

Dai classici alle novità, la pasta è in salute Fatturato in crescita, l'export sarà trainante

Mentre a Parma è in corso il salone internazionale dell'alimentazione Cibus, un'indagine di **Cerved** testimonia il buon momento del settore: il giro d'affari ha raggiunto 4,1 miliardi, con una crescita del 4,2%.



**L'ANDAMENTO
DEL SETTORE
IN ITALIA**

Più produzione nel prossimo biennio

Dopo un leggero calo, per il 2016 e il 2017 si prevede una ripresa della produzione con tassi di crescita più contenuti rispetto al passato. A trainare la produzione saranno le vendite estere.

Incremento di vendite all'estero

La quantità del prodotto esportato è pari al 53,6%. Se i consumi interni confermeranno l'andamento in lieve calo nel 2016, le vendite estere cresceranno con l'apertura di nuovi mercati.

Nuove frontiere dell'esportazione

I paesi baltici, l'estremo oriente e il Sud America costituiranno sbocchi con maggiore potenzialità di crescita. Grandi importatori restano Germania, Regno Unito, Francia e Stati Uniti.

Imprese

Sono 5.244 le aziende del comparto

Addetti

Da nord a sud sono 7.500 gli occupati

Giuseppe Catapano
■ BOLOGNA

NOTIZIA: anche nel più tradizionale dei settori è trainante l'innovazione. Già da qualche anno, il comparto della pasta alimentare fa i conti con le nuove tendenze. La voglia di biologico, la necessità di prodotti senza glutine o quella di chi si riscopre salutista e trova nel kamut o nel farro la nuova frontiera della corretta alimentazione. Le novità e il grande classico (la semola), voci diverse di un medesimo comparto di grande prestigio per l'Italia. Lo testimonia un'indagine di **Cerved**, proprio mentre a Parma – domani l'ultima giornata – è in corso la diciottesima edizione di Cibus, salone internazionale dell'alimentazione. I numeri delineano uno scenario futuro roseo: il fatturato del settore, in Italia, ha raggiunto nel 2015 il picco di 4,1 miliardi di euro con una crescita del 4,2% rispetto all'anno precedente. I volumi prodotti sfiorano le 3.350 migliaia di tonnellate, con un calo del 4,3% in controtendenza rispetto

al passato a causa del calo delle esportazioni. Per il 2016 e il 2017, però, si prevede una ripresa della produzione settoriale in volume anche se con tassi di crescita più contenuti che in passato. A trainare la produzione saranno sempre le vendite estere, che riprenderanno a crescere pur in misura più contenuta. Basti pensare che la quantità del prodotto esportato è del 53,6%. Se i consumi interni confermeranno l'andamento in lieve calo nel 2016 per poi mostrare un trend stabile nell'anno successivo, le vendite estere continueranno a crescere con l'apertura di nuovi mercati.

«I **PAESI** baltici, l'estremo oriente e il Sud America costituiranno sbocchi con maggiore potenzialità di crescita per le nostre aziende – precisa Alessandra Romanó, direttore area marketing solutions di **Cerved** – mentre restano grandi importatori Germania, Regno Unito, Francia e Stati Uniti». Dove Barilla ha aperto due stabilimenti: anche questo spiega il lieve calo dell'export.

In Italia – il paese della pasta – il mercato è giocoforza stabile: il consumo di pasta secca (67,8% del mercato interno) è in lieve calo, l'andamento della pasta fresca (28,9%) si prevede stazionario nel 2016 e in crescita nei due anni successivi, la pasta surgelata (2,5%) avrà un andamento in lieve crescita per la ripresa dei consumi fuori casa, mentre la pasta ripiena secca conferma la sua posizione marginale (0,8%) con andamenti sostanzialmente stabili o in lieve flessione. Barilla è leader di un settore che vanta la maggior parte della aziende al sud Italia e la maggior parte della produzione al nord. Sono 5.244 le imprese attive con 7.500 addetti impegnati. Come dire: la pasta, simbolo della dieta mediterranea, 'fa' salute ed è in salute.



«Aumenta la domanda di prodotto biologico»

■ CENTO (Ferrara)

UNA STORIA lunga sessant'anni. È quella del pastificio Andalini, nato a Cento nel 1956 come piccola bottega artigianale e oggi azienda a dimensione industriale.

«Ciò nonostante conserviamo l'artigianalità del prodotto», premette Stefano Venturi, di-

rettore commerciale e marketing di Andalini. Pastificio che ha saputo cogliere le nuove tendenze del mercato.

«**IL NOSTRO** – continua Venturi – è un settore legato alla tradizione, in cui negli ultimi anni c'è stato un cambiamento nelle abitudini dei consumi: il comparto del biologico, che in-

tercetta un'esigenza salutistica sempre più diffusa in Italia arrivata in ritardo rispetto ad altri paesi come Francia e Germania, cresce in doppia cifra». L'altra novità è il notevole incremento della domanda di pasta al farro, «materia prima che ha un ridotto apporto di glutine».



ANDALINI Il manager Stefano Venturi