

I mugnai tricolori sfidano la crisi

L'export batte il calo dei consumi

«Patto per un grano duro di qualità»

Nonostante la flessione del consumo di pane, l'industria molitoria segna una buona performance dell'export. Intese con gli agricoltori per spingere la produzione di pasta italiana.

■ MILANO

MENO PANE, più pizzette e pasta da esportare. Questa, in estrema sintesi, la fotografia dei consumi dei prodotti dell'industria molitoria italiana. Un comparto che – nonostante le difficoltà di un fatturato in calo di circa il 7% nel 2016 – continua ad avere un giro d'affari di quasi 3,5 miliardi di euro e a rappresentare un'interessante protagonista del Made in Italy.

Prima di tutto i numeri. Gli oltre undici milioni di tonnellate prodotte di frumento sono quasi equamente divise tra grano tenero (per pane, pizze, dolci e altri lievitati) e grano duro (destinato quasi interamente alla produzione di pasta). Due mercati molto diversi tra loro, spiegano da Italmopa – l'associazione italiana mugnai d'Italia iscritta a Confindustria che riunisce la maggioranza dei player del settore – e con andamenti molto diversi.

Il pane, ad esempio, è il prodotto più in difficoltà: la riduzione del suo consumo è considerata strutturale dagli addetti del settore. Nel 2016, la flessione è stata del 3,1%, ed è attribuibile in primo luogo al cambiamento delle modalità di acquisto quotidiano e «alla tendenza, favorita dalla crisi, a contenere gli sprechi», si legge nel report dell'Assemblea generale di Italmopa.

NON È UN CASO che il consumo pro capite di pane in Italia sia di meno di 43 chilogrammi pro-capite, largamente inferiore ai principali Paesi comunitari, a partire da Germania (81 chilogrammi), Spagna e Regno Unito (entrambi a 48 kg). Cresce l'utilizzo di farine tenere per la produzione di pizza artigianale, *take away* e negozi (+2,8%), e biscotteria (+2,4%).

Per quanto riguarda il grano duro, invece, l'incremento dell'export compensa l'ulteriore frenata dei consumi interni, con un saldo dell'1,3%.

A trainare gli acquisti – in entrambi i rami del comparto – «le richieste per prodotti innovativi, considerati salutistici dai consumatori od ottenuti con materie prime regionali o locali», si legge nel report di Italmopa. L'aumento oscilla, a seconda della tipologia, tra il 10% e il 30% e riguarda il mercato nazionale: i prodotti bio, integrali e, parzialmente, *free from* (come quelli senza glutine), non possono più essere considerati una nicchia, rappresentando una fetta interessante nei fatturati e nelle vendite dell'industria molitoria.

QUESTI, dunque, i dati. Con un paradosso che condiziona l'intero comparto: il grano italiano copre solo il 70% del fabbisogno per la produzione di pasta. E dunque le aziende devono approvvigionarsi all'estero. Ora, le imprese dovranno correttamente indicare in etichetta la provenienza e il Paese di macinazione del grano usato per realizzare la pasta. Una novità che ha fatto arrabbiare i produttori, secondo cui la materia prima importata nei molini nostrani è della migliore qualità ed eccessivi sarebbero gli allarmismi sugli scarsi controlli del grano proveniente da fuori confine. Dopo che il Tar ha respinto il ricorso dei produttori, la novità entrerà in vigore a partire da metà febbraio (sono stati concessi 180 giorni per adeguare le confezioni).

UNA RISPOSTA «di squadra» a questa situazione è stata la firma di un patto di filiera per aumenta-

re la disponibilità di grano duro italiano adatto alla pastificazione, incentivandone la produzione sostenibile e la tracciabilità, e sostenendo gli agricoltori che scelgono di puntare sulla qualità. L'intesa è stata sottoscritta da Associazione delle industrie del dolce e della pasta italiane (Aidepi), Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, Cia, Confagricoltura, Copagri e Italmopa, una serie di sigle che contiene, tra l'altro, l'80% dell'industria della trasformazione del frumento e, complessivamente, poco meno della metà di tutta l'agroindustria italiana.

Tra i punti di questo manifesto figurano «incentivi ai produttori di grano duro di qualità», magari con caratteristiche legate a uno specifico territorio, «la concentrazione progressiva dell'offerta di grano duro» – attualmente troppo parcellizzata – e «il censimento dei 1.000 centri di stoccaggio italiani» (meno di un terzo dei quali è idoneo alla conservazione del grano duro di qualità) e «la promozione di un'immagine forte della pasta italiana», anche come risposta al «discutibile dibattito mediatico e politico» animato in questi ultimi mesi, spiegano i firmatari. Che si propongono infine una serie di iniziative per «fare chiarezza su sicurezza e affidabilità di tutta la pasta, arginando l'ondata di *fake news* su questo prodotto simbolo del Made in Italy e della dieta mediterranea».





La mancanza di materia prima

La produzione tricolore di grano duro per pasta copre solo il 70% del fabbisogno nazionale. Inoltre, il 30% dei grani è poco adatto alla pastificazione e solo il 35% è di alta qualità.

L'etichettatura obbligatoria

Da metà febbraio la legge impone che, sui pacchi di pasta sia indicata la provenienza del grano usato. Respinto, infatti, il ricorso al Tar dei produttori, che sottolineano i controlli rigidi sulle farine importate.

Ecco il protocollo del rilancio

Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, Aidepi, Cia, Confagricoltura, Copagri e Italmopa hanno firmato un protocollo di filiera per la promozione e il rilancio del grano duro e della pasta italiana.



VOLANO I PRODOTTI SALUTISTI

Tra le note positive del settore, il boom dei prodotti salutisti, biologici o fatti con prodotti regionali e locali