

Gli Intolleranti

Oggi un italiano su quattro è convinto di avere qualche forma di intolleranza agli alimenti. Il numero di chi ne soffre davvero? Il 3 per cento. Ma la moda di cibi privi di glutine, o di lattosio, è più inarrestabile che mai. E a guadagnarci sono solo le aziende.

Con pervicace entusiasmo, sei milioni di italiani ogni anno riempiono i carrelli della spesa di prodotti senza glutine e senza lattosio, pur non soffrendo (per loro fortuna) né di celiachia né di intolleranza al latte. Convinti che il glutine, in ogni caso, li renda gonfi e mal mostosi, e che il lattosio non faccia per loro, spendono volentieri 3,3 miliardi di euro l'anno per portare in tavola prodotti dove l'assenza è percepita come sinonimo di qualità. Il mantra del «non esserci», del resto, ha ormai conquistato i menu quotidiani. L'intolleranza psicologica, altrettanto forte di quella biologica, ci spinge ogni anno di più verso gli alimenti «senza» (senza olio di palma, senza aspartame, senza grassi idrogenati, senza sale, senza zuccheri...). In questa sorta di nevrosi sociale collettiva, la voglia di «gluten e lactose free» si è dimostrata nel 2017 più ostinata che mai, facendo aumentare le vendite di questi prodotti del 4,4 per cento, «quasi quadruplicando quel +1,2 per cento con cui avevano chiuso nel 2016 come scrive l'ultimo rapporto reso noto da Nielsen sul boom italiano delle intolleranze. «Che siano reali e correttamente diagnosticate, o solo presunte ma concretamente percepite, poco importa. Questo mercato è dinamico, nel giro di poco tempo, uno dei fenomeni più dinamici degli ultimi anni, investendo gran parte del largo consumo italiano». Da Rimini, che in questi giorni ha ospitato il Gluten free Expo & Lactose free Expo 2018, la fiera internazionale interamente dedicata a questo settore, vengono dati significativi: nella diffusione delle «food intolerance», quelle al glutine e al lattosio rappresentano, rispettivamente, il 26 per cento e il 66 per cento. Il mercato anti glutine e anti lattosio cresce in tutto il mondo, Stati Uniti, Australia, Russia, Europa (dove le vendite dei prodotti «free from» sono aumentate del 5,1 per cento); è un fenomeno in crescita esponenziale persino negli Emirati Arabi. E in Europa, l'Italia è tra i Paesi con il business più florido. Intendiamoci: le persone che davvero soffrono di intolleranze alimentari ci sono, e vengono diagnosticate più di un tempo. I celiaci sono una realtà: in Italia, a soffrire di questa patologia, ossia una reazione autoimmune al glutine contenuto in molti cereali, sono in 600 mila e il Servizio sanitario nazionale assicura loro un bonus mensile di circa 140 euro per l'acquisto di prodotti gluten free. Sensibilizzati al problema, e con un occhio agli affari, si diffondono servizi di catering per matrimoni che garantiscono pranzi nuziali a prova di intolleranze e con confetti rigorosamente senza glutine, senza lattosio, senza zuccheri; corsi per chef e ristoratori che garantiscono pasti privi di agguati alimentari; scuole di cucina con focus su allergie e intolleranze. Se vengono a contatto con il glutine, infatti, i celiaci vanno incontro a conseguenze gravi. Ma rappresentano l'1 per cento della popolazione. E se il 25 per cento degli italiani è convinto di avere una qualche forma di intolleranza al cibo, la realtà clinica parla di una quota che si attesta intorno al 3 per cento. Tutti gli altri sono «ipersensibili immaginari», o ipocondriaci



alimentari. Azzati anche da un proliferare di test di vario genere che certificano con solerzia finte intolleranze: ogni anno vengono eseguiti 4 milioni di esami, che non hanno alcuna attendibilità ma fanno sprecare 300 milioni di euro. «Quello dei test fasulli è un business enorme, esami “alternativi” messi al bando da tutte le società scientifiche internazionali» avverte Barbara Paolini, medico nutrizionista e vice segretario nazionale dell'Associazione italiana dietetica e nutrizione clinica. «Si tratta di test fantasiosi, basati sulla forza muscolare, sull'analisi del capello, sull'iridologia, indagini elettrodermiche, dei riflessi cardioauricolari. Poi ci sono quelli fatti sul sangue, che magari danno l'idea di essere più scientifici ma sono ugualmente inattendibili». A eseguirli sono laboratori privati, palestre, centri fitness e benessere, centri di estetica, Spa (ma si possono anche ordinare online su siti americani, se si ha dimestichezza con l'inglese, e farseli direttamente a casa). Il che porta al passo successivo: eliminare dalla dieta una serie di alimenti, un po' a capocchia, perché così ha detto il guru nutrizionista, così ha svelato il test dell'iride, o perché ce lo siamo messi in testa noi. Paolini racconta di un paziente, un giovane adulto, in cura da lei; in seguito a un vega test per le intolleranze, per un anno e mezzo aveva abolito dal suo menu quotidiano quasi tutto: non mangiava più carboidrati, pesce, carne bianca e rossa, affettati, zuccheri, alcolici, formaggi... Era rimasto con un po' di verdura, frutta e gallette di riso. «Aveva carenze nutrizionali importanti. Ora sto reintroducendo nella sua dieta questi alimenti un po' alla volta, ma per ripristinare più di anno di guasti ci vorrà tempo» spiega la nutrizionista. «Purtroppo è un fenomeno in aumento. Nel mio ospedale, poco tempo fa, ho condotto un'indagine sulle richieste di consulenza per intolleranze e allergie alimentari. E ho notato che sono decisamente alte a fronte di patologie che non sono poi così frequenti. In genere, ad avere questa convinzione errata sono più donne che uomini, in un rapporto di tre a uno. Ma devo dire che gli uomini, quando diventano ortoressici, ossia ossessionati dal “mangiare sano”, sono più rigidi delle donne». Spesso, quella che viene percepita come un'insofferenza a qualche sostanza contenuta nei cibi è poi soltanto la conseguenza di un'alimentazione scorretta. Ce la prendiamo con il glutine, i latticini, i carboidrati, senza pensare che è sufficiente saltare qualche pasto, mangiare in modo non bilanciato, masticare un tramezzino di fretta mentre siamo al lavoro per ritrovarsi con una serie di sintomi e di malesseri nei quali «il colpevole», alla fin fine, non c'è. Basta reimpostare le proprie abitudini alimentari perché i problemi rientrino. Ad alimentare la diffusione inarrestabile dei prodotti senza glutine o senza lattosio è anche la convinzione che, pur in assenza di qualsiasi patologia, fare a meno di queste sostanze, in fondo, perché no, magari è una buona idea. Abbiamo proprio bisogno del glutine? I nostri antenati mica lo mangiavano... E siamo sicuri che il latte ci sia indispensabile? Siamo adulti, che ce ne facciamo? Se abbiamo voglia di bevande «lattiformi», basta andare in un qualsiasi supermercato e scegliere fra il latte di cocco, di mandorla, di avena... Zero lattosio, zero problemi. «Chi acquista prodotti senza glutine non essendo celiaco fa qualcosa di molto stupido. E si fa del male inutilmente» taglia corto Andrea Ghiselli, dirigente di ricerca del Centro di ricerca Crea per gli alimenti e la nutrizione e presidente della Società italiana di scienze dell'alimentazione. «I prodotti gluten free hanno, per esempio, un indice glicemico più elevato, mentre il glutine invece lo abbassa perché intrappola parte dei carboidrati e rallenta un po' la digestione. Poi, per fare in modo che il prodotto abbia la stessa fragranza e consistenza di quelli con glutine, vengono aggiunti grassi e addensanti. Insomma, se non si è celiaci, oltre a privarci di una cosa buona compriamo prodotti in media più grassi e più ricchi di zuccheri. Un'altra idea preconstituita è che i prodotti senza glutine aiutino a dimagrire. È vero, piuttosto, il contrario». Se il glutine non è, almeno per chi è sano, un tipo poco raccomandabile, altrettanto vano è prendersela con il lattosio. Circa il 40 per cento della popolazione lo digerisce poco, ma è una forma di intolleranza con molte sfumature: seria in alcuni casi, blanda in molte altre (e le forme congenite, presenti dalla nascita, sono rare). Se è vero che con l'età cala l'enzima che lo digerisce, ossia la lattasi, non vuol dire che diventiamo automaticamente intolleranti: la produzione dell'enzima viene stimolata dalla stessa presenza del

