

Pane, via dal carrello della spesa gli italiani preferiscono i grissini

Inutrizionisti: "È un grave errore nell'alimentazione"

I panificatori
"La creatività è una
valida strategia
anticrisi: dalle
pizze alle focacce"

Carlo Cannella
"Attenzione
ai falsi miti: il
panino non fa
ingrassare"

PAOLA COPPOLA

CIBO tra i più amati, genere pop. Resiste nell'immaginario, un po' meno nel carrello della spesa. Si consuma meno pane, se ne compra meno. I dati Ismea registrano un calo del 3,5% dall'inizio dell'anno. Le alternative seducono di più, crescono cracker, grissini, pane in cassetta, preferiti al classico panino. Sale il prezzo del pane scendono gli altri, ma nella lista della spesa, in questo caso, non è tanto il portafogli a pesare. Piuttosto lo stile di vita, le abitudini alimentari di chi mangia in fretta, lontano da casa che da qualche anno fanno consumare meno pane. Utilità prima del piacere. Una scelta che non piace a dietologi e nutrizionisti, come Carlo Cannella, presidente dell'Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione. «Il pasto si è destrutturato — chiarisce — ma attenzione a cedere alle scelte d'impulso nell'acquisto degli alimenti. Sul pane poi resistono ancora "falsi miti", nelle giuste dosi non gonfia né fa ingrassare e in un'alimentazione corretta è insostituibile, più sano rispetto alle sue alternative».

Non lo comprano quei 930 mila italiani che non mangiano mai il pane, secondo il rapporto Censis/Coldiretti sulle abitudini alimentari degli italiani. E, sì, che la scelta non manca perché nel no-

stro Paese si contano 400 varietà. «Chi non lo compra non è detto che non ne mangi: alle volte il pane resta fuori dal consumo domestico», commenta Lorenzo Bazzana, responsabile economico di Coldiretti. «Basti pensare che circa 11 milioni di italiani a pranzo mangiano fuori: se comprano il panino al bar, esauriscono così il loro fabbisogno giornaliero di carboidrati. Prodotti come il pane ma anche il latte, che hanno breve durata, impattano negativamente sulle loro abitudini alimentari». E aggiunge: «Negli ultimi anni l'offerta di prodotti alternativi al pane, meno deperibili, ne ha eroso costantemente lo spazio nel carrello. L'accelerazione che si registra adesso non è dovuta solo alla crisi dei consumi: fanno concorrenza al panino i prodotti di quarta gamma, come le insalate tagliate, anche se più costosi in nome di una scelta salutista. D'altra parte, incide anche l'aumento del prezzo medio del pane e la sua variabilità da città a città, a fronte di un crollo del prezzo del grano».

Sul pane i consumatori si dividono. Milioni di "appassionati" cercano prodotti di qualità che ne soddisfino il gusto; altri riscoprono la manualità, l'arte di panificare, e comprano le farine per farlo a casa (in alcuni punti vendita della grande distribuzione ci sono, secondo un calcolo Coldiretti, fino a 5 tipi di farine per fare il pane in casa, mentre nelle 1500 fattorie didattiche di Coldiretti il 30% fa corsi di panificazione).

Nel variegato mondo delle tipologie di pane e delle alternative pos-

sibili «se ne sta perdendo il valore come cibo da portare a tavola per accompagnare i pasti», denuncia Cannella. A tutto svantaggio della dieta mediterranea: «Il pane comune — continua il presidente Inran — è un modesto vettore di nutrienti che si può completare, come nella tradizione, con il compa-

natico che sia formaggio o salumi. È un elemento fondamentale per un'alimentazione completa: a tavola non dovrebbe mai mancare una porzione da 50 grammi a pasto di quello semplice, le varianti devono restare un'eccezione». Sbagliato dimenticare il pane, dal punto di vista nutrizionale: «Crackers, grissini, pane in cassetta non sono sostituiti tout-court: hanno una diversa qualità nutrizionale e un apporto calorico maggiore. Un etto di pane di farina bianca ha 240-270 calorie, un etto di crackers almeno 100 in più», avverte Luca Piretta, gastroenterologo e nutrizionista de La Sapienza. «In una fase in cui l'obesità è diventato un problema di salute pubblica è necessario invertire questa tendenza. In una dieta corretta il fabbisogno giornaliero di

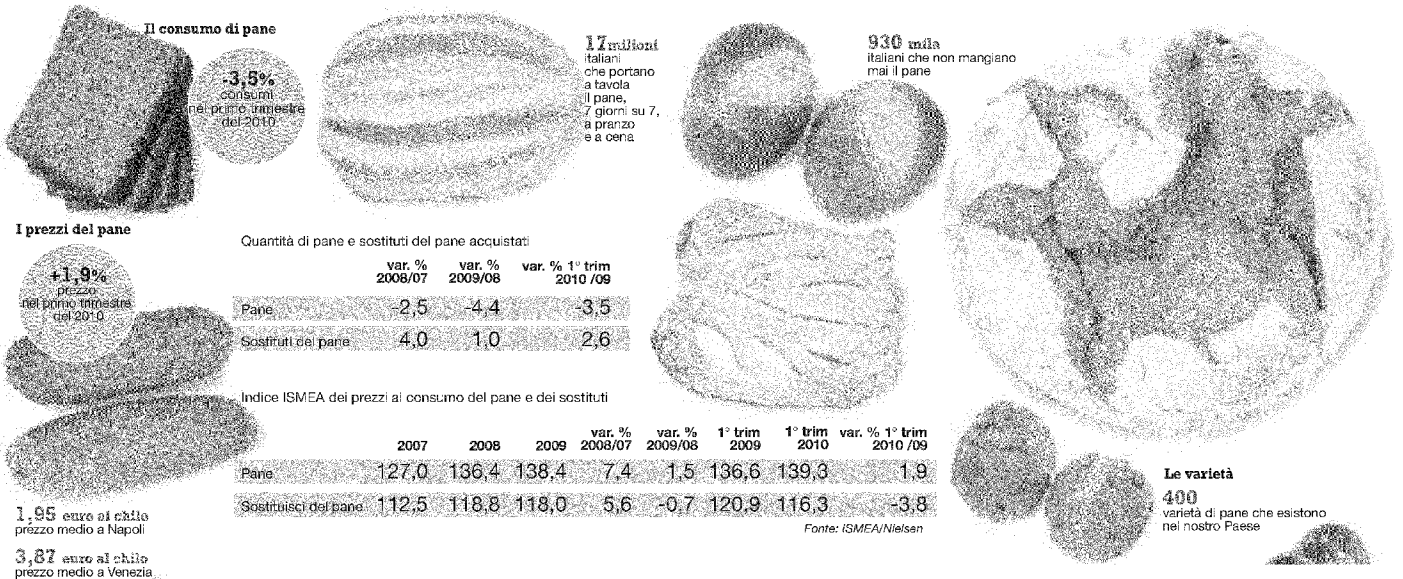
carboidrati deve essere soddisfatto con pane e pasta».

Pane di kamut, arabo, senza glutine per celiaci: c'è da perdersi nella scelta, eppure i consumi delle famiglie hanno "interrotto" la tradizione. I panificatori sono adeguati: «Lavoriamo meno farina rispetto a 10 anni fa e dobbia-

mo puntare sulla varietà per resistere alla concorrenza», dice Albano Fabri, presidente di Assopanificatori Modena. «La creatività è una valida strategia anticrisi: il 40% della produzione dei fornai è fatto di

pizze, focacce e simili, prodotti dolciari. Vendono perché si prestano a un pasto veloce». La sfida è portare i clienti nel forno con prodotti nuovi, appetibili e, allo stesso

tempo, non troppo grassi. Fare concorrenza ai fast food. Ma anche Fabri ammette: «Il pane è meglio anche del grissino artigianale: se lievitato naturalmente resta il prodotto più assimilabile e digeribile».



Produzione e consumi

80-130 gr consumo di pane pro capite al giorno

312 euro spesa annua pro capite

2,8 milioni tonnellate di pane prodotte ogni anno

Le abitudini alimentari degli italiani

55% italiani che comprano pane fresco ogni giorno

67% italiani che acquistano al panificio anche altri prodotti da forno

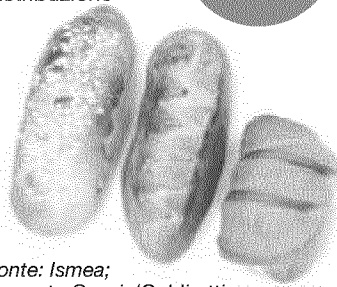
11 milioni italiani che a mezzogiorno mangiano fuori casa

70-90 chili farina lavorata ogni giorno da un'azienda oggi

Dove viene commercializzato il pane

55% nei panifici

45% nella grande distribuzione



Fonte: Ismea; rapporto Censis/Coldiretti

La produzione del fornaio

40% pizza, focacce, prodotti dolciari

60% panificazione

220 chili farina lavorata ogni giorno da un'azienda fino a 10 anni fa

