Pizza e pasta, tutto cambia perché tutto… sia sempre classico

pizza-pasta-host-3c7d1075

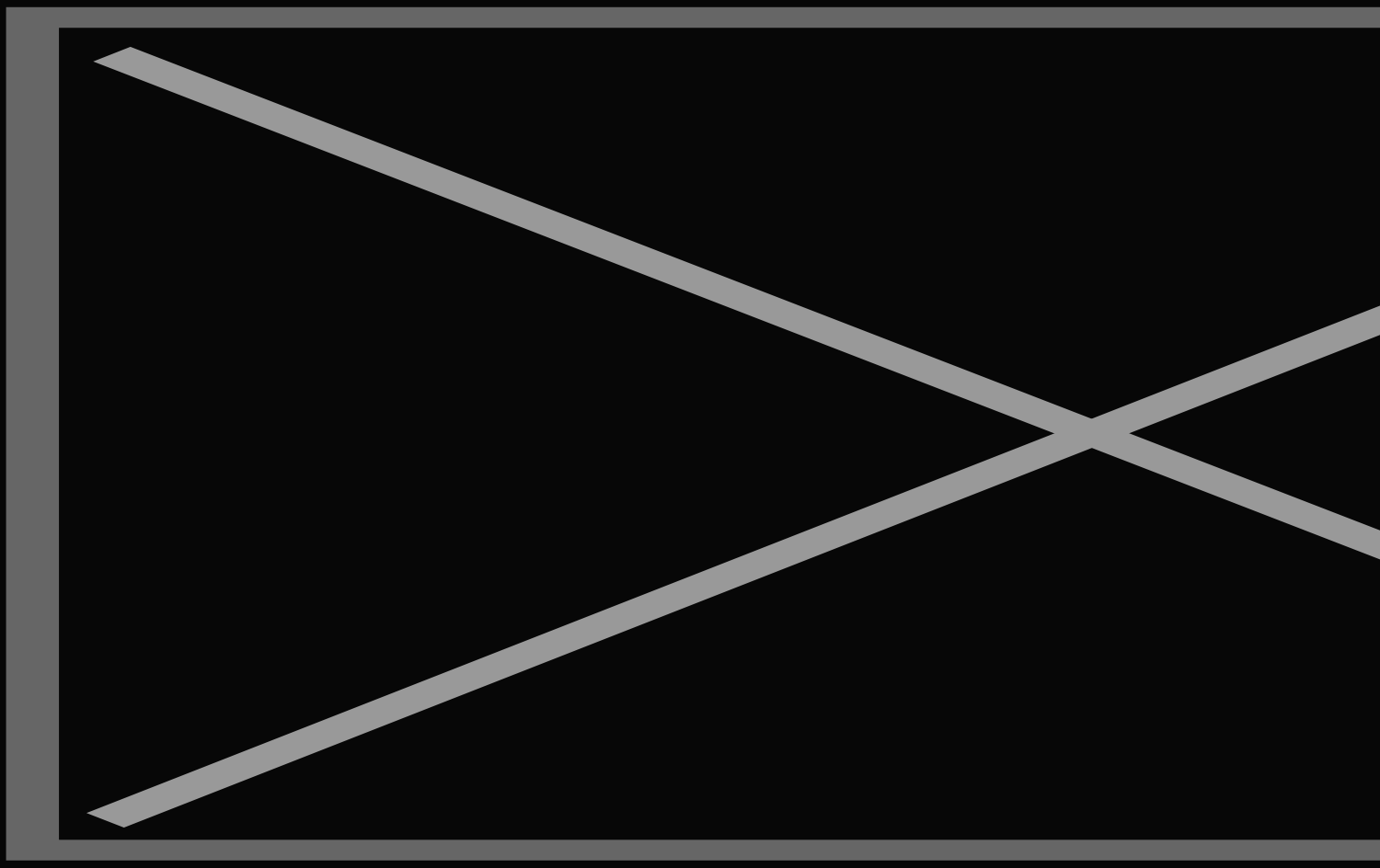
Pizza e pasta. I due grandi classici del mangiar bene italiano sono sempre più popolari nel mondo e al contempo sempre meno “classici”: cambiano e si evolvono per rispondere alle nuove esigenze nutrizionali e, perché no, alle mode alimentari, supportate dall’innovazione di prodotto e dalle tecnologie. Un trend che è anche una necessità per i produttori italiani: il nostro Paese rimane il primo produttore di pasta al mondo, ed è senz’altro la patria della pizza, ma il nostro primato è sempre più insidiato dai competitori esteri. Vediamo come.

PRIMATI CHE RESISTONO, MA SOTTO PRESSIONE

Secondo dati di Confagricoltura, l’Italia produce 3,36 milioni di tonnellate di pasta l’anno e risulta saldamente al primo posto anche nella classifica dell’export, con 1,9 milioni di tonnellate. L’Italia rimane forte dei suoi primati, della sua storia e della sua tradizione culturale e rappresenta ancora ad oggi il 67% della produzione europea e circa un quarto dell’intera produzione mondiale. In pratica un piatto di pasta su 4 mangiato nel mondo e circa 3 su 4 in Europa vengono preparati con pasta italiana. Ma colpisce il balzo di produttori extra-UE come la Turchia, dove la produzione di pasta è cresciuta del 77% in soli 5 anni, passando da 850 mila a oltre 1,5 milioni di tonnellate.Per quanto riguarda la pizza, la Confederazione nazionale dell’artigianato e della piccola e media impresa (CNA) stima che ogni giorno vengano sfornate in Italia 8 milioni di pizze, per un totale di circa 3 miliardi in un anno. Le imprese che vendono pizze sono circa 127 mila, di cui circa 76 mila sono esercizi pubblici dedicati alla ristorazione. Circa la metà di questi ultimi sono bar con pizzeria e la restante metà circa sono ristoranti con pizzeria. I pizzaioli impiegati nell’attività – si legge invece in una nota – sono quasi 105 mila, ma superano i 200 mila nei fine settimana. Anche qui il primato tricolore sembrerebbe inattaccabile. Ma un altro studio, promosso da Coldiretti e condotto da Ixè, rivela che nel nostro Paese due pizze su tre sono in realtà “straniere”. In che senso? Nel senso che sono prodotte con farina, pomodoro, mozzarella e olio non italiani. Lo dicono i dati: ogni anno, infatti, importiamo circa 480 milioni di chili di olio di oliva e sansa, oltre 80 milioni di chili di cagliate per mozzarelle, 105 milioni di chili di

concentrato di pomodoro – dei quali 58 milioni dagli Usa e 29 milioni dalla Cina – e 3,6 miliardi di chili di grano tenero.

[caption id="attachment_159912" align="alignnone" width="1226"]



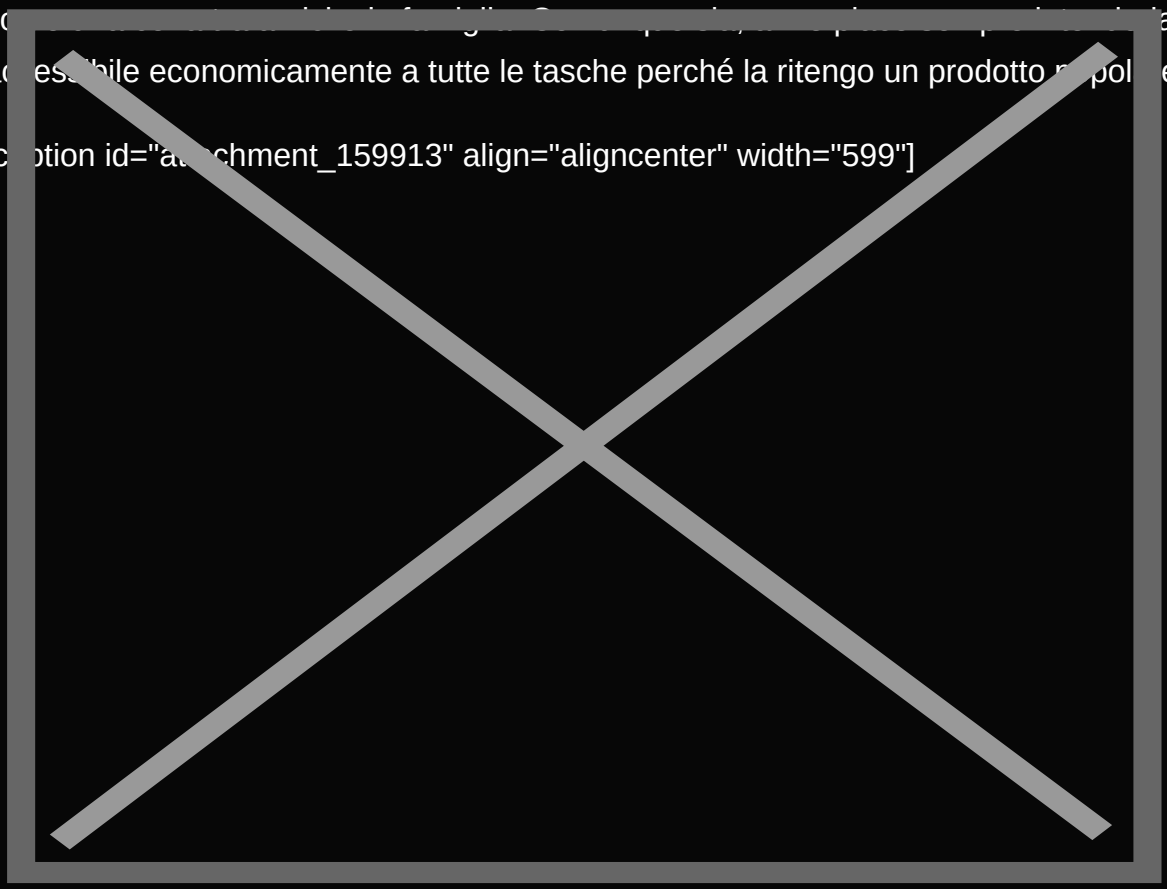
Nel nostro Paese due pizze su tre sono in realtà “straniere”. Nel senso che sono prodotte con farina, pomodoro, mozzarella e olio non italiani. Fonte: studio Ixè per Coldiretti[/caption]

LA VOCE DEI PRODUTTORI: VALORIZZARE

Nessuno come i produttori, in particolare di forni, ha il polso dei cambiamenti in atto. “In un momento storico in cui il food e in particolare la pizza stanno vivendo un boom di fama, anche grazie all’impegno di molti pizzaioli nell’aver portato alla valorizzazione di questo prodotto, la reazione del mondo pizza è stata di cercare una sua unicità – dice **Viola Valoriani, Export Manager di Valoriani** –. Questo ha portato a una notevole differenziazione di tipologie d’impasto, alla ricerca di ingredienti per il topping sempre più ricercati e più in generale a continue innovazioni. Penso che con il tempo arriveremo a una stabilizzazione, in cui la ricerca si focalizzerà principalmente sulla qualità delle materie prime e sulle migliori tecniche di preparazione, ritornando un po’ alla semplicità originaria”. E anche il lavoro del pizzaiolo dovrà cambiare: “Ci saranno maggiori conoscenze e tecniche che

permetteranno una continua ricerca della ‘pizza perfetta’. Ritengo però che sia un mestiere tradizionale che, seppure nelle sue continue trasformazioni e sviluppi, manterrà l’aspetto manuale e artigianale che da sempre lo caratterizza – aggiunge **Marco Morello di Morello Forni** –. Bisogna mettersi in testa che non esiste una sola tipologia di pizza e che la pizza ha diritto di personalizzazione sia nel gusto sia nel processo di lavorazione – incalza – dalla scelta delle materie prime alla loro valorizzazione con i vari metodi di utilizzo alla cottura. Mi aspetto in futuro una pizza sempre più coinvolgente e conviviale. Mangiarla non significa solo nutrirsi, la pizza può essere un pasto o uno spuntino veloce ma spesso e volentieri si sceglie in occasioni di svago e divertimento, co[illegible]a come un prodotto ac[illegible]ile economicamente a tutte le tasche perché la ritengo un prodotto n[illegible]e”.

[caption id="attachment_159913" align="aligncenter" width="599"]

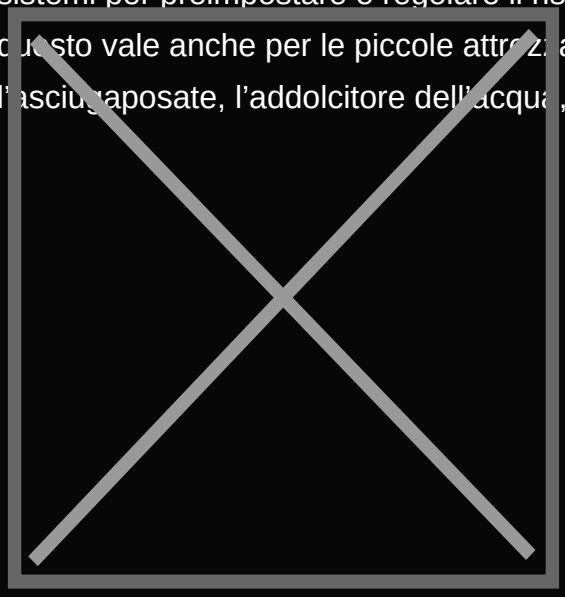


"Oggi esistono sistemi per preimpostare e regolare il riscaldamento della pasta anche da remoto e anche piccole attrezzature che facilitano il lavoro e aumentano l’igiene" Gino Sorbillo[/caption]

IL PARERE DEL MAESTRO E IL RISCONTRO DEI NUMERI

E se una volta i ristoratori usavano la pizza per attirare clienti all’apertura, ma poi a locale avviato la toglievano come se si vergognassero, oggi la pizza “entra dalla porta principale”, è oggetto di ricette

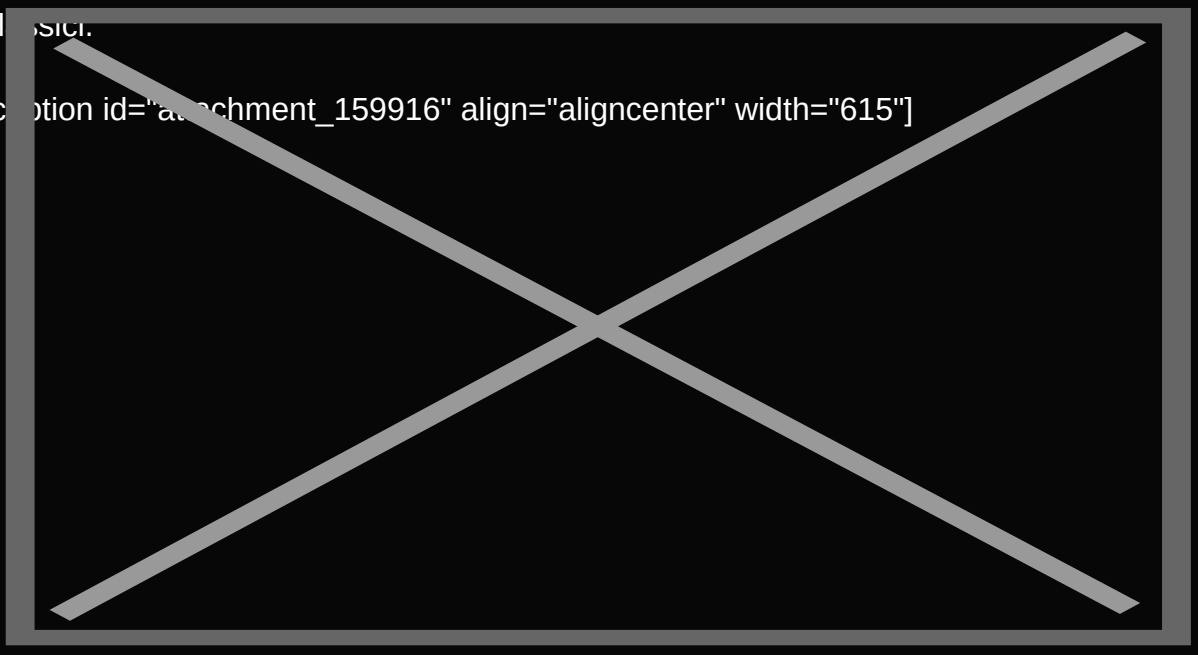
raffinate e originali, insomma, è pizza gourmet anche nella sua diversità: la pizza è dei pizzaioli, la cucina degli chef. Magari fatta con ingredienti DOP o IG perché sia autenticamente italiana e non occultamente straniera. Ecco cosa consiglia un nome che è sinonimo di pizza come **Gino Sorbillo**: “A un giovane che sta per entrare nel mondo della pizza direi di non copiare, può prendere spunti o riferimenti dai maestri ma non copiare spudoratamente, ognuno deve cercare di realizzare la propria pizza. Ci sono tante possibilità: guarda il territorio che hai, le materie prime, racconta la tua storia”. E a proposito di quanto la tecnologia stia aiutando i cambiamenti, aggiunge: “Sono sempre molto aggiornato, non mi adagio mai. Se posso cambio macchinari anche ogni sei mesi. Oggi esistono sistemi per preimpostare e regolare il riscaldamento della pasta anche da remoto, per esempio. E questo vale anche per le piccole attrezzature che facilitano il lavoro e aumentano l’igiene: l’asciugaposate, l’addolcitore dell’acqua, le grotte frigorifere, fino al



taglia mozzarella. Consentono di avere una maggiore freschezza del prodotto e i clienti se ne vanno più contenti”. Ma continueremo ad andare in pizzeria o al ristorante, oppure il food delivery e la diffusione della cultura gastronomica ci spingeranno al ‘fai da te’ in casa?: “Sicuramente la passione per la produzione e il consumo domestico rimarrà ma in futuro assisteremo sempre più a una crescita del consumo fuori casa sia di pasta che di pizza come già avviene attraverso lo street food – afferma **Eros Pavesi, titolare di Forni Pavesi Rimini** –. Ormai la pizza è stata ‘sdoganata’ anche come piatto da ristorante stellato e si sta sempre più specializzando in diverse tipicità, come la pizza romana o pugliese: è un’evoluzione che punta sempre più a sperimentare nuovi impasti e ingredienti, a utilizzare le materie prime puntando sempre più a soddisfare le esigenze del consumatore finale”. Per quanto riguarda le tendenze interviene anche **Riccardo Rinaldi di Superforni**: “Ritengo che gli aspetti salutistici saranno una tendenza sempre maggiore e quindi a lungo termine in quanto riscontro quasi ovunque il desiderio dei consumatori di poter mangiare sano, credo anche che il momento del marketing esasperato con creazione di miti più

o meno reali sia abbastanza passato di moda e che oggi sia importante avere una reale congruenza tra i vari ‘storytelling’ e le reali storie proposte. Sono comunque felice di assistere alla costante crescita dell’offerta di prodotti, nel mondo pizza, sempre di più alto livello qualitativo e spesso anche innovativo”. E se la pizza si fa gourmet (o romana o pugliese), la pasta punta al salutismo, al free-from, al naturale e biologico e per conquistare nuovi target l’innovazione fa leva sui formati oltre che gli ingredienti: secondo dati di Mintel, analista specializzato nei prodotti di consumo, da 10 anni il numero di nuovi prodotti a base di legumi introdotti sul mercato è in costante crescita. Solo negli ultimi due anni, la percentuale di nuovi lanci contenenti ad esempio pisello verde è cresciuta del 126%, quella di prodotti contenenti lenticchie rosse del 62%, e quella di prodotti contenenti piselli gialli del 21%. Produttori, chef ed esperti concordano quindi che i nuovi trend non sono mode ma evoluzioni dei consumi che ci accompagneranno a lungo. Sta poi a ristoratori ed esercenti trasformarli in nuove occasioni di business, magari catturando tipologie di clienti che si sono allontanate dai prodotti classici.

[caption id="attachment_159916" align="aligncenter" width="615"]



"La pizza ha diritto di personalizzazione sia nel gusto sia nel processo di lavorazione" - Marco Morello[/caption]