

WWW.INFOFARINE.IT:

COME COMBATTERE LE FAKE NEWS CON UN'INFORMAZIONE AUTOREVOLE, COMPLETA E PUNTUALE, PARTENDO DAL WEB PER INCORAGGIARE COMPORAMENTI ALIMENTARI CORRETTI

In un periodo storico in cui i Social e i siti internet stanno diventando le fonti più utilizzate, ma non sempre autorevoli, per documentarsi, **ITALMOPA - Associazione Industriali Mugnai d'Italia** - ha cercato di offrire al consumatore una guida, un alleato, un vademecum per conoscere a fondo un prodotto come la farina, tanto prezioso e utilizzato, che entra quotidianamente nelle dispense degli italiani.

In quest'ottica è nato **www.infofarine.it**, un sito che fornisce, con un **linguaggio semplice e chiaro**, informazioni esaurienti, competenti, comprensibili anche ai non addetti ai lavori.

Grazie ai contributi di un **comitato scientifico** composto da **Pietro Antonio Migliaccio** (Medico Nutrizionista), **Giovanni Battista Quaglia** (Chimico Tecnologo, esperto in farine), **Marina Carcea** (Tecnologo Alimentare, esperto in cereali), **Giuseppe Durazzo** (Avvocato, esperto in diritto degli alimenti), **Carlo Alberto Pratesi** (Economista, esperto in sostenibilità ambientale), il sito cerca di fare chiarezza sul mondo delle farine alimentari, rispondendo alle giuste esigenze di informazione che tutti oggi abbiamo verso ciò che ogni giorno mangiamo.

Attraverso l'autorevole voce degli esperti, quindi, le farine vengono raccontate e analizzate sotto diversi punti di vista. Sul sito si possono trovare informazioni sulla qualità e la sicurezza del frumento, da cui derivano le farine, sui processi di trasformazione dal frumento alle farine, sulle loro proprietà nutrizionali e salutistiche e, infine, sulla cosiddetta sostenibilità ambientale della filiera delle farine di frumento tenero.

www.infofarine.it è, inoltre, ricco di **tabelle, grafici, focus e bibliografia dettagliata** e referenziata da parte dei singoli esperti che hanno ispirato i contenuti del sito.

Seconda la recente indagine dell'Istituto di ricerca Doxa **"Gli italiani e le farine"**, condotta per conto di Italmopa, su un campione di 1.000 italiani, è emerso che il **42% degli intervistati si informa tramite i programmi televisivi su quali alimenti consumare**. Un dato da non sottovalutare e che mette in evidenza la forza, ma soprattutto la responsabilità, che oggi i mezzi di comunicazione detengono di fronte a certi temi.

"Bisogna scegliere con molta attenzione le proprie fonti – commenta la blogger e conduttrice televisiva Tessa Gelisio – poiché si rischia di farsi influenzare solo dalle mode del momento. Ultimamente, ad esempio, spopolano i cosiddetti "free from". Alla base c'è un grande fraintendimento: si è passati impropriamente dalla giusta ricerca di prodotti naturali e sani a prodotti impoveriti, privi di ingredienti ritenuti spesso erroneamente nocivi per la salute. Il problema di base invece è la qualità degli ingredienti e della lavorazione. Nel caso della pizza, ad esempio, questo concetto è immediatamente comprensibile: una pizza impastata o condita con ingredienti scadenti, senza il rispetto dei tempi di lievitazione, sarà difficilmente digeribile. L'aspetto davvero fondamentale è, quindi, la qualità del prodotto: per scegliere bene dobbiamo informarci e conoscere le materie prime. No alla demonizzazione degli alimenti, sì alla consapevolezza sulla qualità, sulle giuste

occasioni di consumo e sulle quantità più appropriate in base alle nostre caratteristiche personali e al nostro stile di vita”.

Secondo l'indagine Doxa – Italmopa, ad esempio, il 55% degli intervistati associa la farina di frumento tenero alla pasta, che notoriamente è invece prodotta con le semole di frumento duro, mentre ben 47% degli intervistati, quasi 1 italiano su 2, è convinto che sarebbe bene eliminare o ridurre fortemente il consumo di prodotti contenenti glutine, anche per chi non è celiaco o intollerante al glutine. **Nulla di più sbagliato!**

*“Chi non è affetto da celiachia non ottiene nessun vantaggio sospendendo l'assunzione di prodotti a base di glutine. I cereali contenenti glutine fanno parte di un regime alimentare salutare e corretto per la popolazione generale – commenta **Marco Silano, Direttore dell'Unità Operativa di Alimentazione, Nutrizione e Salute dell'ISS (Istituto Superiore di Sanità)** - Il glutine è dannoso per chi soffre di celiachia, una malattia infiammatoria dell'intestino che colpisce le persone geneticamente predisposte. Al contrario, la letteratura scientifica riporta chiaramente che la dieta senza glutine non apporta nessun effetto benefico sulla salute dei soggetti non celiaci, né ha un effetto dimagrante o migliora la performance mentre si fa sport. Tra l'altro, nella dieta senza glutine si consumano spesso mais e patate al posto di frumento, questi due alimenti hanno un carico glicemico più sfavorevole e quindi danno un senso di sazietà meno durevole. Infine, la dieta senza glutine determina un ridotto consumo di fibre.”*

COME PROMUOVERE E RILANCIARE UN PRODOTTO COME IL PANE, NO BRAND, NO PACKAGING E DIFFICILMENTE INQUADRABILE IN UNA CLASSICA STRATEGIA DI MARKETING?

Nel 2017 l'utilizzazione di farine di frumento tenero si sarebbe attestata in circa **4 Milioni di t**, destinati essenzialmente alla panificazione industriale e artigianale - nonché ai prodotti sostituti del pane, quali crackers, grissini, pan carrè, ecc. - alla biscotteria, ai prodotti da forno e ai lievitati, alla produzione di pizza e ad usi domestici.

La riduzione, ormai strutturale, del consumo del pane, e pertanto dell'utilizzo di farine destinate alla panificazione, appare particolarmente preoccupante. Nonostante la rilevanza che riveste tale prodotto dal punto di vista nutrizionale, salutistico, ambientale, storico, culturale, economico e sociale, **i volumi globali si situano ormai su livelli mai raggiunti nel passato**, e il consumo nazionale di pane si attesta ormai a meno di 43 kg pro capite, un livello largamente inferiore a quello che si riscontra negli altri principali paesi comunitari (95 kg per la Romania, 81 kg per la Germania, 52 kg per la Polonia, 48 kg per la Spagna e il Regno Unito, 47 kg per la Francia).

All'interno del comparto, la riduzione dei consumi ha riguardato in percentuale maggiore il pane fresco di produzione artigianale e il pane ottenuto da alcune tipologie di farine, quale ad esempio la farina 00, penalizzate da un'informazione giornalistica che, troppo spesso, tende a privilegiare infondati allarmismi non suffragati da dati scientifici. La riduzione complessiva del consumo del

pane è stata solo **minimamente compensata dall'incremento dell'utilizzazione di sfarinati per la produzione di prodotti considerati "sostituti del pane"**.

In che maniera, quindi, si può **promuovere il consumo del pane**, un prodotto no brand e no packaging, difficile quindi da inquadrare in una strategia di marketing?

*"Un futuro ricco di soddisfazioni attende il mondo della molitura – **afferma Luigi Consiglio Presidente GEA Consulenti di Direzione** - purché si impari ad interpretare correttamente il fenomeno della discontinuità dei consumi e si comprenda l'importanza di investire nell'innovazione di prodotto. Una grande opportunità, per chi saprà coglierla. Verrà premiato chi riuscirà a interpretare le mutate esigenze del mercato creando un prodotto particolare, che alla tradizione unisca l'originalità e la forte caratterizzazione. Esiste una nuova concezione di Bakery, che sostituisce oggi la classica immagine del fornaio che lavora di notte per sfornare una tradizionale pagnotta".*

Per informazioni

Ufficio Stampa:
Angela La Terra
+39 347 0553433
angela_laterra@yahoo.com