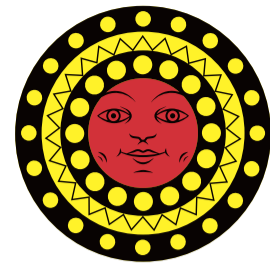




**GROCERY  
& CONSUMI**

ANNO 4 - NUMERO 3  
MARZO 2024

DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



# ARMANDO

LA CURA DEL GRANO

## LISCIA MA RUVIDA

*Senza le righe e trafilata al bronzo*

GRANO 100% ITALIANO

TRAFILATA AL BRONZO

SUPERFICIE RUGOSA  
CHE TRATTIENE I CONDIMENTI

PERFETTA TENUTA IN COTTURA

Come diventa liscia una penna ruvida? Semplice: togliendo le righe! *Alessandro Borghese*, dopo una chiacchierata con la famiglia Armando, dà vita a "La più liscia": una penna trafilata al bronzo, dalla superficie rugosa, ideale al punto giusto nel trattenere i sughi. La penna è fatta con grano 100% italiano di elevata qualità ed eccellente tenore proteico e ha una perfetta tenuta in cottura e al morso. "La più liscia" è versatile, perfetta per le ricette di tutti i giorni della nostra tradizione regionale e impeccabile per timballi e sfornati.

La più liscia, l'amerai.



METODO **zero** RESIDUI DI  
**PESTICIDI E GLIFOSATO**

*Alessandro Borghese*



**ARMANDO**  
LA CURA DEL GRANO

**NOVITÀ**

# IL PESTO

## SECONDO ARMANDO

ARRIVA LA NUOVA LINEA DI PESTI ARMANDO  
CON INGREDIENTI 100% ITALIANI.



**ANCHE  
SENZA  
AGLIO**

*Basilico  
Genovese  
DOP*

*Formaggi  
100% italiani  
DOP*

I pesti Armando sono speciali perché  
lavorati a freddo e così otteniamo:

**PROFUMO  
DECISO**

**SAPORE  
INTENSO**

**CONSISTENZA  
CREMOSA**

**COLORE  
VIVIDO**

*La nostra pasta, il nostro pesto.*

[www.pastarmando.it](http://www.pastarmando.it)

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20021 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600483/4 - Fax. +39 0362 6000616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 208 del 28 marzo 2006 - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 - Art. 1 comma 1 - COPIE Stampato: Ingraph - Streggio (MO) - In caso di mancato recapito inviare al CIP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

**MIF**  
MARKET INDEX FOOD

DATI RELATIVI ALL'INTERO COMPARTO  
FOOD CONFEZIONATO  
GENNAIO 2024 VS GENNAIO 2023

VENDITE IN VALORE VAR. %  
VS ANNO PRECEDENTE  
**+0,1%**

PRESSIONE  
PROMOZIONALE  
**25,7**

TREND VOLUMI  
A PREZZI COSTANTI  
**-3,2%**

TREND VENDITE VALORE  
FOOD DELLE PRIVATE LABEL  
**+1,45%**

Dati relativi all'intero comparto food confezionato



**GROCERY  
& CONSUMI**

ANNO 4 - NUMERO 3  
MARZO 2024

DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

**TECNOLOGIE**

**Castiglioni, dal 1955  
a fianco dei pastifici** 14

**REPORTAGE**

**Biofach: la fiera di un  
settore in difficoltà** 26-27

**RETAIL**

**Spar: concept  
internazionale  
di cooperazione** 32-33

**L'AZIENDA**

**Neri Industria Alimentare:  
l'innovazione a servizio  
della sostenibilità** 37

**L'EVENTO**

**Gulfood: un'edizione  
da record** 38-39

**ATTUALITÀ**

**Crisi del Mar Rosso: per  
l'Italia ci sono in gioco sei  
miliardi di euro** 40-41





angelo.frigerio@tespi.net

# Editoriale

di Angelo Frigerio

## Noi, politicamente scorretti

Ho chiesto a Gemini, l'intelligenza artificiale conversazionale di Google, che significato potesse avere la definizione: 'politicamente corretto'. Ecco la risposta: "Il termine 'politicamente corretto' ha diverse sfumature e interpretazioni, ma in generale si riferisce a un insieme di principi e atteggiamenti che mirano a evitare l'uso di termini o espressioni che potrebbero offendere o discriminare determinate categorie di persone".

Principio giusto, in teoria. Applicato male, molto male in pratica. Nella trama dei film, ad esempio, occorre per forza inserire, fra i personaggi, un membro della comunità Lgbt, un nero o un esponente di una minoranza. Il regista e lo sceneggiatore deve stare attento a evitare frasi scorrette e/o male interpretabili. Così pure gli attori. Il risultato? Delle boiate pazzesche, come diceva il buon Fantozzi. Ed è così vero che quando si evitano queste costrizioni, come nel film *Perfect Days* di Wim Wenders (bello, andatelo a vedere), si grida, giustamente, al capolavoro.

Anche la stampa non è da meno. In questo caso si è ancora più servili. "L'evitare l'uso di termini o espressioni che potrebbero offendere o discriminare determinate categorie" comprende anche: l'editore, gli amichetti dell'editore, le aziende che fanno pubblicità.

Fra i casi più clamorosi cito *Repubblica*: la notizia dell'indagine su John Elkann, ovvero il suo editore, comparsa in prima pagina su tutti gli altri giornali, è stata relegata da Rep a pagina 20. E trattata con molta circospezione nei giorni successivi. Alla faccia dell'indipendenza della stampa...

Quella specializzata non è da meno. Le interviste in ginocchio non si contano. Mai fare domande indiscrete all'interlocutore che sia 'pubblicitariamente solvente' o meno. Il budget adv va assolutamente salvaguardato. È capitato quindi che l'intervista al nuovo amministratore delegato di una società, con un fatturato di 36 milioni di euro e una perdita di oltre 13 milioni, non contemplasse la più logica delle domande: "Ma come si esce da questo buco clamoroso?". Il resto era aria fritta.

Ma voi, potrebbe suggerire qualcuno? Parliamoci chiaro, non siamo santini infilzati. Anche sui nostri media trovate le 'marchette'. Ma cerchiamo di farle con garbo e serietà professionale.

Ci differenzia comunque un affronto giornalistico delle notizie. Chi legge il nostro sito Alimentando sa che non risparmiamo nessuno. Non abbiamo avuto remore a smontare pezzo per pezzo il libro *Le ossa dei Caprotti*, scritto dal figlio Giuseppe, difendendo il padre Bernardo. Come pure abbiamo sottolineato che la pubblicazione di Falce e carrello 2 è stata il pretesto per un attacco sistematico e concentrico proprio contro l'autore del libro di cui sopra.

Non abbiamo avuto paura a pubblicare, per primi, la notizia della causa intentata da Barilla a Tedesco per la forma dei biscotti. Era meglio non fosse stata diffusa, ci è stato detto. Così non abbiamo avuto alcuna remora a rendere noti i brevetti sul design di biscotti e altro con cui Barilla ha voluto tutelare i propri prodotti.

Volete qualche altro bersaglio del nostro gruppo editoriale? Eccoli: il crack Ferrarini, Gesmundo e la Col-diretti, Farinetti con il suo Fico, di cui avevamo anticipato la chiusura ben quattro anni fa. Ci fermiamo qui: l'elenco è lungo.

E perché non citare il nostro sostegno a *Il Fatto Alimentare*? Il giornale on line è stato attaccato dalla San Benedetto che ha chiesto un risarcimento da un milione e mezzo di euro. Definirlo esagerato è dir poco. E dire che, su alcune questioni, quali ad esempio il Nutriscore, non abbiamo le stesse idee...

Per non parlare del Graffio di Luigi Rubinelli, grande giornalista che ci onora con la sua collaborazione. Nel nome della rubrica c'è tutto...

Siamo giornalisti a tutto tondo. Non ci fa paura niente e nessuno. Così fioccano le querele per diffamazione a mezzo stampa, tre in un mese, lo scorso febbraio.

Ma, forse, è proprio per questo modo 'politicamente scorretto' di fare informazione che cresciamo a doppia cifra. Il sito Alimentando lo scorso anno ha contato 2 milioni e 600mila visualizzazioni con un milione di utenti unici e un tempo di lettura di 53 secondi, altissimo (dati Analytics). Quest'anno, nei soli due mesi di gennaio e febbraio, abbiamo totalizzato 504mila visualizzazioni contro le 320mila del 2023. Gli utenti unici sono saliti a 238mila contro 107mila. Ma è il tempo di lettura il dato più eclatante: 1,02 minuti contro gli 1,04 dello scorso anno. Numeri che si commentano da soli.



Direttore Responsabile  
Angelo Frigerio

Editore: Edizioni Turbo S.r.l. by Tespi Mediagroup  
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23  
20821 Meda (MB)  
Tel. +39 0362 600463/4 | Fax. +39 0362 600616  
e-mail: info@tespi.net

Registrazione al Tribunale di Milano  
n. 209 del 28 marzo 2006  
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC1158  
del 21 aprile 2005  
Poste Italiane SPA  
Spedizione Abbonamento Postale  
D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004  
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Periodico mensile  
Anno 4 - numero 3  
marzo 2024  
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)  
Prezzo di una copia 2,00 euro -  
arretrati 9,00 euro + spese postali  
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.

Responsabile dati: Angelo Frigerio  
Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup  
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Grocery & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, HC HomeCare, TGtuttoiocattoli, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com, www.hitechmagazine.info, www.tgtuttoiocattoli, www.beauty2business.com, www.hchomecare.it

Questo numero è stato chiuso  
in redazione il 14 marzo 2024

# QUESTA VOLTA L'ABBIAMO FATTO GROSSO



## NUOVO FORMATO SPAGHETTONE GROSSO

lamolisana.it



## Il graffio

di Luigi Rubinelli

### Volete un consiglio spassionato? Parlate di prezzi e di margini con i consumatori. Nel vostro supermercato

Mentre qualcuno si attarda ancora a parlare delle meraviglie del Trimestre anti-inflazione (alias Carrello tricolore, che, detto per inciso, è stato un fallimento organizzativo e politico) sta montando un nuovo obiettivo di speculazione e di comunicazione: i prezzi dei supermercati e dei loro margini.

Non si tratta di fare la guerra a questo o a quell'altro settore (anche se bisognerebbe parlare di condizioni di privilegio come nel caso delle acque minerali o delle esenzioni Irpef concesse agli agricoltori che già denunciano guadagni da fame con trattori da 60mila euro in su), si tratta invece di spiegare con pochi numeri ai consumatori che entrano negli esercizi commerciali come stanno le cose. A questo proposito anche Angelo Frigerio ha scritto recentemente sulla necessità di far capire ai clienti il valore e il senso dei prezzi.

Cosa c'è di meglio, allora, di un punto di vendita della Gdo per parlare di quanto incassa un supermercato e quanto guadagna?

Riassumiamo come si compone la rete di vendita della Gdo, discount compresi:

- 334 Ipermercati (superficie  $\geq$  4.500 mq)
- 9.041 Supermercati e Superstore (superficie  $\geq$  400 mq < 4.449 m<sup>2</sup>)
- 5.510 Discount
- 10.361 Libero Servizio (superficie  $\geq$  100 mq < 399 m<sup>2</sup>).

Non avete sempre detto che il punto di vendita è un medium, un luogo di attrazione e di incontro? Beh, allora sfruttatelo. Pensate all'enormità di un piano di comunicazione identico per 25mila e oltre punti di vendita.

Fate come Leader Price (è solo un esempio, se ne possono fare diversi) in Francia che nel suo punto di vendita ha allestito dei corner di comunicazione

per spiegare alle persone come stanno le cose.

E se proprio volete essere pignoli e dei buoni comunicatori segmentate la comunicazione per macro settori: orticoli, frutta, carne, pesce, vini, acqua minerale, scatolame alimentare, scatolame non alimentare, spiegando quali siano i ricavi e gli utili prodotti in ogni categoria di beni in vendita.

Una comunicazione cosiffatta sarebbe davvero rivoluzionaria.

Perché farlo?

- Per trasparenza
- Perché il tema dei prezzi e dei margini della Gdo è ciclico e ritorna in continuazione
- Perché è un tema di sostenibilità tout court
- Perché è un tema divisivo che si presta a speculazioni soprattutto sui social media
- Perché fa parte del vostro mestiere, è una leva di marketing
- Perché è un argomento politico e prima che lo cavalchi in modo sgangherato la politica (come nel caso del Carrello tricolore) è meglio che sia spiegato dalla Gdo stessa.

Una campagna di comunicazione così articolata produrrebbe un aumento dell'immagine di brand dell'insegna ma anche dell'intero comparto distributivo, molto meglio che fare interviste a quel giornale o a quel canale televisivo che lasciano il tempo che trovano.

I costi? Sono davvero irrisonori.

È solo un problema di sicurezza e di comunicazione, visto che siamo tutti immersi nella comunicazione, grande o piccola che sia.

Chi dovrebbe organizzarlo? Federdistribuzione in primis. Se non lo fa, ogni insegna può ritenersi libera di farlo in proprio, con un vantaggio competitivo verso i propri competitori disarmante.

# METODO *Lenta* *Lavorazione*



# ECCEZIONALE TENUTA ALLA COTTURA

*Cosimo Rummo*

*pastarummo.it*

# IL PAGELLONE

Cos'è "Il Pagellone"? Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.

## FERRAN ADRIÀ

La fede calcistica prima di tutto. Ferran Adrià, grande chef innovatore del ristorante el Bulli e, soprattutto, accanito tifoso del Barcellona, ha confessato di aver declinato la proposta di aprire un locale all'interno del Santiago Bernabeu, stadio del Real Madrid. La ragione? "Il calcio e il Barça sono sacri", ha dichiarato intervistato da una radio catalana. All'interno dello stadio dei Blancos, recentemente rinnovato, è infatti previsto anche un progetto gastronomico di altissimo livello. La grandezza e l'ambizione alle spalle del nuovo Santiago Bernabeu, però, non sono bastate a convincere Adrià: lo chef catalano non sarebbe sceso a compromessi tra fede calcistica e affari.



VOTO  
**7**

## PIETRO LEEMANN

La vita frenetica - e un po' snervante - tipica di uno chef stellato, evidentemente, non faceva per lui. È per questo che lo svizzero Pietro Leemann - lo chef del ristorante vegetariano Joia di Milano che dal 1996 mantiene salda la stella Michelin - ha scelto di ritirarsi definitivamente in una comunità spirituale per vivere da monaco kishnaita. La comunità si chiamerà Raxa: qui si potrà meditare dalle quattro del mattino, recitare il mantra, fare yoga. In tutto questo, il cibo sarà focale, "un viatico per la trascendenza", spiega lui stesso. "Sono già monaco in città. Vivo secondo i principi della libertà della mia religione, sono vegetariano, non bevo alcolici, non consumo droghe né bevande eccitanti come il caffè, non gioco d'azzardo e trasformo l'energia sessuale in energia spirituale". Coerentemente con l'ideologia seguita in questi anni milanesi - la cucina vegetariana e la "comune amorevole verso ogni essere" - spiega: "Il Joia era diventato un business, ora porto la mia conoscenza al servizio di uno scopo spirituale".

VOTO  
**8**

## LIZ JOHNSON

Ce ne sono di stranezze al Frog club, super-esclusivo ristorante di New York aperto a metà febbraio da Liz Johnson, nel tranquillo isolato di Greenwich Village. Non sono consentite fotografie (neanche gli innocui selfie in bagno), e infatti all'ingresso un corpulento individuo accoglie i clienti sigillando le fotocamere dei loro smartphone con adesivi. Ma questo non è niente rispetto a una singolarissima voce presente nel menu: la possibilità di baciare la chef per la modica cifra di 1.000 dollari. Sembra incredibile, ma un cliente ha deciso di acquistare l'incontro ravvicinato con Liz, alle 22.30 del giorno dell'inaugurazione. Un cameriere che era presente ha raccontato al New York Times che la scena è stata "molto dolce" (previsto solo il bacio sulla guancia) e che "lei arrossiva". Sarà forse per l'imbarazzo di aver fregato 1.000 dollari a un povero (si fa per dire) cliente?

VOTO  
**4**

## NICO ACAMPORA

Continua a collezionare successi PizzAut. Dall'incontro con Papa Francesco all'apertura del secondo locale a Monza alla presenza del presidente della Repubblica lo scorso aprile. E ancora, alla menzione proprio di Mattarella nel messaggio di fine anno alla nazione. Il progetto di inclusione sociale di Nico Acampora, che dà lavoro a ragazzi con disturbi dello spettro autistico, ha fatto nuovamente centro. Questa volta guadagnandosi il secondo posto della Classifica "Top 100 dei ristoranti più apprezzati in Italia" stilata dall'app TheFork. "Secondi su 20mila ristoranti", scrive Acampora su Facebook. "PizzAut è davanti a ristoranti famosissimi, stellati e rinomati. La classifica è fatta attraverso le recensioni dei clienti... e quindi un grazie gigante a tutti voi che venite a mangiare la pizza più buona della galassia conosciuta". Il segreto? Per il fondatore di PizzAut è semplice: "il merito è tutto dei meravigliosi professionisti Aut: camerieri, pizzaioli, cuochi e barman che hanno imparato un mestiere e lo hanno imparato bene".

VOTO  
**10**

## GARY PILNICK

Non è passata inosservata l'uscita infelice del Ceo di Kellogg's, Gary Pilnick, in diretta sulla Cnbc. Al centro del dibattito il tema dell'inflazione sui beni alimentari, con i consumatori Usa che per mettere lo stesso cibo nel carrello, nel 2023, hanno pagato il 20% in più rispetto al 2021. Il suggerimento di Pilnick per riempire la pancia delle famiglie e salvare il conto in banca? Una bella tazza di latte e cereali per cena, il cui prezzo "è inferiore a un dollaro", ha affermato Pilnick. Peccato che, nel solo 2023, il prezzo medio di una scatola di cereali Kellogg's sia aumentato del 17% circa. Non a caso, negli Usa le adv di Kellogg's sono oggi incentrate sul pasto serale, al motto di "Give chicken the night off" (letteralmente, "Lascia al pollo la serata libera"). "Questo tizio guadagna 4 milioni di dollari l'anno. Credete che ai suoi figli faccia mangiare i cereali per cena?", è uno dei tanti commenti sdegnati pubblicati sui social, dove le parole di Pilnick vengono paragonate a quelle di una celebre regina: "Se non hanno più pane, che mangino le brioches!". O i cereali, ça va sans dire.



VOTO  
**4**

## CHIARA FERRAGNI

Finché il giudice non emette la sua sentenza, vale la presunzione d'innocenza. Non lanceremo accuse, dunque, contro Chiara Ferragni, che, agli inizi di marzo, ha fatto la sua comparsa a "Che tempo che fa", il programma condotto da Fabio Fazio. Non possiamo non fare qualche commento, tuttavia, sull'imbarazzante linea che ha scelto di seguire per fare la sua ricomparsa in pubblico, dopo un lungo silenzio. A proposito dello scandalo del "pandoro-gate", l'influencer sostiene che tutto sarebbe dovuto a un fraintendimento: lei ha sempre agito in buona fede. Interrogata da Fazio, ammette (genericamente) che "qualcuno ha fatto un errore", ma, insomma, "tutti sbagliamo ed è bello fare vedere le imperfezioni"... Se fossi un coccodrillo potrei anche commuovermi.

VOTO  
**5**

DAL 1947  
**SGAMBARO**  
MOLINO E PASTIFICIO

# BUONA PER TE, BUONA PER LA TERRA.



20 ANNI DI  
GRANO DURO  
ITALIANO



CEREALI  
BIOLOGICI DI  
PRIMA SCELTA



MOLINO  
UNITO AL  
PASTIFICIO



100%  
ENERGIA  
VERDE



AZIENDA  
CLIMATE POSITIVE  
ENTRO IL 2030



SGAMBARO.IT

## Italmopa: “Stop alla disinformazione, il grano importato è sicuro”

Il frumento duro di importazione è salubre e risponde alle rigide normative comunitarie in materia igienico-sanitaria. Lo conferma Italmopa, l'Associazione di categoria che rappresenta l'industria molitoria italiana, a seguito al primo report effettuato nell'ambito del programma straordinario di verifiche sul frumento duro di importazione. L'operazione ha visto il coinvolgimento del Comando dei Carabinieri per la Tutela Agroalimentare, della Guardia di Finanza, delle Capitanerie di Porto e dell'Ispezzione centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari.

“Il quantitativo ispezionato ha riguardato, sinora, circa 420 milioni di chili di grano duro di importazione destinato all'alimentazione umana e ulteriori controlli nei porti di arrivo sono stati successivamente eseguiti da parte delle Autorità di vigilanza e di controllo” sottolinea Vincenzo Martinelli, presidente della Sezione Molini a frumento duro Italmopa. “Gli esiti dei robusti controlli effettuati costituiscono in primis una garanzia per l'industria molitoria, [...] ma anche una chiara smentita di ricorrenti campagne denigratorie che celano meri interessi di categoria dietro la presunta difesa dei consumatori”.

## Lotta agli sprechi: per I.T.Ali, “Le filiere come sistema di recupero”

“Negli ultimi anni lo spreco alimentare è diventato un tema di fondamentale importanza: i consumatori chiedono alle aziende di modificare la produzione per renderla più sostenibile. È quindi necessario lavorare, anche dal punto di vista tecnico, per raggiungere un sistema di produzione virtuoso, riducendo la produzione di rifiuti non più soltanto all'interno delle singole aziende, bensì a livello comune e di filiera”. L'appello è di Silvano Bedogni, direttore generale di I.T.Ali. - azienda specializzata in ingredienti e tecnologie alimentari -, intervenuto nel corso della sessione dedicata alle produzioni responsabili in occasione di 'Roma Innovation Hub 2024' - l'evento che si è svolto a fine gennaio e che ha permesso un confronto tra i professionisti della progettazione, le istituzioni e il Governo, sull'agenda Ue 2030.

Secondo Bedogni, un fattore determinante per riuscire nella lotta allo spreco è comprendere che ciò che per qualcuno è considerato un rifiuto, per altri può rappresentare una materia prima. Se il primo modo per recuperare rifiuti è quello di non produrli, bisogna cercare anche di ridurre il più possibile la quantità di scarto presente nel prodotto stesso, come l'aria di conservazione e gli imballaggi, che spesso sono presenti in quantità ben superiori rispetto al prodotto stesso. Ai rifiuti “visibili” del prodotto finito si sommano infatti quelli “invisibili” ai consumatori, ovvero quelli che si realizzano durante la produzione, come gli sfridi delle vaschette e delle etichette. “È quindi essenziale preparare le giuste figure professionali, formando i tecnici per la progettazione di impianti e prodotti in modo integrato”, spiega Bedogni. “Solo in questo modo, e con l'unione delle forze di tutte le aziende che vogliono fare filiera in modo virtuoso, sarà possibile intervenire per eliminare, o perlomeno ridurre, gli sprechi”.

## Consorzio VOG: al via il concorso gourmet Marlene, nuova tappa del viaggio culinario

Marlene, marchio del Consorzio VOG, invita i consumatori a cimentarsi in cucina. Chi realizzerà le ricette migliori vincerà un'esperienza culinaria in Alto Adige e incontrerà Norbert Niederkofler, chef tre stelle Michelin. Si apre dunque un nuovo capitolo per il viaggio culinario della mela Marlene: dopo la campagna autunnale, con l'invito a scoprire il suo territorio, ora i consumatori hanno l'opportunità di esplorare la sua molteplicità di utilizzi in cucina e vincere 100 pacchetti gourmet e cinque esperienze culinarie in Alto Adige per due persone. Dal 26 febbraio al 14 aprile un grande concorso coinvolgerà molteplici paesi europei. Per vincere uno dei viaggi in palio, i consumatori dovranno condividere una ricetta a base di mele, includendo foto, modalità di preparazione e una descrizione del piatto. I vincitori saranno ospiti per sette notti in Alto Adige-Südtirol e lo chef Niederkofler li accoglierà nel ristorante AlpiNN per una cena esclusiva dove potranno cucinare le loro ricette. Semplicemente inserendo i propri dati, si può partecipare inoltre all'estrazione dei 100 zaini da trekking contenenti specialità altoatesine. A supporto del concorso, il Consorzio VOG mette in campo un'intensa campagna di comunicazione che include digital e social, tv, print adv, out of home e collaborazioni con influencer e creator. Il link per partecipare al concorso Marlene è [www.marlene.it/esperienza\\_culinaria\\_concorso](http://www.marlene.it/esperienza_culinaria_concorso)

## ‘Il mondo nuovissimo’, di Fabio De Felice e Roberto Race. Uno sguardo sintetico su rischi e opportunità dell’intelligenza artificiale

Il libro ‘Il mondo nuovissimo. Dialoghi su etica e intelligenza artificiale’ è un'occasione per dare concretezza a un tema di cui si sente parlare in tutte le salse, ma che spesso disorienta per la sua vastità e la frammentarietà con cui se ne discute. Vale a dire, come suggerisce il titolo, l'intelligenza artificiale e, più in generale, lo sviluppo tecnologico. Il testo, dunque, si propone di gettare uno sguardo a volo d'aquila su tutti gli aspetti della vita (dall'etica all'economia, dall'estetica al lavoro) che, in qualche modo, si stanno scontrando con il rapido progredire della tecnologia.

‘Il mondo nuovissimo’ si divide in due parti. La prima si articola attraverso una serie di conversazioni tra i due autori, Fabio De Felice, professore di ingegneria all'Università degli Studi di Napoli Parthenope e imprenditore, e Roberto Race, giornalista e consulente in corporate e reputation strategy per le imprese. La seconda, invece, raccoglie una serie di interventi di imprenditori e amministratori delegati di aziende italiane. Una sezione, quest'ultima, che permette di osservare più da vicino le potenzialità concrete della tecnologia per l'impresa made in Italy, ma anche gli ostacoli presenti nel nostro Paese (dagli eccessi di burocrazia fino alla fuga di cervelli).

Tutta l'opera, come si accennava, tocca in maniera sintetica le diverse implicazioni che la tecnologia (e in particolare l'intelligenza artificiale) porta con sé e con cui, volenti o nolenti, dobbiamo confrontarci. Si tratta quindi di un'ottima introduzione al tema, che permette di osservarne le diverse sfaccettature e complessità. Pregio che costituisce anche il limite del libro: per approfondire ciascun aspetto sarà necessario rivolgersi ad altri testi. L'obiettivo di fondo de ‘Il mondo nuovissimo’ viene comunque centrato in pieno: rendere consapevole il lettore che, per poter gestire il progresso tecnologico, è necessario essere consapevoli delle sue potenzialità e dei suoi rischi. Così da poter dominare (e non essere dominati) una tecnologia che sia davvero costruita per (e non contro) l'essere umano.



## Olio d’oliva: gli italiani tagliano i consumi. L’indagine dell’Istituto Piepoli



L'aumento del prezzo dell'olio extravergine di oliva, che oggi è arrivato a costare in media nove euro a bottiglia, cambia le abitudini d'acquisto di circa il 30% dei consumatori. A dirlo è un'indagine condotta su un campione di italiani dall'Istituto Piepoli - pubblicata da Il Sole 24 Ore - che sottolinea come il 47% degli intervistati avrebbe diminuito il consumo del 30% e il 40% lo avrebbe dimezzato. In generale, il 45% sostiene di aver cambiato le proprie abitudini in cucina passando all'olio di semi. Secondo l'Istituto Piepoli, questa fuga dall'olio avrà delle conseguenze durature e potrebbe portare a una riduzione stabile dei consumi anche del 40%.

Ricordiamo che il mercato dell'olio d'oliva è fortemente sotto pressione. La crisi climatica ha portato a una diminuzione della produzione internazionale, colpendo l'Italia, ma soprattutto la Spagna, tra i principali produttori. I produttori italiani, però, non sono completamente d'accordo con i numeri emersi dallo studio Piepoli. Come spiega al quotidiano Zeffere Monini, Ad dell'omonimo oleificio, i dati Nielsen - che tracciano gli acquisti reali - mostrano un calo più contenuto: per il 2023 le vendite di olio extravergine nella Gdo sono diminuite del 9,5% e la media per i mesi di gennaio e febbraio 2024 indicano un calo dei volumi intorno al 7,8%.

## Firmato il nuovo contratto nazionale di lavoro dell’industria alimentare

Nella notte dell'1 marzo è stato siglato il rinnovo del contratto nazionale dell'industria alimentare 2023-2027 tra Fai-Cisl, Flai-Cgil, Uila-Uil e le associazioni delle imprese del settore. I sindacati hanno raggiunto un accordo sul quale esprimono piena soddisfazione per i risultati conseguiti in linea con gli obiettivi della piattaforma, soprattutto in materia di salario, welfare e contrasto alla precarietà. Il nuovo accordo prevede per la parte economica un incremento di 280 euro per un montante complessivo a parametro 137 che al termine dei quattro anni sarà pari a 10.236 euro. La prima tranche parte dall'1 dicembre 2023 con un aumento di 75 euro, già nei primi 14 mesi di applicazione contrattuale lavoratrici e lavoratori andranno a recuperare un importo di 170 euro, il 60% dell'aumento totale previsto. Per i casi di mancata contrattazione di secondo livello si aggiungono altri 15 euro mensili a quelli già previsti. Viene migliorata la dotazione del welfare contrattuale, con un aumento di 4 euro per il fondo integrativo sanitario Fasa a garanzia di maggiori prestazioni. Per il fondo di previdenza complementare Alifond il contributo a carico delle aziende arriva a 1,5% (+0,3%, equivalente a 6 euro); viene inoltre rafforzato il fondo a sostegno del congedo di maternità e paternità. Importanti i risultati anche sulla riduzione dell'orario di lavoro, che nel settore alimentare non subiva modifiche, a livello nazionale, da 30 anni: a partire dal 1 gennaio 2026 coloro che svolgono turni di 18 e 21 ore avranno una riduzione di quattro ore a cui si aggiungeranno altre quattro ore l'anno successivo, mentre dal 1 gennaio 2027 la riduzione di quattro ore si applicherà a tutti i lavoratori e le lavoratrici. C'è l'impegno, inoltre, a definire future intese a livello aziendale con le Rsu per ulteriori riduzioni dell'orario di lavoro in caso di investimenti tecnologici che potrebbero impattare su produttività e occupazione. Vengono aggiornati e migliorati gli articoli che disciplinano il governo del mercato del lavoro con maggiore contrasto alla precarietà attraverso il dimezzamento della percentuale complessiva che passa dal 50% al 25% dei contratti a termine, in somministrazione e in staff leasing.

## La Doria: entro il 2031, riduzione delle emissioni di gas serra del 46,2%

La Doria, gruppo specializzato nella produzione di derivati del pomodoro, sughi, legumi e succhi di frutta a marchio della Gd, riduce in modo concreto le emissioni di gas serra. Si impegna infatti a ridurre - entro il 2031, rispetto al 2021 - del 46,2% le emissioni di gas serra dirette derivanti dall'attività produttiva e quelle indirette derivanti, per esempio, dall'acquisto di energia elettrica. Ma anche a ridurre del 32,3% le emissioni a monte e a valle del ciclo produttivo, in particolare quelle relative all'acquisto di beni e servizi, grazie alla scelta di fornitori sempre più orientati verso criteri di produzione Esg (Environmental, Social e Governance). Come fanno sapere dal Gruppo, questi obiettivi sono già stati validati da Science Based Targets initiative (SBTi), organismo globale che consente alle aziende di fissare ambiziosi target di riduzione delle emissioni, in linea con le più recenti evidenze scientifiche sul clima.

## Caffè Borbone chiude il 2023 con ricavi di oltre 300 milioni di euro

Caffè Borbone, player specializzato nella torrefazione e nel caffè porzionato, chiude l'esercizio 2023 con ricavi a 300,4 milioni di euro (+14,3% sul 2022). Come fanno sapere dall'azienda, il risultato è frutto dell'ampliamento e del rafforzamento dei canali di distribuzione, del lancio sul mercato di nuovi prodotti, miscele e packaging e degli innovativi format di comunicazione ideati per consolidare l'immagine del brand. Nel 2023 le vendite sono state trainate dalla Gdo (+28%) - che cresce a un tasso superiore alla media del mercato - ma anche dal canale digitale (+32%). Grazie a una fitta rete commerciale distribuita su tutto il territorio nazionale e a uno stabilimento produttivo attivo 24/7 per la lavorazione di una vasta gamma di prodotti, l'azienda ha generato volumi di vendita sempre maggiori nel Nord Italia e ha consolidato la sua presenza nel Centro-Sud. L'export ha visto un aumento del 59%, anche grazie alla buona partenza della gestione diretta del mercato US grazie alla costituzione della newco Caffè Borbone America Corp.



Un piacere da condividere  
[www.pastificioavesani.it](http://www.pastificioavesani.it)



# Barilla taglia i prezzi. E gli altri?

Di Margherita Luisetto

Il cut price riguarda un ampio assortimento di pasta e durerà per tutto il 2024. Che impatto avrà sul mercato? La risposta dell'azienda e la vision di alcuni player del settore.

La notizia è di quelle che fanno saltare sulla sedia. Lo scorso gennaio Barilla ha annunciato un'operazione di cut price: a partire dal mese di febbraio, promuove, sull'intero territorio nazionale, la riduzione dei prezzi di cessione ai clienti diretti/distributori su un significativo paniere di prodotti individuati tra i più iconici e rilevanti per milioni di famiglie. La pasta è tra questi.

Subito il pensiero va alla concorrenza e ai diversi produttori di pasta italiani. Cosa faranno adesso? Che succederà? L'operazione risulta scomoda per qualcuno. Non c'è dubbio. E fa discutere. Quale sarà dunque l'impatto sul settore? Lo abbiamo chiesto a Barilla, in primis, ma anche ai principali produttori nazionali. I diretti concorrenti si sono astenuti dal rispondere. Ma una serie di piccole e medie imprese ci hanno fornito interessanti visioni. Vediamone alcune.

## Barilla: "L'operazione rappresenta il forte senso di responsabilità dell'azienda"

"Si tratta di una grande operazione che riguarderà gran parte dell'assortimento della pasta", fanno sapere da Barilla. "Ma anche molti prodotti Mulino Bianco, biscotti, merendine, fette biscottate, pani, e alcuni articoli della Pavesi, come le Goccioline, brand di proprietà del gruppo". La promozione - che vede la riduzione dei prezzi di cessione ai clienti diretti e ai distributori - durerà sino al 31 dicembre del 2024.

### Qual è stato il motivo di questa decisione?

"Questa iniziativa si aggiunge a tutte le altre leve strategiche che l'azienda sostiene da sempre per promuovere la bontà, la qualità e l'attenzione alla sostenibilità dei suoi prodotti, tramite, ad esempio, gli investimenti lungo le proprie filiere, nei suoi siti produttivi, la grande attenzione alla ricerca e sviluppo di nuove tecnologie, l'innovazione con i lanci di nuovi prodotti, le campagne di comunicazione e un'aperta e continua collaborazione con i partner operanti nel settore della distribuzione. Riteniamo che questo ben rappresenti il forte senso di responsabilità con il quale la Barilla opera, da sempre, al fine di onorare e vedere confermata la fiducia che le persone e gli stakeholder di riferimento riconoscono, da 147 anni, all'impresa e ai suoi brand".

### Che impatto avrà sul mercato?

"Da febbraio, Barilla abbassa i prezzi dal 7 sino al 13%. La decisione avrà un impatto positivo sulla spesa alimentare di molti italiani che, sempre di più, fanno fatica ad arrivare a fine mese".

## Il punto di vista di alcuni player del settore

### COOPERATIVA GIROLOMONI

— Giovanni Girolomoni, presidente

"Pensiamo che sia una scelta corretta nei confronti dei consumatori, soprattutto alla luce delle diminuzioni di costo registrate negli ultimi mesi. Più che sui consumi pro-capite o sulla dimensione totale del mercato, riteniamo che avrà un impatto sulle modalità di vendita della pasta. Meno attività promozionali periodiche con sconti importanti rispetto a un prezzo di vendita al pubblico tenuto volutamente alto e prezzi medi più bassi in linea con i costi minori.

Noi, come Cooperativa Girolomoni, abbiamo in realtà anticipato questa decisione da tempo. Già dal 1° gennaio, infatti, avevamo abbassato i prezzi di vendita al pubblico della nostra pasta di grano duro. Da una parte remunereremo correttamente gli agricoltori e non facciamo compromessi sulla qualità del prodotto, dall'altra, coerentemente con la nostra missione di offrire ai nostri clienti un 'Bio accessibile', ci impegniamo a vendere i prodotti a un prezzo più basso possibile, che renda possibile utilizzare la nostra pasta tutti i giorni".

### RUSTICHELLA D'ABRUZZO

— Stefania Peduzzi, co-titolare

"Barilla ha sicuramente una sua dimensione e un suo approvvigionamento del grano, quantità e qualità sono diverse dalle nostre, considerando che una settimana di lavoro di Barilla corrisponde a un anno di nostra produzione. Svilire il prodotto pasta con un abbassamento di prezzo significherebbe tradire l'attività produttiva delle aziende locali italiane visto che il nostro grano al 90% è proveniente dalle regioni italiane. Ci preme sottolineare come il processo di lavorazione della pasta sia distante anni luce da colossi come Barilla, i nostri tempi di produzione artigianali prevedono l'impiego dell'uomo e tempi di essiccazione di anche tre giorni. Come dire il prodotto

pasta nella sua essenza, pur non volendo notare questa differenza, resta sempre meno costosa nel paniere produttivo italiano. Basti pensare che una confezione di un Chewing Gum da 10 confetti costa 1,20 euro. Mezzo chilo di pasta merita per la sua qualità e natura un costo sicuramente maggiore".

### GRUPPO CELLINO

"Non pensiamo che questa operazione avrà un grosso impatto. Al momento il mercato del grano duro è un mercato stabile, salvo variabili imprevedibili che potrebbero influenzarlo, quali di natura geopolitica o climatica. L'attuale livello di mercato è un livello che fa sopravvivere l'agricoltore, ma di certo non lo stimola a seminare di più e a migliorare gli aspetti qualitativi. Sarebbe auspicabile riconoscere all'agricoltore un premio superiore rispetto a quanto oggi riconosciuto: in questo modo ambo le parti, agricoltore e industria, potrebbero lavorare con maggiore serenità e continuità. Andare oggi a stringere il prezzo ai produttori di grano duro implicherebbe creare un forte impatto negativo sulle quantità prodotte, rendendo il grano duro sempre più complesso da reperire. La nostra azienda ha sempre mantenuto un prezzo coerente con l'andamento di mercato, ciò significa che i prezzi sono cresciuti solo nella misura in cui è cresciuto il costo della materia prima e sono stati ridimensionati di pari passo all'andamento del mercato, ormai diversi mesi fa. A differenza di altri player che hanno invece aumentato spropositatamente i prezzi, andandoli a ridimensionare solo dopo aver perso diverse quote di mercato, in alcuni casi anche giocando con le grammature".

### SGAMBARO

— Federico Gris, direttore commerciale

"I nostri prodotti, sia parlando di Etichetta gialla - pa-

sta al grano duro 100% italiano, sia di Etichetta Verde - pasta biologica prodotta con grani antichi, hanno da sempre avuto a scaffale un posizionamento premium, mantenendo una fascia prezzo adeguata all'alta qualità offerta. Sicuramente nel 2024 prevediamo di incrementare la leva promozionale anche attraverso azioni mirate di trade marketing con l'obiettivo di attirare nuovi consumatori e favorire maggiormente il sell out. Questa scelta è altresì dovuta al fatto che il comparto della pasta ha registrato nel primo mese dell'anno, rispetto al suo corrispettivo 2023, una flessione del -4% a volume, secondo i dati Year to Date di fine gennaio".

### LA PASTA DI CAMPOFILONE MARILUNGO

"Barilla mette in difficoltà la concorrenza e si appropria di materie prime da prezzo. Noi artigiani dobbiamo sempre garantire la qualità e abbiamo diminuito il reale costo delle materie prime acquistate da fornitori di fiducia".

### FIBER PASTA

— Fabiana Molinelli, sales and marketing department

"Sicuramente tale operazione sarà attenzionata dall'industria di marca (oltre che dalla Gdo), a nostro avviso per lo più con effetto di aumento della leva promozionale sulla categoria pasta, anziché di una revisione generale dei listini".

Tra le piccole e medie imprese intervistate, c'è anche chi spiega come l'operazione di Barilla sia "un gioco di forza che è stato dato alla Do-Gdo. Per mia esperienza, tutti i clienti con cui collaboriamo sia con i nostri brand che per la private label, si sono già attivati per chiedere una riduzione dei listini, proprio per il fatto che Barilla lo sta facendo e danno per scontato che anche le altre realtà riescono a farlo".

## IL COMMENTO

L'iniziativa di Barilla si inserisce nel contesto economico che caratterizza il mercato italiano negli ultimi anni. Il 2022 è stato un anno complicato per il largo consumo, con una generalizzata crescita dei prezzi dovuta all'eccezionale aumento dei beni energetici e dei rincari sulle materie prime che si sono tradotti in crescite dei costi straordinarie per le industrie del settore alimentare. Nel 2023, poi, l'inflazione è rallentata - è cresciuta in media del 5,7%, rispetto all'8,1% del 2022 - . Una frenata che, come spiega l'Istat, è dovuta principalmente al venir meno delle tensioni sui prezzi dei beni energetici (+1,2%, da +50,9% del 2022). I prezzi del comparto alimentare, tuttavia, hanno registrato ancora un'accelerazione della crescita media annua (+9,8% nel 2023, da +8,8% del 2022). E tra i prodotti a maggiore tasso di crescita del prezzo troviamo proprio la pasta secca. Se consideriamo il periodo 2019-2023 la pasta è aumentata addirittura del 40,1%.

Barilla, che tra il 2022 e il 2023 aveva aumentato i listini della pasta nella Gdo, fa dunque la sua mossa - un'operazione resa possibile dal calo del prezzo del gra-

no duro - . E spiega il cut price con la necessità di aiutare la spesa alimentare dei molti italiani che fanno fatica ad arrivare a fine mese. C'è chi vede però, nell'operazione di riposizionamento di prezzo, un tentativo per recuperare quote di mercato. Nel bilancio 2022, infatti, Barilla registra "una forte crescita a valore per effetto degli aumenti di listino ma la perdita di quota di mercato sulla pasta - principalmente a favore dell'offerta della private label" (fonte: www.barillagroup.com) - . Una situazione che non rappresenta un'eccezione se si considera che nel 2023, secondo gli ultimi dati Circana, le vendite di pasta secca nella Gdo sono arrivate a oltre 1,3 miliardi di euro (+7,6%), ma con volumi in lieve decremento (-1,1%).

Il prezzo medio è stato di 1,92 euro/Kg (+8,7%), con quasi la metà delle vendite realizzate in promozione.

Dal momento che i competitor si sono astenuti dal commentare la politica del colosso di Parma, non è scontato capire come la mossa di Barilla possa influenzare il settore. Anche se la logica spinge a pensare che dovrebbe contribuire a far scendere prezzi, mediamente già in calo.

M.L.

**RICCIARELLI**  
PACKAGING SYSTEMS

TO PRESERVE AND  
TO VALORIZE

Da 180 anni produciamo sistemi automatici per il confezionamento alimentare per proteggere e valorizzare i vostri prodotti in tutto il mondo.

embrace  
the  
change

Le nostre macchine garantiscono integrità e sicurezza al prodotto, per preservarlo e trasportarlo dalla fabbrica alla tavola del consumatore.



www.ricciarellispa.it



Modello AV-A - Pastorizzatore a vapore con asciugatura

## Castiglioni, dal 1955 a fianco dei pastifici

Con macchinari all'avanguardia e impianti industriali innovativi, l'azienda è partner dei produttori di pasta fresca e secca. Spirali di trattamento termico, impastatrici, presse di estrusione, formatrici, pastorizzatori e cuocitori sono solo alcune delle soluzioni proposte.

Di Margherita Luisetto

Con una combinazione di tradizione, innovazione e impegno per la qualità, Castiglioni rappresenta un punto di riferimento nel mondo della produzione di pasta per grandi e piccoli produttori.

Fondata nel 1955, l'azienda - che ha sede a Locate Varesino, in provincia di Como - si distingue infatti per l'eccellenza nella realizzazione di impianti per la produzione e il trattamento di pasta fresca e pasta secca. In questi 69 anni ha dimostrato di saper fornire soluzioni all'avanguardia adattabili a qualsiasi esigenza, dai laboratori artigianali fino a grandi pastifici o industrie alimentari.

"Il mercato della pasta è in costante evoluzione, con consumatori sempre più esigenti e attenti alla qualità e alla varietà del prodotto offerto", spiega Emanuele Castiglioni, titolare dell'azienda. "In risposta a questa domanda, la nostra azienda ha investito nell'innovazione tecnologica, sviluppando macchinari e impianti industriali affidabili e all'avanguardia".

### I macchinari all'avanguardia

Sono molteplici i macchinari proposti dalla Castiglioni, atti a soddisfare tutte le tipologie di lavorazione all'interno dei pastifici. "Tra le tante soluzioni troviamo impastatrici per piccole produzioni artigianali fino a impianti industriali. Le nostre macchine di produzione comprendono presse di estrusione, macchine formatrici per ravioli e cappelletti, linee complete per la produzione di cannelloni e lasagne, oltre a macchine per la produzione di nidi di pasta, taglierine e calibratori. Nel campo del trattamento,



Modello RA250 - Raviolatrice doppia sfoglia ad aste con calibratore

Modello P15-115-DA - Spirale di pastorizzazione

progettiamo e produciamo varie tipologie di pastorizzatori e cuocitori, sterilizzatori, raffreddatori, trabatti, essiccatoi e pre-essiccatoi. I nostri nastri e distributori costruiti su misura assicurano un trasporto efficiente, progettati per ottimizzare l'impianto del cliente. Inoltre, offriamo soluzioni per la produzione di gnocchi, tra cui macchine gnoccatrici, scossini e trabatti dedicati".

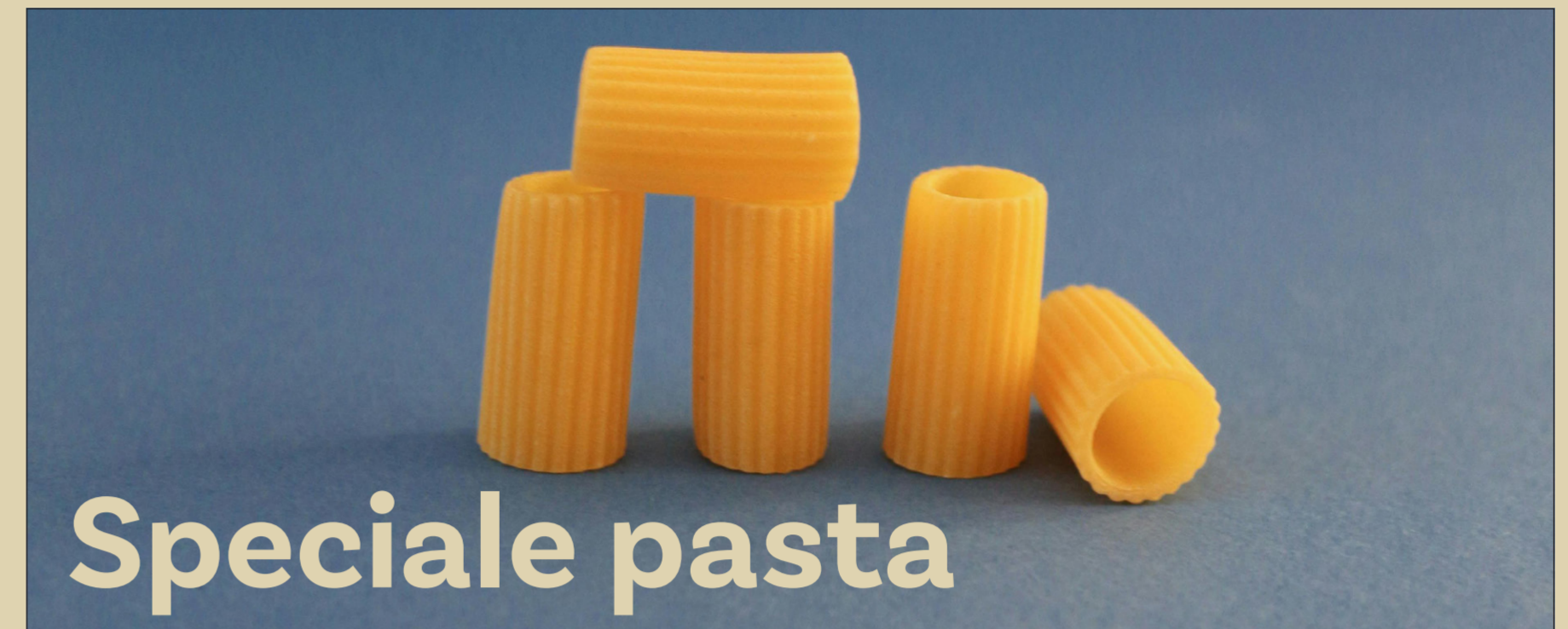
### Le ultime innovazioni

Tra le più recenti innovazioni messe a punto dall'azienda, si trovano le spirali di trattamento termico, tra cui spirali di pastorizzazione, lievitazione, raffreddamento, surgelazione e di trasporto. "Questa tipologia di impianto è versatile e offre una soluzione compatta ed efficiente per le esigenze delle moderne linee di produzione di pasta, ottimizzando i costi di produzione dell'azienda e garantendo una qualità costante", spiega Emanuele. Queste spirali consentono il trattamento di pasta fresca, ripiena, gnocchi e varie tipologie di alimenti, garantendo risultati uniformi di alta qualità.

### Soluzioni tailor-made

Castiglioni è in grado di adattare le sue macchine alle diverse esigenze dei clienti. "Il know-how acquisito in anni di attività, anche grazie a strette collaborazioni con grandi aziende nel settore, ci ha permesso di adattarci sempre meglio alle esigenze di mercato. Le nostre macchine, infatti, sono realizzate per lavorare con diversi ingredienti e materie prime, garantendo efficienza operativa, servizi di alta qualità, un prodotto eccellente e risultati sempre superiori".

# GUIDA BUYER



## Speciale pasta

Fresca, secca, surgelata, all'uovo, di semola, lunga o corta, ripiena, senza glutine, in formati tradizionali o dalle geometrie alternative. Proposta nella versione convenzionale o biologica, è sempre il prodotto 'must' nel carrello della spesa degli italiani. L'analisi del mercato e una ricca selezione di novità presentate dalle aziende del settore.

A cura di Margherita Luisetto

Nel 2023, le vendite in volume del comparto pasta sul totale Italia (inclusi iper, super, Lsp-libero servizio piccolo e discount) hanno superato 878 milioni di chili, registrando una tenuta rispetto al 2022 (+0,8%). A valore il comparto raggiunge invece 1 miliardo e 726 milioni di euro, con una crescita pari al +7,8. I dati, pubblicati da Circana, rilevano che i primi tre produttori italiani di pasta sono: Gruppo Barilla, De Cecco e La Molisana. Insieme coprono a valore il 39,8% del mercato. Mentre l'incidenza della Private Label è del 24,2%.

### I segmenti

La pasta di semola primeggia, sia per quanto riguarda i volumi venduti - oltre 783 milioni e 114 mila chili (+1,1% rispetto al 2022) -, sia a valore, superando infatti 1,3 miliardi di euro (+7,6%). Segno positivo anche per la pasta ripiena e gli gnocchi (+5,3% a volume e +12,8%

### Mercato - Ranking dei Produttori a valore

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - AT

- 1 Gruppo Barilla
- 2 De Cecco
- 3 La Molisana

I primi tre produttori coprono a valore il 39,8% del mercato.

PL: 24,2%

Pressione promo PL: 18,4%

a valore) e per la pasta senza glutine (+8,1% a volume e +15% a valore). Le performance un po' più basse riguardano invece la pasta integrale/farro/kamut/legumi (-5,1% a volume e +0,4% a valore) e la pasta all'uovo (-1% a volume e +9% a valore).

### Le aree e i canali

In base ai dati forniti da Circana, il Sud è l'area geografica in cui i volumi di pasta si confermano maggiori, superando i 331 milioni di chili. Seguono Centro Italia e Sardegna, il Nord-Ovest e, all'ultima posizione, il Nord-Est. La stessa classifica vale per i risultati ottenuti a valore.

Sul fronte dei canali di distribuzione i supermercati dominano la classifica con oltre 486 milioni di chili venduti (pari al 55,3% del totale vendite a volume), seguiti dai discount (24,3%), dal Libero servizio piccolo (12%) e ipermercati (8,3%).

### MERCATO - Dimensioni e trend del Mercato

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)+Discount - AT DIC 23

	VENDITE IN VOLUME	VAR. % VENDITE IN VOLUME RISPETTO ALL'ANNO PREC.	VENDITE IN VALORE	VAR. % VENDITE IN VALORE RISPETTO ALL'ANNO PREC.
<b>PASTA</b>	<b>878.821.510</b>	<b>0,8</b>	<b>1.726.011.975</b>	<b>7,8</b>
- PASTA ALL'UOVO	37.427.842	-1,0	166.797.723	9,0
- PASTA DI SEMOLA	783.114.674	1,1	1.350.941.175	7,6
- PASTA INT/FARRO/KAMUT/LEGUMI	38.812.815	-5,1	106.517.798	0,4
- PASTA RIPIENA/GNOCCHI	6.874.572	5,3	37.819.768	12,8
- PASTA SEMOLA INSAPOR/ARRICCH	2.575.419	18,1	11.962.791	35,0
- PASTA SENZA GLUTINE	10.016.187	8,1	51.972.720	15,0

FONTE: CIRCANA

### MERCATO - Allocations nei Canali e nelle Aree

AT DIC 23

	VENDITE IN VOLUME	SALES LOCATION IN VOLUME	VENDITE IN VALORE	SALES LOCATION IN VALORE
TOTALE ITALIA IPER+SUPER+LSP (DA 100 A 399 MQ)+DISCOUNT	878.821.510	100,0	1.726.011.975	100,0
NORD-OVEST IPER+SUPER+LSP (DA 100 A 399 MQ)+DISCOUNT	200.192.502	22,8	418.357.729	24,2
NORD-EST IPER+SUPER+LSP (DA 100 A 399 MQ)+DISCOUNT	142.586.877	16,2	316.795.491	18,4
CENTRO + SARDEGNA IPER+SUPER+LSP (DA 100 A 399 MQ)+DISCOUNT	204.376.213	23,3	422.738.212	24,5
SUD IPER+SUPER+LSP (DA 100 A 399 MQ)+DISCOUNT	331.665.917	37,7	568.120.542	32,9
LSP	105.725.057	12,0	228.296.035	13,2
SUPERMERCATI	486.096.309	55,3	1.054.740.319	61,1
IPERMERCATI	73.058.394	8,3	164.155.616	9,5
DISCOUNT	213.941.749	24,3	278.820.004	16,2

FONTE: CIRCANA



**PASTIFICIO ATILIO MASTROMAURO GRANORO**  
[www.granoro.it](http://www.granoro.it)

**Spaghetti quadrati Granoro Dedicato**  
Pasta di semola di grano duro 100% Puglia.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro 100% Puglia.  
**Formato e Confezionamento**  
500 g.  
**Shelf life**  
36 mesi dalla data di confezionamento.


**BUONA COMPAGNIA GOURMET**  
[www.bcgourmet.it](http://www.bcgourmet.it)

**Gnocchi di patate**  
Gli autentici gnocchi di patate fresche, buoni e genuini come gli gnocchi fatti in casa. Realizzati con solo quattro ingredienti. Senza flocchi di patate e conservanti.  
**Ingredienti**  
Patate fresche, farina, uova, sale.  
**Formato e Confezionamento**  
500 g - film stampato doypack.  
**Shelf life**  
50 gg.


**ARTUSI PASTIFICIO ITALIANO**  
[www.pastificioartusi.com](http://www.pastificioartusi.com)

**The Alternative food**  
Pasta fresca ripiena vegetale - Plant based.  
**Ingredienti**  
100% di filiera italiana; 100% vegetali.  
**Formato e Confezionamento**  
Vaschette da 300 gr in atm.  
**Shelf life**  
50 gg.


**VERSILFUNGO**  
[versilfood.com](http://versilfood.com)

**Kit I love pasta**  
Tagliatelle all'uovo e salsa di pomodoro con funghi porcini. Tutto il gusto della semplicità e tutto il sapore dei funghi più pregiati in un kit perfetto per portare in tavola un piatto della tradizione grazie alle tagliatelle e alla salsa di pomodoro con i funghi porcini.  
**Ingredienti**  
Pasta all'uovo: semola di grano duro italiano, uova (23%). Può contenere soia e senape.  
Salsa a base di pomodoro con funghi porcini: polpa di pomodoro (origine del pomodoro: Italia), funghi porcini (Boletus edulis e relativo gruppo) 28%, cipolla, olio extra vergine di oliva, vino bianco, sale, prezzemolo, aglio essiccato, pepe, zucchero, aroma. Salsa di pomodoro utilizzata 70 g per 100 g di prodotto finito. Contiene solfiti. Può contenere: sedano.  
**Formato e Confezionamento**  
Confezione Kit. Confezione Pasta 250 gr. Salsa di pomodoro con funghi porcini vasetto 120 gr.


**IL PASTAIO**  
[www.pataro.it](http://www.pataro.it)

**Pataorto**  
Una gamma di gnocchi che contiene il 40% di verdure, composta da tre referenze - 'solo patate e spinaci', 'solo patate e radicchio', 'solo patate e zucca' -. Grazie a questi prodotti, il consumatore può soddisfare il desiderio di mangiare sano senza sacrificare il gusto: una porzione di gnocchi, infatti, contiene una delle cinque porzioni giornaliere di verdura (secondo le quantità indicate dall'Istituto Superiore di Sanità), e l'intera linea è senza glutine, latte, uova e conservanti.  
**Ingredienti**  
Purea di patate, purea di spinaci o radicchio o zucca, fecola di patate, spolvero di farina di riso.  
**Formato e Confezionamento**  
400 gr - vaschetta in patica + astuccio in carta premium.  
**Shelf life**  
60 gg.


**DE MATTEIS AGROALIMENTARE**  
[www.pastarmando.it](http://www.pastarmando.it)

**La Penna Liscia di Armando**  
La penna più liscia fra le penne proposte da Pasta Armando, sviluppata in collaborazione con Chef Alessandro Borghese. Trafilata al bronzo, la sua superficie è liscia ma rugosa, ideale per trattenere i sughi. Prodotta con grano 100% italiano della Filiera Armando e certificata 'Metodo zero residui di pesticidi e glifosato'.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro.  
**Formato e Confezionamento**  
Pack da 500 g in astuccio premium 100% riciclabile nella carta.  
**Shelf life**  
36 mesi.


**MASTER**  
[www.mammaemma.it](http://www.mammaemma.it)

**Gnocchi di patate con carciofi**  
Realizzati con solo patate fresche e ingredienti naturali di alta qualità. Senza conservanti. Spadellabili in tre minuti. Vincitori del Quality Award 2024 - Premiato dai consumatori.  
**Ingredienti**  
Patate fresche, carciofo, farina, uova, sale.  
**Formato e Confezionamento**  
400g - sacchetto riciclabile dentro astuccio certificato Fsc.  
**Shelf life**  
50 gg.


**EGIDIO MICHELIS**  
[www.michelis.it](http://www.michelis.it)

**Ravioli con arrosto e verdura**  
Pasta fresca ripiena preparata secondo tradizione: la sfoglia è preparata con uova fresche da galline allevate all'aperto e farina italiana. Al suo interno, un saporito ripieno preparato solo con carne bovina di razza Piemontese e verdure selezionate. I ripieni non prevedono l'uso di semilavorati, bensì sono preparati da zero ogni giorno nella cucina aziendale.  
**Ingredienti**  
Ripieno 55%: arrosto di carne suina e bovina 32%, prosciutto cotto, soffritto di verdure, mortadella, ricotta, formaggio Grana Padano Dop, noce moscata, sale. Pasta 45%: semola di grano duro, farina di grano tenero tipo '00', uova fresche italiane da allevamento all'aperto 18%. Spolverato con farina di riso.  
**Formato e Confezionamento**  
Vaschetta da 250 g, 500 g e 1000 g.  
**Shelf life**  
21 gg.


**MOLINO SPADONI**  
[www.molinospadoni.it](http://www.molinospadoni.it)

**Pasta a basso indice glicemico - Alimentazione Dedicata\* Molino Spadoni**  
La pasta a basso indice glicemico con amido resistente è a base di farina di mais e riso semi-integrale. È un'ottima fonte di proteine, è ricca di fibre funzionali ed è senza glutine. L'amido resistente è un particolare tipo di amido indigeribile che contribuisce a rendere graduale e lenta la digestione dei carboidrati e limita l'assorbimento degli zuccheri.  
**Ingredienti**  
Farina di mais giallo, amido resistente, proteine isolate della soia, farina di mais bianco, farina di riso semigrigio, fibra di bambù, inulina, emulsionante.  
**Formato e Confezionamento**  
Pack da 400 gr.  
**Shelf life**  
30 mesi.


**PASTIFICIO AVESANI**  
[www.pastificioavesani.it](http://www.pastificioavesani.it)

**Bigoli gr. 300**  
Bigoli in confezione da 300 grammi.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro, uova 20%. Può contenere tracce di soia e senape.  
**Formato e Confezionamento**  
Sacchetto 300 gr.  
**Shelf life**  
45 gg.


**BARILLA**  
[www.barilla.com/it-it](http://www.barilla.com/it-it)

**Spaghetti al bronzo Barilla**  
Frutto della lavorazione grezza dei migliori grani 100% italiani, tutta la gamma attinge al metodo tradizionale della trafileatura al bronzo: l'impasto viene estruso attraverso trafile al bronzo con inserti arricchiti di filettature che aumentano la resistenza al passaggio dell'impasto, disegnando sulla sua superficie una 'rete di microincisioni'. La lavorazione grezza conferisce alla pasta Barilla al bronzo una ruvidità intensa, capace di offrire un'esperienza sensoriale unica, alla vista, all'olfatto, al tatto e al gusto. Grazie alle rigature, ai solchi e alle curvature della sua struttura e grazie alla sua corposità, la pasta trattiene perfettamente ogni sugo.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro, acqua.  
**Formato e Confezionamento**  
Formato da 400 gr.  
**Shelf life**  
960 gg.


**PASTIFICIO F.LLI CELLINO**  
[www.pastacellino.it](http://www.pastacellino.it)

**La Classica F.Lli Cellino**  
La nuova pasta F.Lli Cellino dal colore brillante e il gusto intenso è prodotta secondo il Metodo Alma®, dal latino Anima, che attraverso la doppia decorticazione a pietra diamantata raggiunge l'anima del chicco, la sua parte più pura. La pasta F.Lli Cellino è fatta con i migliori grani certificati al mondo, con l'aggiunta del grano duro sardo, di cui nel 2018 ha creato la prima filiera sarda 100% certificata (Uni Iso 22005): la Filiera Ercole Punto Zero.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro, acqua.  
**Formato e Confezionamento**  
Confezione da 500 gr in carta Fsc dotata di una fascia laterale a forma di righello che facilita il dosaggio della pasta.  
**Shelf life**  
36 mesi.


**DE ANGELIS FOOD**  
[www.deangelisfood.com](http://www.deangelisfood.com)

**Tortellino prosciutto crudo Gluten free**  
Una referenza classica, in versione gluten free che mantiene texture e sapore appaganti come la versione convenzionale. La sfoglia è trafileata al bronzo, ed è realizzata con solo uova da galline allevate a terra. Senza glutine e senza lattosio.  
**Ingredienti**  
Preparato per pasta [amido di mais, farina di mais 12,8%\*\*, fecola di patata, farina di riso 3,8%\*\*, farina di lenticchie, fibre vegetali (psyllium, agrumi), addensante: gomma di guar, gomma di xanthan], uova\* 14%, albume d'uovo\*, mortadella (carne di suino, sale, destrosio, aromi), acqua, prosciutto crudo 6% (carne di suino, sale), carne di suino cotta (carne di suino, sale, destrosio, saccarosio, fruttosio, aromi, spezie), patate disidratate, olio di girasole, Grana Padano Dop\*\*\* (latte, sale, caglio, conservante: lisozima da uovo), olio d'oliva, fibra vegetale (bambù), aromi, sale. \*Uova da allevamento a terra. \*\*Percentuali espresse sul prodotto finito. \*\*\*Naturalmente privo di lattosio. Può contenere tracce di: soia.  
**Formato e Confezionamento**  
Vaschetta 250 g.  
**Shelf life**  
65 gg.


**RUMMO**  
[www.pastarummo.it](http://www.pastarummo.it)

**Spaghetti Grossi n° 5**  
La famiglia Rummo ha messo a punto e perfezionato un metodo esclusivo, il Metodo Lenta Lavorazione®, basato sulla ricerca dell'eccellenza in ogni fase del processo produttivo. La selezione di semola di qualità superiore e l'aumento dei tempi d'impasto ed essiccazione garantiscono una pasta dall'eccezionale tenuta alla cottura, la prima al mondo certificata (Bureau Veritas N. 385/003). Come fanno sapere dall'azienda, per le sue caratteristiche Rummo si afferma tra le aziende leader in Italia e all'estero nel segmento Premium del mercato della pasta di semola e in quello del senza glutine. Rummo offre diverse linee di prodotti, oltre a quella di semola, quali la bio integrale, l'integrale, la pasta di legumi e quella senza glutine.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro.  
**Formato e Confezionamento**  
Pack in carta riciclabile da 500 gr.  
**Shelf life**  
36 mesi.


**ANTICO PASTIFICIO MORELLI 1860**  
[www.pastamorelli.it](http://www.pastamorelli.it)

**Pici**  
Formato di pasta toscana, realizzato con cura e passione secondo la tradizione locale. Questa pasta è trafileata al bronzo ed essiccata a bassa temperatura per preservare le caratteristiche organolettiche. La particolarità di questa pasta è la sua versatilità: ideale per la precottura, mantiene la sua consistenza anche dopo essere stata condita e mantenuta in temperatura per diverse ore. Il filo sottile di 2,5 mm, secco e relativamente corto, la rende particolarmente adatta anche per l'uso in banchettistica.  
**Ingredienti**  
Semola di grano duro italiano, acqua.  
**Formato e Confezionamento**  
500 g, packaging in PP Coex 40u ed etichetta in carta riciclabile.  
**Shelf life**  
36 mesi.



AROMI E INGREDIENTI ESCLUSIVI

**LASCIAMO PARLARE L'ECCELLENZA.**

Fratelli Pagani S.p.A. pioniera delle soluzioni clean label nel campo dell'industria alimentare, da oltre 110 anni rende unica e riconoscibile l'esperienza sensoriale dei prodotti alimentari, in un processo di continua innovazione.



PRODOTTI SU MISURA PER PASTA E SAVOURY



LE NOSTRE SOLUZIONI ESCLUSIVE



INGREDIENTI E MISCELE



SPEZIE ED ERBE SELEZIONATE



AROMI ED ESALTATORI DI GUSTO

## SCOIATTOLO

www.scoiattolopastafresca.it

## Ravioli Zucca e Pancetta Rosolata

I nuovissimi Ravioli Zucca e Pancetta Rosolata sono un insieme di profumi dagli equilibri perfetti. La dolcezza della zucca italiana selezionata si unisce al gusto sfizioso della pancetta rosolata: il risultato è un abbraccio cremoso che racconta tutta la bontà della vera pasta fresca, realizzata con un mix di grano duro e farina di grano tenero e con sole uova fresche da allevamento a terra.

## Ingredienti

Zucca 28,5%, farina di grano tenero tipo "00", uova 11,5%, pancetta affumicata 7% (pancetta di suino, sale, aromi naturali, spezie), semola di grano duro, acqua, siero di latte in polvere, burro, granuli di patate, pangrattato (farina di grano tenero tipo "0", sale, lievito di birra), siero di latte reidratato, addensante: cellulosa in polvere, miele, sale, aroma naturale, pepe nero. Può contenere: frutta a guscio, crostacei, pesce, soia, sedano, senape.

## Formato e Confezionamento

Vaschetta da 200 gr in plastica riciclata al 70%.

## Shelf life

70 gg.



## STRAMPELLI

www.pastificiostrampelli.it

## Fusilloni

Pasta di semola di grano duro 100% italiano e acqua dalle vicini sorgenti del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga. Metodo di lavorazione accurato e attento per una pasta di alto livello qualitativo. Grazie alla trafilatura, la pasta assume un aspetto ruvido e poroso che garantisce un perfetto assorbimento dei vari condimenti. La pasta è essiccata lentamente a bassa temperatura nel rispetto della sua artigianalità. Il formato particolare dei Fusilloni garantisce una cottura perfetta e veloce in soli in 4/6 minuti.

## Ingredienti

Semola di grano duro 100% italiano e acqua dalle vicini sorgenti del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga e aria pura.

## Caratteristiche

Lavorazione artigianale. Semola di grano duro 100% italiano. Ruvida e porosa. Essiccata lentamente a bassa temperatura.

## Formato e Confezionamento

Sacchetto a fondo quadro da 350 gr completamente riciclabile nella carta, certificato Aticelca C.

## Shelf life

36 mesi.



## AZ. AGR. FERRARIS LUIGI - CASCINA ALBERONA

www.cascinaalberona.com

## Penne di riso 100% - Gluten Free

È l'alimento ideale per una dieta a basso apporto calorico. La pasta di riso è una fonte di carboidrati in alternativa alla pasta di grano duro tradizionale. Con poche calorie, si ha un alto senso di sazietà dato dalla maggiore quantità di acqua assorbita dal riso, rispetto a quella assorbita dal frumento. Essa è utilizzata soprattutto da chi, come i celiaci, deve attenersi a una dieta priva di glutine.

## Ingredienti

Farina di riso, acqua.

## Caratteristiche

Dichiarazione nutrizionale per 100 g: Energia: 368 kcal / 1515 kJ; Grassi: 6,0 g - di cui acidi grassi saturi: 0,7 g; Carboidrati: 64,0 g - di cui zuccheri: 0 g; Fibre: 7,1 g; Proteine: 14,5 g; Sale: 0,05 g.

## Formato e Confezionamento

Pacchi da g 500.

## Shelf life

Scadenza 36 mesi.



## FRATELLI DE CECCO DI FILIPPO FARA S. MARTINO

www.dececco.com

## Sedani Rigati Integrali

Nel segmento "healthy" De Cecco lancia i Sedani Rigati Integrali. Il nuovo formato integrale nasce dall'esclusivo Metodo De Cecco: alla scelta dei migliori grani duri che nel Molino De Cecco diventano la pregiata semola a grana grossa alla trafilatura ruvida, fino alla lenta essiccazione a bassa temperatura. Si ottiene così una pasta unica e inimitabile, naturalmente ricca di fibre e fosforo, fonte di proteine, ferro, tiamina (vitamina B1), magnesio e zinco. A supporto di tutto vi sono diverse certificazioni internazionali, tra cui quella di prodotto DNV e Ambientale EPD che testimoniano la volontà dell'azienda di comunicare in modo oggettivo e trasparente l'attenzione al rispetto dell'ambiente e l'impegno al miglioramento degli standard ecologici.

## Ingredienti

Semola integrale di grano duro di qualità superiore.

## Formato e Confezionamento

Doppio fondo quadro in carta 100% riciclabile e certificata Fsc, con sigillo apri&chiudi.

## Shelf life

36 mesi.



## FRIGOMECCANICA



# DAL 1962 OGNI GIORNO TROVIAMO LA SOLUZIONE GIUSTA PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE

ASCIUGATOI, STAGIONATURE, AFFUMICATOI PER SALAMI E PROSCIUTTI

CAMERE BIANCHE

SCONGELI

SW ACQUISIZIONE DATI CON PLC E MICROPROCESSORE

CONDIZIONAMENTO

SALE DI PROCESSO

STUFE PER MORTADELLE E PRODOTTI COTTI

TUNNEL DI RAFFREDDAMENTO

CELLE FRIGORIFERE

HALL 06  
STAND B 101  
19-22 MARZO 2024  
COLONIA

## FOCUS ON

## I.T.Ali.: soluzioni ad hoc per la pasta ripiena

L'azienda, specializzata in ingredienti e tecnologie alimentari, è un valido partner per la risoluzione delle criticità legate alle fasi produttive più delicate. Ma anche per ottenere impasti lisci, bloccare l'umidità, controllare lo sviluppo microbiologico o prolungare la shelf life.

La pasta ripiena è un prodotto molto amato in Italia e all'estero. Dati provvisori del 2023 - indicativi dell'andamento del segmento - parlano di un incremento di consumo che supera il 7% in Italia, mentre l'export rappresenta il 62% a volume e un giro d'affari di oltre 600 milioni di euro.

I.T.Ali. - l'azienda di Mancasale (Re) specializzata nella produzione di ingredienti e tecnologie alimentari - da tempo segue con attenzione questo mercato, ed è impegnata nello studio e risoluzione delle problematiche che i produttori rilevano nelle fasi più delicate della produzione.

"La preparazione del ripieno, generalmente a base ricotta, richiede l'utilizzo di materie prime selezionate e di alta qualità, specialmente per i prodotti destinati all'esportazione, in quanto i prodotti realizzati subiranno stress notevoli dovuti alla produzione, al trasporto e alla distribuzione", spiega Silvano Bedogni, direttore generale dell'azienda. "Per aiutare i clienti a ottenere ripieni stabili, setosi, a ridurre la sineresi e la migrazione dell'umidità dal ripieno alla sfoglia, I.T.Ali. ha messo a punto una serie di soluzioni, naturali, non impattanti sull'etichetta, che aiutano a migliorare la qualità e stabilità dei prodotti".

## Fibra R15 e Itali Sm 1035

Tra le soluzioni proposte dall'azienda la più performante è la Fibra R15. Basata essenzialmente su un complesso di proteine e sieri del latte, con l'aggiunta di fibre vegetali, permette di ottenere un impasto liscio e setoso, bloccare l'umidità e conferire una migliore testura al ripieno

al momento del consumo. Un altro prodotto con performance molto interessanti è Itali Sm 1035. Studiato e sviluppato come sistema di controllo dello sviluppo microbiologico, svolge una importante funzione sui prodotti finiti. La sua composizione, basata su estratti di spezie e di un particolare aceto in polvere rinforzato, permette il controllo della crescita microbica, senza intervenire sui gusti e sui sapori. Questa sua attività permette pertanto di migliorare e prolungare la shelf life dei prodotti in cui è utilizzato. Altro aspetto importante è quello della possibile riduzione dei trattamenti termici, con notevoli miglioramenti sul gusto del prodotto finito.

## Soluzioni personalizzate

L'azienda, lavorando a stretto contatto con i pastifici, realizza prodotti specifici anche per problematiche tecnologiche come la riduzione dell'appiccicosità dei ripieni, la scorrevolezza degli stessi, la riduzione dei costi delle ricette, da verificare nei singoli casi e criticità. "Nel nostro impianto pilota sviluppiamo continuamente nuove formulazioni e nuovi prodotti che mettiamo a disposizione dei nostri clienti, anche elaborando soluzioni personalizzate per problemi specifici o per nuovi e innovativi prodotti".



FRIGOMECCANICA S.p.A.  
Via Provinciale 19 - 43038 SALA BAGANZA (PR) Italy • Tel. +39 0521 835666  
Fax +39 0521 834070 • info@frigomeccanica.it • www.frigomeccanica.it



Frigomeccanica S.p.A.



Frigomeccanica S.p.A.



**VALDIGRANO DI FLAVIO PAGANI**

www.valdigrano.com

**Valdigrano Qualità Superiore**

La Pasta di Valdigrano Qualità Superiore viene prodotta con grano duro Kronos® 100% italiano, una delle varietà di grano più pregiate al mondo, caratterizzata dall'elevato contenuto di proteine e glutine. Questa peculiarità garantisce l'ottima tenuta in cottura della pasta, la sua eccellente consistenza e il gusto intenso. Trafilata al teflon, la pasta Valdigrano Qualità Superiore preserva il sapore del grano e resta sempre 'al dente'.

**Certificazioni**

Bio, Ifs (Higher Standard), Halal e Kosher, Uni En Iso 9001:2015, Uni Iso 45001:2018, Uni En Iso 14001:2015, Uni Cei En Iso 50001:2018.

**Ingredienti**

100% semola di grano duro qualità Kronos® di origine italiana.

**Formato e Confezionamento**

Gamma di 20 formati da 500 gr e da 5 Kg.

**Shelf life**

36 mesi dalla data di produzione.

**FIBERPASTA**

www.fiberpasta.it

**FiberPasta - spaghetti a basso indice glicemico**

La pasta FiberPasta ha un basso indice glicemico, grazie all'elevato contenuto di fibre funzionali quali amido resistente e inulina che aiutano a ridurre l'assorbimento degli zuccheri. Nel 2001 è stata approvata dal ministero della Salute come alimento idoneo ai diabetici. Ha un basso contenuto di nichel (<0,2mg/Kg) ed è prodotta con grano 100% italiano, preservando il buon sapore e palatabilità della pasta tradizionale. Come fa sapere l'azienda, FiberPasta è consigliata da dietisti e nutrizionisti nelle diete di diabetici, per il controllo del peso e del colesterolo e come aiuto per favorire il benessere intestinale.

**Ingredienti**

Semola di grano duro, fibre alimentari 14% (fibra di grano, amido resistente, inulina). Può contenere tracce di soia e senape.

**Formato e Confezionamento**

500 g, confezione in carta.

**Shelf life**

3 anni.

**PASTIFICIO DI CHIAVENNA**

www.moropasta.it

**Legumè**

Miscela di lenticchie rosse e grano saraceno, lavorati in chicchi. Prodotto ottenuto dalla trafilazione e conseguente essiccamento prima di impasti di farina di lenticchie e acqua e poi di impasti di farina di grano saraceno e acqua.

**Ingredienti**

Farina di lenticchie rosse (60%), farina di grano saraceno (40%).

**Formato e Confezionamento**

Confezione da 300 gr.

**Shelf life**

18 mesi.

**ANTICO PASTIFICIO ZAFFIRI**

www.pastazaffiri.it

**Ziti Mastrì Pastai Bettini**

Nel Lazio, ai piedi del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, sorge il Pastificio Zaffiri, dove nasce la pasta Mastrì Pastai Bettini secondo una tradizione pastaia consolidata da oltre cent'anni. 100% grano duro del Lazio, pura acqua di sorgente, lenta essiccazione a bassa temperatura e trafileatura al bronzo sono gli elementi che rendono questa pasta davvero unica.

**Ingredienti**

Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**

500 g.

**Shelf life**

36 mesi.

**FUMAIOLO**

www.fumaiolo.com

**Pasta fresca surgelata**

Le paste Fumaiolo vengono realizzate grazie all'impiego di materie prime di alta qualità e subito sottoposte a un rapido processo di surgelazione che consente di mantenerne integri gusto e proprietà organolettiche senza ricorrere all'ausilio di conservanti o additivi.

**Ingredienti**

Gli ingredienti dipendono dalla tipologia di pasta. Fumaiolo realizza vari formati, sia ripieni sia semplici, garantendo un'accurata selezione delle materie prime, sempre naturali e genuine.

**Formato e Confezionamento**

L'azienda si impegna nella realizzazione di pack quanto più possibile sostenibili. Attualmente vanta pack realizzati con materiali compostabili o con carta e l'obiettivo è arrivare all'eliminazione totale della plastica dai propri pack entro la fine del 2024.

**Shelf life**

12 mesi.

**GRUPPO FINI**

www.nonsolobuono.it/fini

**Tortellini Emiliani - Linea Antica Bottega Fini**

Prodotto iconico di Fini, i Tortellini Emiliani hanno un ripieno ricco e gustoso, che esalta il sapore autentico e genuino dei quattro ingredienti tipici della ricetta tradizionale emiliana: il prosciutto crudo, il Parmigiano Reggiano Dop stagionato 30 mesi, la mortadella e una saporita carne di maiale brasata nel vino e arricchita di spezie.

**Ingredienti**

Pasta 65%: farina di grano tenero, uova 20%, semola di grano duro, acqua. Ripieno 35%: prosciutto crudo 30% (carne di suino, sale), carne suina cotta (carne di suino, sale, fibra vegetale [pisello], cipolla), formaggio Parmigiano Reggiano Dop stagionato 30 mesi 15%, pangrattato (farina di grano tenero, sale), mortadella 6% (carne di suino, trippino suino, sale, aromi naturali), acqua, sale, aroma naturale (contiene latte), noce moscata.

**Formato e Confezionamento**

Vaschetta da 250 gr, due porzioni.

**Shelf life**

66 gg dalla produzione.

**LA CAMPOFILONE**

www.lacampofilone.it

**Maccheroncini di Campofilone Igp**

Una delle cinque paste Igp d'Italia, i Maccheroncini di Campofilone Igp sono il prodotto tipico dell'omonimo borgo marchigiano: sono finissimi spaghetti all'uovo in grado di cuocersi nel condimento, con una resa assolutamente elevata e una grande capacità di assorbimento.

La storia dei Maccheroncini di Campofilone Igp ha origini antichissime. L'episodio più noto è legato al Concilio di Trento, del 1560, in occasione del quale, venne offerto un piatto costituito da sottilissimi fili di pasta realizzati con farina e uova, provenienti da Campofilone. A settembre 2023 è stato istituito il Consorzio di tutela dei Maccheroncini di Campofilone Igp.

**Ingredienti**

Semola di grano duro, uova fresche 33,4%. Può contenere tracce di soia e senape.

**Formato e Confezionamento**

250 gr, confezione in carta kraft, pasta adagiata su foglietti di carta vegetale che permette una essiccazione perfettamente omogenea.

**Shelf life**

30 mesi.

**LA FABBRICA DELLA PASTA DI GRAGNANO**

www.lafabbricadellapasta.it

**Pasta a forma di esagono Igp**

Come fanno sapere dall'azienda, La fabbrica della pasta di Gragnano realizza la prima e unica pasta artigianale a forma di esagono. Tre formati Igp, Esagopenna, Esagonotti, Esagoncelli, dal design unico, frutto dell'invenzione di Mario e Antonio, titolari del pastificio.

**Ingredienti**

Semola di grano duro di estrazione, acqua di Gragnano.

**Caratteristiche**

I tre formati si distinguono per un design unico, che richiama appunto la forma di un esagono; si prestano a tante invitanti ricette ed eccellono in cottura per tenacia e corposità. Il tutto col valore aggiunto di una lentissima essiccazione a bassa temperatura e semola da grano duro 100% italiano.

**Formato e Confezionamento**

Confezione da 500 gr in pack trasparente.

**Shelf life**

Tre anni.

**LA MOLISANA**

www.lamolisana.it

**Rigacuoire La Molisana**

L'originalità del formato e la superficie porosa che cattura ogni condimento creano una piacevole corposità in bocca, rendendo ancora più piacevole l'esperienza di gusto. Rigacuoire La Molisana è super tenace, grazie all'indice proteico mai inferiore al 14%, la cottura è uniforme in tutte le sue parti e la trafileatura al bronzo dona una superficie ruvida che cattura al meglio tutti i condimenti. La doppia piaga di Rigacuoire, infine, crea una maggiore corposità in bocca, moltiplicando il piacere stesso della masticazione.

**Ingredienti**

Acqua di sorgente che arriva direttamente dal Matese e grano 100% italiano.

**Formato e Confezionamento**

500 g. Confezione riciclabile nella carta al 100%.

**PASTIFICIO GRAZIANO**

www.pastificiograziano.it

**Paccheri lisci - pasta di semola di grano duro**

Pastificio Graziano produce pasta secca di alta qualità esclusivamente nei formati speciali e tipici regionali utilizzando semola 100% italiana. L'utilizzo di trafile in bronzo e il lento processo di essiccazione a basse temperature in celle statiche (40/45° per 24/48 ore) conferisce alla pasta tenacità e una particolare rugosità che aumenta notevolmente l'assorbimento del condimento.

**Ingredienti**

Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**

Busta da 500 gr.

**Shelf life**

24 mesi.

**MOLINO E PASTIFICIO MARTIMUCCI**

www.martimucci.it

**Orecchiette Martimucci**

Linea Classica, Linea Senatore Cappelli, Linea Integrale. Molino e Pastificio Martimucci è un'azienda sita in Altamura (Ba) specializzata nella produzione di pasta fresca. Le orecchiette, così come tutti i formati delle varie linee, sono prodotte con miscele da grano 100% italiano realizzate esclusivamente dal proprio molino e personalizzate per garantire una pasta fresca di altissima qualità e fortemente identitaria, in perfetto stile Martimucci.

**Ingredienti**

Semola di grano duro (tipo Cappelli e integrale nei casi della Linea Cappelli e della Linea Integrale) e acqua.

**Formato e Confezionamento**

400 gr Linea Classica, 250 gr Linea Senatore Cappelli, 250 gr Linea Integrale.

**Shelf life**

90 gg.

**CALLIPO CONSERVE ALIMENTARI**

www.callipo.com - shop.callipo.com

**Spaghettoni Senatore Cappelli**

Pasta artigianale premium con grano 100% Senatore Cappelli. La pasta viene trafileta al bronzo ed essiccata a bassissime temperature per mantenere la sua porosità elevata e per preservarne le caratteristiche organolettiche. Oltre agli Spaghettoni, la linea di pasta artigianale Callipo Dalla Nostra Terra comprende Paccheri Ondulati ed Eliconi.

**Ingredienti**

Semola di grano duro Senatore Cappelli, acqua.

**Formato e Confezionamento**

500 gr.

**Shelf life**

36 mesi.



**CASTIGLIONI**  
ITALIAN FOOD AND PACKAGING MACHINES SINCE 1955

**IMPASTATRICE CONTINUA PER PASTIFICI**

Macchinario dotato di una o più vasche per la preparazione in continuo di sfarinati. Ideata per l'alimentazione di macchine sfogliatrici e formatrici in linee produttive industriali. La macchina potrà essere personalizzata e accessoriata con premix, dosatori e distributori automatici a navicella. Interamente costruito in acciaio INOX per garantire robustezza ed affidabilità.



Macchine per pasta fresca  
Impianti per pastifici  
www.castiglioninedo.it

**LUCIANA MOSCONI**  
www.lucianamosconi.com

**Luciana Mosconi - La Pasta Fresca - Cappelletti alla carne**  
Sfoglia ruvida e tenace. Accurata selezione delle materie prime: solo semola di grano duro di prima estrazione 100% italiana e uova fresche di categoria A 100% italiane. Il ripieno è realizzato con solo carni bovine e suine di primissima qualità selezionate da allevamenti italiani e Parmigiano Reggiano 22/24 mesi senza aggiunta di glutammato, pangrattato, aromi artificiali e conservanti.

**Formato e Confezionamento**  
250 g.  
**Shelf life**  
55/60 gg.

**PASTA CUNIOLA**  
www.pastadicanossa.it

**Pasta di Canossa di semola o di semolato**  
Pasta trafilata al bronzo ottenuta con lenta essiccazione, usando solo il grano della nostra agricoltura a pochi passi dallo stabilimento di produzione. L'azienda adotta due diversi tipi di lavorazione del grano che le permettono di ottenere la semola o il semolato, dai quali realizza poi due tipi di pasta, una tradizionale e una semi-integrale, mantenendo gli stessi formati (ad esempio, i calamari, come nella foto).

**Ingredienti**  
Pasta di semola: semola di grano duro, acqua.  
Pasta di semolato: semolato di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
Astuccio di cartoncino con finestra  
**Shelf life**  
36 mesi.

**MARCOZZI**  
www.marcozzibrand.it

**Fettuccine di Campofilone**  
Le fettuccine di Campofilone: pasta all'uovo, ruvida e porosa, essiccata lentamente a bassa temperatura per garantire un prodotto di alta qualità. Semola e uova 100% Italia. Breve tempo di cottura: solo 2/3 minuti.

- Alta percentuale di uova: contiene il 35,3% di uova, fornendo un importante apporto nutrizionale soprattutto in proteine.
- Lento e graduale processo di essiccazione: per mantenere inalterate le proprietà e valori nutrizionali e per una pasta più digeribile.
- Alta resa: con una confezione da 250 g si possono fare quattro porzioni.
- Impasto: la pasta extra sottile, dura ed elastica, rimane porosa dando alla pasta il suo aspetto ruvido.

**Ingredienti**  
100% uova italiane e semola di grano duro coltivato, molito e trasformato in Italia.

**Formato e Confezionamento**  
Astuccio da 250 gr completamente riciclabile nella carta, e confezione da 2 Kg per il canale Ho.Re.Ca.

**Shelf life**  
28 mesi

**PASTA FRESCA ROSSI**  
www.pastafrescarossi.it

**Tortellini di Modena**  
Prodotti secondo la ricetta originale depositata alla Camera di Commercio di Modena. Una sfoglia ruvida e porosa racchiude tutti i migliori ingredienti previsti dal disciplinare, tra cui Parmigiano Reggiano Dop stagionato oltre 18 mesi, prosciutto crudo e mortadella Bolognese Igp.

**Ingredienti**  
Pasta: farina di grano tenero 37%, uova 15%, semola di grano duro.  
Ripieno: Parmigiano Reggiano Dop 12%, Mortadella Bologna Igp 9%, prosciutto crudo, carne bovina, carne suina, sale, noce moscata.

**Formato e Confezionamento**  
Vaschetta da 250 gr - 1000 gr.  
**Shelf Life**  
60 gg.

**MAZZA ALIMENTARI**  
www.mazzalimentari.com

**Mazza Chef - Professional Pasta**  
Pasta di semola di grano duro

**Ingredienti**  
Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
500 g - 12 pz per cartone.

**Shelf life**  
Due anni.

**RUSTICHELLA D'ABRUZZO**  
www.rustichella.it

**Le Virtù Marzuolo**  
Da sempre attenta alla valorizzazione di grani antichi autoctoni, Rustichella d'Abruzzo ha riscoperto il marzuolo, una varietà estiva di grano duro già coltivata nel 1700 con la peculiarità di essere seminata nei mesi di marzo/aprile e raccolta a inizio settembre. Un grano duro rustico e fonte di fibre.

**Ingredienti**  
Semolato di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
Polipropilene e box in cartone

**Shelf life**  
Tre anni.



**LA PASTA DI CAMPOFILONE MARILUNGO**  
www.pastamariungo.it

**Maccheroncini di Campofilone Igp**  
Prodotto tipico del territorio del comune di Campofilone (Fm), la prima pasta Igp europea.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro e uova 37%.

**Formato e Confezionamento**  
Maccheroncini Igp 250 g.

**Shelf life**  
25 mesi

**NOUVELLE TERRE - BUONONATURALE**  
www.buononaturale.it

**Lumaconi**  
buononaturale propone una pasta semiartigianale dell'Irpinia, realizzata a partire da ingredienti di alta qualità reperiti localmente sugli Appennini, laddove possibile, o in generale in Italia. Per le farciture delle paste fresche e surgelate, ad esempio, l'azienda utilizza solo pezzi interi di Parmigiano Reggiano stagionato dai 24 ai 30 mesi. Passiamo quindi dalla materia prima al prodotto finito, senza utilizzare alcun prodotto intermedio o semilavorato. Le paste secche sono trafilate al bronzo e subiscono un processo di essiccazione più lungo del solito: più di 30 ore a bassa temperatura, massimo 50°C, il che le rende particolarmente resistenti alla cottura.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
500 gr.

**Shelf life**  
24 mesi dalla data di produzione.

**RISO SCOTTI**  
www.risoscotti.it

**Pasta Venere**  
Il gusto e il profumo inconfondibili del più esclusivo riso nero da filiera italiana certificata, uniti a grano esclusivamente italiano, si "fanno pasta". Tanto gusto, ma anche tanto benessere: la Pasta Venere è integrale, fonte di fibre, fosforo e proteine. Consente di creare e sperimentare con i sapori e con i colori, grazie al nero seducente che dona quel tocco in più, al profumo, alla consistenza e al gusto unici. Ideale per tutti i piatti, dai più semplici con pomodoro e basilico o con gamberetti e zucchine, ai gustosi e ghiotti classici regionali, ai sofisticati accompagnamenti con pesce, oppure con un semplice filo d'olio e parmigiano.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro integrale (75%), farina di riso nero integrale Venere (25%).  
Allergeni: Contiene glutine. Può contenere tracce di soia e senape.

**Formato e Confezionamento**  
Quattro formati disponibili: spaghetti, penne, fusilli e rigatoni. In confezione da 400 gr.

**Shelf life**  
24 mesi.



## BIO

**VIVIBIO**  
www.vivibio.it

**Fusilli proteici di piselli**  
I fusilli proteici di piselli sono senza glutine e un'ottima fonte di fibre, di proteine (23%), un alimento ideale per tutta la famiglia.

**Ingredienti**  
Farina di piselli\*, \*Biologico

**Formato e Confezionamento**  
Pack da 250 gr.

**Shelf life**  
900 gg.

**PASTIFICIO IL MULINO DI GRAGNANO**  
www.ilmulinoDIGRAGNANO.it

**Il mulino di Gragnano bio**  
Pasta di Gragnano Igp biologica.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro biologica, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
500 gr in carta biocompostabile eco 100%.

**Shelf life**  
34 mesi.

**PROBIOS**  
www.probios.it

**Spaghetti di Grano Saraceno**  
Gli Spaghetti di Grano Saraceno sono un nuovo formato di pasta prodotto con il 100% di grano saraceno. Un prodotto biologico senza glutine e ricco di fibre e di proteine, disponibile anche in altri formati: fusilli, penne, chifferi, sedanini e conchiglie. Grazie al loro gusto inconfondibile, gli Spaghetti di Grano Saraceno sono perfetti per chi desidera seguire una dieta che unisca gusto e benessere.

**Ingredienti**  
\*Farina di grano saraceno. \*biologico

**Formato e Confezionamento**  
Confezione da 250 gr.

**Shelf life**  
1.080 gg.

**GERMINAL BIO**  
www.germinalbio.it

**Fusilli semintegrali Germinal Bio**  
I Fusilli di semolato Germinal Bio, che verranno lanciati a breve sul mercato, sono ottenuti da grano duro italiano 100% bio, proveniente dalle nostre filiere controllate. Verifichiamo ogni fase della lavorazione del nostro grano: la semina, la raccolta, la molitura, fino alla produzione della pasta, a maggior garanzia della qualità e dell'origine del prodotto. Completeranno la linea penne, tortiglioni e spaghetti.

**Ingredienti**  
Semolato di grano duro biologico.

**Formato e Confezionamento**  
500 gr, pack in carta.

**Shelf life**  
Due anni.



La bontà nelle cose semplici



Grano duro Kronos® 100% italiano

✓ ALTO TENORE  
PROTEICO✓ ECCELLENTE TENUTA  
IN COTTURA✓ OTTIMA  
CONSISTENZAla pasta di  
**VALDIGRANO**  
qualità superiore

www.valdigrano.com

BIO

**SGAMBARO**  
[www.sgambaro.it](http://www.sgambaro.it)

**Spaghetti Khorasan linea Etichetta Bio**  
 Gli spaghetti Khorasan della linea Etichetta Bio sono l'ultima novità del pastificio Sgambaro. Prodotta con grano coltivato in Puglia, la linea Khorasan si distingue per il suo colore ambrato, l'alto contenuto proteico e la struttura a baso contenuto di glutine, caratteristica che lo rende più digeribile.

**Ingredienti**  
 Sfarinato di grano Khorasan biologico.  
**Formato e Confezionamento**  
 Pacco da 500 g. Confezione in carta Fsc di sola fibra cellulosa 100% vergine e completamente riciclabile. Le pianure pugliesi rappresentate sul pack rievocano la provenienza del grano Khorasan utilizzato.  
**Shelf life**  
 Tre anni.


**SOCIETÀ AGRICOLA ARTE**  
[www.arteagricola.it](http://www.arteagricola.it)

**Orecchiette Arteagricola Senatore Cappelli Bio**  
 Orecchiette artigianali di semola biologica di grano duro Senatore Cappelli 100% autoprodotta. Essiccazione lentissima sotto i 32° per 48 ore.

**Ingredienti**  
 Semola biologica di grano duro Senatore Cappelli, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
 Formato da 500 g (astuccio in PAP21 + sacchetto in PP5) e 2 Kg (sacchetto in carta).

**Shelf life**  
 36 mesi giorno produzione (per il formato da 500 g) 12 mesi giorno produzione (per il formato da 2 Kg).


**BIOALIMENTA (BRAND FARABELLA®)**  
[www.farabella.it](http://www.farabella.it)

**Fusilli Tricolore Bio- Gluten Free Farabella**  
 I Fusilli Tricolore Bio- Gluten Free Farabella sono prodotti a Fara San Martino in Abruzzo, località nota nel mondo come capitale della pasta di qualità sul versante orientale del Parco Nazionale della Maiella (riconosciuto Geopark Unesco), nel rispetto della migliore tradizione pastaia italiana e della natura.

Certificati da Icea, vengono realizzati con le migliori materie prime provenienti da agricoltura biologica e con acqua oligominerale di sorgente che sgorga tutto l'anno alla temperatura costante di 8°C. Questa pasta è prodotta con trafilatura ruvida per ottenere una superficie ideale che esalti ogni tipo di condimento e con un processo di essiccazione a basse temperature per preservare le proprietà delle materie prime utilizzate.

**Ingredienti**  
 Farina di mais, farina di riso, farina di spinaci, pomodoro disidratato provenienti da agricoltura biologica.

**Formato e Confezionamento**  
 Confezione in busta da 340g - Film in PP5 riciclabile.

**Shelf life**  
 36 mesi.


**ALCE NERO**  
[www.alcenero.com](http://www.alcenero.com)

**Spaghettoni di grano duro Cappelli biologici Alce Nero**  
 La storia di questa varietà risale ai primi anni del '900 quando Nazareno Strampelli avviò alcune prove sperimentali, ottenendo le cosiddette 'sementi elette', tra cui il Cappelli. Tutto il raccolto, con il coordinamento del nostro socio Meditterre.bio, viene tracciato e controllato in attesa di essere lavorato dal nostro socio Molino De Vita. In una zona verde, lontana dalle grandi vie di comunicazione, il mulino trasforma il grano in semola. Infine la semola viaggia verso il Trentino dove l'acqua delle Alpi incontra la maestria dei pastai Felicetti, anch'essi soci di Alce Nero, dando vita a una pasta 100% italiana, bio e garantita dai soci del Gruppo Alce Nero.

**Ingredienti**  
 Semola di grano duro biologico, acqua. Contiene glutine. Può contenere: altri cereali contenenti glutine, soia, senape.

**Formato e Confezionamento**  
 500g. La confezione è realizzata in carta, senza utilizzo di plastica.

**Shelf life**  
 36 mesi.


**GIROLOMONI**  
[www.girolomoni.it](http://www.girolomoni.it)

**Mezze maniche Senatore Cappelli**  
 Pasta di grano duro Senatore Cappelli a trafilatura ruvida prodotta con grano 100% biologico italiano. Presenta una superficie rugosa e porosa che permette di trattenere meglio sugh e condimenti. Coltivato nelle colline marchigiane, il grano duro Senatore Cappelli può raggiungere i 180 cm d'altezza. Viene macinato nel molino della Cooperativa Agricola Girolomoni a Montebello (Pu) e lavorato nel vicino pastificio. Dopo la trafilatura viene essiccato lentamente per preservare i nutrienti ed esaltare i sapori e i profumi del frumento. Il Cappelli presenta un buon contenuto proteico, con bassi indici di glutine e risulta più digeribile.

**Ingredienti**  
 Semola di grano duro varietà Cappelli bio. Può contenere soia e senape.

**Formato e Confezionamento**  
 Disponibile nel formato da 500 gr. Il packaging è prodotto utilizzando 100% carta da foreste gestite in maniera responsabile e, oltre all'imballaggio eco-sostenibile.

**Shelf life**  
 36 mesi.


**POGGIO DEL FARRO**  
[www.poggiodelfarro.com](http://www.poggiodelfarro.com)

**Pasta di Farro Integrale biologica**  
 La pasta di farro di Poggio del Farro è prodotta con solo sfarinato integrale di farro della varietà Triticum Dicocum proveniente da agricoltura biologica, 100% italiana. La trafilatura al bronzo le dona una superficie ruvida che la rende particolarmente adatta ad assorbire il condimento mentre la lenta essiccazione ne esalta le qualità organolettiche. Si sposa bene con ricette semplici a base di verdure di stagione e può quindi considerarsi un piatto adatto per chi segue un'alimentazione vegetariana e vegana. Disponibile in cinque formati: penne, fusilli, casarecce, spaghetti e linguine.

**Ingredienti**  
 Sfarinato integrale di farro (Triticum dicocum) Bio, acqua.

**Formato e Confezionamento**  
 500 gr / sacchetto.

**Shelf life**  
 36 mesi.


**PASTIFICIO DI AMANTE**  
[www.diamantepastalovers.it](http://www.diamantepastalovers.it)

**Spaghi Bio 'Cappelli' di Amante pasta lovers - Linea Benessere**  
 La pasta di semola di grano duro biologico 'Cappelli' è prodotta utilizzando una storica varietà di grano duro italiano che si contraddistingue per il profumo intenso e il sapore deciso. È considerato il Re dei grani duri italiani: una varietà antica e pregiata conservata in purezza, che non ha subito le alterazioni delle moderne tecniche di manipolazione genetica, a tutto vantaggio del gusto e del contenuto nutrizionale.

**Ingredienti**  
 Semola di grano duro biologico 'Cappelli'.

**Formato e Confezionamento**  
 Confezione da 350 gr in sacchetto trasparente inserito in scatola con finestra ad angolo e chiusura salva freschezza.

**Shelf life**  
 24 mesi.


**NEWLAT FOOD**  
[www.delverde.com](http://www.delverde.com)

**Pasta Delverde integrale biologica**  
 La pasta Delverde integrale biologica è prodotta con solo sfarinato integrale di semola integrale di grano duro proveniente al 100% da agricoltura biologica italiana. Il processo di trafilatura al bronzo e l'essiccazione lenta a basse temperature conferiscono a questa pasta un carattere unico, con la garanzia del biologico e tutta la ricchezza nutritiva del chicco di grano. Nella sua resa in cottura e consistenza, la pasta Delverde integrale biologica soddisfa le aspettative anche dei consumatori più esigenti. È la scelta ideale per chi ricerca un prodotto biologico di alta qualità che unisce l'utilizzo di tecnologie innovative al fascino della tradizione italiana.

**Ingredienti**  
 Semola integrale di grano duro biologica, acqua. Può contenere soia e senape.

**Formato e Confezionamento**  
 Pasta lunga: formato in confezione da 500g.

Pasta corta: formato in confezione da 500g.

Nidi: formato in confezione da 250g.

**Shelf life**  
 24 mesi.



# Almaverde®

## bio

### SCOPRI LA GAMMA DELLE NOSTRE FARINE BIOLOGICHE


**BIOLOGICO**

Scopri tutta la gamma di farine su:  
[www.almaverdebio.it/prodotti](http://www.almaverdebio.it/prodotti)

# Biofach: la fiera di un settore in difficoltà

Si è svolta dal 13 al 16 febbraio la manifestazione di Norimberga dedicata al biologico. Mostrando diverse criticità. Soprattutto in termini di incoming dei buyer e durata. Il nostro pagellone dell'evento.

Dal nostro inviato: Alessandro Rigamonti

## IL SEGMENTO BIO

“Mancano gli espositori storici e le presenze sembrano ridotte di almeno il 10-15%”, ci confida un'azienda assidua frequentatrice della manifestazione di Norimberga. Secondo altri “l'affluenza è pessima e i corridoi vuoti parlano da soli”. In effetti, forse tutto il settore del biologico dovrebbe fare un ragionamento ampio sull'evoluzione del comparto, sempre meno legato agli specializzati e sempre più presente in Gdo. Inoltre, in particolare in Italia, nell'ultimo anno è cresciuta ulteriormente la quota PL del segmento. In sintesi: perché partecipare a una fiera specializzata quando basta essere presenti alle grandi fiere che ormai hanno sempre una sezione dedicata al biologico?

VOTO  
**SV**

## ORGANIZZAZIONE

Giudizio positivo per la fiera di Norimberga: a parte le criticità sull'incoming dei buyer a cui si accennava, non ci sono stati segnalati problemi particolari. L'organizzazione ha funzionato bene nel complesso, senza episodi di furti o disservizi.

VOTO  
**7**

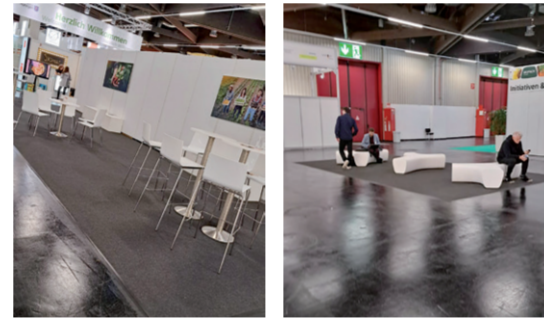
## DURATA

È il tallone d'Achille delle fiere nell'era post-Covid. Da quando ci siamo abituati a utilizzare strumenti alternativi alla presenza per comunicare, una fiera all'estero viene fatta solo se ne vale veramente la pena. E se ha una durata ragionevole. Quattro giorni per una kermesse dedicata al bio sono veramente troppi: alla fine si lavoricchia nei due giorni centrali, niente di più. Quest'anno, poi, non ha aiutato la concomitanza con San Valentino e con il martedì di carnevale. Aggiungiamo che la spesa non è indifferente e che impegnare persone e risorse è sempre un problema per la gestione aziendale. Non a caso le risposte più comuni degli espositori italiani alla domanda “Tornerete l'anno prossimo?” sono “No” e “Non so, ma credo di no”.

VOTO  
**4/5**

## I BUCHI TRA GLI STAND

Non è un bel vedere imbattersi in spazi vuoti tra uno stand e l'altro. Segno che il layout va rivisto, probabilmente compatto o organizzato in maniera differente. Si lega alle considerazioni sull'affluenza.



VOTO  
**5**

## BUYER

Pochi e soprattutto tedeschi. Il giudizio di tanti espositori sui buyer è lapidario e quasi unanime. I padiglioni della Germania (6-7), infatti, sono risultati i più affollati, mentre le altre aree non hanno visto un grande flusso di operatori, anzi. Pochissimi sono entusiasti, pochi riportano contatti buoni o semplicemente dicono di aver visto i buyer che già conoscevano. Altri lamentano la presenza di una Gdo di basso profilo. Ma, secondo la maggioranza, il business è un'altra cosa. Diverse aziende rilevano come l'incoming dei buyer sia stato organizzato male e anche il sito per il matching abbia fatto i capricci. Ci sono ampi margini di miglioramento.

VOTO  
**4,5**



**CONSERVE ITALIA**  
Il team



**MOLINO FILIPPINI**  
Da sinistra: Luisella Piccapietra e Giulia Dalloco



**DE CECCO**  
Manuela Filici e Carlo Aquilano



**ACETIFICIO MENGAZZOLI**  
Il team



**OLIO GUGLIELMI**  
Saverio Guglielmi



**MOLINO GRASSI**  
Fabio Alebardi



**AGROVER**  
Da sinistra: Chiara Mancastroppa e Antonella Prandino



**FIORENTINI ALIMENTARI**  
Da sinistra: Simona Fiorentini e Adriana Gasco



**ALCE NERO**  
Da sinistra: Jennifer Preziosi e Marijana Milosevic



**RISO VIGNOLA**  
Giovanni Vignola



**ALMAVERDE BIO**  
Il team



**CAMPO D'ORO**  
Enza Monte



**SGAMBARO**  
Martina Durighello e Federico Gris



**SARCHIO**  
Da sinistra: Licia Pignatti e Sandra Mori



**CASCINA BELVEDERE**  
Gianluca Picco e Maretta Ottaviani



**PEDON**  
Paolo Pedon



**GERNAL**  
Da sinistra: Giada Pasqualetto, Silvia Boldori e Sebastiano Zamperetti



**MOLINO PEILA**  
Marina Peila



**DE NIGRIS 1889**  
Da sinistra: Roberto Pillitteri e Francesco Villanacci



**POGGIO DEL FARRO**  
Da sinistra: Silvia Forte e Michela Paolini



**CERRETO**  
Massimo Cangiotti



**FELICETTI**  
Luca Felicetti



**GIROLOMONI**  
Sergio Moretti



**SOLANIA**  
Gianmarco Napoletano

# Francia: tutti pazzi per il 'carrello misterioso' di Auchan

La catena lancia una curiosa iniziativa che sta riscuotendo successo Oltralpe. Prodotti non food e piccoli elettrodomestici acquistati a prezzi scontatissimi e 'al buio'. Ma dalla prova di un cliente abbiamo scoperto che...

Di Federico Robbe

Sta riscuotendo successo l'iniziativa francese dei 'carrelli misteriosi' lanciata da Auchan. Attiva in 45 negozi, è salita alla ribalta delle cronache grazie ai numerosi post su Facebook dell'ipermercato di Bagnolet, alle porte di Parigi. Il succo è un po' questo: vengono preparati dei carrelli (30 nell'iper in questione) con diversi prodotti non food e piccoli elettrodomestici. I prezzi variano naturalmente in base al contenuto e gli sconti sono rilevanti: si va dal 66 al 75%. Morale: si può anche portare a casa un carrello da 1.000 euro con poco di più di 330 euro. Non male.

Certo, i carrelli sono completamente coperti da un telo nero, quindi il cliente non sa quello che sta acquistando. Con il rischio di portare a casa oggetti inutili, magari già posseduti o - peggio ancora - stipati in qualche cantina o soffitta. Però vuoi mettere il fascino della sorpresa e del super sconto? E infatti l'iniziativa, da quanto si apprende dai media francesi, sta andando alla grande.

## L'idea nasce durante una riunione

Auchan ha deciso di puntare tutto sul non food, riempiendo i carrelli di prodotti probabilmente difficili da vendere e di piccoli elettrodomestici.

Il prezzo di vendita dei diversi carrelli spazia da 45 a 335 euro. Nel caso in cui le aspettative siano deluse, niente da fare: il cliente non può cambiarlo o restituirlo. Un acquisto 'al buio' a tutti gli effetti. Eppure, come si accennava, i francesi sembrano amare il rischio e questa modalità pare averli conquistati. Complice anche una riuscita campagna social: un video del negozio Auchan di Bagnolet di febbraio, con a tema questa operazione, è stato visto più di 1,8 milioni di volte su TikTok. Prima di diffondersi in tutta la Francia, gli sconti erano stati lanciati per la prima volta dall'ipermercato di Dieppe (Seine-Maritime). "Eravamo in riunione con i dirigenti e cercavamo un'idea per aumentare le vendite, una piccola innovazione commerciale [...] Una dipendente ci ha parlato di uno show televisivo che aveva visto, in cui si vendevano contenitori misteriosi. Ci siamo detti che avremmo potuto farlo con i carrelli", racconta Jérémie Juan, direttore dell'ipermercato normanno a BFMTV.

"Quando l'operazione fu annunciata su Facebook, il negozio ha ricevuto oltre 200 messaggi in 30 minuti, per lo più da persone che volevano ordinare", prosegue. Dall'inizio dell'operazione, sono stati venduti più di 500 carrelli solo in questo ipermercato, che ora cerca di dilazionare queste grandi promozioni, così da renderle davvero eccezionali.



## La prova documentata di un cliente

Sui social è disponibile un video del novembre 2023 in cui un utente mostra il contenuto di un carrello da 300 euro: magari è stato sfortunato, ma sinceramente pare una gran quantità di cianfrusaglie di dubbio interesse. Sono soprattutto piccoli giocattoli e oggettistica varia per la casa: uno specchio, un tappetino per la doccia, uno zerbino, un portasapone, un piccolo mappamondo luminoso, un set di pennarelli e molto altro. Nelle foto alcuni oggetti trovati nel suo carrello.



Immagine tratte da un video del canale YouTube '20 Minutes France'



## Pasta line



Bello

riduce la migrazione dell'umidità dal ripieno alla pasta, conferisce un aspetto più "liscio" al ripieno

Buono

conferisce omogeneità e buona palatabilità al ripieno

Sicuro

contrastata la crescita microbica indesiderata

Applicazioni:  
ripieni a base di ricotta, di carne  
e di verdure

La linea comprende:  
Fibra R15, Fibra EMU, Fibermix,  
SM (conservanti naturali)



# Pasta Armando, modello di eccellenza

Il brand di De Matteis Agroalimentare è dedicato ai prodotti realizzati con grano 100% italiano di filiera. La certificazione 'Zero residui di pesticidi e glifosato'. L'attenzione verso il consumatore e la cura per l'ambiente. La parola a Fabrizio Nucifora, brand sales & marketing director.

Di Margherita Luisetto

È una realtà unica nel panorama italiano. Un esempio virtuoso di cosa significa fare un buon prodotto di ottima qualità. Mettendo in primo piano, e sullo stesso livello, il benessere del consumatore, dell'agricoltore e dell'ambiente. Stiamo parlando del Pastificio De Matteis Agroalimentare, uno dei principali produttori italiani di pasta di alta qualità di grano duro che, da oltre 13 anni, è impegnato nel miglioramento dell'intera filiera di produzione, dal campo al prodotto finito. L'eccellenza dei suoi prodotti è tangibile e riconosciuta: Pasta Armando ha ottenuto certificazioni uniche nel suo genere - tra cui 'Zero residui di pesticidi e glifosato' - e oggi è consumata da più di tre milioni di famiglie italiane, con tassi di crescita ineguagliati nel settore. Fabrizio Nucifora, brand sales & marketing director, illustra le peculiarità e gli obiettivi dell'azienda.

## Quali sono i tratti distintivi di Pasta Armando?

Pasta Armando è il marchio del pastificio De Matteis che distingue la pasta di alta qualità prodotta con il grano 100% italiano della Filiera Armando. Nata nel 2010 su intuizione del presidente Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis, questa filiera prevede un patto diretto con gli agricoltori con l'obiettivo di garantire una fornitura di grano dall'alto contenuto proteico (fissato al 14,5%) per la realizzazione della pasta.

## Cosa comporta questo Patto di Filiera?

Implica l'applicazione di un rigoroso disciplinare di coltivazione che regola anche l'utilizzo dei fitosanitari: un accordo a tutela del prodotto, del consumatore finale e del territorio. Grazie alla cura che gli agricoltori mettono nei campi, alla disponibilità di un impianto di molitura integrato al pastificio e a un sofisticato sistema di controlli che rende tracciabile il grano in tutto il suo percorso, Pasta Armando è la prima pasta da agricoltura convenzionale ad aver ottenuto la certificazione di 'Metodo zero residui di pesticidi e glifosato'.

## Quanto pesa la sostenibilità per la vostra azienda?

La sostenibilità è un elemento chiave con cui De Matteis Agroalimentare si confronta sin dalla sua nascita, con l'obiettivo di creare prodotti buoni sia per chi li consuma sia per il territorio che li ha realizzati e in grado di differenziarsi sul mercato della pasta di alta qualità.

Al cuore di questo impegno risiede la Filiera Armando, che rappresenta ancora oggi una realtà unica nel panorama italiano perché prevede la firma di un accordo diretto con ogni agricoltore che ne fa parte, che include un rigoroso disciplinare di coltivazione fatto di pratiche agronomiche virtuose per il territorio.

## Avete messo in campo altre soluzioni utili all'ambiente?

Certo. Il pastificio De Matteis è da sempre focalizzato su questa esigenza. Ne è un esempio l'investimento in un impianto cogenerativo realizzato nel 2013 presso lo stabilimento di Flumeri (Av) in grado di coprire oltre l'80% del fabbisogno energetico. In termini di minori emissioni nell'ambiente, questa soluzione si traduce in 2.565 tonnellate di CO2 evitate, un risparmio di 2.096 TEP (tonnellate di petrolio equivalenti) e 38.000 MWh di recupero termico ogni anno.

Inoltre, siamo intervenuti sull'impatto ambientale del packaging ri-

## FOCUS ON

### 'La penna liscia'

Dopo il successo riscontrato dallo Spaghettoni di Armando, lo scorso anno l'azienda ha lanciato una nuova referenza in collaborazione con Chef Alessandro Borghese, ovvero la Penna Liscia di Armando. Liscia eppure ruvida, grazie alla trafilatura al bronzo studiata insieme a Chef Borghese che permette di avere una superficie più porosa in grado di trattenere al meglio i condimenti. Tenace al morso e saporita, la Penna Liscia è realizzata con solo grano 100% italiano della Filiera Armando - come il resto della linea di semola di grano duro di cui fa parte - ed è certificata 'Zero residui di pesticidi e glifosato' dall'ente terzo Bureau Veritas.



'La Penna Liscia'

ducendo l'impiego di materie plastiche: Pasta Armando viene, infatti, confezionata in un packaging realizzato in materiale totalmente riciclabile nella carta.

## Come ha performato l'azienda nel 2023, in Italia e all'estero?

Il brand Armando è cresciuto a volumi di circa il 30% nel 2023, con ritmi di crescita analoghi tra Italia ed estero. Armando è ormai presente in circa 45 mercati esteri.

## E quali sono gli obiettivi per i prossimi anni?

L'obiettivo per i prossimi anni è quello di consolidare la posizione del brand Armando in Italia, entrando stabilmente a far parte dei marchi di pasta preferiti dagli italiani, e di renderlo disponibile anche nei mercati esteri dove la pasta di qualità è apprezzata. Oggi sono oltre tre milioni le famiglie italiane che ci consumano, ma siamo convinti che il percorso sia appena iniziato.

## Quale sarà il futuro della pasta?

I consumi di pasta nel mondo sono previsti in crescita: questa nobile categoria rimane infatti un pasto ideale e ricco di valori nutrizionali fondamentali per il benessere delle persone, ad un prezzo decisamente abbordabile per la maggior parte delle Economie del Pianeta. La pasta premium italiana, trafilata al bronzo, da grano 100% italiano, è una nicchia in forte crescita nei mercati maturi, dove il consumatore è più consapevole e vuole poter considerare e scegliere proposte di qualità superiore.



Fabrizio Nucifora, brand sales & marketing director

## Non solo pasta: i 'pesti Armando'

Nel 2023 De Matteis Agroalimentare ha lanciato una linea di pesti a marchio Armando, realizzata con ingredienti italiani di alta qualità e origine certificata, composta da tre prodotti: un pesto classico genovese e la sua variante senza aglio (entrambi preparati con basilico genovese Dop, Grana Padano Dop, Pecorino romano Dop e olio extravergine d'oliva 100% italiano) a cui si è aggiunta una nuova referenza nel 2024 ovvero un pesto 'all'arrabiata' dal sapore forte e deciso, con Basilico Genovese Dop, pomodori Italiani e peperoncino.

# Il 'fuori casa'? Meglio se sostenibile

Un'analisi di Circana evidenzia l'attenzione crescente degli italiani alla doggy bag e ad altre pratiche virtuose nel canale Horeca. A conferma dell'importanza di questi temi nel fidelizzare la clientela.



L'ultima analisi pubblicata da Circana, società nata dall'unione tra Iri e Npd Group, evidenzia un'attenzione crescente verso la sostenibilità da parte dei consumatori italiani quando si tratta di scelte legate alla ristorazione fuori casa. Secondo i dati raccolti, oltre la metà degli intervistati (57%) considera importante la sostenibilità anche nei contesti di consumo esterno, come bar e ristoranti. Questa percentuale sale poi al 67% tra coloro che frequentano assiduamente locali di questo genere.

## Un mercato in crescita

L'indagine di Circana per l'anno 2023 mostra un mercato della ristorazione in crescita, sia in termini di presenze (+4,4%) che di spesa complessiva (+10,1%), nonostante l'aumento dei prezzi rappresenti una preoccupazione per il potere di acquisto dei consumatori nei mesi a venire. Matteo Figura, executive director foodservice di Circana Italia, sottolinea la necessità per i ristoratori di creare un legame emotivo con i consumatori, puntando su valori fondamentali come la sostenibilità per incrementare la fidelizzazione dei clienti.

## Doggy bag obbligatoria: perché no?

Circa il 51% degli intervistati si dichiara più fedele ai ristoranti che dimostrano attenzione verso la sostenibilità, una percentuale che sale al 67% tra gli utenti più assidui. Una delle pratiche sostenibili più apprezzate è l'uso della doggy bag, con l'83% degli intervistati favorevole all'introduzione dell'obbligo per i ristoranti di offrire la possibilità di portare a casa i propri avanzi. L'88% farebbe uso della doggy bag se ne avesse la possibilità, evidenziando come questa pratica sia vista non solo come un gesto ecologico, ma anche economicamente sostenibile. Inoltre, il 65% degli intervistati ritiene che le abitudini alimentari sane siano più sostenibili per l'ambiente, legando indissolubilmente l'attenzione alla sostenibilità con il concetto di benessere. Matteo Figura conclude sottolineando l'importanza di un approccio olistico al futuro della ristorazione, che tenga conto della cura del pianeta, delle persone e delle specifiche esigenze dei clienti.

## Pratiche sostenibili per attrarre i clienti

Questa analisi riflette una tendenza in crescita verso la consapevolezza ambientale e la sostenibilità, fattori sempre più decisivi nelle scelte di consumo, inclusa la ristorazione, evidenziando l'importanza per i ristoratori di adottare pratiche sostenibili per attrarre e mantenere la clientela.

## Note metodologiche

I dati del panel Crest forniscono informazioni relative ai consumatori reclutati tramite il panel online di Circana in cinque diversi Paesi europei (Francia, Germania, Italia, Spagna e Gran Bretagna) e al loro rapporto con pasti, snack e bevande disponibili in commercio; offrono una panoramica dettagliata su dove, cosa mangiano e quanto spendono i consumatori. I dati sono aggiornati a dicembre 2023. L'indagine di Sentiment è stata svolta su un campione di 500 consumatori maggiorenni nel mese di gennaio. Il campione è rappresentativo della popolazione italiana.

## Circana

Circana è l'azienda leader nella gestione ed interpretazione della complessità del comportamento del consumatore. Grazie a tecnologia unica, analytics, informazioni relative a diverse industry e comprovata esperienza in numerosi settori, Circana aiuta oltre 7mila tra i principali produttori e distributori nel mondo a raggiungere la chiarezza necessaria per intraprendere azioni strategiche e guidare la crescita del business. Possiamo vantare una conoscenza a tutto tondo del consumatore, del punto vendita e della domanda. Questo ci consente di aiutare i clienti, sulla base dei nostri dati, a sfruttare insights ed analisi di valore, in grado di stimolare l'innovazione, soddisfare le esigenze dei consumatori e contrastare la competizione.

**GNOCCHI DI PATATE FRESCHE**

convenzionale, biologico e senza glutine

**PASTA FRESCA LISCIA e RIPIENA**

private label

**ITALIAN FOOD EXCELLENCE**

un'eccezione italiana

1 gruppo 8 stabilimenti

ricette della tradizione

materie prime selezionate





Due punti vendita Spar in Sri Lanka

# Spar: concept internazionale di cooperazione

Questo modello dimostra che, a livello globale, autentiche espressioni locali possono emergere tramite una gestione e distribuzione efficacemente coordinate.

Di Antonello Vilardi (con Supermarket and Retailer - Sudafrica [www.supermarket.co.za](http://www.supermarket.co.za))

Nel 2017 Spar International ha concesso a Ceylon Biscuits Limited (Gruppo CBL) la licenza per gestire l'insegna 'Spar' in Sri Lanka, in una joint venture con Spar Group Ltd Sud Africa.

CBL è il partner ideale di Spar proprio perché mantiene forti radici presso le comunità locali che vivono in quel particolare mercato asiatico e si trova intensamente coinvolta nelle vendite al dettaglio dei prodotti alimentari (biscotti 'Munchee', cioccolata 'Ritzbury' e 'Revello', prodotti a base di soia 'Lanka Soy'). CBL qui è realmente in grado di promuovere gratificanti opportunità imprenditoriali.

Fondata nei Paesi Bassi nel 1932, Spar continua invece a essere una catena internazionale di consolidato successo: attualmente, esistono più di 13.900 negozi, in circa 50 Paesi di quattro continenti. Questi punti vendita soddisfano ogni giorno le esigenze di oltre 14,7 milioni di consumatori.

La strategia imbastita per operare in Sri Lanka, isola a sud-ovest dell'India, parte del Commonwealth britannico (con oltre 22 milioni di abitanti) è istruttiva sul metodo sovente applicato da Spar per avvicinare ai mercati internazionali.

Lo 'Spar concept' è ispirato alla collaborazione tra grossisti e dettaglianti, per il vantaggio di tutti (soprattutto dei clienti). La pietra angolare di una simile comunione di intenti è l'impegno per lo scambio aperto di conoscenze e informazioni. Oltre a essere un orientamento quotidiano, questo è il segno distintivo dell'organizzazione, intin-

mamente connesso al senso di Spar come 'grande famiglia' che ha la finalità di unire in un unico blocco commerciale numerosi negozi al dettaglio, con lo stesso nome e con l'unico marchio, sebbene ogni associato mantenga gestionalmente la propria autonomia e giuridicamente ognuno rappresenti una società indipendente.

Nel caso srilankese, le competenze locali hanno avuto il supporto tecnico offerto da Spar Sud Africa e Spar International per potere conseguire l'obiettivo ambizioso (in capo a numerosi retailers della zona) di rimanere 'proprietari' nella gestione degli affari.

## Le origini del marchio

La peculiarità di Spar è che il proprio modello organizzativo viene replicato da quasi cento anni, con efficacia su base mondiale, pressoché ovunque un operatore voglia fare impresa rimanendo indipendente per tutto ciò che non attiene al marchio nelle sue configurazioni essenziali.

Il motto storico olandese da cui nasce l'acronimo 'Spar' è: "Door Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig". In italiano, quella frase recita così: "Attraverso la cooperazione armoniosa tutti traggono vantaggio con regolarità".

"De Spar", in olandese, significa "l'abeto", da cui deriva il 'brand' visibile anche sul mercato italiano. Qui, Despar è presente in 17 regioni, con 1.404 punti vendita.



Una consumatrice srilankese



Testate di gondola con esposizione di prodotti sfusi a scaffale

Ne fanno parte sei società: Aspiag Service (Nord Est), Ergon (Sicilia), Fiorino (provincia di Messina), Gruppo 3A (Nord Ovest), Maiora (Centro Sud), SCS (Sardegna). Tra queste sei, spiccano Aspiag, che totalizza 2,5 miliardi di fatturato e vanta 561 punti vendita, Maiora, che ha un giro d'affari di circa 987 milioni su 530 negozi ed Ergon, che ha 380 unità sul territorio per circa 780 milioni di fatturato. Mediante queste tre società, a conti fatti, vengono totalizzati quasi 4 miliardi e 300 milioni di euro, con oltre 1.400 negozi in gestione. Spar fruisce così di un'incidenza italiana del 10%, in termini di numero di punti vendita sul totale mondiale.

## I format distributivi in Italia

Al marchio 'Despar' sono collegati i supermercati di quartiere, quelli con dimensioni contenute, assortimento caratterizzato soprattutto da prodotti per la spesa giornaliera e specializzazione in freschi e freschissimi.

'Eurospar' coincide con i punti vendita di media grandezza, in grado cioè di servire aree urbane più vaste e con necessità di consumo differenziate. È questa, in fondo, un'insegna pensata per la spesa settimanale o quindicinale.

'Interspar' identifica i punti vendita della massima dimensione: dispongono infatti del maggiore assortimento di prodotti alimentari freschi e freschissimi, con una vasta gamma di servizi e prodotti non alimentari (che spaziano dall'elettronica al giardinaggio, passando per gli elettrodomestici).

Nel circuito Spar italiano svolge un ruolo importante anche la Private Label, costituita da 16 linee rappresentate da circa 4.500 referenze.

## Il modello utilizzato in Sri Lanka

Nello Stato asiatico, le dimensioni delle aree di vendita variano da un minimo di 500 mq a un massimo di 10mila mq, con focus principale concentrato sui 'freschi', la cui incidenza media sulle superfici dei negozi tende a non scendere mai al di sotto del 40%.

Particolarmente rigogliosi, per forme e colori, sono i reparti ortofrutta e le aree dedicate alle preparazioni gastronomiche: le macellerie incidono mediamente per l'8%, le fornerie per il 5,5% e le pescherie per il 3,5% dei fatturati contabilizzati in negozio. L'assortimento dei prodotti freschi, per il 90%, proviene da fornitori locali che operano in pianta stabile sull'isola, molta carne rossa viene invece importata dall'Australia; il pescato è giornalmente consegnato ai punti vendita

grazie alle genuine risorse dirette di cui dispone l'isola. Il coordinamento basato su equilibri di competenze variegata, nonché di salde sinergie tra risorse centrali e periferiche (a un tempo produttive e distributive), assume in Spar (Italia, Sri Lanka e, ovviamente, anche altrove) quella via percorribile per capitalizzare le 'naturali disposizioni' che un po' tutti i territori sono capaci di presentare.



Veduta di un lineare di prodotti deperibili a libero servizio, posto in adiacenza alla lunga vasca di surgelati



Vetrina con tagli e preparati di pollo, alimento molto apprezzato in Sri Lanka



## PASTORIZZATORE A VAPORE PER PASTA FRESCA

Il pastORIZZATORE lineare a vapore è un macchinario per il trattamento di pasta fresca e ripiena. Grazie alla regolazione della velocità del nastro, è possibile gestire con precisione il tempo di trattamento in base al prodotto. Durante il processo, la pasta attraversa una camera a vapore saturo, assicurando un trattamento efficace. Interamente costruito in acciaio INOX per garantire robustezza ed affidabilità.



Macchine per pasta fresca  
Impianti per pastifici  
[www.castiglioninedo.it](http://www.castiglioninedo.it)



# La lunga marcia dei trattori

Di Andrea Dusio



**Da Parigi a Roma, passando per Bruxelles, il racconto di due mesi di protesta. Le concessioni dei governi e della Ue. Le manifestazioni di piazza. La lettera di Coldiretti. Lo spontaneismo degli agricoltori.**

**C**osa rimane di due mesi di protesta dei trattori? In questa fase il movimento in Italia sembra essersi frazionato in diverse componenti, ciascuna disposta a proseguire da sola la protesta, senza fare causa comune con le altre. Lo spontaneismo iniziale ha finito, per le cause che cercheremo di individuare, per intercettare prima il consenso dell'opinione pubblica, e poi l'ostilità di Coldiretti. Buona parte delle questioni, dal Green Deal alla rimodulazione delle Pac, resta però sul piatto. E diventa materia della campagna elettorale per le Europee.

## La protesta in Francia

Tardo autunno. Nelle campagne francesi, i cartelli che indicano i nomi dei comuni vengono danneggiati dai coltivatori diretti.

A fianco della segnaletica, o alle rotoatorie, cominciano a comparire striscioni che denunciano la sofferenza degli agricoltori. Le prefetture sono inondate da denunce di atti dimostrativi: c'è chi scarica il letame davanti agli uffici comunali, chi lancia le uova contro le vetrine dei supermercati, chi spinge il proprio trattore sino alla piazza del Paese, improvvisando una protesta. I media nazionali, che durante la pandemia hanno dato grande risalto alla protesta dei 'gilet gialli', arrivati a mettere a soqquadro per diverse settimane il centro di Parigi e delle grandi città, sottovalutano inizialmente questo nuovo movimento, che, per assimilazione, viene definito dei 'gilet verdi'.

## Macron e il sindacato

In Francia il legame tra il governo e le associazioni di categoria è molto solido. La Fnsea (la federazione più importante) e JA, i giovani agricol-

tori, hanno un feeling molto forte con Macron. Insieme detengono una quota del 55% delle Chambres d'agriculture, che verranno rinnovate nel 2025. E siedono al tavolo in cui si discute della nuova Loi d'Orientation de l'Agriculture (legge di Orientamento dell'Agricoltura), il cui iter si sta però dimostrando piuttosto travagliato. Ma la protesta è disallineata rispetto alle posizioni degli interlocutori principali dell'esecutivo. I contadini lamentano la crescita del margine lordo dell'industria alimentare, che nel 2023 è passata dal 28 al 48%, a fronte della constatazione che molti produttori sono costretti a vendere in perdita. L'esempio più eclatante è il latte, il cui mercato è dominato dalla multinazionale Lactalis, di cui non si conoscono le marginalità. In forte crescita sono anche i prezzi applicati dai fornitori del settore: fertilizzanti, sementi, fitosanitari e attrezzature agricole costano sempre di più.

## Le rivendicazioni degli agricoltori

La protesta si salda rapidamente con le rivendicazioni degli agricoltori di altri Paesi, dal Belgio alla Germania, dalla Spagna alla Grecia, sino all'Italia. I punti in comune riguardano il Green Deal, ossia il patto per la transizione ecologica, considerato vessatorio, ma anche una tutela maggiore nei confronti del caro energia, degli eventi climatici estremi, e un incremento degli aiuti e del reddito. C'è poi un tema internazionale di stretta attualità: gli accordi con il Mercosur, il mercato comune dell'America Latina, che rischia di invadere l'Europa con prodotti di standard qualitativo molto dubbio, venduti a prezzi più bassi. Un altro colpo basso dopo l'annuncio che tra giugno 2024 e giugno 2025 verranno da un lato rinnovate le agevolazioni agricole e commerciali concesse a Kiev,

ricependo però in sede Ue una serie di elementi a salvaguardia degli agricoltori che operano nei Paesi più esposti alla concorrenza ucraina, e dunque Ungheria, Polonia, Slovacchia, Repubblica ceca e Romania. Ma a scatenare la rabbia dei contadini è stata la proposta di mettere a riposo il 4% dei terreni a seminativo. Si dice che l'idea venga proprio dall'Eliseo. È questa la scintilla che fa scoppiare la fase più calda della protesta, con i trattori che nell'ultima settimana di gennaio marciano su Parigi.

## Il primo ministro Gabriel Attal rimodula la legge

Il primo ministro Attal, in carica da due settimane, si ritrova così a dover fronteggiare la prospettiva di un nuovo assedio della capitale. La Francia fa dunque pressione perché le negoziazioni tra la Ue e il Mercosur (Brasile, Argentina, Paraguay, Uruguay) saltino. Il governo strappa al presidente Macron la promessa che tutti gli aiuti della Pac, la politica agricola comunitaria, siano versati sui conti correnti degli agricoltori entro il 15 marzo. Ma la protesta ormai è difficile da fermare. Il 29 gennaio i trattori sono a Parigi, e Attal è costretto ad accordare la soppressione di dieci norme burocratiche che gravano sul settore, promettendo contestualmente un giro di vite sulla Grande Distribuzione, con controlli che proteggano gli agricoltori da eventuali abusi ed episodi di concorrenza sleale. La gendarmerie viene schierata coi blindati a protezione dei mercati generali di Rungis, a sud della capitale. Ma l'obiettivo della protesta dei trattori è ora Bruxelles. Mancano infatti meno di cinque mesi alle elezioni europee, ed è chiaro a tutti che la partita più importante verrà giocata in sede dei nuovi organi Ue.

## Coldiretti a Bruxelles

Proprio l'ostilità verso la commissione accomuna gli agricoltori all'uomo della strada. Secondo un sondaggio fatto in Francia, il movimento ha il sostegno dell'82% della popolazione, contro, per fare un raffronto, il 72% dei gilet gialli. Non è un fenomeno solo transalpino. I trattori sono visti un po' in tutti i Paesi della protesta con favore. Al loro passaggio la gente applaude. Nella capitale belga l'arrivo dei manifestanti dà luogo a tensioni e disordini. La polizia non oppone resistenza. Ma c'è anche un risvolto istituzionale, perché la presenza del parlamento Ue attira inevitabilmente anche le associazioni di categoria, e la protesta diventa per qualche aspetto una passerella, a cui non rinuncia Coldiretti, che afferma di essere presente a nome di agricoltori e allevatori italiani. Non è mistero che esista un forte feeling tra l'associazione guidata da Ettore Prandini e il nostro governo, che incarna oggi in Europa un atteggiamento di difficile

equilibrio tra la piattaforma condivisa con la leadership di Ursula von der Leyen e una posizione fortemente critica verso Bruxelles, che accomuna Fratelli d'Italia e Lega (mentre Forza Italia è un pilastro del Ppe, il Partito popolare europeo). Sono in molti a tentare di salire estemporaneamente sul trattore della protesta, ma Coldiretti lo fa cercando di conciliare la posizione di chi preferisce protestare a Bruxelles che a Roma.

## Riscatto Agricolo incontra il governo

La sortita di Prandini rende evidente quello che sino a quel momento è stato il punto di forza della protesta: l'assenza di una direzione politica, l'indipendenza rispetto alle stesse associazioni di categoria, in cui il movimento dei trattori non si riconosce. Gli agricoltori italiani non vogliono che qualcuno metta il proprio cappello alle loro rivendicazioni. I presidi nel Nord sono stati condotti da soggetti autonomi, che hanno in qualche caso una coloritura ideologica, ma non si riconoscono necessariamente nelle varie Coldiretti, Confagricoltura, Cia, tutte vicine alle loro istanze, nessuna però titolata a rappresentarle sino in fondo. Vince lo spontaneismo dal basso. In questa fase, dai presidi sulle autostrade, soprattutto in Lombardia e Veneto, emerge Riscatto Agricolo, un coordinamento di lavoratori che protesta soprattutto contro l'abolizione dell'esenzione dall'Irpef, e ha come primo obiettivo il suo ripristino. Subito dopo viene la revisione del Green Deal europeo, l'abolizione dei vincoli che impediscono di coltivare alcune aree (e anche degli incentivi collegati), la riduzione dell'Iva sui prodotti primari e l'introduzione di una serie di agevolazioni sul carburante agricolo. Quando Riscatto Agricolo annuncia la volontà di arrivare a Roma, e dalla Toscana lungo la Cassia, o sulla A1, si iniziano a vedere le file dei trattori, inizia a circolare l'idea di una grande manifestazione al Circo Massimo. È un'ipotesi che non piace al Palazzo: il movimento va bene in chiave anti-Ue, ma c'è il timore che la cosa possa sfuggire di mano, proprio per il carattere autonomo e spontaneo della protesta. Riscatto Agricolo ottiene dunque un confronto con il ministro Lollobrigida, il 12 febbraio, nel corso della quale si decide di rimandare le scelte alla riunione straordinaria del Commissione Ue il 26 febbraio, nel corso della quale dovrebbe essere riformulata la Pac. In ragione di questo compromesso, del ripristino dell'abolizione dell'Irpef per i redditi sotto i diecimila euro, e dello stop all'obbligo di lasciare incolto il 4% dei terreni, Riscatto Agricolo, pur mantenendo i presidi dei trattori (il più importante dei quali è sulla Nomentana, alle porte di Roma), rinuncia a partecipare alla manifestazione del Circo Massimo, dove inizialmente sono previsti circa ventimila partecipanti.



**IFT** ITALIAN  
FOOD  
TECHNOLOGY

SCEGLI LA SICUREZZA E LA QUALITÀ  
PER ALLESTIRE IL TUO PASTIFICIO

## TELAJ in MATERIALE PLASTICO per ESSICCAZIONE PASTA a norme CE



IGIENICI, ROBUSTI E CERTIFICATI

IFT S.r.l. - Via Chiassi, 20 - 46100 Mantova (MN), Italy +39 0376-663667  
info@iftmantova.com - www.iftmantova.com

IFT è AZIENDA CERTIFICATA



### La piazza resta ad Agricoltori Traditi

La piazza rimane così al solo Danilo Calvani, leader di Cra/Agricoltori Traditi, componente irriducibile del movimento. Vecchia conoscenza della politica, Calvani nel 2013 ha guidato il movimento dei Forconi, che riuniva gli artigiani e i contadini del Sud in sofferenza per la crisi economica. Ha ottenuto un po' di visibilità personale, tra salotti televisivi e servizi dei giornali, a sufficienza per candidarsi sindaco di Latina, senza però troppa fortuna. Tra il suo nome e la lista ha preso 560 voti, e una quota dello 0,3%. Allora ce l'aveva con la burocrazia, oggi i suoi obiettivi sono la Ue (come d'altronde tutto il movimento) e soprattutto Coldiretti. Durante la manifestazione al Circo Massimo contesta duramente l'operato del segretario generale, Vincenzo Gesmundo, definendo testualmente il "genio" dell'associazione. Spiega caustico Calvani: "Da quando è arrivato lui è arrivato il disastro". In una video-intervista all'Ansa vengono elencate una serie di irregolarità che sarebbero state commesse dalla confederazione. Calvani dice che i manifestanti sarebbero stati "minacciati". Un'espressione forte, che però non nasce dal nulla.

### La lettera di Gesmundo, segretario generale Coldiretti

Il 7 febbraio Coldiretti diffonde infatti una lettera del segretario generale Vincenzo Gesmundo, che attacca il movimento dei trattori: "queste proteste - accanto all'indubbio malessere dei molti - portano l'impronta riconoscibile del teppismo e di una politica che si svende per una manciata di voti". È un richiamo agli associati, invitati a serrare le fila e recuperare lo spirito originale dell'associazione. "Questa minaccia che stiamo affrontando è rivolta alla Coldiretti è mirata a cancellare la nostra identità, la nostra forza, il nostro stesso esistere", scrive Gesmundo, evocando la necessità di aprire una fase di confronto interno, con "non meno di 4 assemblee per provincia". La sensazione degli osservatori esterni è che la postura "corporativista" assunta dai gialloverdi da quando al governo c'è Fratelli d'Italia abbia provocato più di un malumore interno. Nella base c'è chi flirta con il movimento. In quelle stesse ore da Bruxelles era arrivato un segnale di distensione: Ursula Von der Leyen annuncia il ritiro della proposta legislativa sui pesticidi, che prevedeva la riduzione dei prodotti fitosanitari chimici del 50% entro il 2030. Un gesto che, combinato all'incontro con Lollobrigida, aveva convinto i leader di Riscatto Agricolo a rinunciare alla manifestazione del Circo Massimo.

### Tutti contro tutti

Il tratto della protesta italiana diventa dunque quello della disarticolazione: vige da quel momento una sorta di veto a protestare assieme. Coldiretti, che a Bruxelles (dove i manifestanti non si erano limitati a sfilare coi trattori) era in piazza, derubrica a teppisti gli agricoltori che hanno scelto comunque di proseguire la protesta. E, cosa per certi versi ancor più sorprendente, il 20 febbraio, quando sembrava ormai che i presidi di Riscatto Agricolo fosse sul punto di rientrare nei ranghi, viene annunciata l'adesione dei trattori a una manifestazione del movimento "Sud chiama Nord", guidato da Cateno De Luca, già sindaco di Messina, ora primo cittadino di Taormina. Si chiede un nuovo incontro al governo. Una parte dei trattori resta tranquilla nei presidi, un'altra si dà appuntamento a Montecitorio, da cui annuncia di voler convergere nuovamente sulla capitale. Resta sul piatto quella che è al momento la nostra evidente anomalia. Due partiti di governo che fanno leva sulle politiche agricole come tratto distintivo del loro disallineamento rispetto all'alleanza tra Popolari e Progressisti che oggi governa a Bruxelles. Un'associazione, Coldiretti, che almeno in due occasioni pubbliche - la kermesse del Circo Massimo il 14 ottobre scorso con la visita del presidente del Consiglio e la presenza in piazza a Montecitorio durante il dibattito in aula sulla carne coltivata - ha voluto esplicitare il proprio feeling con l'esecutivo. E dunque un movimento degli agricoltori che quando gioca in trasferta in Europa ha il supporto di tutti, e invece se la partita è in casa viene trattato alla stregua dei gruppuscoli di ultras, tutti contro tutti.

### La massima distanza tra Roma e Bruxelles

L'opinione pubblica intanto inizia a prendere confidenza con alcuni numeri. Inizialmente ha ascoltato gli agricoltori, ha familiarizzato con la causa di chi vede i propri prodotti essere venduti a cifre quattro volte più alti della cifra d'acquisto. "Se il latte costa due euro al litro, com'è possibile che ai produttori restino cinquanta centesimi?". Ha imparato quali sono i costi fissi e i rincari legati al costo dell'energia. Poi però sono emersi altri elementi (vedi box): i contributi che gli agricoltori ricevono, i loro mezzi economici, il difficile equilibrio tra produzione e sostenibilità, al di là delle critiche pienamente giustificate a un Green Deal troppo rigido. L'attenzione sulla protesta rimane molto alta, il consenso è ancora vivo, ma cominciano a emergere anche le ragioni delle controparte (segnatamente la distribuzione). E resta latente la sensazione che una parte del movimento tiri effettivamente la volata alle elezioni europee. Il tema delle politiche agricole e alimentari oggi rappresenta il punto di massima distanza tra Bruxelles e Roma. Ed è un argomento su cui l'opposizione nel nostro Paese non tocca palla. È probabile che buona parte della campagna elettorale si giocherà proprio sulle questioni che i trattori hanno portato in piazza. E attenzione al derby di governo tra Fratelli d'Italia e Lega, che a Bruxelles giocano in due squadre diverse, e fatalmente nei prossimi mesi saranno spinte a intestarsi questa battaglia. Per qualcosa di più della "manciata di voti" evocata da Gesmundo.

## Quanto costano allo Stato i sussidi già esistenti per l'agricoltura?

Il comparto agricolo gode in Italia di sussidi rilevanti, a partire dal "regime di pagamento di base", che viene finanziato un parte dalla Ue e in parte dal governo, e che è assegnato agli agricoltori per "garantire equità e stabilità ai redditi agricoli, mediamente più bassi rispetto a quelli percepiti dagli operatori di altri settori economici e soggetti ad elevate fluttuazioni". Il suo valore è di 2,1 miliardi di euro. Poi c'è il "greening", anch'esso cofinanziato da Europa e Stato italiano, che ammonta a 1,1 mld, ed è versato a quelle aziende che adottano pratiche a favore della sostenibilità ambientale, a partire dalla diversificazione delle colture. Le aliquote agevolate dell'Iva per i fertilizzanti valgono 88 milioni di euro l'anno. Lo sconto sui carburanti agricoli ha un costo annuale per lo Stato italiano di 900 milioni di euro. Se infatti l'accisa applicata a un normale cittadino è di 73 centesimi per ogni litro di benzina e 62 centesimi per ogni litro di gasolio, nel caso degli agricoltori, le due accise scendono rispettivamente a 40 e 19 centesimi al litro. Ci sono infine i bonus relativi all'acquisto delle macchine agricole: all'inizio del 2024 è stato dato semaforo verde per lo stanziamento di 400 milioni di euro stanziati previsti lo scorso anno dal ministero dell'Agricoltura per destinare alcuni fondi del Pnrr all'ammodernamento dei mezzi a disposizione degli agricoltori, tra cui i trattori, in forma di contributo a fondo perduto che va a coprire il 65% del costo dell'investimento. Il bonus viene erogato attraverso bandi regionali rivolti a piccole, micro e medie, cooperative e associazioni di settore.

## Quanto costa un trattore?

In molti hanno provato in questi giorni a fare i conti in tasca agli agricoltori, a partire proprio dai trattori, eletti a simbolo della protesta. Secondo quanto riporta il sito Open, il costo di un trattore, che varia ovviamente in maniera sensibile a seconda della potenza del mezzo, supererebbe i 100mila euro. In base alle classifiche di vendita in Italia relative al 2022 (ultima rilevazione disponibile), il modello più diffuso sarebbe il T4.100 della New Holland, che costa 111mila euro, iva esclusa. Il trattore T5.120, secondo in graduatoria, sempre della New Holland, ha invece un prezzo di listino di 118mila euro. Il 6120M della John Deere, il terzo modello più venduto in Italia nel 2022, è commercializzato intorno ai 100mila euro. Molto diffuso è il mercato dell'usato, che consente di scendere a una cifra d'acquisto di 50mila euro o meno.

## La lettera di Gesmundo

"Carissimi,

*credo che l'incontro che abbiamo avuto ieri a Roma abbia contribuito a chiarire il percorso che nell'immediato come Coldiretti dobbiamo seguire:*

*- serve in primo luogo riannodare con li maggior numero di soci possibili, il filo di un racconto che malauguratamente per responsabilità nostre e ragioni oggettive, abbiamo interrotto; serve cioè mettere in fila gli obiettivi raggiunti in questi anni. E sotto questo profilo avete materiali di supporto scritti e filmati;*

*- serve mettersi nello stato d'animo dell'ascolto, nella consapevolezza che quanto può apparire a noi come un micro-problema, nell'animo del socio in questa stagione difficile, può esser vissuto come un ulteriore momento di abbandono o di solitudine;*

*- serve non assumere, in questa fase, l'atteggiamento di chi ha qualcosa da difendere o da cui difendersi: le nostre parole e la nostra postura siano il lievito che fa uscire ciò che i soci, per timore, per rancore o per rispetto allontanano;*

*- serve che noi e loro siamo consapevoli che qualsiasi sia la reazione che metteremo in campo, essa sarà l'esito di un lavoro e di uno scambio che ci ha visto insieme;*

*- serve al tempo stesso esprimere con chiarezza il concetto che queste proteste - accanto all'indubbio malessere dei molti - portano l'impronta riconoscibile del teppismo e di una politica che si svende per una manciata di voti.*

*Per dare pieno impulso a questo dialogo, serve che nei prossimi giorni, fino alla fine della prossima settimana, organizziamo non meno di 4 assemblee per ogni provincia e che esse raccolgano il maggior numero di soci possibile.*

*Infine serve che tutti portino dentro di sé la consapevolezza nutrita dal cuore e dalla mente che questa minaccia che stiamo affrontando è rivolta alla Coldiretti è mirata a cancellare la nostra identità, la nostra forza, il nostro stesso esistere.*

*Dovete saper trovare le parole per attingere a ciò che rappresentiamo e abbiamo rappresentato: dal 1944 in avanti Coldiretti ha voluto dire emancipazione, cittadinanza riconosciuta a chi procurava e procura il cibo, alle famiglie di agricoltori e ai singoli.*

*In un mondo che cambiava e continua a cambiare siamo gli unici che hanno conservato lo stesso simbolo, gli stessi colori, le stesse bandiere. E' il momento di ribadirlo, è il momento di mettere in primo piano 'L'Orgoglio Coldiretti!'.*

# Neri Industria Alimentare: l'innovazione a servizio della sostenibilità

L'azienda toscana è impegnata nella messa a punto di processi produttivi a basso impatto ambientale. Anche col supporto di tecnologie all'avanguardia. La qualità rimane prioritaria. Senza mai scendere a compromessi. Intervista ad Alessio Baronti, direttore commerciale.

Di Margherita Luisetto

Il rispetto per l'ambiente, la responsabilità verso una produzione sempre più sostenibile, la difesa dell'eccellenza e l'amore per la buona cucina della tradizione toscana. Sono solo alcuni dei requisiti che caratterizzano Neri Industria Alimentare, specialista di prodotti sottolio, sottaceto e pomodoro trasformato di alta qualità, con sede a Lamporecchio, in provincia di Pistoia. Di generazione in generazione, l'azienda ha abbracciato l'innovazione per rispondere alle necessità dei consumatori e ai trend del mercato ma anche per rendere i processi produttivi perfettamente in linea con i più alti principi di sostenibilità. "Per raggiungere i propri obiettivi in modo responsabile, l'azienda sta adottando misure eccezionali, con una policy e una strategia di sviluppo allineata ai criteri sostenibili", esordisce Alessio Baronti, direttore commerciale di Neri Industria Alimentare.

### Innovazione e sostenibilità, dunque. Come sta affrontando Neri questo tema?

Da anni l'azienda è significativamente impegnata su questo fronte. Uno dei nostri progetti più importanti è l'installazione di un impianto fotovoltaico che ci permette di ridurre drasticamente l'impronta di carbonio. Abbiamo anche implementato un sistema di depurazione ad ultrafiltrazione per le acque di produzione, garantendo così un impatto ambientale minimo.

### E come fate a bilanciare questa sostenibilità con l'alta qualità dei vostri prodotti?

La qualità non è mai in discussione. Usiamo tecnologie all'avanguardia che migliorano l'efficienza senza compromettere la qualità. Il nostro impegno è di mantenere standard elevati, mentre riduciamo l'impatto ambientale.

### Che ruolo ha la tecnologia nella vostra produzione e distribuzione?

Ha un ruolo strategico. Oggi, ad esempio, stiamo sviluppando soluzioni con cucina elettronica, utilizzando algoritmi che migliorano le ricette e suggeriscono ottimizzazioni, garantendo prodotti di qualità superiore.



1. Alessio Baronti, direttore commerciale

### Quali sono le principali sfide nell'adozione di nuove tecnologie?

La sfida maggiore è mantenere la qualità in un mercato altamente competitivo. Innoviamo costantemente per restare al passo, senza scendere a compromessi.

### Comunicare i vostri sforzi nel segno della sostenibilità ai consumatori?

Sì. È un concetto che spingiamo in tutte le nostre iniziative di marketing. Vogliamo che i consumatori sappiano che, scegliendo Neri, supportano pratiche sostenibili.

### E la vostra strategia per distinguervi nel mercato?

Puntiamo sulla differenziazione dei canali distributivi. La nostra presenza capillare assicura che i prodotti Neri siano una scelta ovvia per le tavole italiane.

### Osservando le tendenze dei consumatori, quali cambiamenti avete notato e come ha risposto l'azienda?

Abbiamo visto una crescita nella domanda di snack pratici e prodotti 'consuma e getta'. In risposta, abbiamo lanciato piccoli formati di sottoli, perfetti per il consumo on-the-go, mantenendo la freschezza senza sprechi.

### La pandemia ha avuto un impatto importante sulle produzioni e sulle dinamiche di mercato. Come avete reagito?

Adottando una strategia multicanale, siamo riusciti a mantenere volumi e fatturato. La flessibilità e l'adattabilità, poi, sono state fondamentali per mantenere alta la nostra quota di mercato, garantendo sempre prodotti eccellenti.

### Quali sono le sfide che dovrà affrontare il settore alimentare?

La sfida sarà bilanciare produzione e distribuzione per garantire qualità e accessibilità. Neri vuole essere leader, non solo in Italia ma anche a livello internazionale, nel settore dei sottoli.

### E riguardo alla responsabilità sociale?

La responsabilità sociale è fondamentale. Contribuiamo al benessere delle comunità locali mantenendo gli stabilimenti in Italia e ci impegniamo in progetti per una produzione sempre più salubre che metta al centro la salute di tutti i consumatori.

## Linea Primetta

Tra le ultime novità presentate da Neri segnaliamo la Linea Primetta. La gamma è composta dai 'Pomodori pelati', con pomodori pelati, succo di pomodoro, basilico, sale, e dalla 'Passata Rustica' realizzata con pomodori, basilico e sale.

Il pomodoro Primetta utilizzato è 100% toscano.

I prodotti sono disponibili a scaffale nei seguenti formati:

- Pomodori pelati Primetta in lattina da 400 gr, con shelf life 1.080 gg
- Pomodori pelati Primetta in lattina in cluster 2 x 400 gr, con shelf life 1.080 gg
- Passata Rustica Primetta in bottiglia da 500 gr, con shelf life 720 gg.



# Gulfood: un'edizione da record

La fiera emiratina, dal 19 al 23 febbraio, ha visto la partecipazione di oltre 5.500 espositori. Sempre più folta la schiera di aziende italiane presenti a Dubai. In visita anche il presidente dell'Agenzia Ice, Matteo Zoppas.

Dal nostro inviato: Alessandro Rigamonti



Le infinite code per i taxi



Da sinistra: Matteo Zoppas, Lorenzo Fanara e Valerio Soldani



MARTINOROSSO - Da sinistra: Carlo Maria Recchia, Giorgio Rossi e Manuel Sirgiovanni



PASTA ZARA  
Beatrice Guillot e Furio Bragagnolo



MADAMA OLIVA  
Da sinistra: Andrea Montanari e Antonio Mancini



DELICIOUS  
Beatrice Concari



RENNA  
Francesco Renna



PASTA ARMANDO  
Marta Duda



MAZZA ALIMENTARI  
Giovanni e Mariachiara Mazza



COSTA D'ORO  
Arooj Butt



NERI  
Filomena Napolitano



AROMA SYSTEM (ICA) - Da sinistra: Serena Perocco, Cesare Rapparini e Darradi Abderrahim



CASTELLO DI BATTIPAGLIA - Da sinistra: Francesco Santese, Nello Dalterio e Massimo Chieppa



PASTA DEI PRAI - Da sinistra: Gianmarco Bergamin, Irene Parolin e Gianfranco Bergamin



BARTOLINI  
Ulterico Bartolini e Paola Vigna



GRANORO  
Isabella Martinelli e Marco Minervini



CALLIPO  
Federica Abbonante



ALIMENCO  
Francesca Staempfli



CERRETO  
Da sinistra: Mattia Cardazzi e Massimo Cangiotti



PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO  
Antonello Di Bari



PARMAFOOD GROUP  
Da sinistra: Giulio e Federico Gherrì



PASTIFICIO LIGUORI - Da sinistra: Pasquale Casillo, Tingting Xia e Giuseppe Vacca



CASA RINALDI  
Marcello Magagni



ANDREA MILANO  
Marcello Milano



MOLINO NALDONI  
Lo stand



CAFFÈ CAGLIARI  
Veronica Giovacchini



OLIO LUGLIO  
Da sinistra: Simona Luglio e Floriana De Scisciolo



GIULIANO TARTUFI  
Da sinistra: Giorgia Camilloni e Laura Marucci



LA MOLISANA  
Giuseppe Cornacchione



MOLINO NICOLI  
Da sinistra: Davide Garlini e Cristian Caramia



PASTIFICIO ALFIERI  
Alessandro Madeo ed Elisa Morello



GAROFALO  
Lo stand



AGROVER  
Da sinistra: Roberto e Feliciano Mottino



CIRIO  
Da sinistra: Alessandro Torresi e Diego Pariotti



MOLINO PEILA  
Marina Peila ed Edoardo Data

## PartySnack

EASY & QUICK

- + FRESCO
- + PRATICO
- + CROCCANTE

Arachidi piccanti  
Party Snack 2,5 kg

Pistacchio tostato salato  
Party Snack 2,5 kg

PROVALI TUTTI

- Fave fritte in cravatta Party Snack 2 kg
- Fave sgusciate salate Party Snack 2 kg
- Fave sgusciate mostarda e miele Party Snack 2 kg
- Fave sgusciate limone e sale Party Snack 2 kg
- Mini Rice crackers Party Snack 1 kg
- Rice crackers Party Snack 1 kg
- Tex Mex corn stick Party Snack 1,5 kg
- Snack mexicano's Party Snack 1 kg



SINISI s.r.l.  
Via Aristofane s.n. - 76123 Andria (BT) Italy  
Tel. +39 0883 55 06 01 - info@sinisisrl.it  
www.sinisisrl.it

# Crisi del Mar Rosso: per l'Italia ci sono in gioco sei miliardi di euro

L'attacco delle navi mercantili da parte dei ribelli yemeniti nel Canale di Suez è motivo di forte preoccupazione tra gli operatori dell'agroalimentare che esportano verso l'Asia. Tra i principali prodotti che transitano in quei mari: il vino, la pasta e il pomodoro. L'analisi di Ismea.

Di Margherita Luisetto

## Gli Houti

Gli Houthi sono un gruppo ribelle che ha il controllo di gran parte dello Yemen, paese affacciato sul Mar Rosso e sul Golfo di Aden a sud dell'Arabia Saudita.

Sostengono Hamas (l'organizzazione politica palestinese islamista, sunnita e fondamentalista) dal punto di vista politico e militare. Tra i loro obiettivi c'è la volontà di danneggiare due nemici dichiarati - gli Usa e Israele - oltre a dimostrarsi a livello internazionale e mediorientale come un attore forte al fine di essere maggiormente riconosciuti e considerati. Per questo, a partire dal 17 ottobre 2023, hanno attuato attacchi missilistici contro numerose navi cargo e commerciali di passaggio nel Mar Rosso, mettendo sotto scacco i traffici commerciali mondiali e costringendo le imbarcazioni a circumnavigare l'Africa.

### Principali paesi di destinazione dei prodotti agroalimentari esportati dall'Italia verso l'Asia (mln euro)

AGROALIMENTARE	2021	2022	GEN-OTT 2022	GEN-OTT 2023	QUOTA 2022 SU MONDO	QUOTA 2023 SU ASIA
EXPORT ITALIA TOTALE	52.900	60.706	50.091	53.386	100,0%	-
EXPORT VERSO ASIA, DI CUI:	5.968	6.137	5.063	5.058	10,1%	100,0%
GIAPPONE	2.283	1.748	1.478	1.429	2,9%	28,5%
CINA	686	570	458	461	0,9%	9,3%
COREA DEL SUD	414	526	442	389	0,9%	8,6%
ARABIA SAUDITA	380	483	375	395	0,8%	7,9%
ISRAELE	359	432	345	378	0,7%	7,0%
EMIRATI ARABI UNITI	302	420	346	374	0,7%	6,8%
HONG KONG	207	205	169	187	0,3%	3,3%
TAIWAN	141	164	130	124	0,3%	2,7%
SINGAPORE	115	157	126	116	0,3%	2,6%
INDIA	127	153	132	123	0,3%	2,5%
VIETNAM	91	140	122	85	0,2%	2,3%
THAILANDIA	94	128	105	103	0,2%	2,1%
FILIPPINE	120	110	92	111	0,2%	1,8%
INDONESIA	54	99	83	87	0,2%	1,6%
KUWAIT	75	91	72	78	0,1%	1,5%
QATAR	47	88	75	56	0,1%	1,4%
GIORDANIA	69	79	64	68	0,1%	1,3%
MALAYSIA	69	75	64	59	0,1%	1,2%
ALTRI PAESI	336	470	383	435	0,8%	7,7%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

### Principali prodotti agroalimentari esportati dall'Italia verso l'Asia (mln euro)

AGROALIMENTARE	2021	2022	GEN-OTT 2022	GEN-OTT 2023	QUOTA 2022 SU MONDO	QUOTA 2023 SU ASIA
VINI IN BOTTIGLIA	391	446	378	319	8,5%	7,3%
PASTA DI SEMOLA	254	332	268	277	11,9%	5,4%
CIOCCOLATA	296	303	251	253	18,1%	4,9%
CIALDE E CIALDINE	197	246	201	209	35,1%	4,0%
PELATI E POLPE DI POMODORO	150	193	152	181	13,3%	3,1%
CAFFÈ TORREFATTO	157	192	158	158	9,1%	3,1%
OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA	156	186	157	147	12,3%	3,0%
MELE FRESCHE	152	181	147	144	21,0%	3,0%
FORMAGGI FRESCHI	97	129	104	117	8,5%	2,1%
FORMAGGI STAGIONATI	95	129	105	118	6,2%	2,1%
VINI SPUMANTI	95	119	102	89	5,6%	1,9%
PRODOTTI DA FORNO	73	91	73	87	4,3%	1,5%
LATTE E CREMA DI LATTE CON GRASSI IN PESO > 10%	38	71	62	35	69,6%	1,2%
OLIO DI OLIVA, ESCLUSO QUELLO VERGINE	48	68	59	55	26,3%	1,1%
KIWI FRESCHI	48	60	18	16	12,0%	1,0%
PASSATE DI POMODORO	28	37	30	37	3,7%	0,6%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

Una delle principali vie di comunicazione che permette il traffico commerciale tra l'Europa e l'Asia è stata interrotta. Da ottobre 2023 gli Houthi (gruppo di ribelli yemeniti) stanno attaccando le navi mercantili che attraversano il Canale di Suez, nel Mar Rosso, generando, a cascata, una serie di significative criticità ai Paesi che importano ed esportano usando questa via. Il blocco del passaggio del Canale ha come conseguenza la necessità di utilizzare tratte alternative, sensibilmente più lunghe, in primis la circumnavigazione dell'Africa. Causando alle compagnie di trasporto un incremento dei costi all'incirca del +40%. Ma anche dei tempi - tra i 7 e i 10 giorni in più -, incidendo sensibilmente, ad esempio, sui prodotti freschi, come la frutta, altamente deperibili e quindi soggetti a rapido scadimento qualitativo, rendendoli vulnerabili all'allungamento dei tempi di percorrenza delle tratte commerciali alternative.

Tra i Paesi a subire i danni maggiori c'è l'Italia. Per il Bel Paese, infatti, l'export verso l'Asia vale - nel 2022 - ben 6,1 miliardi di euro (+128% rispetto a 10 anni fa) e corrisponde al 10% dell'export agroalimentare complessivo nazionale. Una quota che spiega le preoccupazioni tra gli operatori dell'agroalimentare e il motivo per cui il problema merita un'altissima attenzione.



## Il Canale di Suez

Il Canale di Suez, in Egitto, è una rotta cruciale per i traffici globali: da qui transita il 12% del commercio mondiale, compreso quello cruciale dal punto di vista energetico di gas naturale e petrolio. Fu inaugurato il 17 novembre 1869 e permette di collegare il Mar Rosso al Mediterraneo, senza circumnavigare l'Africa.



Suez Canal, Egypt. (31996166706) by Pierre Markuse from Hamm, Germany is licensed under CC BY 2.0.

### Export dell'Italia verso l'Asia di pasta di semola (mln euro)

	2021	2022	GEN-OTT 2022	GEN-OTT 2023	QUOTA 2022
MONDO	2.027,1	2.805,2	2.294,0	2.364,7	-
ASIA	254,3	332,4	268,0	277,2	100,0%
GIAPPONE	72,6	89,5	73,3	77,8	26,9%
ARABIA SAUDITA	20,6	43,9	31,8	28,3	13,2%
COREA DEL SUD	29,3	38,4	32,9	29,2	11,5%
ISRAELE	26,4	34,9	28,3	34,5	10,5%
CINA	31,6	28,3	23,6	22,8	8,5%
EMIRATI ARABI UNITI	9,9	13,0	11,0	12,4	3,9%
HONG KONG	9,7	11,2	9,6	7,4	3,4%
SINGAPORE	5,7	7,2	5,9	7,6	2,2%
INDIA	3,5	6,1	4,8	4,1	1,8%
THAILANDIA	4,7	6,0	5,2	5,4	1,8%
TAIWAN	5,0	5,5	4,5	5,5	1,7%
GIORDANIA	4,3	5,5	4,7	4,9	1,6%
ALTRI PAESI	30,9	43,1	32,5	37,3	13,0%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

### Export dell'Italia verso l'Asia di pelati e polpe di pomodori (mln euro)

	2021	2022	GEN-OTT 2022	GEN-OTT 2023	QUOTA 2022
MONDO	1.123,3	1.451,9	1.154,8	1.350,9	-
ASIA	150,2	192,7	152,4	181,4	100,0%
GIAPPONE	79,4	89,3	72,6	82,7	46,4%
ARABIA SAUDITA	16,3	22,8	17,5	15,6	11,8%
ISRAELE	10,7	13,6	10,3	13,6	7,1%
COREA DEL SUD	9,2	11,9	9,5	12,6	6,2%
EMIRATI ARABI UNITI	7,3	11,1	8,5	11,0	5,7%
CINA	5,9	6,9	5,4	8,0	3,6%
FILIPPINE	1,8	5,5	4,2	3,8	2,9%
TAIWAN	2,2	3,5	2,8	3,5	1,8%
INDIA	1,3	3,2	2,3	2,8	1,7%
SINGAPORE	2,3	3,1	2,3	3,2	1,6%
HONG KONG	3,3	3,1	2,3	3,9	1,6%
MALAYSIA	1,4	2,5	1,8	2,5	1,3%
QATAR	1,8	2,4	2,1	2,4	1,3%
INDONESIA	0,4	2,0	1,4	2,3	1,0%
KUWAIT	1,8	1,9	1,5	2,7	1,0%
THAILANDIA	0,9	1,9	1,4	2,5	1,0%
ALTRI PAESI	4,3	7,9	6,3	8,4	4,1%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

### Export dell'Italia verso l'Asia di passate di pomodoro (mln euro)

	2021	2022	GEN-OTT 2022	GEN-OTT 2023	QUOTA 2022
MONDO	799,6	1.008,5	826,5	1.006,3	-
ASIA	28,1	37,4	30,4	37,2	100,0%
GIAPPONE	10,1	14,2	11,2	15,0	37,9%
ISRAELE	4,5	5,2	4,5	5,5	14,0%
EMIRATI ARABI UNITI	2,8	3,1	2,7	3,1	8,3%
COREA DEL SUD	2,4	2,4	2,0	2,1	6,5%
ARABIA SAUDITA	1,8	2,3	2,0	1,9	6,1%
LIBANO	0,7	1,3	1,0	1,1	3,5%
KUWAIT	0,8	1,3	1,0	1,1	3,4%
SINGAPORE	0,7	1,0	0,7	1,3	2,7%
HONG KONG	0,7	1,0	0,9	0,8	2,6%
MALAYSIA	0,6	0,8	0,6	0,8	2,1%
CINA	0,4	0,8	0,7	0,4	2,1%
KAZAKHSTAN	0,3	0,6	0,5	0,4	1,6%
FILIPPINE	0,2	0,4	0,3	0,2	1,0%
QATAR	0,2	0,4	0,3	0,4	1,0%
ALTRI PAESI	1,8	2,7	2,1	2,8	7,3%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat

quello degli spumanti 119 milioni di euro. L'export riguarda in modo significativo, poi, la pasta con 332 milioni di euro (11,9% del totale) e il pomodoro trasformato, con 230 milioni di euro. Anche i formaggi - sia freschi che stagionati - rivestono un peso rilevante, registrando un fatturato all'export di 258 milioni di euro. Importanti quantitativi di frutta italiana viaggiano verso l'Asia - in modo particolare le mele, con un giro d'affari di 181 milioni di euro, e kiwi per 60 milioni di euro -. Come sottolinea Ismea, per la maggior parte di questi prodotti l'Italia si colloca al primo posto in ambito Ue come fornitore dei paesi asiatici e il suo principale Paese di destinazione è il Giappone, seguito da Cina e Corea del Sud.

#### ...e quelli importati dall'Asia

L'Italia si approvvigiona sui mercati asiatici per un valore di 4,9 miliardi di euro - registrando, quindi, nella bilancia commerciale un surplus dell'export pari a 1,2 miliardi di euro -. I principali prodotti importati sono: olio di palma raffinato (corrispondente al 21% dell'import complessivo dall'Asia e all'87,6% dell'import totale nazionale di questo prodotto), caffè non torrefatto (il 25,8% del totale), seppie e calamari congelati (il 42,4% del totale).

cupazioni tra gli operatori dell'agroalimentare e il motivo per cui il problema merita un'altissima attenzione.

#### La crescita dell'import asiatico

Come spiega Ismea - nella recente analisi Gli scambi agroalimentari con l'Asia e la crisi del Canale di Suez -, negli ultimi 10 anni le importazioni di prodotti agroalimentari dei paesi asiatici sono cresciute in misura consistente sia a livello globale (+112,6% a 739 miliardi di euro nel 2022), sia per quelle provenienti dalla Ue (+81,9% a 66,7 miliardi di euro nel 2022). La dinamica ha generato un balzo della quota di domanda globale dell'Asia dal 30,4% nel 2013 al 35,7% nel 2022.

Sul fronte Ue, l'Italia è al quinto posto tra i principali paesi esportatori di prodotti agroalimentari verso l'Asia, preceduta da Paesi Bassi, Francia, Spagna e Germania.

#### I prodotti esportati dall'Italia...

È il vino il principale prodotto esportato dall'Italia verso l'Asia: secondo gli ultimi dati 2022 riportati da Ismea, l'export dei vini in bottiglia registra un valore pari a 446 milioni di euro (l'8,5% dell'export totale), mentre

# Marketing vestito da beneficenza. Quando “il cartiglio è ingannevole”

Buone azioni e promozione commerciale spesso non vanno d'accordo. E se ci sono di mezzo influencer, il rischio di sfociare in comportamenti scorretti è dietro l'angolo. Il pandoro-gate analizzato da Claudio Cricenti, legale Codacons.

Di Angelo Frigerio



**E**splosa sul web grazie all'esposto di Codacons all'Antitrust, nel dicembre 2022, la vicenda Balocco-Ferragni, legata alla campagna benefica a favore dell'ospedale Regina Margherita di Torino, ha destato un polverone mediatico. Le iniziali accuse di frode in commercio sono poi sfociate in truffa aggravata. E i danni d'immagine sono ricaduti tanto sulla nota influencer quanto sull'azienda dolciaria. Ne abbiamo parlato con Claudio Cricenti, legale Codacons.

## Come mai avete deciso di occuparvi di questo caso?

Da anni Codacons si occupa di campagne di beneficenza e, nello specifico, delle sponsorizzazioni delle raccolte fondi tramite social network. Nell'ambito di queste azioni abbiamo sempre cercato di porre l'attenzione su dove finiscono i soldi dei cittadini, analizzando il ruolo degli influencer. Che, a nostro avviso, non è ancora propriamente normato. Nel caso del pandoro-gate, ci siamo attivati e abbiamo avuto accesso ai dati dell'ospedale Regina Margherita di Torino e della Regione Piemonte per rilevare quanto, dei proventi ottenuti dalla vendita del pandoro, è stato destinato alla finalità pubblicizzata nel cartiglio del dolce.

## Che cosa avete scoperto?

In base a una nota, risulta che è stato effettuato un solo bonifico da 50mila euro da parte di Balocco, a maggio 2022. Non ne risultavano previsti altri. Abbiamo poi scritto all'autorità competente in ambito amministrativo, l'Agcm. Le prime istanze sono nate in quel periodo. Dall'analisi letterale del cartiglio, risulta che Chiara Ferragni e Balocco avrebbero dovuto finanziare l'ospedale tramite l'acquisto del pandoro. Non poteva essere una campagna per cui si chiedeva un rimborso dei 50mila euro versati. Per questo abbiamo avviato un esposto per pratica commerciale scorretta: il cartiglio è ingannevole. Quel pandoro non sarebbe mai stato acquistato a quel prezzo, se non per fare beneficenza.

## Come ha spiegato Balocco il prezzo più elevato?

È ancora in corso il confronto. Per Balocco il prezzo era giustificato dalla qualità del prodotto e dal confezionamento, oltre ai vari gadget e tutto ciò che serviva alla sponsorizzazione del dolce natalizio. La materia prima però rimaneva sempre inalterata, quindi sarebbe stato giustificabile un aumento di prezzo di uno o due euro al massimo. A nostro avviso sfruttare la visibilità di un'influencer ha una chiara finalità imprenditoriale, quindi l'utente non dovrebbe essere attirato in queste dinamiche tramite il richiamo della beneficenza.

## Cosa rischia Chiara Ferragni?

Ad oggi rischia il processo, come Balocco. Dobbiamo ancora attendere le valutazioni dei procuratori per capire se si tratterà di due procedimenti penali separati oppure no. Se la vicenda dovesse essere portata in tribunale e Ferragni dovesse essere ritenuta colpevole, potrebbe incorrere in una sanzione, oltre al già presente danno d'immagine.

**Chiara Ferragni ha pubblicato sul suo profilo Instagram un video in cui ammette le sue responsabilità, dichiarando che si è trattato di un errore di comunicazione. Ha rilevanza?**

Per quanto ammettere pubblicamente le proprie responsabilità possa essere un'azione giusta, non ha alcuna rilevanza, perché non si tratta di un errore di comunicazione. Il problema è la comunicazione in sé. Dai dati, a nostro avviso, c'è evidenza della consapevolezza dell'azione che si andava a compiere.

## Cosa succederà alle altre aziende che hanno collaborato a scopi benefici con Chiara Ferragni?

Noi di Codacons chiediamo di rivalutare i contratti delle sponsorizzazioni tramite collaborazioni con influencer come Chiara Ferragni. Questo per una migliore valorizzazione delle policy aziendali, che si manifestano, ad esempio, attraverso qualità e trasparenza nel rapporto con i consumatori. I social sono oggi uno strumento rilevante per il marketing, ma il rischio di sfociare in comportamenti scorretti è concreto. Una società trae indubbiamente guadagno dalla collaborazione con un personaggio noto, ma, in casi come questo, i danni di reputazione per le aziende possono essere importanti.

## Cosa dovrebbe cambiare nella gestione del lavoro degli influencer, quando si parla di beneficenza?

Bisognerebbe rispettare gli standard di trasparenza, tracciabilità, pre-determinazione delle finalità: deve essere chiaro come vengono impiegati i proventi delle raccolte fondi. I consumatori devono essere messi a conoscenza delle modalità con cui si svolgerà la campagna benefica. Serve sempre anche un controllo da parte di enti pubblici, come pure di associazioni per la solidarietà. Non dovrebbe essere lasciato tutto all'iniziativa dei privati.

## Chi è Codacons?

Il Codacons, Coordinamento delle associazioni per la difesa dell'ambiente e dei diritti degli utenti e dei consumatori, è un'associazione senza scopo di lucro nata nel 1986, per difendere gli acquirenti, facendo ricorso allo strumento giudiziario. Tra le associazioni consumeristiche più rappresentative a livello nazionale per il volume di attività prodotto, il Codacons fa parte di numerose Commissioni consultive della pubblica amministrazione. Agisce controllando l'operato di soggetti pubblici e privati a tutela dei diritti della collettività e del singolo, svolgendo la propria attività per tutti gli utenti, indipendentemente dalla loro adesione all'associazione. Chiunque può quindi inviare segnalazioni riguardo a questioni di interesse diffuso, e quelle reputate di maggiore rilevanza sono oggetto di specifiche azioni. Oggi la sua organizzazione si articola in varie sedi sparse sul territorio nazionale, in collegamento anche con altri stati, europei e non solo. Per operare si serve di un centro studi, un centro per l'immagine pubblica, un osservatorio sui servizi pubblici e un ufficio legale.

# Circana e Gruppo CRAI.

Nasce il primo RETAIL PRIVATE CLOUD GATEWAY che permetterà all'industria di beneficiare di preziose analisi sugli acquisti dei clienti.

Grazie alla potente piattaforma tecnologica di business intelligence sarà possibile identificare i bisogni dei diversi target di consumatori, sviluppare azioni di marketing e CRM volte a migliorare la penetrazione dei prodotti, le vendite ed affinare le scelte assortimentali.

Per saperne di più:  
[circana.com](https://www.circana.com)



# Dedicato alla nostra terra



## PROGETTO DI FILIERA 100% PUGLIA

*La nostra pasta è prodotta esclusivamente con grano duro di alta qualità 100% pugliese, selezionato e coltivato nel rispetto della terra, delle persone e dell'ambiente.*



*Dedicato*  
ALLA NOSTRA TERRA

*granoro.it*