



Pane, olio e pomodoro: la forza della semplicità contro i rincari

I tre alimenti protagonisti della Dieta mediterranea resistono alla crisi.

Lo hanno ribadito a Cibus ASSITOL e ANICAV, riproponendo un tritico della tradizione, benefico per la salute e prodotto in maniera sostenibile

Parma, 04 maggio 2022 - Contro i rincari, ci salveranno pane, olio e pomodoro? La provocazione arriva da **ANICAV**, Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali, e **ASSITOL**, l'Associazione italiana dell'industria olearia. In un incontro organizzato a **Cibus**, la fiera dell'agroalimentare italiano in corso a Parma, le due organizzazioni, che rappresentano oltre 200 aziende, hanno sottolineato l'importanza di questi tre elementi straordinari, in termini di salubrità e rilevanza economica. Un piatto nato "povero", basato sull'unione di **pane fresco artigianale, olio extra vergine d'oliva e pomodoro conservato**, diventato una delle ricette-simbolo della Dieta mediterranea, considerata da esperti e ricercatori il regime alimentare più salutare e sostenibile.

"Il pomodoro è da sempre un protagonista della cucina italiana e insieme a pane e olio dà vita ad una combinazione straordinaria per gusto, versatilità e salubrità. - dichiara **Marco Serafini**, Presidente ANICAV - I numeri ci dicono che i consumatori, non solo quelli italiani, scelgono sempre più questi prodotti puntando sulla qualità del made in Italy".

Una vera e propria ricetta della salute, dunque, che unisce tre dei principali protagonisti dell'agroalimentare italiano. Basti pensare al ruolo fondamentale che ricopre il comparto delle conserve rosse nella nostra economia, con un fatturato annuo di 3,7 miliardi e circa il 70% di produzione destinato all'export, 6.06 milioni di tonnellate di prodotto trasformato e circa 35.000 addetti tra fissi e stagionali.

"Anche in tempi di inflazione, i consumatori disegnano le loro scelte alimentari scegliendo cibi che garantiscono benessere – ha spiegato **Palmino Poli**, delegato alla presidenza ASSITOL per fiere ed eventi – Il pane, ce lo dimostrano i dati della **ricerca AIBI-Cerved**, è un alimento quasi sacro, anche in tempi di crisi, ma dà anche un forte contributo alla ripresa". Il calo nei consumi rallenta e, a tutt'oggi, **quello artigianale resta il pane più venduto (84,1%), con oltre 1 milione e 400mila tonnellate di prodotto acquistate nel 2021**. "I consumatori lo percepiscono come un **alimento-rifugio** – ha osservato Poli - quasi un comfort food che non deve mai mancare a tavola".

Secondo i dati dell'indagine **benessere, italianità e attenzione alla qualità delle materie** prime guidano le preferenze del consumatore. **Piace molto il pane condito**, con noci, olive, zucca, semi vari. "Il che conferma il favore per pane, olio e pomodoro". Inoltre gli italiani chiedono ai panificatori un pane che sia digeribile, equilibrato, che faccia sentire il sapore del grano. Un pane gustoso, insomma, meglio se di grande pezzatura, in funzione **anti-spreco**.

I pani sono tanti: **in Italia, si contano circa 200 tipi di pane, con 1500 varianti. Ma anche l'olio extra vergine conta su 500 cultivar, oltre che su decine e decine di 'blend' creati grazie alla capacità dei nostri 'oleari'. Se ne consumano circa 600mila tonnellate all'anno**, mentre all'export se ne destinano circa 400mila. "Gli italiani e, negli ultimi anni, anche i consumatori stranieri, non rinunciano al gusto, ma lo fanno tenendo sempre d'occhio la salute – ha confermato **Anna Cane**, presidente del Gruppo olio d'oliva di ASSITOL – in tal senso, **l'extra vergine di oliva è un concentrato di benessere, che si sposa benissimo con il pane e con il pomodoro, rafforzandone le proprietà nutrizionali e salutistiche**".

E' ormai dimostrato che l'olio extra vergine è ricco di acidi grassi monoinsaturi, grazie ai quali questo alimento riesce a tenere sotto controllo il colesterolo LDL, il cosiddetto "colesterolo cattivo", alla base di numerose patologie cardiache. La sua azione di contrasto alla glicemia post-prandiale è importantissima per i pazienti diabetici e, in aggiunta, i polifenoli combattono l'invecchiamento cellulare, altro fattore determinante per numerose patologie.

"Il matrimonio del pane con l'olio è particolarmente indicato perché ne riduce l'indice glicemico e, in una dieta varia ed equilibrata – ha chiarito Anna Cane - può rappresentare un'ottima merenda per i bambini ed un vero e proprio piatto unico per gli adulti. Ma se a questi due si aggiunge il pomodoro, allora ci troviamo di fronte ad un mix perfetto dal punto di vista salutistico".

E' grazie all'olio extravergine che i micro-nutrienti del pomodoro sono assorbiti dal nostro organismo. In particolare, il **licopene**, sostanza antiossidante le cui virtù anti-tumorali sono oggetto di molti studi, è liposolubile, quindi è assimilato soltanto se addizionato ad un grasso, per giunta "buono" come l'extravergine. Questo carotenoide principale responsabile del colore rosso, agisce inibendo il danno ossidativo causato dai radicali liberi. Insomma, pane, olio e pomodoro è una pietanza "anti-age".

A rendere ancora più appetibile questa pietanza, è la sua natura sostenibile, soprattutto in funzione anti-spreco. Veloce e facile da preparare, con olio e pomodoro si può recuperare anche il pane che ha più di un giorno di età. Inoltre, è gradita a tutti, vegani compresi.

Come dimostrano i numeri, nonostante le difficoltà legate ai rincari energetici e della logistica, panificazione, industria olearia e conserviera continuano ad essere fondamentali per il comparto agroalimentare italiano.

"Lo scenario attuale, dominato da rincari energetici e forti tendenze inflazionistiche, genera grande incertezza nel nostro settore - conclude **Serafini** - Si tratta di una situazione certamente molto complicata per tutti gli attori, che hanno la responsabilità da un lato di fare quadrare i conti e dall'altro di salvaguardare la filiera più importante dell'industria italiana dell'ortofrutta trasformata".

*Ufficio stampa: **Andrea Pascale**, 393 8138965, andrea.pascale@mediatyche.it,
Silvia Cerioli, 338.799136, stampa@assitol.it*