



Che latte vuoi? C'è solo l'imbarazzo della scelta

Sembrava un settore statico, assolutamente "maturo", come dicono gli economisti: invece il mercato del latte si sta evolvendo e soprattutto segmentando, per corrispondere alla domanda di gruppi particolari di consumatori.

Se da un lato, quindi, assistiamo a un rilancio del latte fresco pastorizzato, e, in particolare, del latte di alta qualità, dall'altro si registra un'offerta sempre più diversificata di latte "arricchito" o modificato in funzione delle necessità fisiche di certi consumatori. Il primo riferimento è al latte "delattosato", ossia privato di quegli enzimi che producono, in parecchie persone, effetti fisici indesiderati ogni volta che tentano di bersi anche solo un cappuccino... Il latte delattosato è da tempo presente sul mercato nazionale ma solo nella versione UHT, a lunga conservazione. Ora sta facendo la sua comparsa sul mercato un latte delattosato "alta digeribilità", dal sapore uguale al fresco e del tutto candido (normalmente il delattosato, a causa del processo a cui è sottoposto, assume una sfumatura leggermente grigia) con una vita di scaffale di quindici giorni e soprattutto con una quantità talmente minima di lattosio da collocarsi tra le più basse d'Europa.

Alla base del prodotto

stanno investimenti in ricerca non indifferenti, che fanno comprendere come il latte modificato, arricchito o "alleggerito", sia il business del prossimo decennio. Il tutto si fonda sulla domanda del consumatore che chiede - oltre alla risposta ad esigenze fisiologiche, come nel caso citato - una maggiore "naturalità" del prodotto, che ha già altissimi contenuti simbolici in questo senso, e la possibilità di spaziare su

una gamma che soddisfi il gusto in modo variato.

Il cambiamento delle preferenze è confermato dalla diversa accoglienza che fu riservata alle bottigliette di latte con cacao lanciate una quindicina d'anni fa - si trattò di un "flop" grandissimo - e dal successo attuale delle confezioni di latte "condito" con cacao, appunto, ma anche con fragola, banana, malto, caffè e menta...

(Foto Arch. Promodis)



La crescita, lenta ma costante, dell'interesse del consumatore per i prodotti che oltre a nutrire e a soddisfare il gusto "fanno bene", è confermata sia dall'aumento dei consumi di latte fresco biologico (proveniente da allevamenti che rispettano le regole della produzione biologica), sia del segmento dei "probiotici", ossia del latte arricchito.

Il latte cosiddetto "probiotico" contiene fermenti lattici

vivi, fibre e vitamine, per migliorare la flora intestinale e rafforzare le difese immunitarie dell'organismo. La ricerca tecnologica consente oggi di rendere il gusto di uno scremato ricco come quello del fresco, tramite l'aggiunta di proteine, mantenendo inalterato il vantaggio di assumere meno grassi.

Sempre a proposito di tecnologia, è oggi possibile aumentare nettamente la vita di scaffale del latte, applicando la sterilizzazione ad alte temperature (come per il latte UHT), abbinata però a tempi limitatissimi, il che consente di mantenere il gusto del prodotto molto vicino a quello del latte fresco e nello stesso tempo allungarne la durata. □