

AMOR DI PASTA SENZA CONFINI

LORENZO FRASSOLDATI

ROMA FORSE LA PASTA è nell'immaginario collettivo il food simbolo-principe dell'Italia nel mondo. Grande campione di export, l'Italia esporta più della metà della pasta che produce (il 56%). Nel 2017 abbiamo esportato 2,4 miliardi di euro tra spaghetti e maccheroni, di cui il 68% riguarda pasta secca, il 18% pasta farcita e il restante 14% altre tipologie di prodotto, tra cui la pasta all'uovo. Nella classifica dell'export la pasta si colloca al sesto posto col 4,4% del valore complessivo (dati Nomisma) e le principali destinazioni sono rappresentate da Germania, Francia, Gran Bretagna e Usa, mercati che assorbono nel complesso il 54% dell'export di settore. Tipicamente italiana, la pasta è uno dei prodotti celebrati domani sera nella Notte del cibo italiano, che coinvolgerà decine di ristoranti in tutta Italia, pronti a risponderne e valorizzare le ricette di Pellegrino Artusi, grande gastronomo italiano. UNO STUDIO di Aidepi (l'Associazione degli industriali pastai) mette al centro l'altra metà della pasta italiana, quella che finisce all'estero, con un focus sull'Europa, che rappresenta il 71% delle esportazioni, e dove le performance di spaghetti & Co sono segno di abitudini alimentari sempre meno 'nordiche' e più mediterranee. Rispetto a 25 anni fa, il mondo mangia sempre più pasta italiana: sono aumentati i Paesi destinatari (oggi quasi 200, +34%) ed è più che raddoppiata la quota export, da 740mila a oltre 2 milioni di tonnellate. E oggi la pasta è l'unico alimento nella Top 10 dei prodotti per i quali l'Italia detiene la prima posizione al mondo per saldo commerciale. «SE LA PASTA italiana gode all'estero di tanto successo e ha un percepito estremamente positivo è anche merito della capacità dei pastai di intercettare tendenze alimentari trasversali. La pasta piace a quanti hanno un approccio etico al cibo, a quanti sono attenti all'ambiente grazie all'impronta ecologica minima e un packaging completamente riciclabile. Ma viene scelta anche dai più attenti al benessere, grazie alle nicchie salutistiche, dal biologico all'integrale, al gluten free e così via, segno che sta venendo meno il vecchio pregiudizio che faccia ingrassare», spiega Luigi Cristiano Laurenza, segretario Aidepi. BIOLOGICO e salutismo orientano le più



recenti tendenze produttive dei pastai italiani: non solo biologico e integrale, ma arricchita con superfood (ceci, lenticchie, curcuma, grano saraceno, sorgo, amaranto, teff, ecc) oppure con aggiunta di altri ingredienti (legumi e spezie). E ancora, quella a rapida cottura, pronta dopo soli 4 minuti nell' acqua bollente. Non è una pasta precotta, ma è ottenuta con particolari tecniche di lavorazione: è più ricca d' acqua rispetto alla pasta comune e quindi, a parità di peso, fornisce anche meno calorie. La ricerca di innovazione si spiega anche col fatto che gli italiani consumano sempre meno pasta. «Negli ultimi dieci anni gli italiani hanno consumato 250mila tonnellate in meno di pasta. Restiamo leader nella produzione e nell' export ma cominciamo a sentire la concorrenza aggressiva di paesi come la Turchia che in 5 anni ha cresciuto la sua produzione del 77%, portandola a 1,5 milioni di tonnellate», dice Delia Maria Sebelin, coordinatrice di Pasta&Pastai, l' house organ di Aidepi. Da qui la spinta agli investimenti in innovazione da parte dei pastifici, di cui si è avuto un panorama all' ultimo Cibus, la mostra internazionale delle eccellenze agroalimentari che si svolge ogni anno a Parma. «BENESSERE, biologico e integrale hanno fatto la parte del leone nelle proposte dei pastifici. Oltre ai nuovi formati crescono le linee salutistiche e i prodotti a ridotto contenuto di grassi e zucchero. E cresce l' attenzione al territorio e alle tipicità regionali», conclude Sebelin. © RIPRODUZIONE RISERVATA.