

SOSTENIBILITÀ

AMBIENTE

Pasta: un cibo a basso impatto

Profilo ambientale, economicità, versatilità e gusto fanno di questo fiore all'occhiello del made in Italy un prodotto vincente anche in tempi di crisi economica.

di Andrea Garbini*

Per uno sguardo allargato sugli argomenti affrontati in questo articolo, vi segnaliamo il seguente Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-002.pdf (Pasta fresca)

Non è facile in Italia parlare di pasta. Non lo è in generale, in quanto non esiste nel nostro Paese alimento più "vissuto", e quindi più "parlato", di questo. Da sempre la pasta alimentare è un incontrastato primato italiano: secondo i dati più recenti di Unipi (Unione pastai italiani, aderente a Confindustria, che rappresenta la stragrande maggioranza del settore in termini di fatturato), l'Italia è largamente al primo posto nel mondo sia nella produzione, seguita a grande distanza da Stati Uniti e Brasile, sia, anzi, ancora di più, per consumi: nel 2008 ogni italiano ha mangiato 28 chili di pasta, due volte e mezza più di un venezuelano (12,9 kg) e di un tunisino (11,7). Ma ancora più difficile è scrivere di pasta per le fortissime polemiche che hanno investito il settore negli ultimi due anni, provocate dai sensibili rincari dei prezzi al consumo da imputarsi in primo luogo (secondo i produttori, ma non secondo gli agricoltori e ancora meno i consumatori) all'impennarsi delle quotazioni delle materie prime nei mercati internazionali. Tali polemiche, com'è noto, sono sfociate in un'istruttoria che l'Autorità Italiana Garante della Concorrenza e del Mercato, più nota come Antitrust, ha avviato nell'autunno 2007.

Tutto ciò premesso e cercando di prescindere, per quanto possibile, dalla contingenza polemica, di seguito cercheremo di sviluppare il tema dell'internazionalizzazione, dalla parte tanto della produzione quanto dei consumi, con una particolare attenzione, com'è ovvio, ai riverberi che questo fenomeno provoca nel mercato interno e, quindi, nei prezzi ivi praticati. Per far ciò ci avvarremo, oltre che del contributo di alcune delle principali associazioni na-

zionali (e non solo) del settore agro-alimentare, anche dei dati provenienti dalla Borsa delle merci di Foggia, il principale mercato di grano del nostro Paese, esaminando l'andamento delle quotazioni di grano duro negli ultimi anni.

LO SCENARIO INTERNAZIONALE

La 12ª edizione del World Pasta Day, tenutasi il 25 ottobre scorso a Istanbul, è servita come sempre per fare il punto sull'andamento dei consumi e delle produzioni a livello internazionale ma anche nazionale visto che, da sola, l'Italia rappresenta il 26% della produzione mondiale e quasi il 75% di quella dell'Unione europea: come dire che 1 piatto di pasta dei 4 mangiati del mondo e 3 su 4 in Europa sono fatti con pasta italiana.



Fonte: Archivio Largo Consumo

Rispetto al 2007, nei primi 8 mesi del 2008 i consumi interni sono aumentati del 2% in volume, mentre l'export, a fronte di una sostanziale tenuta dei volumi, ha registrato un incremento in valore del 47%. A testimoniare poi la crescente internazionalizzazione di questo alimento ci sono i dati elaborati dalla già citata Unipi: nel 1998 la produzione mondiale di pasta era pari a 7 milioni di tonnellate; dieci anni dopo questo valore è quasi raddoppiato, arrivando nel 2007 a 13 milioni, rispondendo a un incremento medio dei primi 20 Paesi consumatori (che coprono oltre il 90% del mercato) di quasi mezzo chilo annuo pro capite.

Fra questi ultimi, com'era facilmente prevedibile, la crescita più sostenuta si è avuta non nei Paesi ai primi posti della classifica (in Italia, Venezuela e Tunisia i valori sono rimasti pressoché invariati), ma negli altri: da segnalare le performance di Svezia, Germania, Turchia e Austria, mentre si conferma la "popolarità" della pasta tanto nel Nord quanto nel Sud America. Insomma la produzione e i consumi di questo alimento, pur rimanendo indiscussa la supremazia italiana, sono sempre più un fenomeno internazionale.

LA REGINA DELLA DIETA MEDITERRANEA

Sulle ragioni di questo "megatrend", il già citato appuntamento di Istanbul ha fornito risposte importanti. Intanto con la stessa scelta della "location" dell'evento: una città fisicamente al confine tra Europa e Asia, a ribadire la vocazione internazionale di un alimento simbolo di un regime alimentare, la cosiddetta "dieta mediterranea", che da cinquant'anni continua, al di là di mode effimere, a inanellare riconoscimenti dalle principali istituzioni scientifiche mondiali. Una ulteriore testimonianza di tali riconoscimenti è venuta dal gran numero di intervenuti: circa 200, fra delegati dei principali Paesi produttori e consumatori di pasta e prestigiosi opinion leader del mondo della medicina e della scienza dell'alimentazione.

Ultimo, ma primo per importanza, il messaggio che del corso dell'evento è venuto da Ipo (International pasta organization, fondata nel 2005, cui aderiscono oggi 25 membri, fra cui le due Federazioni europee di produttori Unafpa e Semouliers, in rappresentanza di 17 Paesi) e da Oldways Preservation Trust (ong

■ SELPRESS ■
www.selpress.com

AMBIENTE

Costato (Confindustria): «Impossibile un cartello sui prezzi»

«Non c'è stato alcun cartello da parte dei produttori di pasta»: **Antonio Costato**, vicepresidente di **Confindustria** con delega per l'energia e il mercato e titolare di **Grandi Molini Italiani** di Rovigo, non ha esitazioni nel commentare la multa di 12,5 milioni di euro che l'Antitrust ha comminato a 26 pastifici (i grandi nomi del settore: **Amato, Barilla, Colussi, De Cecco, Divella, Garofalo, Nestlé, Rummo, Zara, Berruto, Delverde, Granoro, Riscossa, Tandoi, Cellino, Chirico, De Matteis, Di Martino, Fabianelli, Ferrara, Liguori, Mennucci, Russo, La molisana, Tamma, Valdigrano**) e 2 associazioni di categoria (**Unipi e Unionalimentari**). L'accusa è di avere stretto un'alleanza per decidere insieme gli aumenti di prezzo e limitare così la concorrenza. Secondo Costato la competizione sui prezzi nel settore è elevata, a tal punto da rendere impossibile qualsiasi accordo. «Il fatto stesso che si stia parlando di una sentenza che coinvolge 26 soggetti – sottolinea – dà la misura della reale efficacia che può avere avuto un cartello in un comparto in cui sono presenti centinaia di produttori».

scientifico statunitense fondata nel 1990 e impegnata nella promozione di corretti stili di vita alimentari): la pasta è un alimento con qualità nutrizionali e organolettiche così spiccate che dev'essere consigliata ad ogni età a cominciare dalla più piccola, nella quale può rappresentare l'ideale "trait d'union" fra l'alimentazione liquida e quella solida del bambino. Da qui l'avvio del programma di educazione alimentare "Pasta for children around the world", che coinvolgerà i giovani di ben 21 Paesi.

A illustrare queste tesi, oltre che a dare conto delle principali tematiche del settore (dall'andamento dei mercati internazionali delle materie prime alle prospettive nell'innovazione di prodotto), un qualificato parterre del quale, per l'Italia, facevano parte, fra gli altri, il prof. **Carlo Cannella**, presidente di **Inran** (Istituto nazionale per la ricerca alimentare e la nutrizione), e **Francesco Pantò**, direttore Ricerca e Sviluppo di **Pasta Barilla**.

L'appuntamento di Istanbul – anche l'atmosfera ha la propria importanza – si è svolto in un contesto di generale soddisfazione. I produttori di pasta infatti, al di là delle guerre di mercato, delle polemiche con le associazioni dei consumatori e con la grande distribuzione, degli innegabili, e spesso dolorosi, processi di razionalizzazione avvenuti negli ultimi trent'anni (in Italia in questo periodo i pastifici si sono quasi dimezzati, passando da 240 a 130), sanno che il loro prodotto ha, per così dire, "il vento in poppa", per almeno due ottimi motivi peraltro strettamente connessi: la sostenibilità ambientale e la convenienza

economica, in termini assoluti e ancor più nel rapporto qualità/prezzo.

Sul primo tema, capostipite dei polemisti fu, nel 1992, l'allora quasi sconosciuto **Jeremy Rifkin** che diede alle stampe un libro, intitolato significativamente *Eccidio*, nel quale egli criticava pesantemente "la cultura della bistecca". La carne bovina, affermava Rifkin, comportava un utilizzo di cereali eccessivo rispetto al quantitativo di carne che da esso si ricavava, con una proporzione di circa 6 a 1. Va detto, e l'argomento sarà ripreso nel prossimo nostro intervento dedicato all'avicoltura italiana, che dal punto di vista ambientale c'è carne e carne, e che ben diverse possono essere le quantità di materia prima richieste per produrne un tipo invece di un altro.

Lo ha sottolineato recentemente, fra gli altri, lo studioso brasiliano **Osler Desouzart** che, riprendendo i dati del *Water Report 2006* dell'Onu, ha pubblicato una tabella sui consumi di "acqua virtuale" registrati da una serie di prodotti agro-alimentari intendendo, con questa espressione, "il totale di acqua richiesto nel processo produttivo": ebbene, per ottenere 1 kg di carne di manzo servono quasi 16.000 litri, per uno di carne di maiale quasi 6 mila e per 1 kg di carne di pollame meno di 3.000; mentre 1 kg di frumento "costa" soltanto 1.150 litri d'acqua.

È in questo contesto che vanno inquadrare le conclusioni della recente quarta Conferenza mondiale sul futuro della scienza, significativamente intitolata "Food and Water for Life", organizzata a Venezia lo scorso settembre dalla **Fondazione Veronesi**. Senza giungere ►

Spot

L'esclusiva di De Cecco per la pasta al Kamut

De Cecco e Kamut International hanno siglato un accordo che consente al Gruppo De Cecco la produzione e la distribuzione di pasta di grano Kamut in esclusiva mondiale. De Cecco sarà l'unico grande produttore a realizzare e distribuire pasta composta dal grano ottenuto da agricoltura biologica Khorsan Kamut. L'accordo, che durerà fino al 2010, prevede l'avvio della distribuzione in Italia e in alcuni Paesi europei. È la prima volta che la società americana fondata da Bob Quinn, che ha il suo quartier generale nello stato del Montana, affida il suo grano, con un contratto

DE CECCO®

dal 1886



in esclusiva, a un grande produttore di pasta. Infatti, finora la pasta Kamut era stata prodotta da piccoli operatori e distribuita in ambiti di nicchia. L'accordo di partnership con Kamut International segue la filosofia che, dal 1886, anima la pasta De Cecco: partendo da un grano antico, l'azienda ha voluto rimarcare la sua attenzione verso i bisogni e le attese dei suoi clienti sparsi in tutto il mondo. In questo caso, ponendo al centro del suo lavoro – di ricerca e di applicazione sui prodotti – la domanda di salute e benessere che proviene dai consumatori. De Cecco sa bene che può contribuire a migliorare la qualità della vita con un piatto di pasta. Anche questo è un impegno che si trasforma in legame quotidiano con i suoi clienti: un legame che dura dal 1886 e continua a crescere in tutto il mondo.

F.lli De Cecco spa
66015 Fara San Martino (Ch)
Tel. 0871.9861 – Fax 0871.980426
www.dececco.it
dececco@dececco.it

■ SELPRESS ■
www.selpress.com

AMBIENTE

agli "estremismi" di Rifkin, dalla Conferenza è infatti emersa l'inevitabilità di un modello alimentare che preveda, fra l'altro, una "progressiva riduzione del consumo di carne", al fine di raggiungere un equilibrio sostenibile fra le esigenze di alimentazione di un sempre crescente numero di abitanti del pianeta e la quantità di materia prima che il pianeta stesso mette a disposizione.

PREZZO E QUALITÀ

Che la pasta non solo consumi poche materie prime, e di conseguenza costi poco se confrontata con altri prodotti (su questo si veda meglio dopo), ma rappresenti nel contempo un ottimo alimento dal punto di vista nutrizionale, è ormai una conclusione unanimemente condivisa a livello internazionale. Una efficace sintesi di tale conclusione, unita a una veloce illustrazione della diffusione di questo piatto nella tradizione gastronomica di tutto il mondo, si trova nell'opuscolo *Pasta For All* (per scaricare la versione inglese: <http://www.internationalpasta.org>), la cui edizione ha costituito uno dei primi atti dell'appena costituita Ipo.

Premesso che non esiste la panacea, se non nella mitologia greca, 34 prestigiosi nutrizionisti internazionali riuniti a Roma nel 2004 hanno sottoscritto sette "consensus statements", così riportati dalla pubblicazione: i carboidrati sono essenziali in una dieta salutare e bilanciata, nella quale debbono costituire più della metà dell'apporto calorico quotidiano; la pasta ha un basso indice glicemico, consente cioè un graduale assorbimento di carboidrati senza provocare un improvviso aumento di zucchero nel sangue; la pasta è dunque un "carboidrato buono"; i piatti a base di pasta sono efficaci "sistemi di consegna" di cibi salutari, in quanto uniscono alla pasta alimenti altrettanto salutari come ortaggi, pesce, olio d'oliva, salsa di pomodoro, legumi, ecc.; la pasta non provoca aumenti di peso, ovviamente se consumata nelle giuste quantità (una porzione ideale non supera l'etto) e in combinazione con alimenti come quelli prima citati; le diete ad alto contenuto di grassi e basso contenuto di carboidrati sono pericolose, in quanto aumentano il rischio di malattie quali obesità, diabete, affezioni cardiovascolari e alcune forme di cancro; sono altamente raccomandati regimi alimentari tradizionali

quali la dieta mediterranea e quella latino-americana.

Qualsiasi "coscienza" ecologista o salutistica, per quanto sviluppata, non basterebbe da sola a spiegare i tassi di crescita sopra illustrati nella produzione e nei consumi di pasta: c'è evidentemente dell'altro, e quest'altro è rappresentato dalla perdurante convenienza economica della pasta. Si tratta di un plus fondamentale, che permane anche dopo gli sconvolgimenti subiti dai prezzi delle materie prime negli ultimi due anni, e che l'industria pastaria italiana sta dimostrando di saper valorizzare.

Di fronte a un mercato interno ormai maturo, infatti, nel primo semestre 2008 l'Italia ha esportato oltre il 53% dell'intera produzione, per un controvalore di quasi 975 milioni di euro. E anche l'anno precedente, nella seconda parte del quale il fenomeno del "caro grano" si è manifestato in tutta la sua virulenza (si veda sotto), aveva comunque registrato un seppur piccolo (+0,4%) aumento delle quantità italiane esportate, pari complessivamente a 1,7 milioni di tonnellate (per un valore di 1,4 miliardi di euro), di cui 1,1 milioni di tonnellate verso i Paesi della Ue e quasi 600.000 ai Paesi terzi.

I DATI DEL MERCATO

Tornando al mercato interno, come si è detto nel 2008 le vendite per i produttori italiani hanno segnato un significativo aumento in volume (+2%) dopo 15 anni di sostanziale stazionarietà. E ciò, paradossalmente, malgrado quello appena trascorso sia stato l'anno in cui le polemiche verso gli au-

menti dei prezzi al consumo del prodotto (+30% secondo i più recenti dati Istat) hanno toccato il culmine. Come si spiega questo apparente paradosso? Prima di tutto i dati.

L'anno scorso, secondo l'Indagine 2008 Coldiretti-Swg "Le opinioni di italiani ed europei sull'alimentazione", 4 italiani su 10 hanno cambiato le proprie abitudini alimentari. Due le ragioni fondamentali: la necessità di risparmiare, dettata dall'addensarsi della crisi economica, e il crescente bisogno di sicurezza, provocato dal perdurante riproporsi di "scandali alimentari" (solo nel 2008 ci sono stati il latte cinese alla melamina, la carne di maiale irlandese alla diossina, ecc.). Risultato: l'anno scorso (fonte: Ismea/Nielsen) sono scesi i consumi di pane (-2,5%), carne bovina (-0,5%) e formaggi (-0,6%), mentre sono saliti, oltre a quelli della pasta, i consumi di pollo (+3,2%), maiale e salumi (+2,3%), latte (+1,8%) e frutta fresca (+2,8%).

Sulla base di queste variazioni, oggi la spesa alimentare delle famiglie è pari in media a 466 euro mensili, così suddivisi: 107 euro per la carne; 84 per frutta e ortaggi; 79 per pane e pasta; 62 per latte, uova e formaggi; 42 per il pesce; 42 per le bevande; 32 per zucchero, dolci e caffè; 18 per oli e grassi.

Complessivamente, nel 2008 le famiglie italiane hanno speso circa 5 miliardi di euro in più per l'acquisto di prodotti alimentari (+3,8% rispetto al 2007) portandosi però a casa quantità pressoché uguali (+0,3%), a causa dell'aumento dei prezzi. Aumento, conclusione polemicamente Coldiretti, non giustificato dall'andamento delle quotazioni delle materie prime.

Su quest'ultimo punto, e facendo specifico riferimento al prezzo in Italia del grano duro, si possono consultare i listini pubblicati dalla Camera di commercio di Foggia, città dove ha sede la principale Borsa italiana del grano (http://www.fg.camcom.it/page_90.htm).

I numeri mostrano che, dopo un primo biennio (luglio 2004-luglio 2006) di sostanziale stabilità con tendenza a un leggero aumento, a partire dall'estate 2006 è cominciata una repentina ascesa che, nel giro di 18 mesi, ha portato a una triplicazione delle quotazioni; dopodiché, a partire dall'inverno 2008, i prezzi hanno invertito la rotta per attestarsi, ad inizio 2009, su valori non lontani da quelli di inizio quinquennio (+20% circa).

* Garbini Consulting

LE PRODUZIONI ALIMENTARI: QUANTITÀ D'ACQUA NECESSARIA (in litri per kg di prodotto)	
Frumento	1.150
Riso	2.656
Mais	450
Patate	160
Soia	2.300
Manzo	15.977
Maiale	5.906
Pollame	2.828
Uova	4.657
Latte	865
Formaggio	5.288
Fonte: Hoekstra, citato in Water Report 2006	
Largo Consumo	