



ITALMOPA

I NUOVI TRENDS DI CONSUMO DEL PANE IN ITALIA: A SIGEP 2020 ITALMOPA SVELA I DRIVERS CHE ORIENTANO LE SCELTE DEI CONSUMATORI

Rimini, 19 gennaio 2020 – Italmopa, nel corso della Conferenza **‘I nuovi trend di consumo del pane in Italia. I drivers che orientano la scelta del consumatore’** tenutasi in data odierna in ambito alla Fiera Internazionale **Sigep & Ab-Tech** (Rimini), ha analizzato e illustrato i maggiori elementi che orientano i consumi del pane in Italia.

La Conferenza, introdotta da **Cosimo De Sortis (Presidente Italmopa)** e **Ivano Vacondio (Presidente Federalimentare)** e animata dalle vignette di **Sergio Criminisi**, è stata moderata da **Oscar Giannino** e si è avvalsa delle competenze di Relatori di assoluta rilevanza: **Giorgio Agugiario** (Presidente Sezione Molini a frumento tenero Italmopa), **Elisabetta Bernardi** (Biologa, nutrizionista, divulgatrice scientifica), **Giuseppe Ferrandi** (Responsabile acquisti comparto pane e dolci Esselunga), **Andrea Ghiselli** (Dirigente di ricerca CREA – Alimenti e Nutrizione).

Nell'occasione sono stati altresì presentati i risultati di un interessante sondaggio (vds di seguito) lanciato da Italmopa tramite il portale www.infofarine.it sui nuovi trend di consumo del pane in Italia, attraverso il quale i consumatori hanno potuto esprimere le proprie preferenze in relazione alle tipologie di pane offerte dal mercato e, al contempo, indicare i fattori che hanno determinato una scelta piuttosto che un'altra.

*“La strutturale riduzione del consumo di pane sembra confermata anche per il 2019, seppur in misura più contenuta rispetto al passato” secondo **Giorgio Agugiario**. “Tra le varie tipologie di pane emerge, in particolare, un trend positivo per quelle ottenute da farine di frumento integrale o semi-integrale. Per quanto concerne l’evoluzione dei canali distributivi, si assiste, in risposta all’incremento del peso della GDO, ad una diversificazione dell’offerta da parte dei panificatori che investono sempre più nell’immagine dei panifici che diventano luoghi di consumi, di incontro e convivialità”.*

*“Il consumatore è sempre più attento nelle scelte che opera in tema di alimentazione e oggi i requisiti del pane fresco non sono solo di natura organolettica, ma riconducono anche alla sostenibilità della produzione e alle garanzie di sicurezza della filiera produttiva” ha sottolineato **Giuseppe Ferrandi**. “I panificatori sono pertanto chiamati ad esprimere al meglio la loro capacità di produrre secondo i nuovi trend, affinché il pane fresco possa mantenere un ruolo di primo piano nel soddisfare i bisogni emergenti”.*

*“Cereali e derivati hanno rappresentato una importantissima fonte di energia e di nutrienti nella dieta mediterranea, che traeva dai carboidrati ben più della metà delle calorie necessarie al fabbisogno” ha ricordato **Andrea Ghiselli**. “Dagli anni ‘50 del secolo scorso ad oggi il loro consumo è notevolmente diminuito per lasciare più spazio ad alimenti meno caratteristici delle abitudini alimentari mediterranee, con un crescente e corrispondente aumento di eccedenza ponderale, che ha messo le basi per una crescente moda “carbofobica”, che vede nei carboidrati i principali responsabili dell’aumento di peso, dell’insulino-resistenza e delle patologie collegate. Le Linee Guida per una sana alimentazione, invece, sulla base della dieta mediterranea, raccomandano un maggiore consumo di cereali, soprattutto integrali. Frutta, verdura, cereali integrali e legumi sono infatti i gruppi di alimenti, oltre all’acqua, sui quali puntare maggiormente per un’alimentazione migliore”.*

Elisabetta Bernardi, da parte sua, ha evidenziato che *“ogni giorno siamo bombardati da informazioni che riguardano i cibi o la dieta, ma spesso queste notizie sono false o non fondate scientificamente. Il pane è spesso oggetto di queste fake news, mentre per noi nutrizionisti il pane è alla base della nostra alimentazione e del modello alimentare mediterraneo. Bisogna imparare a guardare alle notizie con senso critico e controllare sempre le fonti. Il pane, bianco o integrale, è un alimento necessario in una dieta equilibrata dato il suo alto*

contenuto di carboidrati complessi, e l'energia che apportano che è simile per entrambi i tipi di pane. Non è un alimento particolare che ti fa guadagnare o perdere peso, ma l'assunzione di una dieta con un apporto calorico superiore alle esigenze individuali". "Il mio sogno per il futuro del pane...?" conclude Elisabetta Bernardi "Un ritorno al passato con le tecnologie del presente. Delle panetterie di quartiere dove si possa scegliere le farine più gradite e avere il proprio pane personalizzato il giorno dopo. E con la possibilità di ritrovare i profumi dei forni di una volta, perché non si resiste se si sente il profumo del pane appena sfornato. Non si può non comprarlo..."

La filiera pane in Italia

L'industria molitoria nazionale trasforma annualmente 5.400.000 tonnellate di frumento tenero che consentono la produzione di circa 4.000.000 di tonnellate di farina destinate per il 65% alla produzione di pane e sostituti del pane e per il 35% ad altri usi quali biscotteria, produzione di pizza, produzione di prodotti dolciari o pasticceria.

Il consumo annuo pro-capite di pane si situa, in Italia, su circa 41Kg, un quantitativo inferiore a quello registrato in tutti gli altri principali Paesi europei (Romania 88 kg, Germania 80 Kg, Olanda 57 kg, Polonia 52 Kg, Spagna 47 Kg, Francia 44 Kg, Regno Unito 43 Kg).

Secondo il sondaggio Italmopa, l'84% degli Italiani consuma abitualmente pane, mentre il 16% degli intervistati ha dichiarato di non consumare pane o di consumarlo in modo saltuario. Il principale motivo di esclusione del pane dall'alimentazione è di natura dietetica e salutistica.

Tra coloro che consumano abitualmente pane, quello di farina bianca è consumato dal 72% dei votanti mentre coloro che dichiarano di consumare pane di farine integrali ammontano al 39%, una percentuale, comunque, in costante crescita rispetto al recente passato. Inferiori, ma in ogni caso significative, sono le percentuali – rispettivamente del 28% e del 24% - di coloro che consumano anche pane di semole di grano duro o di farine multi-cereali (*risposte multichoice*).

In prospettiva, e per quanto riguarda alcune tra le tipologie più 'trendy' di pane, il 24% degli intervistati ha dichiarato che intende incrementare il proprio consumo di pane ottenuto da farine bio, il 19% da farine di grani antichi e il 18% da farine macinate a pietra. Solo il 14% dei consumatori intende invece puntare su un consumo maggiore di pane ottenuto da farine di soli grani nazionali/regionali (*risposte multichoice*).

Relativamente alle fonti di informazione alle quali attingono i consumatori per orientare le proprie scelte in materia di alimentazione, emerge il ruolo predominante dei canali social, scelto dal 61% degli intervistati, mentre il 33% si affida ai consigli di amici e parenti, il 22% a canali più tradizionali (TV/radio/quotidiani) e l'11% alle dichiarazioni di testimonial e influencer (*risposte multichoice*).

Per informazioni

Ufficio Stampa:

Laura Pierandrei

comunicazione@italmopa.com

Tel: 375 5586917

ITALMOPA

Associazione Industriali Mugnai d'Italia

00198 Roma - Via Lovanio, 6

Telefono 06 6785409 r.a. – Fax 06 6783054

www.italmopa.com italmopa@italmopa.com

Codice Fiscale 80045090588