**NUTRIRE IL PIANETA CON LA PASTA: LA SFIDA GLOBALE DEL WORLD PASTA DAY**

**IN 15 ANNI CRESCE DEL +56% LA SUA PRODUZIONE NEL MONDO**

**E CONQUISTA CINA E AFRICA SUBSAHARIANA**

*A Expo il World Pasta Day & Congress 2015 (25-27 ottobre) per raccontare i pregi nutrizionali, la sostenibilità e la capacità del prodotto, presente in quasi 200 Paesi, di far parte della soluzione delle tante sfide lanciate dall’esposizione. Nel 2014 prodotte 14,5 milioni di tonnellate (+56% in 15 anni). E’ italiano 1 piatto di pasta su 4 consumati nel mondo. AIDEPI, boom di Italian pasta lovers in USA, Cina e Africa subsahariana.*

*La pasta conquista nuove culture: in Cina si fa col wok, in Usa con pentola a pressione.*

*Pasta e diete low-carb, solo il 2% degli italiani le ha provate, il 42% degli americani*

*le ha abbandonate perché “alla pasta non può rinunciare”.*

*I consigli dell’International Pasta Organisation per dimezzare lo spreco domestico di pasta in 10 anni.*

Un piatto di pasta per nutrire il pianeta in modo sostenibile. Con questo auspicio si apre a **Expo2015 il World Pasta Day & Congress 2015 (25-27 ottobre**), la “festa della pasta” che torna nel Paese che le ha dato i natali per riflettere sul ruolo di questo alimento nella lotta a malnutrizione e obesità. **E una sfida globale la pasta l’ha già vinta: 15 anni fa nel mondo se ne producevano 9,3 milioni di tonnellate, contro 14,5 milioni del 2014 (+56%)**. Nello stesso periodo i Paesi che ne producono oltre mille tonnellate l’anno sono passati da 27 a 47 (+74%). E sono 52 (erano 29 15 anni fa, + 79%) i Paesi in cui si consuma almeno 1 kg di pasta pro capite all’anno.

**La Giornata mondiale della Pasta, che si festeggia ogni anno il 25 ottobre**, si svolgerà quest’anno a Milano, nell’ideale abbraccio di Expo 2015, dove **IPO (International Pasta Organisation)** e **AIDEPI** **(Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane)** hanno convocato oltre **300** tra produttori, scienziati, opinion leader, economisti, Istituzioni e media di tutto il mondo per celebrare questo alimento e valorizzare i suoi pregi nutrizionali e la sostenibilità del suo modello produttivo. Inoltre, **il 26 e il 27 ottobre, si terranno i lavori congressuali del V° World Pasta Congress**, che culminerà in un summit internazionale di nutrizionisti che si confronteranno sulle qualità nutrizionali del piatto simbolo dell’Italia (v. focus 2) e sarà ospitato da **HOST 2015** (Fiera Milano), manifestazione fieristica leader nel settore Ho.Re.Ca., foodservice, retail, GDo e hotellerie.

Diversi gli interventi che animeranno il World Pasta Day 2015 (v. focus 6 con il programma degli interventi), reso ancor più speciale dal **Patrocinio della Commissione Nazionale Italiana per l’UNESCO** che ne conferma l’alto valore sul piano scientifico, educativo e culturale. A raccontare passato, presente e futuro della pasta interverranno, tra gli altri, due food celebrities del calibro di **Massimo Bottura**, che racconterà la sua visione della pasta tra tradizione e modernità e **Bruno** **Serato**, chef americano votato dalla CNN eroe dell’anno per aver sfamato 1.200 bambini indigenti con un pasto nutrizionalmente equilibrato a base di pasta e verdure fresche, 365 giorni all'anno per 10 anni (v. focus 3).

**Paolo Barilla: “la pasta protagonista in un futuro sempre più globale”**

Quest’anno, la pasta farà suoi i temi centrali dell’Expo, “Nutrire il pianeta, energia per la vita”, come spiega **Paolo Barilla, Presidente di AIDEPI.** *“Viviamo le contraddizioni di dover sfamare un pianeta sospeso tra fame e obesità. La Pasta non può mancare nell’Esposizione universale dedicata all’alimentazione e alla food safety*. *Non solo è il piatto più ‘glocal’ del made in Italy alimentare, ma ha tutte le caratteristiche per rispondere alle complessità e all’incertezza di questo scenario alimentare. Abbiamo l’opportunità di raccontare davanti a tutto il mondo come questo alimento sano e naturale, consumato ormai in tutti i continenti, sia* ***una scelta alimentare nutrizionalmente valida******ed******economicamente accessibile*** *per tutte le categorie sociali.* *E il suo modello produttivo è efficiente anche dal punto di vista della gestione delle risorse naturali, e pertanto con* ***un contenuto impatto ambientale*** *–* aggiunge**Barilla***. Per esempio, il suo packaging permette un recupero al 100% dei materiali d'imballaggio e la sua impronta ecologica è minima: 1 m² globale per una porzione da 80 grammi. Per tutte queste ragioni, la pasta supera ogni frontiera e merita ulteriore sviluppo, conoscenza e diffusione*.”

**Riccardo felicetti: “in 10 anni riduciamo lo spreco domestico di pasta del 50%”**

Sul tema della sostenibilità della pasta (v. Focus 5), gli fa eco **Riccardo Felicetti, Presidente dell’International Pasta Organisation**, vero e proprio “Onu della Pasta”, che dal palcoscenico del World Pasta Day lancia un appello ai pasta lovers di tutto il mondo: “*La pasta in Italia* *rappresenta appena il 3,5% in valore sul totale dello spreco domestico, ma si può fare ancora meglio. Per questo facciamo nostro l’obiettivo che si è posto il Parlamento europeo di ridurre del 50% entro il 2025 la quantità di cibo gettato nella spazzatura. Per la pasta significa passare da circa 6 chilogrammi annui a famiglia a meno di 3… O, possibilmente, a zero. Non tutti sanno –* spiega**Felicetti** *- che la fase casalinga è quella che genera* ***ben il 38%*** *del totale dell’impronta carbonica. Basterebbe che tutti adottassimo alcuni piccoli accorgimenti nella sua preparazione per rendere un piatto di pasta… ancora più buono anche per l’ambiente.”*

Alcuni suggerimenti dell’IPO **per una pasta ecologica:** utilizzare solo la quantità di acqua necessaria, mettere il coperchio sulla pentola per accelerare l’ebollizione e aggiungere il sale dopo che l’acqua ha iniziato a bollire. Anche l’acqua di cottura della pasta può essere riutilizzata, per esempio per annaffiare le piante in balcone. (v. Focus 5).

**Un mondo di pasta lovers: Italia, Tunisia e Venezuela guidano la classifica dei consumi**

È di oltre 6,5 milioni di chilometri infatti la lunghezza del “serpentone” che otterremmo se mettessimo in fila le confezioni di spaghetti, fusilli e paccheri prodotte in tutto il mondo nel 2014. Sufficiente a fare il giro della terra per circa 160 volte. L'**Italia** guida, e non poteva essere altrimenti, la speciale classifica dei consumatori delle 14,5 milioni di tonnellate di pasta prodotte nel 2014, con **25 chili pro-capite annui**. La Tunisia, seconda, ne consuma 16 chili a testa, davanti a Venezuela (12 kg) e Grecia (11,2 kg). Più staccato un “gruppone” di Paesi il cui consumo pro capite si attesta tra gli 8 e i 9 chili, nel quale non mancano sorprese: gli Usa sono al settimo posto con 8,8 kg, mentre i pasta lovers asiatici sono guidati da Iran (8.5kg) e Turchia (7,5), ma il “balzo” più interessante è stato realizzato dall’Argentina, che con 9,1 kg pro capite è passata in 4 anni dal dodicesimo al sesto posto di questa speciale classifica. E che dire della Germania, dove il consumo di spaghetti è salito dai 3,5 kg pro capite del 1972 ai 5,4 del 1997 fino agli 8,5 kg del 2014…

**L’atlante dell’export di pasta italiana: Germania leader, bene gli USA, boom di Cina e Paesi africani**

Con quasi 3,5 milioni di tonnellate prodotte nel 2014, l’Italia è il leader del mercato mondiale della pasta, tanto che **un piatto di pasta su 4 (24%) mangiato nel mondo viene prodotto** dai nostri pastifici**, addirittura 7 su 10 di quelli consumati in Europa**. In 15 anni l’export di pasta italiana è cresciuto complessivamente di circa il 50%, +3,6% nel 2014 rispetto al 2013. Oggi esportiamo il 57% della nostra produzione nazionale – circa 2 milioni di tonnellate per un controvalore di 2 miliardi di euro - contro il 54% di 5 anni fa, il 48% del 2000... e il 5% del 1955. E quota 60% non è così lontana, anche se già ci sono pastai italiani che esportano oltre il 90% della produzione. Senza contare che la pasta fa anche da volano al consumo di prodotti tipici del primo piatto all’italiana come pomodoro, olio e formaggio. Che le aziende cominciano ad esportare con il proprio marchio, divenendo di fatto delle autentiche promotrici della Dieta Mediterranea nel mondo.

Nel 2014 la **Germania** **si conferma il principale mercato per gradimento della pasta tricolore** (oltre 360mila tonnellate e un’incidenza pari al 18,3% del totale), **seguita** **Regno** **Unito** **e** **Francia**, per entrambe 278mila tonnellate e 14,1% del totale. Al di fuori dell’Europa, sono gli **Usa** il primo sbocco, con 151 mila tonnellate e un peso del 7,7% in volume e del 9,5% in valore, davanti al **Giappone** (3,8% in volume). Questi “fantastici cinque” sono i mercati più consolidati per la pasta italiana, pesando più della metà (58%) sulla torta del nostro export. Analogamente, **il mercato europeo assorbe il 73,7% della domanda** (il 66,8% considerando i soli Paesi UE), davanti alle Americhe (11,2%) e all’Asia (10,9%). Per questi continenti, il 2014 ha registrato un tasso di crescita positivo e uniforme attorno al 4 per cento in volume.

**In crescita gli italian pasta lovers** anche in Paesi emergenti, dove la voglia di pasta va oltre l’ostacolo di diverse culture gastronomiche: **nei Paesi BRICS** (+11,2% in volume nel 2014), con **Russia** (+11,5%), **India** (+15,4%) **e, soprattutto, la Cina (+37,9%)** a trainare la passione per la pasta e, più in generale, per tutto il food italiano.

**Nei primi 6 mesi del 2015,** i mercati più ricettivi alla pasta italiana sono stati: nelle Americhe il **Canada** (+8,4%), in Asia **Arabia** **Saudita** (+65,1%) e l’estremo oriente con **Cina** (+23,1%), **Taiwan** (+15,4%) e **Thailandia** (+12,9%), mentre il **boom di Sud Africa (+33,2%), Kenya (+40,8%) e, soprattutto, Tanzania (+295,8%)** conferma che l’Africa subsahariana rappresenta la nuova frontiera per la pasta globale e laboratorio per mostrare come dalla pasta possa arrivare una risposta importante a fame, carestie e malnutrizione.

**Una nuova esigenza: creare nuovi prodotti adatti alle culture di Paesi “lontani”**

In un panorama di 188 Paesi importatori di pasta italiana (erano 140 nel 1991, +34%), la pasta mostra la sua adattabilità a stili alimentari e culture gastronomiche eterogenei. Tra le **tendenze** globali degli ultimi anni cavalcate dall’industria della pasta, la diffusione di **formati “maxi” tipicamente italiani**, come paccheri, conchiglioni & co nei mercati più maturi; la sperimentazione di **paste speciali** con impasti arricchiti di minerali, vitamine o “superfoods” (bietola rossa, rosmarino, fagioli, farina di canapa, ecc), **la pasta a rapida cottura**, più ricca d’acqua rispetto alla pasta comune e pronta in 4 minuti. E **prodotti pronti** già confezionati con il loro condimento, da cuocere nel wok (per conquistare la Cina) o “risottati” in pentola, o in pentola a pressione, per gli americani che non amano utilizzare due recipienti per bollire la pasta e preparare il sugo. Più trasversale la richiesta di pasta gluten free di qualità.

**diete low-carb: solo il 2% degli italiani le ha provate. e negli USA il 42% le abbandona perché non sa rinunciare alla pasta…**

Sembra un paradosso, ma anche in Italia la pasta è sotto l’attacco delle diete iperproteiche (Zona, Dukan, Paleolitica, ecc), che da oltre 30 anni promettono dimagrimenti “lampo”, demonizzando carboidrati e tutto ciò che deriva da grano e cereali. Fortuna che, secondo la **ricerca Doxa/AIDEPI** dal titolo **“Diete low-carb: cosa ne pensano gli italiani”**, su 1000 casi rappresentativi della popolazione italiana, si scopre che **soltanto il 2% dei nostri connazionali ha dichiarato di averne seguita una** e la **dieta ideale resta, per il 72% degli italiani, quella Mediterranea**, basata sui carboidrati di pane e pasta.Se queste diete non fanno breccia in Italia è perché **il 70%** della popolazione **le considera “un controsenso** nel Paese della Dieta Mediterranea”, tanto che il **57% è convinto che non le seguirà mai.** Per **il 53% degli italiani**, infatti, **è impossibile rinunciare alla pasta e al pane (45%)**. E **per il 90% degli italiani la pasta** non solo è buona, ma **fa** anche **bene alla salute.**

Un altro elemento incoraggiante arriva anche dagli USA, patria della moda iperproteica. Dove secondo un recente studio della National Pasta Association, il **42%** degli americani che ha tentato una **dieta low-carb l’ha abbandonata perché non riusciva a rinunciare alla pasta**.

**Pasta global anche in Italia, ormai la consuma l’83% dei “nuovi italiani” (+5% in 7 anni)**

Chi invece fa bandiera dell’apprezzamento per la pasta italiana è il pezzo di mondo che troviamo a casa nostra. Il consumo di pasta dei nuovi italiani rappresenta infatti l’altra faccia della medaglia della dimensione globale di questo alimento. Secondo l’ultimo **Osservatorio Immigrati Doxa/Etnocom,** nel 2007 **gli stranieri regolarmente residenti** nel nostro paese che apprezzavano il piatto simbolo dell’eccellenza della cucina italiana erano circa 2 milioni e 400 mila. Saliti, nel giro di meno di un decennio, a **oltre 4 milioni e mezzo di persone, in pratica l’83% dei cosiddetti “nuovi italiani**”. E se in 20 anni i consumi pro capite hanno tenuto, è anche grazie all’apprezzamento crescente di una fetta della popolazione pari oggi a circa il 10% del totale, che arriverà a 10 milioni di persone nel 2050. Una vera e propria assicurazione sul futuro di questo alimento.

**Ufficio stampa AIDEPI**

**INC** – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Federica Gramegna Tel. 373 5515109 – [f.gramegna@inc-comunicazione.it](mailto:f.gramegna@inc-comunicazione.it)

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

**Responsabile ufficio stampa e comunicazione AIDEPI**

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