



LV CONVEGNO DI STUDI

METAMORFOSI VERDE **AGRICOLTURA, CIBO, ECOLOGIA**

Complesso monumentale di San Pietro
Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali
PERUGIA 13-15 settembre 2018

Il consumo di pasta in Italia tra tradizione e innovazione

Altamore L., Ingrassia M., Columba P., Chironi S., Bacarella S.*

*Corresponding author

Abstract

Introduzione - La dieta mediterranea è in grado di fornire cibo sano e gustoso attraverso un modello di sviluppo sostenibile a basso impatto ambientale. Il frumento duro, utilizzato fondamentalmente per la produzione di pane e pasta, è alla base della dieta mediterranea. La Sicilia, per le sue caratteristiche topografiche, pedologiche e per la sua tradizione agricola, è un'area particolarmente vocata per la coltivazione di questo cereale contribuendo in maniera rilevante alla produzione di grano duro all'interno dell'Unione Europea. Il cibo è oggi una componente della qualità della vita; la provenienza e la produzione degli alimenti, infatti, sono sempre più correlate alla salute degli individui. La domanda di cibo di qualità è, dunque, divenuta una nuova opportunità per quella agricoltura capace di fornire beni e servizi a una vasta gamma di consumatori alla ricerca di requisiti locali, ecologici, etici e salutari.

Obiettivi - Il presente studio, che è parte dell'attività di ricerca svolta nel Programma Operativo Nazionale ISCOCEM - Sviluppo tecnologico e innovazione per la sostenibilità e competitività della cerealicoltura meridionale - ha come scopo la conoscenza delle preferenze e delle abitudini di consumo della pasta in Italia e della cultura alimentare dei consumatori, con riferimento ai temi della salute e dell'innovazione di prodotto.

Metodologia - L'indagine è stata svolta su un campione bilanciato di 800 consumatori, estratto con metodo di campionamento causale semplice, residenti nelle principali regioni del Nord, Centro e Sud Italia. Per l'indagine sono stati strutturati 3 diversi questionari somministrati on-line e mediante l'uso di un software per la loro somministrazione via web. I questionari contenevano domande filtro, a risposta alternativa, chiusa e scelta multipla, e domande con liste di preferenza e con attribuzione di punteggio. L'analisi dei dati ha messo in luce informazioni nuove e l'Analisi Fattoriale ha evidenziato i costrutti latenti che spiegano le interrelazioni tra le variabili osservate.

Risultati - I risultati mostrano come nonostante la pasta sia un alimento maturo, non conosca concorrenza di prodotti succedanei, sebbene il suo consumo negli ultimi anni si stia

riducendo. Si evidenzia altresì una scarsa informazione dei consumatori rispetto al "prodotto pasta", ritenuta quasi naturalmente innocua ed in particolare "buona, sana e italiana". Infatti, pur emergendo talune differenze tra le preferenze degli intervistati, sulla base delle diverse caratteristiche geo-culturali, la maggioranza ritiene che tale prodotto sia essenzialmente made in Italy, ossia che l'origine del grano duro utilizzato per produrre la pasta sia Italiana, nonostante spesso parte della materia prima sia importata. Infine è stato disegnato un quadro chiaro delle preferenze rispetto alle caratteristiche di qualità (intrinseche ed estrinseche) della pasta comune e delle paste che hanno un mercato più di nicchia, come ad esempio quelle funzionali, integrali o prodotte con grani antichi. Quanto detto porta a riflessioni su "quanto" effettivamente si conosca di un prodotto apparentemente familiare come la pasta e di come il suo consumo stia cambiando nel tempo, in linea con le mode alimentari.

Keywords : Indagine Campionaria, Analisi Fattoriale, Preferenze dei Consumatori

References

- Bekele, A. D., Beuving, J., Ruben, R., 2017, How do health information and sensory attributes influence consumer choice for dairy products? Evidence from a field experiment in Ethiopia, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(5), DOI: 10.1108/IJQRM-12-2014-0195
- Chironi S., Bacarella S., Altamore L., Ingrassia M., 2017a, Quality Factors Influencing Consumer Demand for Small Fruit by Focus Group and Sensory Test, *Journal of Food Products Marketing*, 1-16 DOI: 10.1080/10454446.2017.1244791
- Columba P., Naselli F., Trapani F., 2015, Agricoltura, alimentazione e paesaggio nei territori produttivi. Intrecci disciplinari tra piano e programmi di sviluppo nei casi della Sicilia centrale. In: Moccia F. D., Sepe M. (a cura di) IX Giornata Studio INU, Infrastrutture blu e verdi, reti virtuali, culturali e sociali. *Urbanistica Informazioni*, special issue, 263, settembre-ottobre., <www.urbanisticainformazioni.it> ISSN: 2239-4222 accessed 13.02.2017
- Kamakura W. A., Wedel M., 1997, Statistical Data Fusion for Cross-Tabulation, *American Marketing Association*, DOI: 10.2307/3151966
- Olivares-Tenorio, M. L., Dekker, M., Verkerk, R., van Boekel, M. A. J. S., Pascucci, S., 2016, The quality-attributes- alignment perspective and its implications for the agri-food value chains scale up, Exploring the potential of an Andean fruit: An interdisciplinary study on the cape gooseberry (*Physalis peruviana* L.) value chain, 93.
- Viganò E., Antonelli G., Bischì G. I., Tramontana F., 2015, Consumo e consumatori di prodotti alimentari nella società postmoderna, *Economia Agro-Alimentare*, Anno XVII, n. 1, Francoangeli, Milano
- Zezza A., Tasciotti L. 2010, Urban agriculture, poverty, and food security: empirical evidence from a sample of developing countries. *Food policy*, 35(4), 265-273 DOI: 10.1016/j.foodpol.2010.04.007