



Pasta italiana: ogni anno investiti mezzo miliardo di euro per l'innovazione

La pasta rimane al centro dei consumi degli italiani ma, seppur apparentemente statico, il settore negli ultimi anni ha vissuto una profonda evoluzione, in cui l'innovazione gioca un ruolo fondamentale. **AIDEPI**, l'Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane, le cui aziende iscritte coprono complessivamente circa l'80% del mercato, rappresenta un gruppo di produttori che difendono la tradizione italiana della Pasta; proprio AIDEPI ha effettuato un lungo studio per osservare i cambiamenti che hanno riguardato il settore negli ultimi anni. Secondo i dati, infatti, la pasta viene consumata almeno cinque volte a settimana ma la scelta sul tipo di pasta è dettata da vari fattori, che vanno dalle scelte personali alle necessità dettate da intolleranze o allergie alimentari. Secondo un'indagine IRI, 1 italiano su 2 (48%) si dice interessato a nuovi ingredienti, nuovi prodotti e nuovi tipi di pasta. Per queste ragioni, le aziende negli anni hanno scelto di affidarsi all'innovazione per ampliare l'offerta dei prodotti e gli scaffali dei supermercati si sono riempiti di nuovi prodotti: pasta biologica, pasta senza glutine, pasta realizzata con farine speciali come il Farro, il Kamut e anche la Canapa. Secondo una stima di AIDEPI, i pastai italiani investono in innovazione, ricerca e sviluppo circa 500 milioni di euro l'anno, il 10% del fatturato del settore, per migliorare la qualità, guardando alla pasta del futuro. L'innovazione tocca in primis gli impianti stessi dei pastifici, che sono stati ampliati e sono stati realizzati impianti sempre più moderni e sofisticati, che possono impastare e

trafilare fino a 7mila kg/ora di pasta, e processi di essiccazione sempre più sofisticati e personalizzati per ogni formato. Anche la competenza e la formazione del professionale hanno subito profondi mutamenti perché l'apporto umano resta imprescindibile e controlla un sistema di produzione sempre più complesso. Rispetto a 30 o 50 anni fa, la pasta è di qualità superiore e tiene meglio la cottura; ciò deriva non solo dalle nuove tecniche di lavorazione, ma anche perché sono stati cercati i grani migliori anche in giro per il mondo. L'innovazione nell'offerta di nuovi prodotti per i consumatori, si concretizza anche nella progettazione di nuovi formati. Corta o lunga, liscia o rigata, fine, piena o bucata: secondo AIDEPI oggi sono circa 300 i formati prodotti e consumati in Italia. La campagna **We Love Pasta** nasce per promuovere la cultura della Pasta, simbolo del Made in Italy sulle tavole di tutto il mondo, e della dieta mediterranea, considerata patrimonio immateriale dell'Umanità.

Manuela Di Luccio

Aidepi We Love Pasta

Viale del Poggio Fiorito, 61

00144, Roma