

Il futuro della regina della dieta mediterranea

Pasta, le nuove sfide della filiera

di **Roberto Ranieri**

“Le opportunità da cogliere per mantenere il primato mondiale”.

Diffondere la pasta nel mondo significa diffondere la cultura italiana. Basti pensare alla simbiosi che la pasta ha con la cucina e la gastronomia nazionale e con le nostre città e luoghi. Ogni paese, in Italia, ha il suo piatto tipico di pasta di semola o di pasta ripiena, trasmesso nei secoli di generazione in generazione. Ogni luogo in Italia ha un borgo e un campanile unici al mondo. Sono legami profondi, questi, tra cibo, territorio e tradizione che affondano le loro radici in una forte identità locale e rendono un piatto di pasta un pezzo di quella cultura italiana, sempre più ap-

prezzata, ma anche imitata nel mondo. Molte sono le sfide, ma anche le opportunità, che la pasta *industry* dovrà affrontare, o cogliere, nel prossimo futuro per mantenere una leadership a tutt'oggi riconosciuta a livello mondiale.

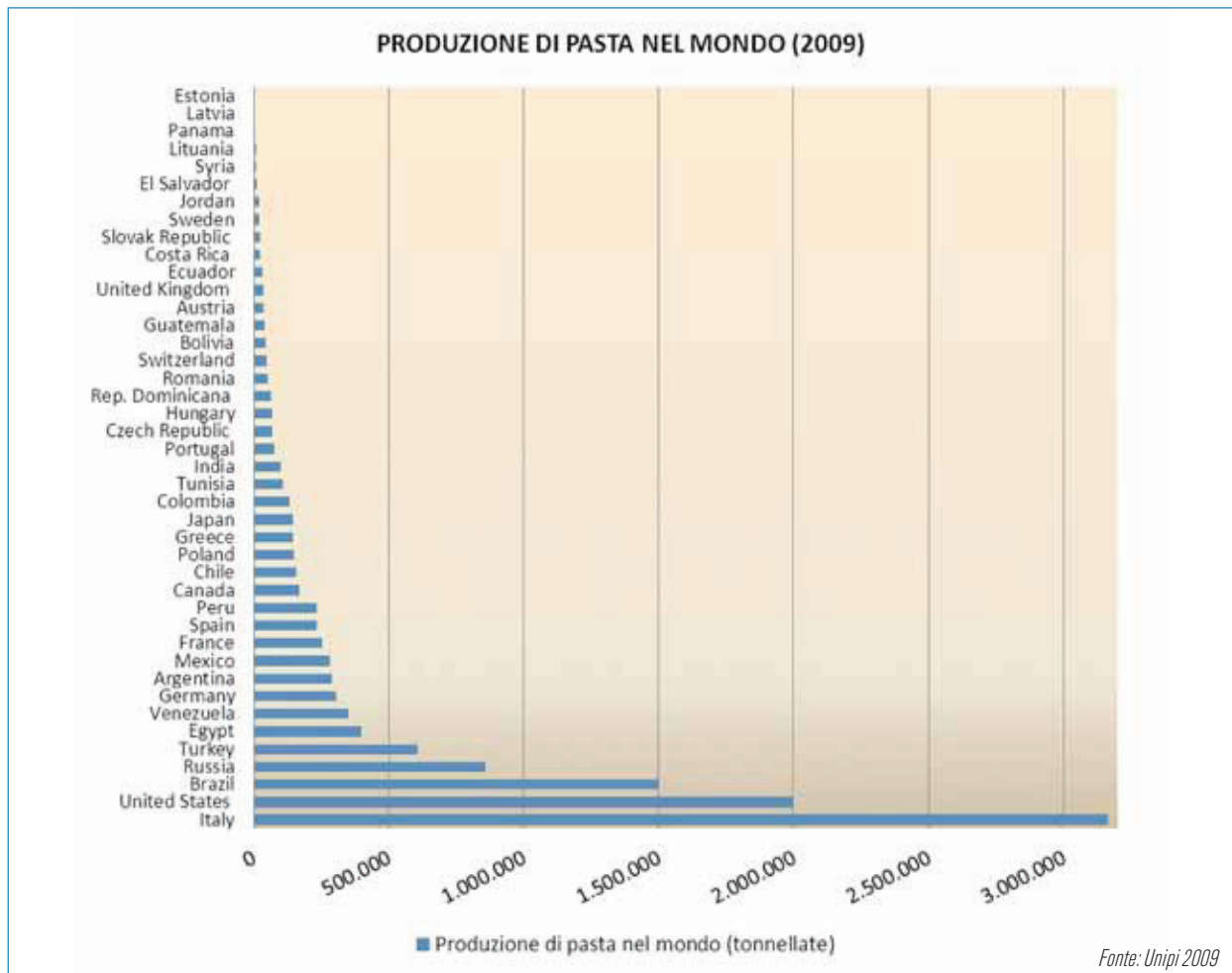
Il fattore tecnologia

Sfida. Gli impianti e le tecnologie per produrre paste di buona qualità si stanno progressivamente diffondendo in tutto il mondo. La pasta sarà sempre più prodotta vicino ai luoghi di consumo. Sarà ancora possibile esportare pasta?

Opportunità. A) Le industrie italiane produttrici d'impianti e di attrezzature per pastifici e molini hanno la possibilità di esportare i propri manufatti in tutto il mondo e continuare ad essere competi-



La pasta è una base perfetta per un modello alimentare sano ed equilibrato.



vi diffondendo soluzioni innovative. B) L'uso della pasta si diffonde sempre più (fatta eccezione per l'Italia dove il consumo pro-capite, pur scendendo, si mantiene a 26 kg/anno): in tutti i Paesi dove esiste la statistica, il consumo medio è superiore ai 5 kg/anno con rapidi incrementi significativi, come per esempio, negli Stati Uniti d'America dove il consumo medio si è portato nel giro di pochi anni a 9 kg pro-capite. Complessivamente, negli ultimi 10 anni il consumo della pasta è passato da 7 a 12 milioni di tonnellate. L'Italia detiene il 26% di tutta la produzione mondiale, con 3,2 milioni di tonnellate prodotte annualmente, per un valore complessivo di 4,2 miliardi di euro, di cui 1,8 miliardi di export, che rappresentano il 10% dell'export agroalimentare nazionale (fonte: Unipi - 2009). Le aziende pastarie italiane, possono avvantaggiarsi di questa diffusione esportando pasta di qualità, soprattutto paste premium e specialità, per le quali l'origine italiana ha ancora un forte richiamo per i consumatori stranieri, disposti a sostenere un costo anche significativamente superiore pur di aggiudicarsi uno dei simboli del *Made in Italy*. Certo, per affrontare queste fasce di consumo occorreranno marchi ben distinguibili all'estero, ma al tempo stesso ben radicati anche in Italia. C) È possibile inoltre intraprendere l'avventura degli inve-

stimenti esteri, ad esempio nei Paesi asiatici (Cina o India). È tuttavia suggeribile, visto l'esigua dimensione dei pastifici italiani, sviluppare alleanze con operatori locali e con altri pastifici italiani per completare l'offerta di prodotti e di processi, rendere meno onerosi gli eventuali rischi e per capire come proporre la pasta a persone culturalmente così distanti da noi. D) La filiera agro-industriale della pasta possiede ottime proprietà "modulari" che le consentono di essere dimensionata in funzione delle più diverse condizioni socio-ambientali. Per esempio, in molti Paesi dell'Africa sub-sahariana, la diffusione di piccole filiere di produzione della pasta richiederebbe investimenti finanziari relativamente modesti per gli impianti e l'addestramento, ma potrebbe rappresentare un importante veicolo di diffusione del prodotto, con effetti positivi sull'economia di questi Paesi, la sicurezza e l'autonomia alimentare.

Il fattore generazionale

Sfida. C'è sempre meno tempo per cucinare e le giovani generazioni sono sempre meno propense a dedicare tempo alla preparazione del cibo. Uno dei punti di debolezza della pasta di semola è il tempo necessario per la preparazione a partire dalla cottura (20'-30'), soprattutto in considerazione del-



Spighe, steli e foglie a bandiera di grano duro (*Triticum turgidum var. durum Desf.*).

le dimensioni ridotte delle famiglie (spesso single) per le quali la convivialità o il “prendersi cura” non sono più percepiti come un

valore o una necessità. **Opportunità.** A) La pasta fresca refrigerata e i piatti surgelati a base di pasta sono una dimostra-

zione della straordinaria versatilità della pasta nel rispondere a questo bisogno emergente delle persone. Negli Stati Uniti d’America, in particolare, i piatti surgelati a base di pasta stanno riportando un notevole successo perché in grado di unire servizio e gusto e di offrire un’ottima alternativa alla cena fuori casa, in questo periodo meno frequente a causa della crisi economica. Questo business deve essere considerato anche dalla nostra pasta *industry*, avvantaggiandosi della possibilità di coniugare la pasta direttamente con sughi particolarmente rappresentativi della dieta mediterranea. B) I pasti consumati fuori casa, nei luoghi di lavoro o di studio o nei bar sono in continuo aumento. La possibilità di soddisfare questa crescente esigenza con adatte tipologie/proposte a base di pasta, rappresenta una grossa opportunità. C) Selezionando varietà di grano duro particolari e/o agendo sul processo di pastificazione e/o utilizzando il forno a microonde è possibile ridurre i tempi di cottura della pasta di semola. L’ap-



Ricambia in meglio.

- Mantelli alveolati
- Crivelli piani
- Crivelli calibratori
- Crivelli conici
- Griglie per macinelli
- Griglie per spazzola crusca
- Tele in filo per densimetriche
- Reti per spietratrici
- Lamiere lavagrano
- Tessuto per spazzolagrano



MAZZETTI

Ricambi per macchine calibratrici agroindustriali

Via dei Bersaglieri, 3 - 40010 Sala Bolognese (BO)
Tel. 051.6815024 - fax 051.6873465
mazzetti@mazzettisrl.com
www.mazzettisrl.com



La semola, il prodotto principale della macinazione del grano duro.

profondimento di queste tecnologie o la loro combinazione potrebbe consentire di proporre una pasta pronta in pochi minuti, senza penalizzare particolarmente la qualità.

Il fattore salute

Sfida. L'eccesso di cibo o diete troppo sbilanciate favorisce l'obesità e/o l'insorgenza di altre patolo-

gie. Numerosi Paesi investono su programmi pubblici per educare i propri cittadini ad una migliore relazione col cibo, indicando anche le possibili soluzioni o diete.

Opportunità. A) La pasta è una perfetta base per ogni tipo di dieta/modello alimentare e in particolare per un pasto sano ed equilibrato. Essa può essere, infatti, ottenuta pastificando anche altre materie prime (cereali, verdure, legumi) oltre la semola, così come una vasta gamma d'ingredienti e nutrienti ne possono costituire il condimento per la sua preparazione finale. La pasta è uno straordinario veicolo attraverso il quale proporre alle persone piatti gustosi e nutrizionalmente equilibrati. B) Sugli scaffali sono sempre più presenti ottime paste integrali o con ingredienti naturali in grado di aumentare il contenuto in alcuni specifici nutrienti (es. fibre solubili). È possibile ottenere paste naturalmente ricche di proteine, di sali minerali, di vitamine e antiossidanti, senza mai perdere di vista l'aspetto gastronomico. C) La pasta è amata dai bambini e può aiutare a migliorare il loro rapporto con il cibo, educandoli ad una alimentazione ideale per affrontare una vita più sana.

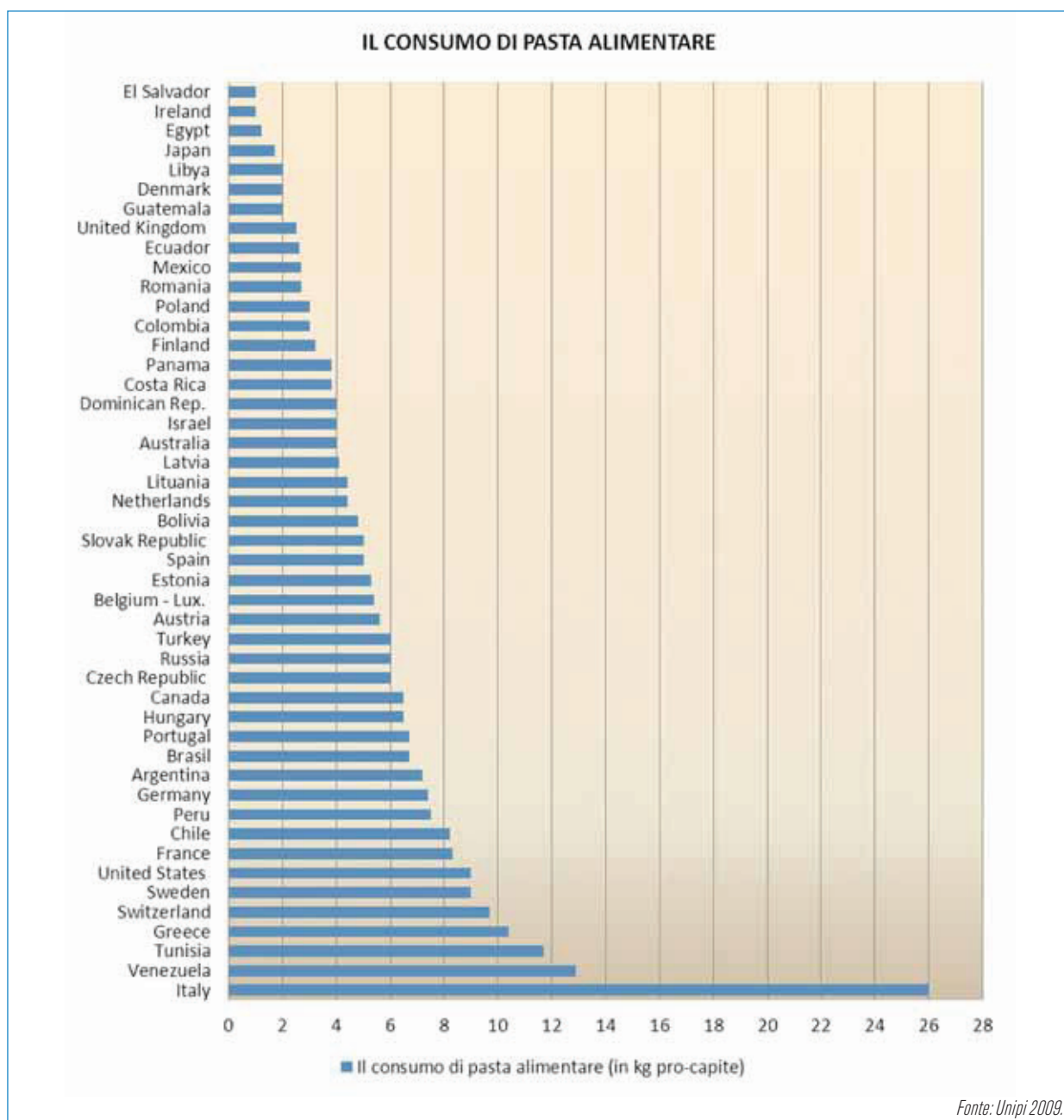
Il fattore ecologico

Sfida. Le risorse del pianeta scarseggiano e occorre adottare delle politiche alimentari di consumo sostenibili. Esistono dei cibi che lasciano un'impronta ecologica molto più elevata di altri perché utilizzano più risorse come l'acqua, concimi e lavorazioni industriali.

**IMPIANTI MACINAZIONE
COMMERCIO NUOVO USATO
MONTAGGI IMPIANTI MOLITORI E AFFINI
ASSISTENZA AI VOSTRI IMPIANTI**

Marani

Marani srl - Fraz. Casalfoschino, 16/b - 43010 Sissa - Parma
Tel.: 0521 877223 - Fax: 0521 879545 - info@marani.it - www.marani.it



Opportunità. A) Un piatto di pasta al sugo di pomodoro e olio (336 kcal) lascia un'impronta di 3 m² sul nostro pianeta, mentre una bistecca (196 kcal) l'equivalente di 16 m² (fonte: *Barilla Center for Food and Nutrition*). La pasta è per sua natura un alimento sostenibile e questa caratteristica dovrebbe essere valorizzata da un numero crescente di persone sensibile al futuro del nostro pianeta. In particolare, la pasta di grano duro si avvantaggia dell'utilizzo di una specie con ridotte necessità idriche, adatta quindi anche alle zone sub-aride. B) Lo sviluppo di varietà di grano duro a "duplice attitudine", cioè in grado di dare sia ottima pasta sia ottimo pane, può costituire un elemento di promozione e diffusione del grano duro e della pasta stessa. L'aumento della componente "estensibilità" del glutine, indispensabile per migliorare le

prestazioni panificatorie del grano duro, non sembra un obiettivo irraggiungibile salvaguardando la componente "elasticità", tanto importante per la tenuta alla cottura e la collosità della pasta. C) La pasta si presta come base per la dieta vegetariana, tipo di alimentazione che ripudia la carne e in certe accezioni anche i prodotti di origine animale. Questo tipo di dieta, o semplicemente diete che raccomandano la riduzione degli alimenti a base animale, sono seguite da un crescente numero di persone. D) La rilevante sostenibilità economica della pasta è un'altra fondamentale caratteristica di questo prodotto. Con una spesa di pochi euro (comprendendo anche il sugo) nei Paesi occidentali e per ancora meno in quelli emergenti, è possibile garantire un ottimo pasto per almeno quattro persone.



A sinistra, un campione di pasta prima dell'impiego delle varietà di grano duro ricche in pigmenti carotenoidi. A destra, nella stessa foto, un campione di pasta ottenuto con le varietà innovative.



Spighe di Monococco (*Triticum monococcum* L.) della varietà Monlis (Foto di Oriana Porfiri).

Il fattore Gdo

Sfida. La pasta viene utilizzata dalla Gdo come strumento chiave d'accesso al carrello spesa delle persone. La Gdo, in particolare del nostro Paese a causa del ridotto livello d'internazionalizzazione, non è in grado di aiutare la pasta nella sua diffusione all'estero.

Opportunità. A) Anche le *private label* della Gdo si stanno ponendo il problema di segmentare l'offerta della pasta. Ciò apre quindi nuove possibilità anche per i pastifici fornitori, che con la produzione di paste premium e specialità vedrebbero migliorare la propria competitività. B) Con la Gdo internazionale occorre sviluppare un'alleanza per diffondere le paste con il proprio marchio, o quelle prodotte con il marchio della Gdo stessa, anche nei paesi esteri.

Il fattore varietà

Sfida. La pasta è un prodotto maturo in Italia ed essendo un prodotto tradizionale non ha bisogno di significativi investimenti in ricerca e sviluppo. La pasta è sostanzialmente un prodotto mono-ingrediente, è sufficiente selezionare accuratamente il grano duro e saperlo miscelare per poter ottenere tutte le tipologie di prodotto di cui il mercato ha bisogno.

Opportunità. A) Anche la birra, la bevanda più diffusa sulla terra, è arrivata fino ai giorni nostri come mono-ingrediente. Ora ne esistono almeno 20 tipologie molto diverse tra loro. Analogamente a quanto è accaduto per la birra, ci si può domandare se l'uso di altre materie prime e di altre tecnologie di trasformazione possa contribuire alla diffusione del prodotto. Ad esempio, utilizzando il grano monococco è possibile ottenere un'ottima pasta con elevata tenuta alla cottura, scarsa collosità, intenso colore giallo (luteina), alto contenuto in zinco e ferro, elevato potere anti-ossidante e sapore particolare. Anche l'uso del *Tritordeum* (ibrido grano duro-orzo) potrebbe essere preso in conside-

razione, tenuto colto della rusticità della specie e dell'alto contenuto in beta-glucani della granella. B) Altri investimenti in ricerca e sviluppo recentemente si sono dimostrati particolarmente efficaci. Ad esempio, a livello di azienda agricola sembra funzionare particolarmente bene, migliorando la prestazione quanti/qualitativa del raccolto, un sistema di supporto alle decisioni agronomiche (Dss) dedicato alla coltivazione del grano duro. C) La celiachia, come è noto, è la patologia alimentare più diffusa, interessando 0,5-2% della popolazione mondiale. Questa percentuale è tuttora troppo bassa per orientare il *breeding* mondiale verso lo sviluppo di varietà di grano duro, tenero, orzo e segale a bassa o nulla tossicità. Tuttavia, gli studi più recenti dimostrano che la percentuale di celiaci nel mondo raddoppia ogni 10-13 anni circa. Ciò significa che, se questa ipotesi sarà confermata dai fatti, nel 2050 i celiaci potrebbero rappresentare il 16-32% della popolazione, se non intervengono fatti nuovi che modifichino questo trend. In questo scenario sembra opportuno considerare seriamente la possibilità di sviluppare materie prime (varietà di grano) e tecnologie di trasformazione che contribuiscano alla prevenzione della patologia, pena uno sconvolgimento dell'agricoltura, dell'alimentazione e dell'agroindustria mondiale. In questo contesto, lo sviluppo di varietà di grano duro a bassa o nulla tossicità da poter utilizzare nella filiera della pasta potrebbe costituire un importante fattore di promozione della pasta nel mondo, a favore della salute dei suoi abitanti.

La pasta è uno dei simboli più forti del *Made in Italy* e il suo mercato nel mondo è in lenta ma inesorabile espansione. Occorrono grandi capacità di agire comune e di saper investire sull'innovazione affinché la leadership mondiale di una delle nostre filiere agroalimentari più importanti possa mantenersi anche nel futuro. ■

Roberto Ranieri

Relazione presentata a PastaTrend 2011