

23 ottobre 2014

Cresce la domanda di pasta, ma solo il 30% è italiana

Roma

«Nel mondo sta crescendo la domanda di pasta, ma se venti anni fa il 50% dei consumi planetari era italiana, ora la fetta di mercato globale delle produzioni made in Italy è del 30%». Quindi solo 3 spaghettoni su 10 sono italiani. Lo ha detto, a Roma in occasione del concerto di beneficenza di Noa per la Fondazione Inse, Furio Bragagnolo, presidente di pastaZara, gruppo con tre stabilimenti in Italia - a Riese Pio (Treviso), Muggia (Trieste) e Rovato (Brescia) - con una produzione di 1.500 tonnellate di pasta al

giorno - e un mulino proprio nelle Marche.
«Negli ultimi 20 anni l'Italia ha perso la leadership di mercato - ha detto l'imprenditore - anche se in tutto il mondo ci è riconosciuta la leadership qualitativa e di sicurezza alimentare. E questi primati, legati alla nostra tradizione, hanno alta valenza commerciale. Ma al Sial di Parigi gli stand dei pastifici turchi hanno la parte del leone, e nuovi competitori del Nord Africa, oltre che di Grecia e Spagna, fanno politiche aggressive sul prezzo». E però «ottimista sul futuro di questa piuma di diamante dell'agroal-

mentare italiano». Massimo D'Aiuto, Ad della Simest Spa, finanziaria con 76% del capitale e preside della Cassa Depositi e prestiti, ha detto che le principali banche italiane, che negli ultimi tre anni ha investito 11 milioni di euro entrando, come fece la finanziaria del Fvg Friulia, nella compagnia di pastaZara. «Dobbiamo essere noi - ha detto D'Aiuto - ad esse-

re più bravi e soddisfare la domanda crescente di pasta nel mondo». PastaZara, ha sottolineato Bragagnolo, «è la seconda realtà in Italia, dopo Barilla, ma è il primo per le esportazioni del primo piatto all'italiana. Va all'estero, in 106 Paesi dei due emisferi, il 92% della produzione di pasta, insieme a sugli pronti e olio». La famiglia, alla 4/a generazione alla guida del gruppo, punta ora in particolare ai mercati delle ex repubbliche sovietiche, e del Medio Oriente, dove ha aperto un ufficio commerciale ad Alessandria d'Egitto; ed è uno storico

fornitore sia di Israele che della Russia che è primo mercato di Shocco. La produzione attesa nel 2014 è di 320 mila tonnellate, con un fatturato stimato di 260 milioni di euro.

«Per raggiungere un migliaio di clienti della Cdo (supermarket, distribuzione organizzata) nei quattro angoli del mondo - ha detto il presidente di pastaZara - quello che non abbiamo speso in pubblicità, lo abbiamo investito in ricerca sulle migliori semole, anche alla luce dei cambiamenti climatici in corso, e in tecnologia di produzione e confezionamen-

to. Basti pensare alla necessità di disporre etichette e packaging in tante lingue diverse per raggiungere 106 Paesi».

Sulla possibilità di certificare la produzione made in Italy in etichetta Bragagnolo ha sottolineato che «i grandi pastifici nazionali sono in seconda linea». La nostra materia prima è la semola di grano duro che è una miscela di grani. E la produzione cerealicola nazionale non solo non è sufficiente per il fabbisogno ma in annate come questa, terribili dal punto di vista meteo, non sarebbe stato possibile produrre un filato. La tracciabilità - ha sottolineato - in fine l'imprenditore - va dunque imposta non sul grano ma sulla semola di grano duro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA