



GRANO

CHICCHI STELLE a 3



Le vendite di pasta al vertice del mercato europeo. La linea Mulino Bianco dei prodotti da forno leader in Italia. E in più 23 miliardi di investimenti nella ricerca per assicurare qualità e salubrità, dai campi al consumatore.

Solo un tichetto sommerso. Poi il computer inizia a stampare dati su dati. Adriano Landi, 46 anni, uno dei responsabili della Ricerca in Barilla, sorride soddisfatto. Sono arrivati i risultati delle prove di confronto sui grani duri coltivati nei campi sperimentali. Il rapporto è top secret. Nomi in codice, giudizi sul valore in molitura, in pastificazione e sul glutine.

"Il nostro interesse è rivolto a capire e verificare, nei grani duri proposti, quali sono le caratteristiche che creano la qualità", spiega Landi. "Ci serve per indirizzare le strategie di approvvigionamento. Il consumatore è diventato molto esigente, e noi facciamo di tutto per andare incontro ai suoi bisogni".

È questo uno dei tanti esempi che il management di Parma ha istituito nell'ambito delle nuove strategie. Non più solo controlli ispettivi finali ma un'assicurazione della qualità progettata in totale funzione del consumatore. È verificata, con un approccio più ampio, ritornando a monte, fino "in casa" dei fornitori o direttamente sui campi a salvaguardare le spughe da additivi indesiderati.

Ogni anno, per la pasta, si acquistano 7 milioni di quintali di grano duro. Come dire 25 mila camion con rimorchi: una fila ininterrotta da Milano fino alle porte di Roma. E in più oltre il milione di quintali di farina di grano tenero, composto da oltre 20 tipi diversi, uno per ogni specialità dei prodotti da forno Mulino Bianco. Il ruolo giocato dalla materia prima nella produzione di un'industria alimentare è oggi fondamentale. Qualità e costi sono infatti le grandi risultanti nel quadro economico. L'attenzione di Barilla, per questo problema, è guidata da due orientamenti basilari della cultura aziendale: tradizione e innovazione al servizio della qualità. Già dai primi anni 60 è stato dato un forte impulso alla ricerca genetica sui grani duri e alla conseguente sperimentazione agronomica per espandere la coltivazione. Oggi, tra ingegneri, chimici, agronomi e altri addetti alla ricerca collaborano 140 persone. Tutte in stretto contatto con il mondo scientifico, non solo in Italia ma anche all'estero, grazie a un "telefono rosso" che le collega ai grandi centri di Montpellier, Arles e Parigi in Francia o Phoenix in Arizona, per i cereali.

"Da un lato, la scelta delle qualità migliori ci consente l'esplorazione di nuove frontiere per i prodotti finiti, allargandone così le occasioni d'uso", sottolinea l'amministratore delegato Manfredo Manfredi. "Dall'altro, solo più alti standard qualitativi possono consentire all'agricoltura di superare alcuni nodi della politica comunitaria".



COLORE: GIALLO AMBRATO PROFUMO: BOUQUET DI GRANO DURO. NERVO. VIVACE E CONSISTENTE. SCIOLTEZZA: GUIZZO PRONTO E DECISO. UNO SPAGHETTO DOC È COME UN GRANDE VINO A PARMA 30 ASSAGGIATORI PROFESSIONISTI LAVORANO PER FORNIRE PRODOTTI MIGLIORI.

Pasta D'AUTORE

Una modernissima cucina attrezzata a laboratorio, da far invidia al centro spaziale di Houston. Una serie di piatti di pasta anonimi e 30 tecnici, in camice bianco, che assaggiano, degustano e infine discutono come se fossero critici d'arte. Sono loro, forse le 30 persone più vezzeggiate e coccolate della Barilla. Un gruppo di assaggiatori professionisti che l'azienda ha selezionato e addestrato per sette lunghi mesi. Obiettivo: avvicinarsi sempre più ai gusti del consumatore e nello stesso tempo analizzare tutte le note che compongono l'aroma, i sapori e la struttura di un qualsiasi prodotto alimentare.

L'analisi sensoriale famosa con il nome di "flavor profile" o profilo del sapore, arriva direttamente dagli Stati Uniti ed è composta da tre diversi test. L'ultimo quello descrittivo, e tra i più sofisticati sia a livello di addestramento sia a livello di risultati finali. In pratica, di uno spaghetti, che prova

per le papille gustative di ognuno dei 30 tecnici si può arrivare a sapere con che grano è stato fatto. Come per lo Champagne dove i sommelier riescono a individuare il vitigno e ad analizzare nelle sue componenti aromatiche, anche il bouquet più complesso.

"L'analisi sensoriale è ben più della sofisticata tecnica necessaria per analizzare le note dei prodotti alimentari", spiega Carlo Alfieri, 30 anni parmigiano con una laurea in chimica che le ha aperte le porte del Centro di Ricerca di Pedrignano. "Il punto è una nuova filosofia che al centro dell'attenzione aziendale pone il prodotto quale patrimonio da custodire e ottimizzare nel tempo. Con questi test ne esaminiamo le caratteristiche dal punto di vista della percezione del consumatore. Si possono fare confronti con la concorrenza per aiutare a migliorare i nostri prodotti e svilupparne di nuovi".

Il lavoro degli esperti è utile anche per accertare che vengano mantenuti nel tempo entro i termini di conservabilità previsti tutti i gusti, i sapori e la consistenza per esempio di una merendina o di una torta fresca.

Negli Stati Uniti l'analisi sensoriale viene accettata come mezzo di prova per dimostrare controverse sorte in termini di "promesse" pubblicitarie. La legislazione americana opera infatti una distinzione fra l'efficienza reale dei prodotti e quella percepita dal consumatore. È proprio quest'ultima che negli ultimi anni è divenuta sempre più importante da essere strettamente collegata alle promesse pubblicitarie. I obiettivi delle aziende più serie e oneste, quello di mantenere queste promesse, in modo da essere sempre più vicini alle esigenze del consumatore.

Sempre al dente

Un marchio a tutela della pasta di grano duro e l'etichetta con la composizione del prodotto. Queste le proposte per fronteggiare l'invasione estera delle paste miste di qualità inferiore.



L'etichetta tricolore è molto semplice: semola di grano duro e acqua. Sono questi i semplici ingredienti che devono comparire in ogni confezione di pasta prodotta in Italia. Nel nostro Paese a difesa del consumatore, vige infatti la "legge di purezza".

In Europa siamo in buona compagnia. Anche Francia e Grecia ne tutelano la qualità. La pasta è infatti importante per l'economia agroalimentare di queste tre nazioni che da sole, coprono l'87% di tutta la produzione del Mercato Comunitario.

In Germania, Inghilterra, Belgio e Olanda invece è possibile fabbricare e chiamare pasta alimentare anche un prodotto che contiene farina di grano tenero. Inoltre, negli ultimi due Paesi i formati destinati al minestrone possono essere colorati con l'obbligo però di dichiarare tutto in etichetta.

In Danimarca non c'è una regolamentazione precisa. Così come in Portogallo dove le paste possono essere prodotte sia con grano duro sia con grano tenero (in genere si utilizza il 40% del primo e il 60% del secondo).

Da qui le preoccupazioni dei consumatori italiani dopo la recente sentenza emessa dalla Corte di Giustizia di Lussemburgo sulla libera circolazione nella Cee delle paste miste. Quei prodotti hanno infatti un costo di produzione inferiore

re del 40% a quello della pasta di grano duro.

Non si pensa tanto alla concorrenza, ma soprattutto al rischio che questa "invasione delle qualità scadenti" possa colpire le categorie più deboli, e quindi più esposte, dei consumatori. Basti pensare agli acquisti effettuati nelle mense, negli ospedali o nelle scuole, dove spesso vige solo la legge del prezzo più basso.

Per tutelare il consumatore il ministro dell'Agricoltura Calogero Mannino ha presentato un disegno di legge, già passato al Senato. Obiettivo: istituire un marchio di tutela della pasta di grano duro e rendere nota nell'etichetta la composizione del prodotto.

Si arriverà, come per il vino, a una pasta Doc, a denominazione di origine controllata? Sembra proprio di sì, o almeno questa è l'intenzione dei produttori.

"L'unica via possibile è quella della chiarezza", puntualizza Giuseppe Menconi, direttore dell'Unione Industriali Pastas Italiani (Unipi). "I consumatori devono essere avvertiti delle diverse qualità di prodotto che in futuro si troveranno di fronte. I produttori devono sapere che la nostra pasta è migliore non solo perché tiene bene la cottura, ma anche perché ha un più elevato contenuto proteico".