi in un ipotetico paniere che seleziona solamente i prodotti meno costosi si avrà una situazione in cui la differenza di costo tra prodotti GF e WG è ancora più elevata.

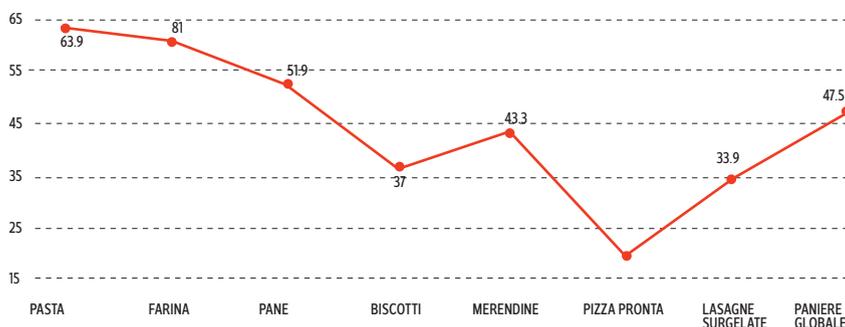
In sintesi, è più difficile trovare prodotti low cost tra i prodotti senza glutine che tra i prodotti convenzionali. Pertanto, al netto della qualità dei prodotti che è sempre fondamentale, i dati rivelano un fenomeno che potrebbe far pensare che se nel mercato WG esistano di fatto tre fasce di prezzo (alta, media, bassa) nel mercato GF esistano solo quelle alta e media mentre quella bassa non è presente. Se questo dato venisse confermato significherebbe che le persone meno abbienti, che tendono a scegliere prodotti meno costosi, si troverebbero ad affrontare un peso economico maggiore per seguire la dieta consumando anche prodotti specificamente formulati per celiaci. In futuro

potrebbe essere interessante approfondire questo dato effettuando una ricerca specifica sull'incidenza che ha la spesa per la dieta GF sul reddito delle persone in Italia.

### Cosa succede in Europa?

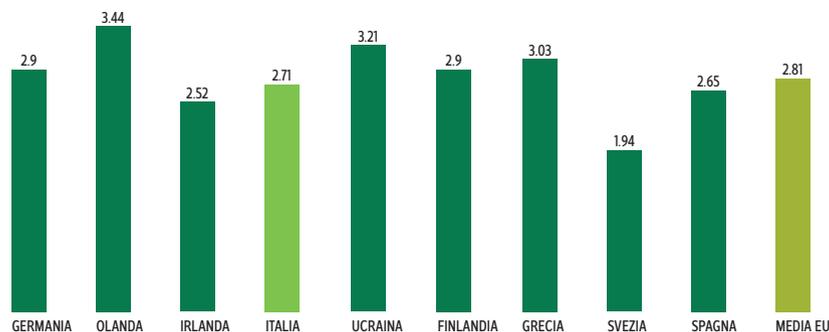
Contemporaneamente allo studio riferito al paniere senza glutine italiano è stata condotta una rilevazione su un paniere europeo di alimenti senza glutine. Rispetto alle due precedenti edizioni (datate 2015 e 2016) è stato ampliato il campione andando a rilevare il prezzo di otto prodotti "base" della dieta senza glutine, invece di 5, in 10 paesi Europei: Austria, Finlandia, Germania, Grecia, Italia, Spagna, Ungheria, Olanda, Svezia, Ucraina. I prodotti oggetto di rilevazione sono stati: Pasta (penne 500 g e spaghetti 500 g), Farina (1 kg), Pane (panini 200 g e pane a fette 200 g), Biscotti semplici (200 g), Pizza surgelata (200 g) e Brioches (200 g).

### DIFFERENZA PERCENTUALE DEI PREZZI TRA PRODOTTI GLUTEN FREE E CON GLUTINE (FIGURA 5)

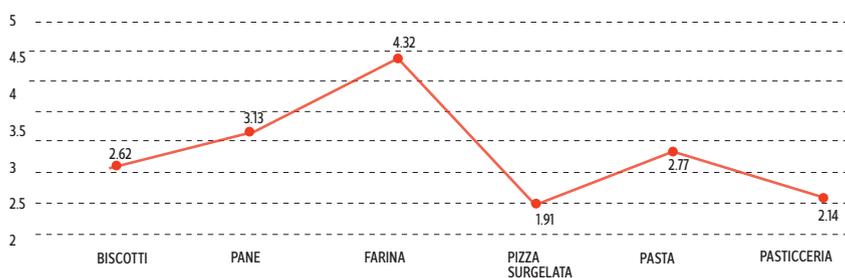


Vista l'importanza del dibattito intorno al sostegno alla spesa di prodotti sostitutivi per la dieta senza glutine che, come rilevato anche in questo articolo, potrebbe concorrere a diminuire il rischio di bassa compliance alla dieta, ed essendo l'Italia in questo campo uno dei paesi più all'avanguardia, è interessante effettuare una

**RAPPORTO TRA IL COSTO DEI PANIERI GF/WG (PRICES RATIO) IN EUROPA (FIGURA 6)**



**RAPPORTO TRA IL COSTO GF/WG (PRICES RATIO) IN EUROPA PER OGNI CATEGORIA DI PRODOTTO (FIGURA 7)**



comparazione a livello europeo dei prezzi. Purtroppo però da Paese a Paese esiste un'elevata eterogeneità dei costi dei prodotti alimentari, non solo quindi legata ai prodotti gluten free, dovuta a fattori generali quali ad esempio il costo globale della vita differente. Pertanto fare comparazioni sul valore assoluto del costo del paniere risulterebbe poco significativo. È stato quindi deciso di valutare il rapporto tra il costo dei prodotti GF e WG messo a confronto nei vari paesi che hanno aderito alla rilevazione. I risultati posizionano l'Italia in linea con la media europea (Figura 6).

Approfondendo i dati ed analizzando il rapporto tra i prezzi del paniere con glutine e senza glutine si nota come i prodotti con un rapporto alto, quindi con una differenza di prezzo elevato, siano anche nel panorama europeo gli stessi emersi dalla rilevazione italiana. La "Farina/Preparato per" è la categoria di prodotto in cui la differenza di prezzo è più elevata (come nel paniere italiano) seguita da Pane e Pasta. La categoria merceologica dove la differenza di prezzo tra GF e WG è minima è

quella dei prodotti pronti surgelati identificati con la "pizza surgelata" (Figura 7). In seno all'AOECS, col coordinamento di AIC, è stato appositamente istituito un Gruppo di Lavoro con l'obiettivo di evidenziare quali elementi influiscano nelle differenze di prezzo medio tra i Paesi.

Grazie a questa ricerca è stato possibile fare un passo in avanti in questa direzione; infatti all'interno del sondaggio sono state raccolte informazioni su variabili importanti, ovvero:

- a) prodotto brand/prodotto meno costoso
- b) prodotto WG/GF
- c) prodotto importato/prodotto nazionale
- d) Stato di rilevazione
- e) categoria di prodotto.

Tutte queste informazioni sono state inserite in un algoritmo (CHAID/Chi-square automatic interaction detection) che misura il grado di associazione tra i prezzi e tutte le variabili presentate. Come prevedibile la variabile più associata al prezzo è "prodotto GF/prodotto WG". Questo risultato era atteso, ma la cosa interessante è che questa variabile risulta più significativa addirittura di altre quali "categoria di prodotto", "Stato di appartenenza" e "prodotto importato/ prodotto nazionale".

Da questo primo approfondimento si conferma quindi che la criticità del prezzo dei prodotti GF sia trasversale a tutti i Paesi europei. L'eventuale aspettativa che le differenze nazionali potessero essere sostanziali e che vi fossero quindi disuguaglianze forti tra Paesi diversi decade poiché, pur essendoci differenze importanti, il "fattore di rischio" principale nella possibilità di avere uno scontrino della spesa "più pesante" è essere celiaci e non essere tedesco, italiano o greco.

**Conclusioni**

Questa doppia ricerca condotta per l'Italia e per l'Europa vuole essere una fotografia di quanto sta accadendo e allo stesso tempo un passo avanti nel creare strumenti più accurati per l'implementazione di suggerimenti di politiche che possano rendere il sostegno alle persone celiache più efficaci ed efficienti per tutti. ♦