

Il mondo sta cambiando: la pasta sarà il modello alimentare del futuro

di **Roberto Faben**
Giornalista economico



Le chance a suo favore sono notevoli. Soprattutto all'estero, in direzione dell'ispessimento delle quote di mercato e della penetrazione in Paesi in fase di modernizzazione, ma anche del mantenimento dell'appeal in Italia, dove il consumo medio pro-capite resta il più elevato al mondo, mediamente 26 chilogrammi l'anno tra il 2006 e il 2009. Il comparto italiano della pasta, come rivela una ricerca di Nomisma, negli ultimi dieci anni, si è dunque contraddistinto per una crescita esponenziale di produzione e giro d'affari. Dal 1997 al 2007, il valore delle paste alimentari Made

in Italy è passato dai 2,5 miliardi di euro del 1997 ai 6,1 miliardi del 2007. Tradotto in termini percentuali, l'incremento è stato del +144%, con un'accelerazione che si è manifestata, in tutto il suo dinamismo, soprattutto a partire dal 2003. Questa performance è stata ottenuta soprattutto attraverso l'eccezionale ricettività dei mercati stranieri, ma non è da dimenticare l'intraprendenza nello sviluppo di relazioni commerciali con importatori stranieri.

Nel 2009, il valore dell'export si è attestato sugli 1,8 miliardi. Un valore che, pur ridimensionato a causa di

qualche inevitabile contraccolpo legato alla recessione internazionale, rispetto al 2008 (2 miliardi), colloca il settore pastario in una posizione invidiabile: costituisce il 9% del valore delle esportazioni alimentari italiane. Il trend per il futuro, dunque, ben promette. E un contributo importante lo ha dato anche PastaTrend, il primo Salone interamente dedicato alla filiera grano duro-pasta, che si è svolto a Bologna dal 24 al 27 aprile 2010, riunendo 150 espositori ed attraendo l'attenzione di oltre 22 mila visitatori e di 329 giornalisti della stampa italiana ed estera. Un'occasione unica che ha favorito l'incontro di buyers e operatori professionali provenienti da 38 Paesi, da molti dei quali sono stati confermati ordini commerciali. Le potenzialità dell'effetto tam tam di PastaTrend continueranno ad Expo Shanghai 2010, dato che il Salone della pasta è stato scelto dalla Regione Emilia Romagna per rappresentare il settore fieristico dedicato all'alimentazione in questa importante kermesse mondiale.

Attualmente, secondo le elaborazioni di Nomisma su dati Un-Comtrade, il mercato tedesco è quello che assorbe la maggior quota dell'export italiano, il 12,4%, seguito da quello francese (10,7%), statunitense (10,6%), britannico (9%), nipponico (5,4%) e canadese (4,9%). Tuttavia, i Paesi che potrebbero allargare vistosamente la quantità di pasta italiana importata sono molti. Basti pensare che dopo l'Italia, nella classifica dei maggiori consumatori mondiali di pasta spicca, al secondo posto, il Venezuela, con 13 chilogrammi pro-capite, seguito dalla Tunisia, con 11,7, dalla Grecia (10 chilogrammi), dalla Svizzera (9,4) e dalla Svezia (9). Molti altri Paesi nelle più svariate latitudini, inoltre, stanno attraversando una profonda fase di trasformazione degli stili alimentari, fattore che, abbinato alla nascita, di ceti sociali emergenti con



Il maestro pastaio Giovanni Fabbri con i suoi "attrezzi" storici esposti a PastaTrend: qui illustra il procedimento artigianale della pasta al Vice Presidente della Commissione per i diritti delle donne dell'Unione europea, Barbara Matera; al Presidente di Cogeca, Paolo Bruni, e a Marisa Laurito, Direttore artistico del Grande salone della pasta.

diverse propensioni di consumo, darà probabilmente un'importante spinta propulsiva all'export della estesissima gamma di prodotti pastari realizzati in Italia.

La maggior parte del prodotto esportato rientra nel segmento "pasta fresca e secca non contenente uova, non farcita né cotta o preparata" (71%), mentre le paste farcite ricoprono una quota del 15%, quelle all'uovo del 7% e i preparati di pasta del 6%. A livello mondiale la pasta secca e senza uova rappresenta circa la metà del totale degli scambi internazionali di paste alimentari.

Un altro 25% si riferisce a paste cotte e preparate, mentre la frazione inferiore si ripartisce fra pasta all'uovo non cotta né preparata, paste farcite e cous cous. L'Italia è il principale player del comparto, con il 42% della quota degli scambi internazionali nel settore, e questo dato non fa stupire, data la storia secolare che la penisola può vantare in questa specialità. Tuttavia, alcuni competitor con cui confrontarsi si stanno profilando all'orizzonte. La Cina, ad esempio, è il secondo Paese dopo l'Italia per volume di scambi internazionali (8%), i quali sono tuttavia concentrati pressoché esclusiva-

mente nel segmento dei preparati e delle paste cotte (la quota del Paese asiatico è del 22%, mentre l'Italia, per questa categoria di referenze, è all'8%). Per quel che riguarda, invece, la tipologia di prodotti pastari nei quali l'Italia eccelle, ossia quello della pasta secca e senza uova, i principali concorrenti sono Turchia e Stati Uniti, rispettivamente con il 4 e il 3%. Dal 2004 al 2008, il comparto industriale della pasta italiano, che raggruppa quasi 6 mila imprese (la gran parte delle quali sono artigianali) e 30 mila addetti, è stato una vera e propria locomotiva nell'export, con un aumento del 60%, una crescita questa, superiore di 6 punti percentuali a quella complessiva del settore, nello stesso arco temporale, a livello mondiale. Da non dimenticare, inoltre, è anche l'importanza del comparto in una filiera che coinvolge l'industria molitoria (quasi 200 molini in Italia trasformano la materia prima, il grano duro) e un'ampia fetta dell'agricoltura nazionale, in grado di produrre, com'è accaduto nel 2008, prima del crollo del prezzo dei cereali dopo la loro rapida escalation, oltre 5 milioni di tonnellate di frumento duro.