

# L'Islam sullo scaffale del supermercato

**NUOVI CONSUMI** Un marchio secondo Corano, corner nella grande distribuzione, l'interesse del governo. Il mondo arabo attira le aziende alimentari, ma anche quelle farmaceutiche e cosmetiche. Non solo in Italia.

di Vita Lo Russo

**S**ono un milione e mezzo gli arabi residenti in Italia che insieme con quelli che vivono all'estero potrebbero diventare un target interessante per molte aziende made in Italy del settore alimentare. Specie dopo lo sdoganamento del marchio Halal Italia, la prima etichetta di prodotti alimentari italiani destinata ai consumatori musulmani. Il 30 giugno scorso infatti, alla Farnesina Franco Frattini, ministro degli Esteri, con Giancarlo Galan (Politiche agricole) e Ferruccio Fazio (Salute), hanno approvato un disciplinare messo a punto dai rappresentanti di Coreis, l'associazione religiosa islamica, nel quale, fatte salve le regole di diritto italiano di carattere igienico-sanitario e sul divieto di maltrattamenti agli animali, vengono indicate le procedure coraniche di macellazione della carne che sono alla base dei prodotti Halal.

Le aziende alimentari che vorranno mettere in commercio lasagne, sughi o mortadelle bovine con etichetta Halal dovranno prima adottare il disciplinare e, dopo l'ispezione dei membri del Coreis, guadagnarsi la certificazione. «Non ci poniamo come certificatore esclusivo di prodotti Halal per l'Italia (*attività da anni praticata dai capi religiosi delle oltre 700 comunità islamiche presenti nel territorio*, ndr)» ha spiegato **Hamid Distefano**, socio fondatore dell'ente, «ma intendiamo dare un segnale di buona convivenza di regole a tutta la comunità».

In Italia alcuni prodotti Halal già si trovano in alcune catene della grande distribuzione, anche se la loro incidenza sul

totale delle carni vendute è bassa: nei corner Coop, per esempio, è di solo un paio di punti percentuali. Stessi numeri per gli ipermercati Carrefour della cintura milanese e torinese che stanno sperimentando l'Halal al banco macelleria.

«Per ora» spiegano dalla Coop, «i corner rientrano in un progetto volto a favorire i consumi etnici. Ma è ancora prematuro fare previsioni di business sul mercato islamico». La speranza velata da parte dei vertici della grande distribuzione organizzata è che sull'onda dell'entusiasmo dei ministri e delle comunità islamiche, l'industria alimentare sviluppi linee di prodotti lavorati con il marchio Halal Italia che vadano a stimolare il mercato. Qualcosa si è già mosso sul fronte carni. I grandi allevatori, molto prima della nascita di Halal Italia, si sono dotati della certificazione islamica e hanno fatto approvare alcune linee produttive dagli imam. **Amadori** ha cominciato a lavorare il pollo Halal nello stabilimento di Santa Sofia (Forlì) e il tacchino nello stabilimento di Monteriggioni (Siena) sin dal 2005 cogliendo già allora le esigenze del macellaio arabo. L'anno successivo si è fatto ispezionare dall'imam di Imola e oggi produce il 10% delle carni consumate dai musulmani in Italia, vendendole direttamente alle loro macellerie.

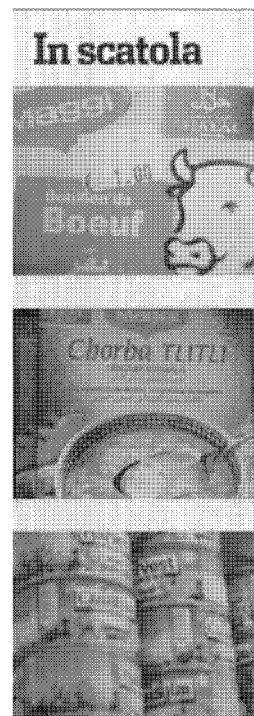
«Le carni Halal» ha spiegato **Emiliano Di Lullo**, responsabile marketing dell'azienda, «hanno un prezzo di mercato pari a quelle tradizionali, anche se la macellazione, che avviene manualmente ed è sog-

getta a cicli più lenti, ha un costo di produzione più alto».

Anche **Inalca** del gruppo **Cremonini** da tempo si è attrezzata per l'Halal, attivando nello stabilimento di Castelvetro (Modena) una linea di produzione ad hoc. Ma, a differenza di Amadori, destina solo il 10% della produzione al mercato interno. Il resto va all'estero sotto forma di carne in scatola, l'unico cibo Halal made in Italy che a oggi è riuscito a entrare in un Paese arabo. Anche Brianza Salumi di **Luigi Vismara** ha cominciato a stagionare bresaole, salumi equini e insaccati caprini da mattatoi Halal. Così pure Rigamonti, salumificio della Valtellina, che dal 2005 esporta le sue bresaole in Libano, Qatar, Emirati Arabi Uniti e Pakistan, dove nel 2009 ha piazzato

1,5 tonnellate di bresaola. «È un mercato estremamente difficile, ma con grandi potenzialità che prevediamo di sfruttare completamente nei prossimi anni» commenta **Emilio Rigamonti**, che al momento è il solo produttore italiano di insaccati a essere accreditato sul mercato mediorientale grazie alla certificazione Halal. E per favorire un ulteriore sviluppo aziendale anche nei Paesi islamici che si affacciano sul Mediterraneo e in Estremo Oriente, Rigamonti ha siglato un'importante fusione con il Gruppo Bertin Sa, controllato da fine 2009 dalla holding brasiliana Jbs Sa.

È quasi completamente scoperto, invece, il mercato dei semilavorati derivanti dalla carne (alimenti surgelati, precotti e confezionati, sughi, dadi e in-



Il segmento dei prodotti alimentari in scatola e dei semilavorati è tra quelli che non si sono ancora mossi per avere la certificazione Halal.

## +15 per cento

Questo è il tasso di crescita annuo dei consumi di prodotti Halal in Europa. Nel Vecchio continente vivono 12,9 milioni di potenziali consumatori di religione islamica.

## 5 miliardi

È il valore in euro del mercato dei prodotti Halal in Italia. Che sale a 54 miliardi in Europa e a 500 miliardi a livello mondiale.

1,5 tonnellate di bresaola. «È un mercato estremamente difficile, ma con grandi potenzialità che prevediamo di sfruttare completamente nei prossimi anni» commenta **Emilio Rigamonti**, che al momento è il solo produttore italiano di insaccati a essere accreditato sul mercato mediorientale grazie alla certificazione Halal. E per favorire un ulteriore sviluppo aziendale anche nei Paesi islamici che si affacciano sul Mediterraneo e in Estremo Oriente, Rigamonti ha siglato un'importante fusione con il Gruppo Bertin Sa, controllato da fine 2009 dalla holding brasiliana Jbs Sa.

È quasi completamente scoperto, invece, il mercato dei semilavorati derivanti dalla carne (alimenti surgelati, precotti e confezionati, sughi, dadi e in-

saccati), anche se da quando il Coreis si è messo a scrivere il disciplinare, qualcuno ha cominciato a muoversi. La pasticceria Tacchinardi di Lodi, per esempio, ha preso a utilizzare materie prime certificate dall'imam milanese. Ma il mercato arabo potrebbe essere interessante anche per aziende cosmetiche e farmaceutiche. Balsami per capelli o creme ammessi dalle leggi coraniche, per ora, vengono importati dalla Francia, dove da anni operano produttori solo nella nicchia dell'Halal. Per i prodotti farmaceutici la certificazione è lontana anche a livello internazionale: di recente le multinazionali stanno valutando l'idea di modificare gli eccipienti derivanti dalla carne. ①

(ha collaborato  
**Nadia Francalacci**)

### **Halal, istruzioni per l'uso**

Il marchio Halal indica i cibi leciti. Ovvero quelli che i consumatori musulmani possono mangiare secondo la legge coranica.

Devono essere realizzati secondo i processi islamici dall'inizio alla fine della lavorazione.

La certificazione Halal non riguarda solo i prodotti alimentari, ma anche quelli iniettabili e ingeribili o che possono passare attraverso i pori della pelle come farmaci e cosmetici.

