**PASTA, I NUOVI TREND SALUTISTICI E GREEN TRAINANO I CONSUMI GLOBALI (+2,3%)**

**IN BRASILE IL WORLD PASTA DAY 2017**

**RICERCA IPO/NIELSEN: CAMERUN, FILIPPINE, SUDAFRICA, GUATEMALA E ROMANIA, 5 NUOVI MERCATI SU CUI PUNTARE**

**RIPRENDE LA CRESCITA NEI MERCATI PIÙ CONSOLIDATI**

**Roma, 1 giugno 2017 -** Le nuove tendenze di consumo premiano salute e sostenibilità . E trainano quindi anche il mercato della pasta, con una forte crescita nei paesi più strategici. Lo afferma uno studio di **The Nielsen Company presentato in occasione di un board dell’IPO (International Pasta Organization)**, l’Associazione che riunisce i pastai di tutto il mondo, di cui l’Aidepi, Associazione delle industrie del Dolce e della Pasta italiane cura la segreteria, in corso questa settimana a Uzwil, in Svizzera.

Secondo **Stefano Galli, Global Business Partner di Nielsen**, “*Stiamo assistendo ad un incremento delle vendite globali della pasta, pari al +2,3%, in quanto i consumatori cercano prodotti green e Bio e come la Pasta Biologica, che sta crescendo a due zeri in alcuni paesi*.”

Questo trend è influenzato dalle nuove abitudini dei consumatori, che mostrano un crescente interesse per il benessere e un approccio sostenibile nei confronti dell’alimentazione, e dalla risposta dei produttori di pasta, che offrono prodotti innovativi in grado di soddisfare esigenze diverse. “*In generale* – spiega **Galli** – *i consumatori hanno un atteggiamento positivo nei confronti della pasta, riconoscendola come uno dei principali alimenti salutari. Lo dimostra tanto la ripresa dei consumi in alcuni mercati maturi quanto la crescita registrata nei mercati emergenti*”. Una buona notizia per l'industria della pasta, che da annui combatte contro la carbofobia, alimentata dall'insorgere di diete iperproteiche e da mode alimentari poco sane e bilanciate.

“*Fortunatamente, la gente sta cominciando a rendersi conto della verità sulla pasta: fa bene, a noi e al pianeta, soprattutto mangiata nel modo giusto* - ha dichiarato **Paolo Barilla, Presidente di IPO**. “*Fatta di due semplici ingredienti, come semola di grano duro e acqua, la pasta è un carboidrato complesso che, combinato con verdure, legumi e altri alimenti sani, sa essere deliziosa ed è una delle più semplici e salutari scelte da portare in tavola”*.

**La crescita della pasta senza glutine**

Valori di segno positivo anche per prodotti di nicchia come la pasta senza glutine, nonostante la percentuale di chi deve evitare il glutine per motivi di salute rappresenti un piccolo segmento. Per la popolazione restante, infatti, non c’è prova di alcun beneficio per la salute derivante dall’eliminazione del glutine dalla dieta. Una affermazione validata da scienziati e nutrizionisti di tutto il mondo, e scritta nero su bianco nel documento di Consenso Scientifico “Healthy Pasta Meal” rilasciato nel 2015, che riporta come "La maggior parte della popolazione può mangiare la pasta e non deve scegliere un prodotto senza glutine se non è affetta da un disturbo glutine-correlato correttamente diagnosticato. Per chi è intollerante o allergico al glutine o soffre di celiachia esistono alternative senza glutine.”

**Il mercato globale premia gli investimenti green: 2 consumatori su 3 disposti a pagare di più un prodotto sostenibile**

Tra i vantaggi della pasta, il fatto che si tratta di un alimento naturale e dall’ impatto ambientale estremamente basso, fattori sempre più premianti agli occhi del consumatore di oggi. Inoltre, è un alimento a basso indice glicemico che dà sazietà a lungo, che fornisce al nostro corpo carboidrati e proteine. È facile da trasportare o conservare, ed è pronta in pochi minuti. Ma c’è un altro vantaggio che favorisce i produttori che puntano sul lato “green” del cibo: sempre secondo i dati di Nielsen, **il 66% dei consumatori è disposto a pagare di più pur di avere un prodotto attento all’ambiente**. Secondo Stefano Galli, i mercati chiave che contribuiscono alla crescita di questa tendenza non sono quelli comunemente associati alla pasta. Parliamo ad esempio di Russia (Mosca, tra l’altro, è stata la sede del World Pasta Day 2016), Canada, Sudafrica, Turchia e Filippine.

**Pasta, ecco i 5 mercati su cui puntare**

E sono global anche i mercati del futuro identificati dalla ricerca. Quelli che hanno le potenzialità per una sostanziale crescita futura sono infatti Camerun, Sudafrica, Filippine, Guatemala e Romania. Un’assicurazione per il futuro di questo alimento, capace di adattarsi a differenti culture alimentari. E infatti, secondo Nielsen, la crescita futura dipenderà dalla capacità di innovazione del settore, e dalla capacità di intercettare i trend di Millennials e degli Influencer della rete.

**Il World Pasta Day 2017 in Brasile**

A proposito di pasta globale, l'IPO ha annunciato che l’edizione 2017 del World Pasta Day si terrà a San Paulo del Brasile. Dal 1998, la Giornata Mondiale della Pasta è un appuntamento fisso che ogni 25 ottobre celebrare l'importante ruolo svolto dalla pasta per nutrire il mondo e la sua capacità di adattarsi a ogni cultura. All’interno di questa ricorrenza, si svolge l’iniziativa “Pasta for All”, un programma coordinato in cui Paesi e chef di tutto il mondo doneranno oltre un milione di piatti di pasta ad Associazioni locali impegnate nella lotta contro la fame.

**Ufficio stampa AIDEPI** - **IPO**

**INC** – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Matteo De Angelis Tel. 334 6788708 – [m.deangelis@inc-comunicazione.it](mailto:m.deangelis@inc-comunicazione.it)

Ivana Calò Tel. 324 8175786 – [i.calo@inc-comunicazione.it](mailto:i.calo@inc-comunicazione.it)

**Responsabile ufficio stampa e comunicazione AIDEPI**

Roberta Russo Tel. 342 3418400 – [roberta.russo@aidepi.it](mailto:roberta.russo@aidepi.it)