IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Nasce “filiera pasta” per valorizzare il grano Made in Italy

All’interno di Filiera Italia nasce Filiera pasta, con l’obiettivo di tutelare l’intero settore italiano della pasta e valorizzare il Made in Italy di qualità. Proprio nel momento storico in cui sale l’import in Italia con 1,5 miliardi di chili di grano straniero per produrre la pasta nei primi sette mesi del 2024, di cui quasi un terzo proveniente da Turchia (e quindi indirettamente Russia) e Kazakistan nasce la nuova realtà. L’obiettivo è rispondere alla necessità di creare una nuova struttura finalizzata a rafforzare la tutela degli interessi dell’intera filiera della pasta e promuovere la sua distintività nel mercato nazionale e mondiale. Per questo, Filiera pasta, illustrata alla presenza del Ministro dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida, dell’amministratore delegato di Filiera Italia Luigi Scordamaglia del presidente di Coldiretti Ettore Prandini e del segretario generale Vincenzo Gesmundo, si pone alcuni obiettivi importanti tra cui la difesa e la tracciabilità lungo la filiera, la promozione delle tradizioni e delle distintività manifatturiere dei diversi pastifici e la ricerca e l’innovazione della produzione per aumentare produttività e sostenibilità.

L’obiettivo è garantire la distintività del settore e contrastare il fenomeno dell’omologazione dei processi produttivi della pasta e della corsa a ribasso degli standard che avvantaggiano altri Paesi produttori. Altro fondamentale obiettivo, è quello di spiegare al consumatore che spendere qualche centesimo in più quotidianamente per un prodotto italiano di migliore qualità conviene e aiuta ad assicurare una più equa ripartizione del valore aggiunto tra le varie fasi della filiera a partire dalla produzione agricola nazionale.

“Rappresentare e tutelare gli interessi di intere filiere agroalimentari - commenta Ettore Prandini, presidente Coldiretti - che fondano la loro attività produttiva sulla qualità e sul legame tra innovazione e tradizione - a partire dalla pasta per la quale il nostro Paese vanta la leadership mondiale con un fatturato complessivo che ha superato i 6,3 miliardi di euro - non è solo il primo obiettivo di Filiera Italia, bensì quello di tutte quelle aziende storiche italiane che per preservare l'arte della produzione della pasta italiana e promuovere il made in Italy di alta qualità in Italia e nei mercati esteri decidono di fare sistema”.

“Con Filiera pasta - dichiara Vincenzo Gesmundo segretario generale Coldiretti - l'Associazione Filiera Italia realizza anche nel settore del grano e della pasta fondamentale per il nostro made in Italy, quella alleanza tra agricoltori e industrie di trasformazione già realizzata in altre filiere. Rilancio e valorizzazione del grano italiano, contratti di filiera che assicurino un'equa ripartizione del valore aggiunto, comunicazione e promozione per differenziare sul mercato internazionale questo prodotto distintivo da quello omologato ed Italian sounding. Questi i valori alla base della neonata organizzazione di Filiera Italia”.

"In uno scenario dove la globalizzazione dei mercati porta con sé grandi opportunità, ma anche rischi di omologazione degli alimenti - spiega Luigi Scordamaglia, amministratore delegato di

sulla riconoscibilità e sul valore premium della pasta italiana nei mercati internazionali, anche per contrastare la concorrenza sempre più diffusa e agguerrita di prodotti a basso costo realizzati in Turchia, Spagna etc.

Per questo lanciamo insieme al ministro Lollobrigida la nascita di un nuovo strumento organizzativo all’interno della compagine associativa di Filiera Italia che mira a realizzare attività e iniziative di formazione, supporto tecnico verso i propri soci, sensibilizzazione, ricerca e sviluppo, tutela e valorizzazione della filiera. E soprattutto rappresentanza, tramite Filiera Italia, ai tavoli istituzionali nazionali ed europei. Un impegno – prosegue Scordamaglia - che ha portato diversi produttori a investire nella differenziazione dei propri prodotti, qualificando e rivitalizzando l'offerta verso i consumatori, tanto con riguardo ai metodi di lavorazione certificati, quanto alla selezione delle materie prime e fino alla etichettatura 'residui zero'".