

# Pastaria



AD: STUDIO OVER | PH: STEFANIA GIORDI | STYLING: VANDERSANDESTUDIO



L'ARTE DELLA FARINA

MOLINOPASINI.COM

La rivista del network di informazione professionale per il produttore di pasta

- [www.pastaria.it](http://www.pastaria.it)
- [www.pastariahub.com](http://www.pastariahub.com)
- [www.pastabid.com](http://www.pastabid.com)





# SCEGLI GLI INGREDIENTI MIGLIORI

Soluzioni personalizzate, alto contenuto tecnologico, esperienza consolidata, service network internazionale, sono gli ingredienti principali delle **Termoformatrici AL.MA.**

Le nostre linee confezionano **prodotti alimentari in atmosfera modificata, sottovuoto, con effetto skin oppure con semplice sigillatura**; sono interamente costruite in acciaio inox per rispondere alle esigenze tipiche del settore e dispongono di un'ampia scelta di stampanti a seconda dell'applicazione richiesta.

Possibilità di installare etichettatrici automatiche in linea e di produrre confezioni con foro euro.

Tra i principali prodotti che si possono confezionare: **pasta fresca, pasta fresca ripiena, prodotti da forno, piatti pronti, salumi affettati, formaggi, carne, pesce, sandwich e molto altro ancora.**







# Colophon

Pastaria 1/2018  
Gennaio



## EDITORE

**Kinski Editori S.r.l.**

*sede legale*

Via Possioncella 1/1 42016 • Guastalla

*sede operativa*

Via Bernardelli 16 • 43123 Parma [Italia]

tel. +39 (0)521 1564934

fax +39 (0)521 1564935

Email [redazione@pastaria.it](mailto:redazione@pastaria.it)

ROC no. 23238

## DIRETTORE RESPONSABILE

Lorenzo Pini

## AUTORIZZAZIONE

N. 1192 (05/09/2007) del Tribunale di Reggio Emilia

## COPYRIGHT ©

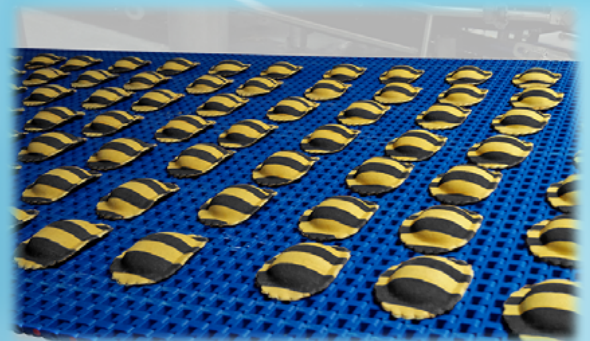
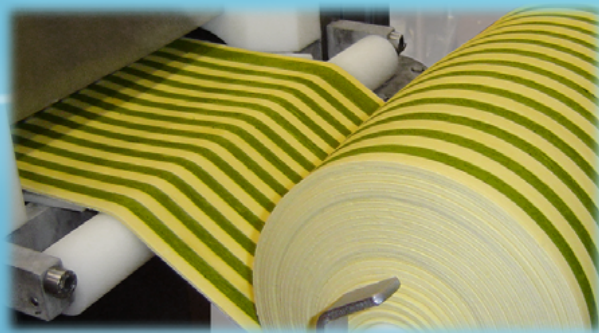
Kinski Editori S.r.l. Poiché siamo ostinatamente convinti che la condivisione dell'informazione, delle idee e della conoscenza possa contribuire a rendere migliore il mondo, la diffusione di questa rivista non solo è consentita ma addirittura promossa e incentivata. Puoi inviare la rivista a tuoi conoscenti, stamparla e distribuirla, inserire un link di download sul tuo sito, condividerla sui tuoi canali sui social network, ecc. ecc. Purché sempre gratuitamente e senza modificare l'originale.





## LE NOSTRE MACCHINE PER I VOSTRI PRODOTTI SPECIALI.

Massima versatilità, ingombri minimi, elevato livello di automazione, zero sfridi.







# Patrocini & Sostenitori





# Patrocini

Pastaria ha ottenuto il patrocinio delle più prestigiose associazioni nazionali e internazionali di produttori di pasta alimentare.

## I patrocini di Pastaria







[uifra.org.ar](http://uifra.org.ar)

**PASTA WORLD IS BIG.  
BUT THE WORLD OF COUNTRIES ABLE TO  
OFFER GOOD QUALITY PASTA IS SMALL  
ARGENTINA, LAND OF PASTA**

FROM THE LAND OF WHEAT  
· SINCE ·  
**PASTA  
ARGENTINA**  
· 1860 ·



# Sostenitori

Gli strumenti di informazione e aggiornamento professionale che compongono il network di Pastaria sono liberi e gratuiti grazie alla sensibilità e al sostegno di aziende leader che operano a livello internazionale nel campo della fornitura di ingredienti, semilavorati, macchine, impianti e servizi per la produzione di pasta fresca, secca, gnocchi e piatti pronti.

## I sostenitori di Pastaria









I GRANDI MAESTRI  
DELLA PASTA  
SCELGONO MININNI.





# 1



## ***Atti del Pastaria Festival. Materie prime per pasta secca e metodi di valutazione della qualità tecnologica***

**Alessandra Marti\*,  
Maria Ambrogina Pagani**  
Dipartimento di Scienze per gli Alimenti,  
la Nutrizione e l'Ambiente (DeFENS)  
Università degli Studi di Milano  
*\*email: [alessandra.marti@unimi.it](mailto:alessandra.marti@unimi.it)*



Lo studio è stato presentato nel corso del convegno *Pasta secca: cosa bolle in pentola* che si è svolto nell'ambito dell'edizione 2017 del Pastaria Festival.



La pasta secca è il prodotto di trasformazione del frumento duro di gran lunga più apprezzato al mondo. La versatilità di preparazione di questo alimento, la facilità di cottura, la sua conservabilità, la disponibilità in numerose forme e dimensioni, nonché il basso impatto glicemico giustificano il suo successo anche a livello internazionale.

Le caratteristiche strutturali della pasta cotta sono generalmente descritte come quelle di una matrice compatta, con i granuli di amido intrappolati nella rete proteica formata dal glutine. Tale struttura è influenzata sia dalle proprietà della materia prima che dalle condizioni del processo tecnologico ed è responsabile delle specifiche proprietà nutrizionali e sensoriali della pasta. In relazione alle caratteristiche sensoriali, il comportamento in cottura - nerbo elevato e bassa collosità - è ritenuto il più importante indice di qualità della pasta, e condiziona sempre più le scelte del consumatore.

I fenomeni a carico di amido e proteine promossi dalla cottura (gelatinizzazione e denaturazione) sono tra loro antagonisti per quanto riguarda la struttura finale della pasta. Allorché prevale la formazione di un reticolo proteico coagulato e perciò indeformabile, il materiale amilaceo, sebbene gelatinizzato, resterà intrappolato all'interno della maglia: la pasta sarà consistente e priva di collosità. Al contrario, nel caso in cui le proteine non siano sufficientemente forti e rapide nel coagulare, l'amido sarà in grado di rigonfiare e gelatinizzare, senza essere contrastato e trattenuto nella sua espansione. In queste condizioni, l'amilosio tende a fuoriuscire dai granuli di amido, riversandosi nell'acqua di cottura; l'amilopectina, invece, migra verso la superficie della pasta, conferendo al prodotto cotto un'elevata collosità e una scarsa consistenza.

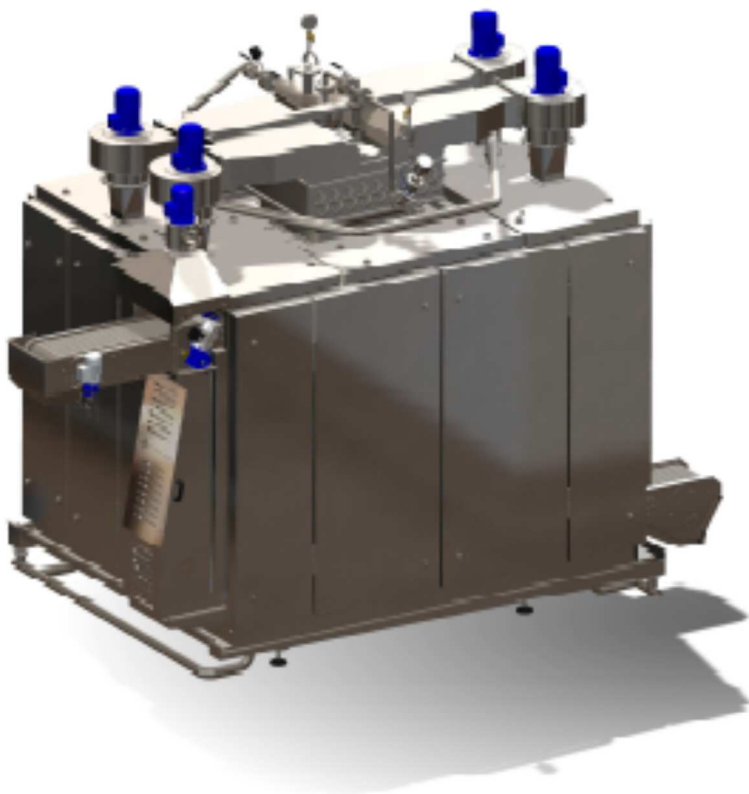
Ne deriva che la materia prima svolge un ruolo chiave nella definizione della qualità in cottura della pasta secca. In particolare, la pasta prodotta a partire da grano duro è caratterizzata da proprietà sensoriali e da un comportamento in cottura ben diversi e superiori a quelli della pasta prodotta con frumento tenero. Non a caso, in Italia, Francia e Grecia la pasta secca destinata al mercato nazionale deve essere prodotta esclusivamente da semola di grano duro.

La superiorità del frumento duro rispetto al frumento tenero non deriva cer-



Impianti e macchine per la produzione, il trattamento ed il confezionamento di paste alimentari

**PASTORIZZATORE A SPIRALE**



**IMPASTATRICE MOD. GRIM**



**MACCHINA PER GNOCCHI  
A 14 FORI**



**PRESSA VERTICALE**



**SFOGLIATRICE MOD. LX 800**





**Tabella 1 CLASSIFICAZIONE VOLONTARIA ITALIANA (UNI N. 10709, 2001)**

Tipo e denominazione	Proteine (% s.s.)	Glutine secco (% s.s.)	Indice di Glutine	W (10 <sup>-4</sup> J)	P/L
Semola "classe A"	> 13,5	≥ 12,0	> 80	> 250	2,0-2,5
Semola "classe B"	12,0-13,5	10,5-12,0	60-80	180-250	1,0-2,0
Semola "classe C"	10,5-12,0	9,0-10,5	30-60	100-180	0,5-1,0

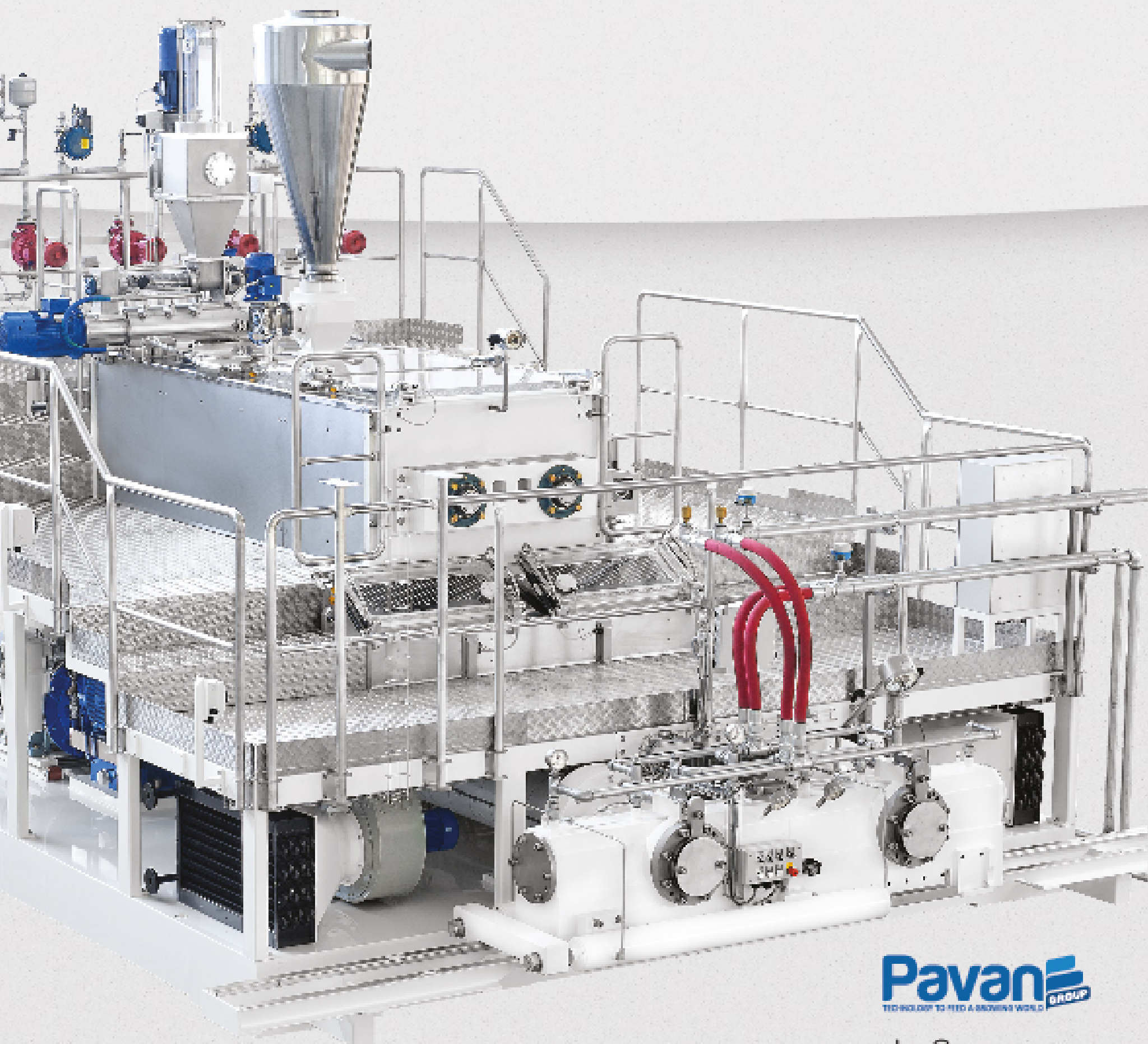
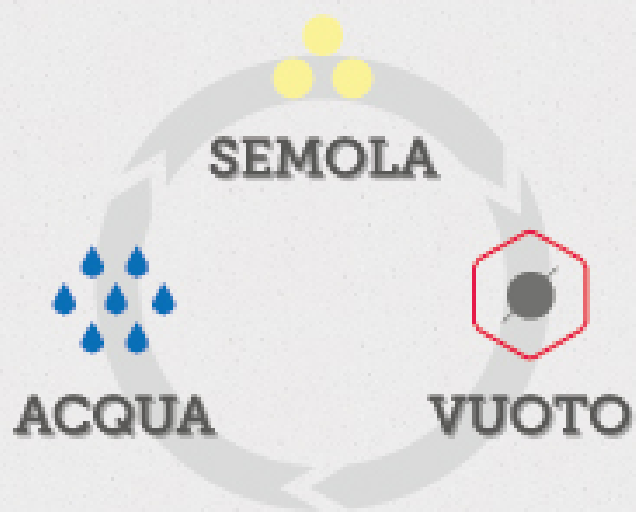
to dal contenuto in proteine e glutine (non così drammaticamente differente nelle due specie) ma dalle capacità del glutine di formare una rete tenace in grado di resistere agli sforzi termici e meccanici che avvengono durante la fase chiave del processo produttivo, ovvero la fase di estrusione. Infatti, nel caso di sfarinati di scarsa qualità, la fase di estrusione può determinare indebolimenti e rotture del reticolo glutinico, con ulteriori peggioramenti durante la cottura. Non a caso, accanto ai parametri di legge (proteine: min 10,5% s.s.; ceneri: max 0,90% s.s.; umidità: max 14.5%), la qualità della semola comprende anche norme volontarie a cui fanno riferimento molti capitolati aziendali. A tal riguardo, la norma UNI n. 10709 del 2001 (Ente Nazionale Italiano di Unificazione) considera numerosi parametri di natura fisica e chimica del grano duro e della semola, tra cui alcuni parametri tecnologici che sono in

grado di prevedere il comportamento di uno sfarinato durante il processo produttivo e pertanto permettono di definire tre principali classi di qualità per la semola ([Tabella 1](#)).

Le semole di grano duro vengono perlopiù classificate in base al tenore in proteine e alla qualità del glutine. Infatti, l'alto contenuto in proteine e la presenza di glutine "forte", per quanto attiene le sue proprietà visco-elastiche, sono indispensabili per trasformare la semola di grano duro in una pasta capace di garantire un ottimo comportamento in cottura. La rispondenza della materia prima a tali caratteristiche è per lo più verificata - oltre che con il dosaggio del contenuto in proteine totali - dalle indicazioni di numerosi test di reologia imitativa (quali quelli condotti mediante Alveografo<sup>®</sup>, Glutomatic<sup>®</sup>, Glutografo<sup>®</sup>, ecc.), che numerosi studi hanno dimostrato essere correlati non solo alle caratteristiche visco-



# L'essenziale in tre ingredienti



**Pavan**  
GROUP  
TECHNOLOGY TO FEED A GROWING WORLD

[www.pavangroup.com](http://www.pavangroup.com) - [sales@pavan.com](mailto:sales@pavan.com)



elastiche del glutine ma anche alla qualità in cottura della pasta.

Nel corso dei decenni sono stati proposti diversi metodi per la caratterizzazione reologica degli sfarinati di frumento, con l'obiettivo di prevederne il comportamento durante il processo produttivo e di soddisfare le esigenze di tutti i protagonisti della filiera del frumento. In particolare, chi si occupa di selezione genetica ha la necessità di analizzare in breve tempo un numero molto elevato di linee, per le quali la quantità di materiale rappresenta un fattore limi-

tante. L'industria molitoria necessita di metodi veloci e affidabili per controllare la qualità del grano durante la fase di ricezione.

Infine, l'industria della pasta secca necessita di metodi rapidi e affidabili, in grado di predire la qualità del prodotto finito.

A partire dagli anni '30, sono stati messi a punto numerosi test reologici con l'obiettivo di condurre delle analisi simulando, con appositi strumenti, il comportamento delle proteine, dell'amido e le loro interazioni quando il materiale viene sottoposto a stress di tipo fisico che simulano quelli che

**Tabella 2 APPROCCI REOLOGICI PROPOSTI PER LA CARATTERIZZAZIONE DEGLI SFARINATI DI FRUMENTO DURO**

Test	Misurazione	Tempo analisi	Quantità campione
Alveografo®	La resistenza dell'impasto sottoposto alla pressione di un gas	50–60 min	250 g
Gluten Index®	Capacità del glutine di passare attraverso le maglie di un setaccio dopo centrifugazione	10 min	10 g
Glutografo®	La resistenza del glutine sottoposto a torsione	< 60 s	< 15 g
Mixolab®	La resistenza dell'impasto nei confronti di una sollecitazione meccanica e termica	50–60 min	50 g
GlutoPeak®	La resistenza dello sfarinato nei confronti di una sollecitazione meccanica intesa	5–10 min	<10 g



# Kronos®

## Meglio un seme che una nave.



Il Progetto Kronos® nasce dalla collaborazione con Albert Carlton, padre dei Desert Durum dell'Arizona, i grani duri di altissima qualità da sempre importati dai migliori pastifici italiani per produrre pasta premium. Molino Grassi dal 1992 è riuscita ad avere l'esclusiva per la riproduzione sia del seme

che del grano adottando e perfezionando tecniche colturali adattate al clima mediterraneo, mantenendo così intatte le caratteristiche organolettiche. Kronos® è una semola di frumento unica per contenuto proteico, resistenza alla cottura, sapore e colore. L'ideale quindi per una pasta fresca, gustosa e sempre al dente.

Per saperne di più: [www.molinograssi.it](http://www.molinograssi.it)





avvengono durante il processo produttivo della pasta secca. Nella [Tabella 2](#) viene riportato il principio di funzionamento dei test reologici più utilizzati, insieme alla durata del test e alla quantità di campione richiesta per l'analisi.

L'Alveografo® (Chopin, Francia) è senza dubbio il test più utilizzato per valutare la qualità tecnologica degli sfarinati di frumento destinati alla pastificazione. Il test prevede la preparazione di un impasto a umidità costante (circa 43%), che viene estruso, pressato e, dopo una fase di riposo, insufflato d'aria fino alla rottura della bolla che si viene a formare. Gli indici forniti da questo test sono:

- P = Altezza massima raggiunta dalla curva, espressa in mm. Questo parametro è in stretta relazione con la resistenza opposta dall'impasto alla deformazione ed esprime la "tenacità" dell'impasto;
- L = Lunghezza della base della curva espresso in mm. Questo valore esprime l'estensibilità dell'impasto;
- P/L = Dato che esprime l'equilibrio esistente tra tenacità ed estensibilità;
- W = Area sottesa alla curva espressa in Joule. Tale indice esprime un giudizio complessivo della semola e corrisponde all'energia sviluppata dall'impasto prima della deformazione totale.

Generalmente, semole di buona qualità pastificatoria presentano un'elevata tenacità

e forza.

Il test noto come "Indice di glutine" o "Gluten Index" permette di valutare la qualità del glutine previa estrazione dallo sfarinato mediante lavaggio con soluzione salina mediante Glutomatic® (Perten, Svezia). Il glutine estratto viene quindi trasferito su uno speciale contenitore con una griglia e sottoposto a centrifugazione. La frazione che passa dalla griglia viene raccolta con una spatola e pesata; la frazione che rimane è raccolta ed aggiunta alla pesata. Il peso totale corrisponde al glutine umido. Il risultato può essere espresso come percentuale di glutine umido oppure glutine secco se viene successivamente essiccato. La quantità di glutine che rimane nella griglia della centrifuga in rapporto al peso totale del glutine umido corrisponde all'Indice di Glutine. Generalmente, semole con elevati valori di Indice di Glutine sono da preferirsi al fine di ottenere un prodotto di buona qualità.

Il Glutografo® (Brabender, Germania) è uno strumento che registra il tempo di resistenza offerto dal glutine – previa estrazione mediante Glutomatic® (Perten, Svezia) - sotto torsione. Tale strumento è costituito da due piatti paralleli, rotondi e ondulati posizionati in direzioni opposte all'interno dello strumento. Il glutine estratto viene posizionato tra i due piatti; mentre il piatto superiore rimane immobile, quello inferiore



# Italian Culinary Tradition Meets American Innovation



Demaco **Simplicity** The Ultimate Pasta Press



**Is it possible for a pasta press to start up and run it's first 10 years with zero unscheduled downtime?**

It is with **DEMACO**.

Call us at **321-952-6600**  
or email us at  
**[pastahelp@demaco.com](mailto:pastahelp@demaco.com)**







viene ruotato con una forza costante. In base alla qualità del glutine, questa forza costante (stress di taglio) deforma in maniera più o meno rilevante il provino; di conseguenza, il piatto inferiore viene deviato più o meno velocemente rispetto a quello superiore. Questa deviazione (angolo di taglio) viene registrata come funzione del tempo. Raggiunta una deviazione prefissata, il campione è rilasciato e si registra la sua elasticità. Un glutine forte presenta bassi valori di “stretching” e di rilassamento rispetto ad un glutine debole.

Sebbene gli indici ricavati dai test sopracitati siano ben correlati al comportamento in cottura della pasta, tuttavia, questi presentano alcune limitazioni. Ad esempio, l’umidità dell’impasto prodotto durante il test alveografico (circa 43%) è più elevata di quella che caratterizza l’impasto di un reale processo di pastificazione (circa 30-

33%). Inoltre, gli approcci che considerano la valutazione del glutine estratto sono spesso criticabili in quanto l’isolamento di un componente potrebbe essere responsabile di alterazioni e modificazioni delle reali interazioni presenti tra le diverse (macro)molecole del sistema “nativo”. Di conseguenza, l’individuazione di test reologici in grado di riprodurre le condizioni di processo in termini di livello di idratazione, stress fisico-meccanici, tempo e temperature di un reale processo di estrusione sono di fondamentale importanza per migliorare l’attuale sistema di caratterizzazione delle materie prime e la loro classificazione in classi di qualità. A tale proposito, alcune nuove strumentazioni, quali il Mixolab® recentemente proposto dalla Chopin o il GlutoPeak® proposto dalla Brabender, potrebbero fornire informazioni utili essendo in grado di meglio simulare gli stress del rea-



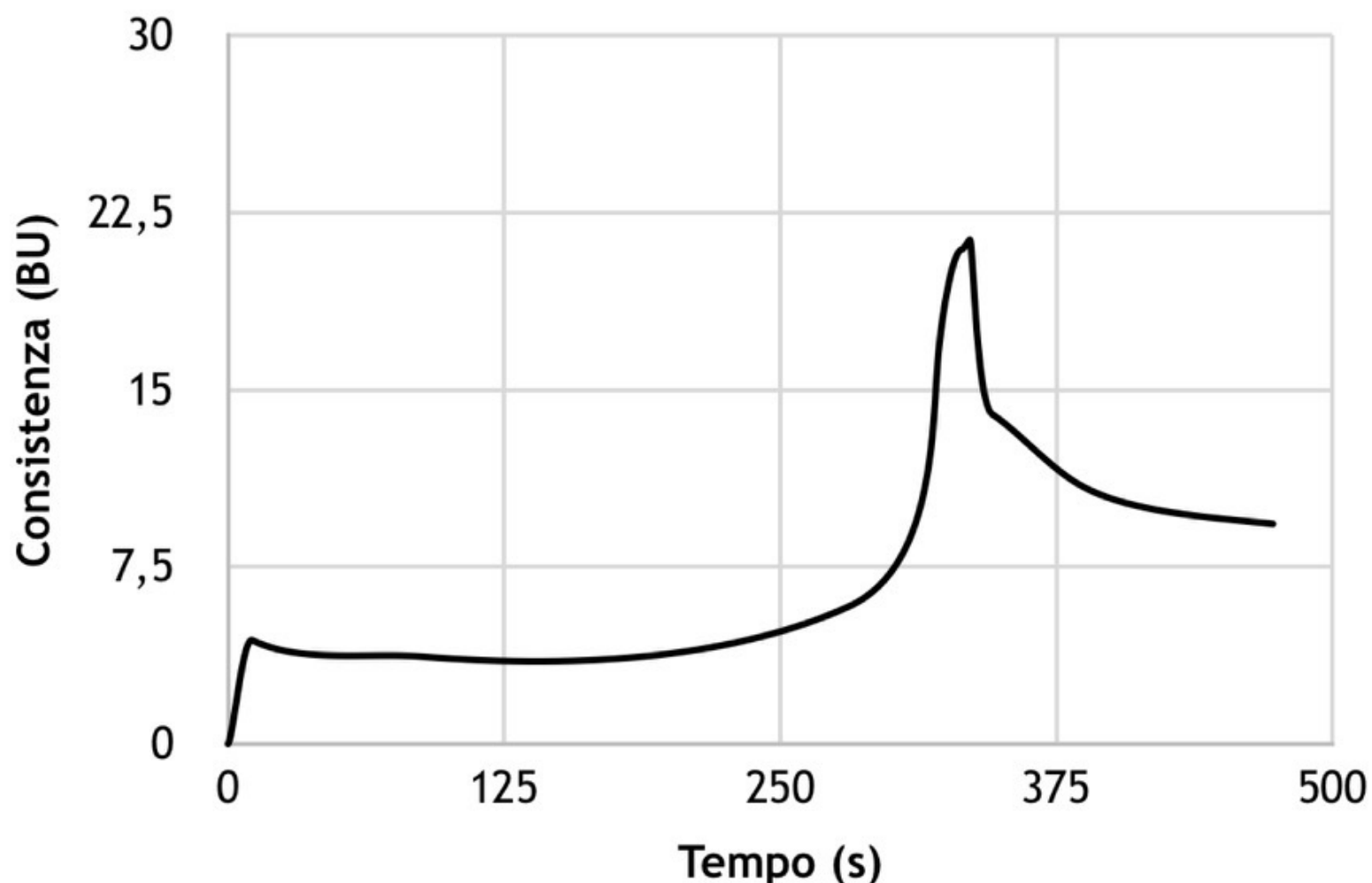
# ANUÁRIO **ABIMAPI** 2017

ABIMAPI DIRECTORY | DIRECTORIO ABIMAPI





Figura 1 ESEMPIO DI TRACCIATO GLUTOPEAK®



le processo di impastamento.

Il Mixolab® (Chopin, Francia) fornisce informazioni sia sul comportamento reologico della componente proteica che sul profilo di gelatinizzazione e retrogradazione della componente amidacea: si possono così ottenere indicazioni utili sulle proprietà sia delle proteine che dell'amido. Infatti, sebbene l'amido rappresenti più del 60% della sostanza secca nel frumento duro, questo componente ha finora rivestito il ruolo di frazione "inerte", in quanto trattenuta passivamente all'interno della maglia glutinica. Al contrario, tale frazione è responsabile dell'apparizione di collosità durante la cottura.

La metodica del test consiste nel miscelare lo sfarinato con acqua fino ad ottenere un impasto di consistenza ottimale. La consistenza dell'impasto è misurata come resistenza (espressa in Nm) esercitata dall'impasto durante la fase di impastamento a velocità costante. Oltre all'indice "assorbimento di acqua" del campione, il test è in grado di fornire indicazioni sul comportamento dell'impasto durante la fase di impastamento, sulla forza del reticolo glutinico, sull'attività amilasica, sul fenomeno di gelatinizzazione e retrogradazione dell'amido. Il GlutoPeak® (Brabender, Germania) è stato recentemente proposto per la previsione e valutazione della qualità del frumento me-





**OGNI CLIENTE  
È UNICO.  
LE SOLUZIONI  
SONO MOLTEPLICI.**

*Each client is unique.  
The solutions are numerous.*



**IMPIANTI E MACCHINARI  
PER LO STOCCAGGIO E TRASPORTO  
DI PRODOTTI GRANULARI**

*Systems and equipment for handling and storing granular products*



CERT. CE N° 1381-CPR-357

**50<sup>TH</sup>**  
1964 - 2014



**CUSINATO**

*Innovative Conveying and Storage Technologies*

Via Monte Pelmo, 8  
**San Martino di Lupari (PD) Italy**  
T. +39 049 9440146 - info@cusinato.com

**[www.cusinato.com](http://www.cusinato.com)**



dianche la misurazione delle proprietà di aggregazione del glutine. Rispetto ai test convenzionali ([Tabella 2](#)), l'analisi effettuata con GlutoPeak® presenta diversi vantaggi, in termini di quantità di campione richiesta (<10 grammi), tempi di analisi (<5 minuti), facilità di utilizzo e influenza dell'operatore (molto bassa).

Il test prevede di sottoporre la miscela di farina e acqua ad un'intensa azione meccanica data dalla velocità dell'elemento rotante, fino a 3000 giri/min. Si ottiene il tracciato riportato nella [Figura 1](#). Man mano che il glutine si forma, si registra un incremento di consistenza (espressa in Brabender Unit, BU) fino ad un picco che corrisponde alla massima aggregazione del glutine. Dopo questo punto, la consistenza diminuisce a seguito della rottura del reticolo glutinico per l'intensa azione meccanica.

I principali indici considerati dalla curva al GlutoPeak® sono: la consistenza massima (BEM) corrispondente al picco che si forma a seguito dell'aggregazione del glutine; il tempo di formazione del picco (PMT) corrispondente al valore di viscosità massima; e l'energia di aggregazione, corrispondente all'area sottesa al picco. Sulla base delle prime osservazioni, tale test sembra permettere di distinguere le semole caratterizzate da una buona performance in pastificazione da quelle di media-bassa qualità. Generalmente, le semole di buona qualità

presentano elevati valori di energia, che sono spesso il risultato di prolungati tempi di aggregazione del glutine e/o elevata consistenza. Tuttavia, al momento sono pochi i lavori scientifici sull'utilizzo di questo test reologico per la valutazione della qualità pastificatoria delle semole di grano duro. La ricerca scientifica – con il supporto delle Aziende del settore – dovrebbe mirare a validare tale test su un ampio numero di campioni, valutando il potenziale effetto della granulometria della semola sulle proprietà di aggregazione delle proteine del glutine.

## Approfondimenti

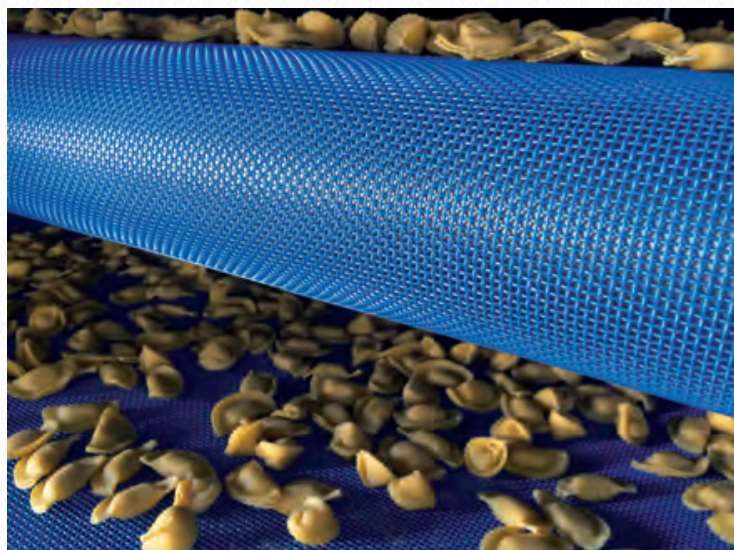
Marti, A., Cecchini, C., D'Egidio, M. G., Dreisoerner, J., & Pagani, M. A. (2014). *Characterization of durum wheat semolina by means of a rapid shear-based method*. *Cereal Chemistry*, 91(6), 542-547.

Sissons, M. (2016). *GlutoPeak: A breeding tool for screening dough properties of durum wheat semolina*. *Cereal Chemistry*, 93(6), 550-556.

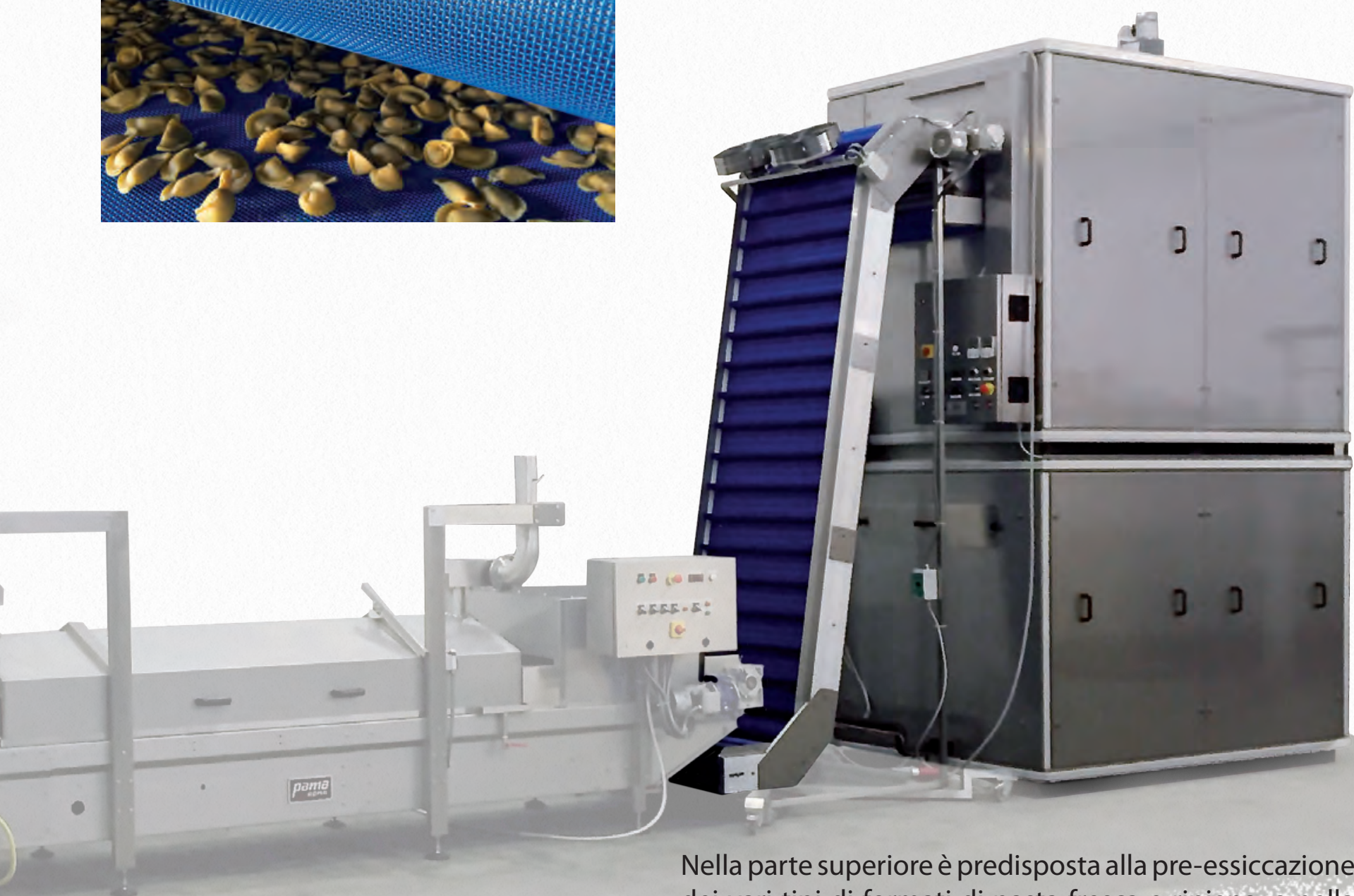
D'Egidio, M.G., Moscaritolo, S., Marti, A., Pagani M.A. (2013). *Adaptation of the Mixolab for durum wheat testing*. In: *Mixolab. A new approach to rheology*. Edited by Dubat A., Rossel C.M., Gallagher E. AACCI International press. pp. 89-98.



# grandi soluzioni, per piccoli spazi



La necessità dei pastifici di produrre in piccoli spazi è diventata negli anni una necessità. Per questo abbiamo progettato e costruito una macchina con linee sovrapposte per il trattamento termico.



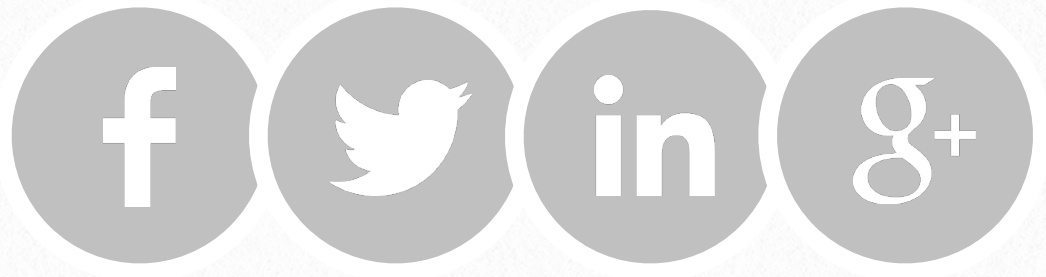
Nella parte superiore è predisposta alla pre-essiccazione dei vari tipi di formati di pasta fresca e ripiena, e nella parte inferiore al raffreddamento e alla stabilizzazione della pasta.

## PE/RF

Una volta assemblate, le due parti formano una sola macchina, con le due zone di trattamento completamente indipendenti e termicamente separate nella gestione di temperature, umidità e tempi di trattamento per una pasta fresca sicura e di qualità.



# 2



## **Nuovo presidente per UIFRA: per la prima volta il settore pastario argentino non sarà rappresentato da un imprenditore**



**Inaugurato un nuovo corso con la nomina a Presidente UIFRA (l'Unione dei produttori di pasta della Repubblica Argentina) di Juan Airolde, 33 anni, ex responsabile delle relazioni istituzionali. In questo articolo faremo la sua conoscenza e scopriremo quali sfide dovrà affrontare.**



Dallo scorso 9 novembre UIFRA (*Unión Industrial de Fideeros de la República Argentina*), l'associazione dei produttori di pasta argentini, ha un nuovo presidente: si tratta di Juan Manuel Airolde, il primo "non imprenditore" a ricoprire questa carica, finora riservata esclusivamente ai proprietari di pastifici argentini. Juan Airolde si è laureato in Comunicazione all'Università di Lomas de Zamora. Ha fatto il suo ingresso in UIFRA nel 2012 con un impiego part-time, assumendo poi il primo ruolo di responsabilità come assistente del Consiglio di Amministrazione. Prima della collaborazione con UIFRA aveva lavorato per la Chiesa Cattolica argentina, nello specifico nella sezione per l'assistenza sociale della Conferenza Episcopale durante la presidenza dell'allora Cardinale Jorge Bergoglio. Fino a quel momento, l'unico contatto con il settore pastario erano stati i tre anni da rappresentante commerciale presso un piccolo produttore di pasta laminata nella parte sud dell'area metropolitana di Buenos Aires. Durante l'attività in UIFRA, nel 2014 ha assunto la responsabilità di tutto quanto concerneva l'organizzazione del World Pasta Day nella capitale argentina. Il riconoscimento ufficiale da lui ottenuto a livello locale per il successo dell'evento non è tuttavia stato accompagnato da un rafforzamento del ruolo dell'Unione dei produttori di pasta della Repubblica Argentina sulla scena internazionale.

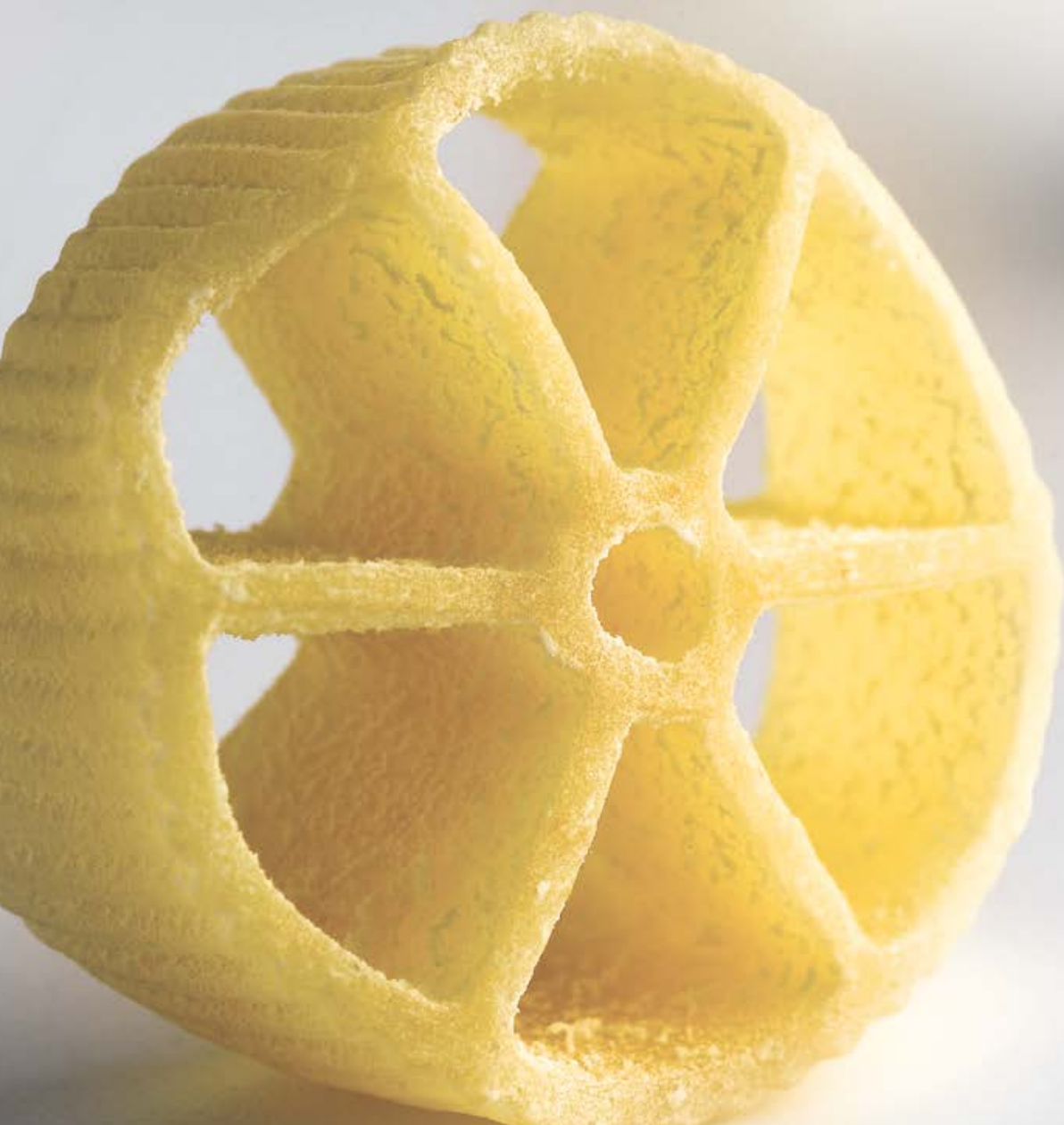
## Il contesto argentino

Il settore pastario argentino deve affrontare continue crisi dovute all'eccessiva offerta e alla redditività che risulta, invece, scarsa. Negli ultimi anni molti produttori si sono visti costretti a chiudere, e tanti altri convivono tuttora con questo rischio. D'altro canto, sul fronte delle opportunità, va ricordato che il governo del Presidente Mauricio Macri ha incluso questo settore nel novero di quelli considerati prioritari. "Ciò che abbiamo l'esigenza di esportare non è il grano, ma la pasta", ripete spesso il Presidente. In quest'ottica, ad UIFRA dovrebbe spettare, di concerto con i funzionari governativi, la responsabilità di abbattere lo spaventoso labirinto di burocrazia e sovrapprezzi in cui gli imprenditori devono districarsi per poter vendere all'estero. Nel Paese sudamericano le numerose tasse che gravano a ogni passaggio sui prodotti a valore aggiunto li rendono meno competitivi. Ciò è in parte dovuto alla chiusura economica degli ultimi decenni, accompagnata dalla crescita della spesa pubblica e da un elevato tasso di inaffidabilità. Nel quadro odierno, invece, tutti gli attori economici argentini si stanno mobilitando per far fronte a una maggiore apertura e all'integrazione globale. I "pastai" del Paese, che non sono abituati a uno scenario simile, dovranno prepararsi a essere competitivi.



# **pasta** *bid*

THE GLOBAL MARKETPLACE FOR PASTA



## **È NATO PASTABID, IL NUOVO MODO DI VENDERE LA PASTA**

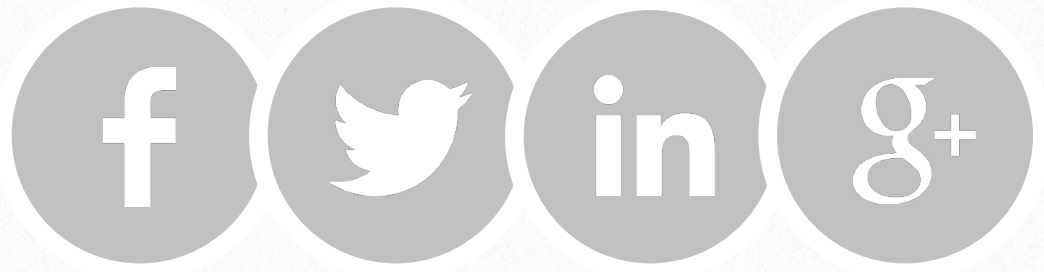
- ✓ registrati gratuitamente
- ✓ presenta i tuoi prodotti
- ✓ ricevi le richieste dei buyer
- ✓ partecipa alle gare di fornitura.

*una iniziativa*  
**Pastaria**

**[www.pastabid.com](http://www.pastabid.com)**



3



# ***Atti del Pastaria Festival. Pasta senza glutine, un segmento in continua evoluzione quantitativa e qualitativa***

Juri Piceni  
Gluten Free Expo



Una sintesi del contributo dedicato alla pasta gluten free in programma nell'ambito del convegno *Con e senza glutine, prospettive e tendenze globali nel consumo di pasta nei canali fuori casa e retail* che si è tenuto nel corso della prima edizione del Pastaria Festival.





[Scarica le slide](#)

Il Gluten Free Expo, salone internazionale dedicato al mercato e ai prodotti senza glutine, ogni anno redige un Osservatorio sul mercato senza glutine e le sue dinamiche.

Negli ultimi anni un settore in forte espansione è quello della pasta gluten free, sia secca che fresca e ripiena. In questo comparto negli ultimi anni si sono affacciati sia nuovi pastifici dedicati esclusivamente alla produzione di pasta senza glutine, sia aziende storiche del settore tradizionale che hanno affiancato la linea di pasta gluten free a quella convenzionale. Più nel dettaglio, il campione di aziende intervistate è così suddiviso: il 49,5% di aziende produce esclusivamente prodotti gluten free, mentre il 50,5% ha sia una linea tradizionale che senza glutine.

Di queste, il 21,3% è impegnata nel comparto pasta con una o più referenze, sia che si tratti di pasta fresca, secca o ripiena.

Nell'ultimo anno il mercato gluten free ha registrato trend di vendita molto significativi con vendite a valore che segnano +20,6%, mentre le vendite a volume hanno registrato +19,3%. L'aumento delle referenze a scaffale è pari al 19,5%.

In particolare, il comparto pasta rappresenta quasi il 14% dell'intero volume d'affari del settore gluten free.

Nell'ultimo periodo in Italia, l'andamento positivo di questo mercato è dovuto, oltre all'aumento di persone che acquistano prodotti senza glutine per necessità, anche a fattori legati ai nuovi stili di consumo. Nella scelta di un prodotto, infatti, il 34% dei consumatori cerca prodotti che lo aiutino a seguire uno stile di vita sano, mentre il 23% ricerca prodotti con ingredienti naturali. Questi nuovi stili alimentari sono una diretta conseguenza del successo delle nuove referenze di pasta a base di legumi e cereali alternativi.

Nello specifico, nell'ultimo anno il comparto di pasta gluten free ha registrato un aumento delle vendite a volume del





ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
A merger of  
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza



WWW.GLUTENFREEEXPO.EU



con il supporto di:



## ALIMENTI SENZA GLUTINE: LE AZIENDE IMPEGNATE NEL COMPARTO PASTA

**21,3 %**  
DELLE AZIENDE  
HA DELLE  
REFERENZE DI  
PASTA SECCA  
O FRESCA



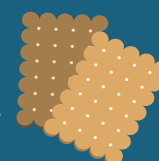
**6,3% FARINE**



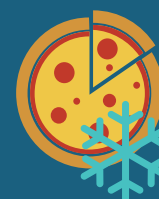
**15,0% PANE E  
SOSTITUTI**



**28,3% DOLCI  
E PRODOTTI DA  
FORNO**



**7,9%  
SURGELATI**



fonte: Osservatorio Gluten Free Expo - GRS

15,3% (che corrisponde a 6.360.581 kg di pasta), mentre nelle vendite a valore l'aumento si attesta sul 16,6%, pari a circa 30.772.954 €.

A livello nazionale l'incidenza delle vendite a volume della pasta senza glutine è così suddivisa: 36% nell'area Nord-Ovest, 25,7% Centro e Sardegna, 22,6% Nord-Est e 15,7% Sud.

Per quanto riguarda l'ingredientistica, nel settore pasta senza glutine si sta riscontrando un maggior utilizzo di materie prime alternative, come legumi e cereali alternativi. Il mais rimane un ingrediente di base

molto utilizzato, mentre il riso come ingrediente principale non è più così diffuso. La crescita di questo mercato segna anche un'evoluzione nei canali di vendita che vede la presenza a scaffale della pasta senza glutine non più esclusivamente nel dettaglio specializzato (9,9%), ma sempre più diffusa nei supermercati (70,5%) e ipermercati (19,6%).

Da sottolineare come il fenomeno dei prodotti senza glutine stia interessando la GDO, non solo per il comparto pasta, ma in tutte le referenze.

Inoltre, è importante evidenziare che quasi





ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
A merger of  
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza



WWW.GLUTENFREEEXPO.EU



con il supporto di:

ITA  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

## ALIMENTI SENZA GLUTINE: I TREND DI VENDITA



VENDITE A  
VALORE  
**+20,6 %**



VENDITE A  
VOLUME  
**+19,3 %**



NUMERO DI  
REFERENZE  
**+19,5 %**

DATI DICEMBRE 2016 - VAR. SU 2015

fonte: Iri

il 13% dei prodotti del largo consumo confezionato riporta in etichetta il claim “senza glutine”.

L'interesse della GDO nel settore pasta senza glutine sta crescendo sempre di più, tanto che la quota relativa alla pasta senza glutine a marchio delle insegne rappresenta l'11%.

Questa crescita si riflette sull'intera filiera della pasta che vede nell'Italia uno dei leader indiscussi di questo settore, sia nel prodotto finito, che nei macchinari e nelle materie prime.



ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
A merger of  
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza



WWW.GLUTENFREEEXPO.EU



con il supporto di:

ITA  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

### PASTA SENZA GLUTINE: LE DIMENSIONI E I TREND DI MERCATO



VENDITE A VOLUME  
**6.360.581 Kg**  
**+15,3 %**



VENDITE A VALORE  
**30.772.954 Euro**  
**+16,6 %**

DATI DICEMBRE 2016 - VAR. SU 2015

fonte: Iri





LA SELEZIONE DEL SEME  
LA COLTIVAZIONE DEI CAMPI  
LA TRASFORMAZIONE  
IN FARINA DI QUALITÀ  
TUTTO NELLE NOSTRE MANI



Farine di cereali e legumi  
allergen free per pasta,  
convenzionali e biologiche,  
da filiera italiana

tel. +390372838501

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





4



***The Truth about Pasta.***  
**Nutrire il pianeta con la  
pasta? Si può!**

a cura di  
International Pasta  
Organisation

**Parola di Chef Bruno Serato**



La rubrica curata dall'International Pasta Organisation per combattere le false credenze sulla pasta e riaffermare l'importanza dei carboidrati per una sana e corretta alimentazione.



Lo Chef Bruno Serato è un filantropo, ristoratore, chef, autore italiano. Insieme allo Chef David Hertz, fondatore di Gastromotiva, è stato ambasciatore dell'iniziativa *The Power of Pasta*, lanciata dall'International Pasta Organisation in occasione del World Pasta Day 2017. Più di 3 milioni di piatti di pasta sono stati donati da pastai di tutto il mondo.

Ma il potere della pasta va ben al di là di un semplice pasto caldo che riempie la pancia. Come afferma lo chef Serato: “Grazie a *The Power of Pasta*, anche solo offrendo un piatto di spaghetti al pomodoro, preparato con ingredienti locali di stagione, possiamo contribuire a sfamare chi ha bisogno, fondere diverse tradizioni culinarie e unire le persone attorno a un pasto salutare.”

Abbiamo chiesto a Bruno Serato di raccontarci la sua storia e visione straordinarie.

## **Nutrire il pianeta con la pasta? Si può!**

*di Bruno Serato*

Tutto ebbe inizio quel 18 di aprile di 12 anni fa, quando accompagnai mia madre Caterina ad una cena di beneficenza al Boys & Girls Club, un centro americano che si occupa di bambini in difficoltà. E per la prima volta mi imbatto nei “Motel Kids”, ragazzi poveri ed emarginati costretti a vivere nel degrado e nell'abbandono dei Motel, diventati il rifugio delle famiglie più povere dell'Orange County, Los Angeles. Spiegai a mia madre che questi bambini fortunatamente a pranzo mangiano 5 giorni su 7 a scuola, ma poi quando tornano al loro motel, dove non c'è una cucina, spesso la sera vanno a letto senza cena. E fu in quel momento che mia mamma, con estrema semplicità pronunciò la frase che cambiò per sempre la mia vita: “Ma perché non gli fai tu un piatto di pasta?”.

Da quel giorno preparo per i bambini la pasta al pomodoro ogni sera. Ero già uno chef famoso, il mio ristorante “Anaheim White House”, trovandosi a pochi chilometri da Los Angeles era frequentato da molti VIP, divi del cinema e dello show business americano. Sono partito con 20 piatti di spa-






**I.P.O.**  
International Pasta Organisation

**INTERNATIONAL PASTA ORGANISATION (IPO)**  
Fondata a Barcellona il 25 ottobre 2005  
Formalmente costituita a Roma in occasione del World Pasta Day 2006 (25 ottobre 2006)



## MISSION

L' IPO è un'organizzazione no-profit che si propone di:

- Educare ed informare i consumatori, i media, gli operatori nel settore alimentare e della nutrizione in merito alle proprietà della pasta, evidenziandone i pregi dal punto di vista nutrizionale, gastronomico ed economico.
- Promuovere il consumo e la cultura della pasta a livello internazionale.

## ATTIVITÀ

- Organizza e promuove eventi di comunicazione a favore della pasta, come la Giornata Mondiale della Pasta ed il Congresso Mondiale della Pasta.
- Raccoglie e diffonde a livello internazionale informazioni nutrizionali, dati statistici e documentazione riguardanti la pasta.
- Con il supporto di uno Scientific Advisory Committee, attualmente formato da 25 esperti provenienti da 17 paesi, porta avanti iniziative di educazione alimentare, attraverso la pubblicazione di materiale informativo, l'organizzazione e la partecipazione a conferenze e seminari, curando inoltre rapporti con i media.



## MEMBRI

Attualmente aderiscono all'International Pasta Organisation 25 membri (tra i quali due Federazioni europee, UNAFPA e SEMOULIERS) in rappresentanza di 18 Paesi (Argentina, Belgio, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, Francia, Guatemala, Iran, Italia, Messico, Portogallo, Spagna, Turchia, Stati Uniti, Uruguay, Venezuela).

[WWW.INTERNATIONALPASTA.ORG](http://WWW.INTERNATIONALPASTA.ORG)

IPO Segreteria Generale c/o  
AIDEPI  
(Associazione delle Industrie  
del Dolce e della Pasta Italiane)



Viale del Poggio Fiorito 61 - 00144 Rome  
Tel. +39 06 8091071 - Fax +39 06 8073186  
ipo@internationalpasta.org - www.internationalpasta.org







ghetti al pomodoro a sera e sono andato avanti, oggi serviamo circa 3500 pasti quotidiani per altrettanti ragazzi che, altrimenti, se ne andrebbero a dormire a stomaco vuoto. Li prepariamo al ristorante, poi alle 4 del pomeriggio li consegniamo presso 50 centri di 20 cittadine dell'Orange County. Fino all'inizio dello scorso anno, quando

un incendio purtroppo ha distrutto il ristorante. In una notte è andato in fumo il frutto del lavoro di una vita ma il mio pensiero è andato subito ai bambini. Per fortuna si è messa in moto una meravigliosa catena di solidarietà che mi ha consentito di andare avanti, appoggiandomi ad altre cucine,



# landucci



*We take  
pasta to heart*

Since 1925 we have taken pasta to heart  
and we have made our contribution  
to global development and sustainability

learn more about our commitment at [landucci.it](http://landucci.it)



2 0 1 8

PROCESSING & PACKAGING



mentre ricostruivo il ristorante, che spero di riaprire entro la fine del 2018.

Inizialmente ero io a farmi carico delle spese del “Caterina’s Club”, la Onlus che porta il nome di mia madre. Ora la situazione, fortunatamente, è cambiata grazie alla generosità di tanti donatori che mi sostengono. Il momento di svolta è arrivato nel 2011 il giorno in cui la CNN mi premiò fra i “10 eroi” dell’anno, quelli che nessuno conosce ma fanno qualcosa che incide sulla vita della gente, concretamente. La visibilità mediatica aumentò notevolmente. Fui contattato dall’azienda italiana leader della pasta che si offrì di aiutarmi. A loro devo moltissimo, grazie a loro la pasta e la salsa al pomodoro per i miei ragazzi non mancano mai. Altri generosi pastifici si sono uniti ad aziende dei settori più disparati per sostenerci. In realtà non c’è nulla di eroico in quello che facciamo. I veri eroi sono questi bambini che ogni giorno lottano contro la fame per sopravvivere. Aiutarli mi arricchisce dentro.

A marzo 2015 ho festeggiato il traguardo del primo milione di pasti serviti con una grande festa per 500 ragazzi. E nel frattempo, ho realizzato anche il mio secondo sogno, quello di dare una casa ai Motel Kids, con una cucina vera... per fare la pasta.

Ad oggi abbiamo aiutato 140 famiglie a trasferirsi in una casa vera, dove prepararsi da soli dei fumanti spaghetti al pomodoro,

in memoria dei pasti sociali con i quali sono cresciuti. Ho avviato anche un altro bellissimo progetto, quello della Hospitality Academy. Offriamo formazione nel campo della ristorazione ai ragazzi affinché possano trovare un posto di lavoro e aiutare le proprie famiglie.

Come ho ripetuto anche al World Pasta Day in Brasile, dove io e David Hertz siamo intervenuti come Ambasciatori della bellissima iniziativa di beneficenza *The Power of Pasta*, promossa dall’International Pasta Organisation, l’importante è che ognuno di noi smetta di parlare e inizi a fare qualcosa di concreto. E la pasta ha un grande potere, è sana è buona e piace a tutti, è un cibo accessibile, sostenibile, in grado di nutrire il pianeta.

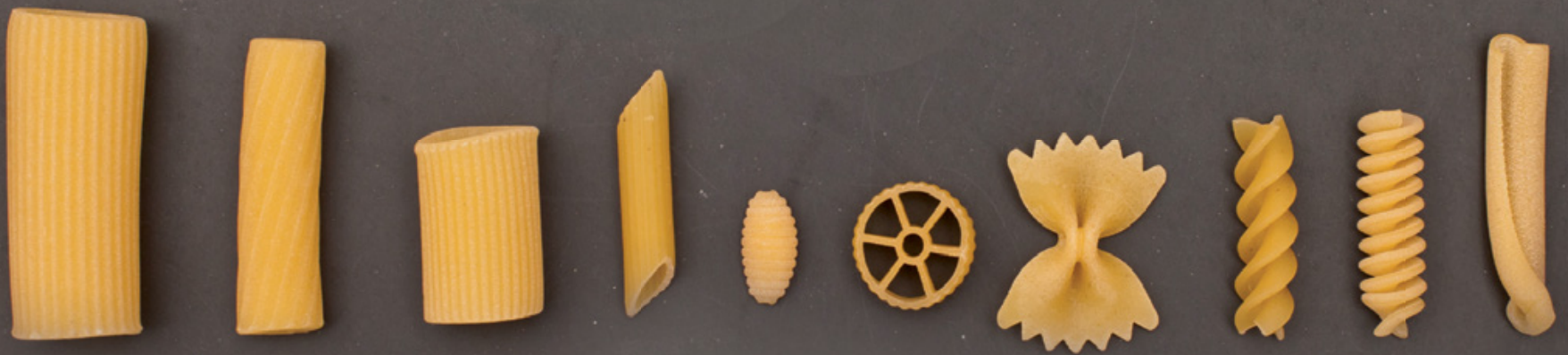
Che siano gli oltre tre milioni di piatti di pasta donati in beneficenza dai pastai aderenti all’IPO, oppure un solo piatto di pasta preparato per il nostro vicino di casa che ne ha bisogno, l’essenziale è fare il possibile affinché nel mondo sempre meno bambini vadano a letto a stomaco vuoto, uno dei paradossi più vergognosi della nostra epoca di sprechi.

Il mio e quello di altri chef come David Hertz, che con “Gastromotiva” offre formazione gastronomica agli abitanti delle favelas di San Paolo, Rio de Janeiro, Bahia e Città del Messico e collabora con Massimo Bottura al progetto Refettorio, dove si



# TANTI FORMATI PER RACCONTARLA.

## UNA ASSOCIAZIONE PER RAPPRESENTARLA.



11

PAESI EUROPEI  
ADERENTI

11.025

ADDETTI

5.147.403

TONNELLATE DI  
PASTA PRODOTTE

2.553.168

TONNELLATE DI  
PRODOTTO ESPORTATO

CIRCA IL 35%

DELLA PRODUZIONE  
DI PASTA MONDIALE

UN.A.F.P.A. dal 1960, rappresenta le Associazioni di Produttori di Pasta dell'Unione europea. Garantisce la rappresentanza e la difesa degli interessi dell'industria europea della pasta. Promuove il continuo miglioramento della qualità della pasta europea, diffondendone la cultura nel mondo, come alimento nutriente alla base di una corretta alimentazione. Cura tutti i contatti necessari con le istituzioni europee e con le organizzazioni del commercio internazionale che possano avere, direttamente o indirettamente, sia per mezzo di decisioni che per mezzo di consultazioni, un riflesso sui produttori di pasta europei.



### UN.A.F.P.A.

Union des Associations de Fabricants de Pâtes Alimentaires de l'U.E  
Union of Organizations of Manufacturers of Pasta Products of the E.U.

PER INFORMAZIONI:

Segreteria c/o AIDEPI | Viale del Poggio Fiorito, 61 | 00144 Roma ITALIA | Tel: +39 (06) 8091071 | Fax: +39 (06) 8073186 |  
Email: [unafpa@pasta-unafpa.org](mailto:unafpa@pasta-unafpa.org) | [www.pasta-unafpa.org](http://www.pasta-unafpa.org)



cucina nelle mense dei poveri reimpiegando i prodotti rimasti inutilizzati nei ristoranti, sono esempi di quella che viene definita “Gastronomia Sociale”. Un fenomeno che speriamo si sviluppi sempre di più, che vede noi celebrity chef non più solo protagonisti dello star system ma anche promotori e sostenitori di importanti progetti solidali.

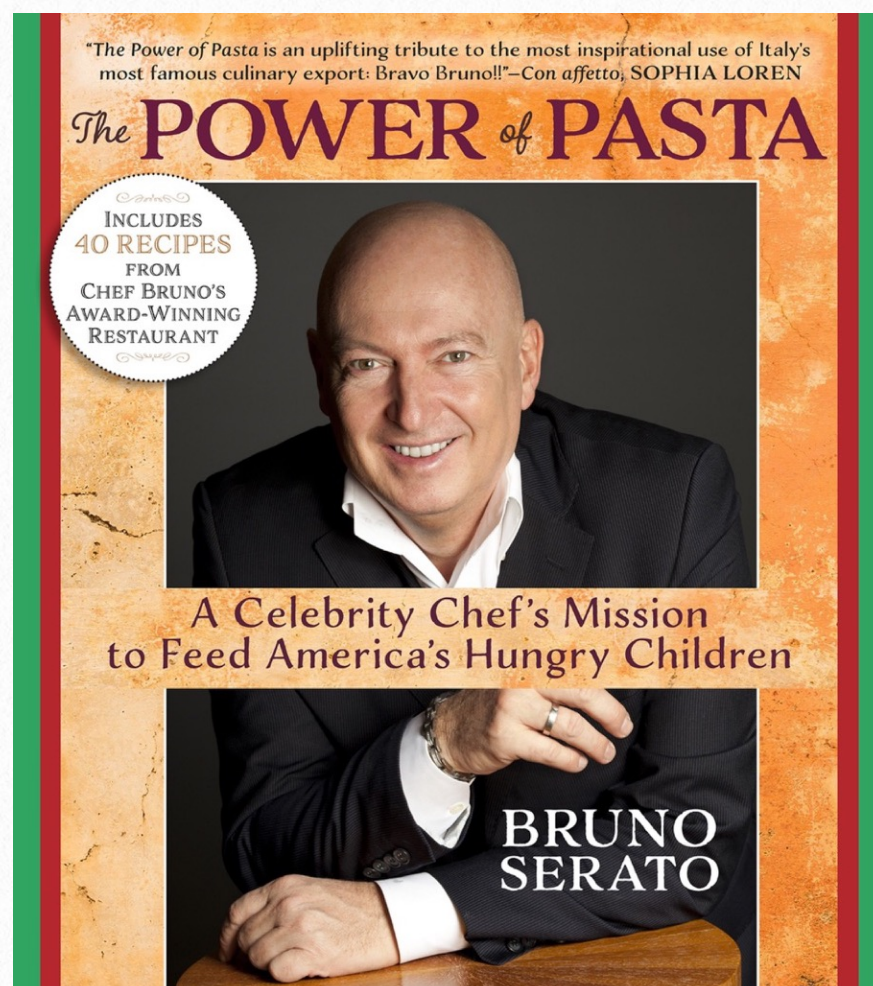
Per raccontare la mia *vision* ho pubblicato recentemente negli USA un libro intitolato appunto “*The Power of Pasta*”, i cui proventi saranno tutti devoluti alla fondazione Caterina’s Club.

In copertina ho riprodotto una dedica ricevuta da una persona speciale, che mi riempie di orgoglio:

*“The Power of Pasta is an uplifting tribute to the most inspirational use of Italy’s most famous culinary export: Bravo Bruno!!”* (The Power of Pasta è un tributo edificante all’uso più stimolante che si possa fare del prodotto culinario più esportato d’Italia. Bravo Bruno!!)

*Con affetto, Sophia Loren.*

La pasta, un prodotto di origine italiana che ha saputo valicare i confini nazionali per adattarsi alle culture e abitudini locali, ha il potere di nutrire in modo equilibrato, gratificare il palato, proteggere il pianeta, ma prima di tutto di sfamarlo regalando a tutti un sorriso.



## The Truth About Pasta

*The Truth About Pasta* è la rubrica introdotta a partire dal numero di maggio 2015 di Pastaria curata dall’International Pasta Organisation (IPO), l’associazione senza scopo di lucro che si propone di promuovere il consumo e la conoscenza della pasta nel mondo, rendendo il consumatore maggiormente edotto in merito al valore nutrizionale e agli effetti benefici di questo alimento. Rientra nella campagna di comunicazione di IPO, il cui obiettivo è quello di contrastare l’affermarsi di diete low carb e cambiare la generale percezione che si ha della pasta mediante un programma di informazione ed educazione alimentare e promuovendo il consumo di questo alimento come parte di uno stile di vita sano.

Per informazioni: [www.pastaforall.org](http://www.pastaforall.org) |  
[f.ronca@internationalpasta.org](mailto:f.ronca@internationalpasta.org)



# AGRIFLEX®

ITALY

## IMPIANTI PER LA GESTIONE DI MATERIE PRIME ALIMENTARI

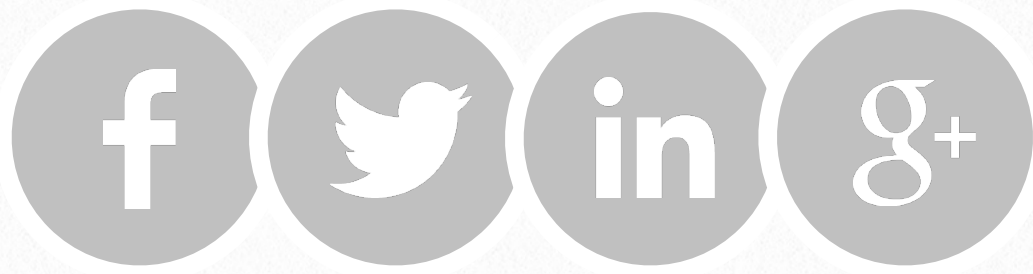


*"Solutions for the world ...  
a world of solutions."*

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



# 5



## ***Atti del Pastaria Festival. Qualità ed***

Nicola De Battisti,  
Anna Campolongo  
Pastificio Rana

# **innovazione tecnologica nel rispetto dei caratteri organolettici, parametri fondamentali del successo della pasta fresca**



**La relazione di Nicola De Battisti, direttore Qualità del Pastificio Rana, al workshop *Pasta fresca, da comprimaria a protagonista sui mercati internazionali*, organizzato da APPF nell'ambito del Pastaria Festival 2017.**



La pasta fresca all'uovo è sempre stata un alimento considerato di produzione domestica, dalle differenti tipologie legate alle specifiche tradizioni regionali italiane, che si è diffuso sul mercato a partire dagli anni '50-'60. È in questo contesto che ha inizio la produzione totalmente manuale di pasta fresca all'uovo, sia essa ripiena che non, da parte di Giovanni Rana. Nel 1962 il giovane imprenditore notando che i negozianti nei dintorni di Verona proponevano la pasta all'uovo di propria realizzazione, pensò di sostituirsi ad essi nella parte di produzione, diventandone così il fornitore. Un prodotto quindi, realizzato a mano, da consumare entro pochi giorni e confezionato in sacchetti di carta.

Da questa fase embrionale, si è passati ad un primo sviluppo industriale che ha visto la svolta nel 1984, anno in cui venne approvato l'impiego di atmosfera (allora chiamata "controllata") nella conservazione dei prodotti alimentari. L'utilizzo dell'atmosfera controllata combinata ad una tecnologia che prevedeva la doppia pastorizzazione (la prima direttamente a contatto con il prodotto e la seconda sul prodotto già confezionato) ha permesso la prima grande diffusione sul mercato della pasta fresca all'uovo a marchio Rana.

Punto forte di questa prima fase, fu il fatto di aver messo a disposizione delle famiglie italiane un piatto di difficile realizzazione casalinga, prodotto industrialmente, ma gastronomicamente valido e microbiologicamente stabile.

Da questo punto in poi diversi fattori chiave hanno contribuito alla crescita sul mercato della pasta fresca all'uovo, riassumibili in: fattori di "qualità", intesa come qualità di sistema, di prodotto e di processo, e fattori legati alla costante "innovazione e ricerca".

Per quanto riguarda la "qualità", l'introduzione dei Sistemi come le norme della serie ISO:9000 prima e, successivamente, degli standard GSFI specifici per le industrie alimentari, hanno dato un notevole contributo alla diffusione di un approccio comune, organizzato e codificato. Allo stesso tempo si è assistito ad un processo migliorativo della qualità delle materie prime alimentari: processo volto, da una parte, a "customizzare" la materia prima



Tel: 0039 049 9303590  
[info@food-tech.it](mailto:info@food-tech.it)

**FOODTECH** S.R.L.  
FOOD PROCESSING EQUIPMENT

LINEA DI TRATTAMENTO PASTA FRESCA (150-1500 kg/h)  
FRESH PASTA TREATMENT LINE



Pastorizzatore – Pre-essiccatore  
Pasteurizer – Pre-dryer

Pastorizzatore con zona di asciugatura  
Pasteurizer with drying area

Raffreddatore  
Cooler



Quadro elettrico generale  
General electric panel



Carico prodotto  
Product inlet



AZIENDA CON SISTEMA  
DI GESTIONE QUALITÀ  
CERTIFICATO DA DNV  
= ISO 9001 =

TECHNOLOGY PERFORMANCE RELIABILITY



sulle esigenze del trasformatore e, dall'altra, a renderne il fornitore sempre più parte integrante.

D'altra parte, per il trasformatore, il test organolettico in ingresso sulla materia prima diventa fondamentale per il mantenimento dei caratteri desiderati sul prodotto finito, assumendo il ruolo di "test chiave" per l'accettazione di tutti gli ingredienti, prima della loro trasformazione. L'attenzione si sposta quindi dal rispetto dei requisiti igienico-sanitari, oramai più che consolidati e standardizzati nell'attuale industria alimentare, ad una attenzione sempre più crescente al rispetto delle caratteristiche organolettiche volute.

A questi due aspetti si deve aggiungere una nuova qualità dei processi di produzione. Con l'avvento delle tecnologie "soft", mirate a preservare il più possibile il prodotto e quindi l'impiego di trattamenti mirati, volti a generare il minimo impatto sul prodotto, ma tesi al massimo risultato, si è passati: all'impiego di una singola pastorizzazione, all'utilizzo di aria filtrata e al raffreddamento del prodotto prima del confezionamento (sempre in aria filtrata) effettuato in camere segregate, in sovra pressione rispetto alle aree circostanti. Tutto questo, sempre validato da prove di cottura del prodotto "in linea", eseguite per i diversi punti del processo: dopo la formatura, dopo la pastorizzazione e dopo il confeziona-

mento. Pertanto, anche per al prodotto finito, si applica il concetto di "customizzazione" del processo a seconda del prodotto finito desiderato.

Al contempo, l'innovazione e la ricerca hanno portato all'individuazione di ricette ad hoc per la realizzazione di semilavorati vegetali; ricette in grado di esaltare le caratteristiche delle materie prime e di riproporle fedelmente nei ripieni della pasta farcita. Nonché allo sviluppo di tecnologie mirate, da una parte a esaltare la sfoglia del prodotto farcito, mediante la realizzazione di pasta rugosa (chiamata "sfogliagrezza") e dall'altra, a esaltarne il ripieno, con lo sviluppo della sfoglia molto sottile (la così detta "Sfogliavelo"). La realizzazione di sfoglie dai diversi spessori, ha così permesso di offrire ai consumatori prodotti per diverse esigenze (prodotti a sfoglia sottile con tempi di cottura molto inferiori rispetto a quelli classici) e diversi palati (prodotti a sfoglia sottile con maggior percentuale di ripieno e quindi possibilità di poter assaporare farciture più cremose o con pezzi).

La continua ricerca di nuovi sapori ha portato alla proposta di diversi ripieni e quindi di prodotti finiti: si è passati perciò, da quelli specifici alle verdure, alle provocazioni (come i "Ravioli al cioccolato"), ai prodotti contenenti due differenti gusti nella stessa confezione per finire con proposte ispirate



# UNIOQUA

ALLA SCOPERTA  
DEL GUSTO PERDUTO



[WWW.DALLAGIOVANNA.IT](http://WWW.DALLAGIOVANNA.IT)





## Qualità ed innovazione tecnologica nel rispetto dei caratteri organolettici, parametri fondamentali del successo della pasta fresca

PARMA, 29 SETTEMBRE 2017

alle tradizioni culinarie dei diversi paesi del mondo.

Si parla di innovazione anche sotto il profilo del packaging, laddove i classici sacchetti o vaschette in materiale plastico sono stati affiancati dal pacchetto in carta. Innovazione e ricerca hanno portato anche alla segmentazione delle offerte per diverse categorie. Si passa così, dalle linee tradizionali (dedicate alle famiglie con bambini, con ripieni classici e cremosi), a prodotti più elaborati (con formati grandi e combinazioni di gusti particolari), ad altri che richiamano maggiormente un concetto di alimentazione ricca in vegetali (per un consumatore adulto e più attento a questi aspetti).

Innovazione e ricerca volte anche ad assecondare i diversi gusti tipici dei diversi Pae-

si: pasta ripiena “all’anatra” o “al formaggio Comtè”, per la Francia; “al tonno e pomodoro” o “formaggio di capra e cipolla”, per la Spagna; alle varianti di ripieni “con il pollo”, per il Regno Unito; fino ad arrivare a proposte completamente alternative di consumo di pasta fresca combinate in un kit di 3 elementi (pasta, sugo, pollo) da cucinare assieme tramite microonde, per il mercato statunitense.

Possiamo dire che Qualità e Innovazione nella pasta fresca hanno concorso (e concorrono tutt’oggi) alla realizzazione, tramite specifica tecnologia, di un’idea di prodotto, che nel pieno rispetto delle proprie caratteristiche organolettiche ne ha promosso un sempre maggior consumo e una sempre maggior diffusione nel mondo.





## IMPIANTI E MACCHINE PER LA PASTA

Macchina per cappelletti 540  
Completamente lavabile



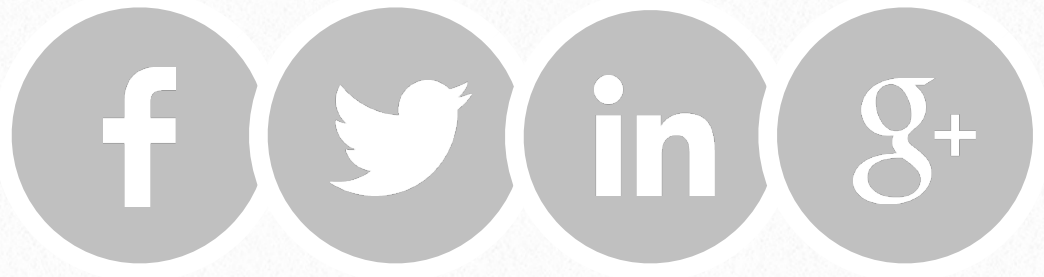
TECNA (TECNOLOGIE ALIMENTARI) SRL Via Milano 52 – 22070 BREGNANO (CO) - ITALY  
Tel. +39 (0)31 774293 Fax +39 (0)31 774308

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

[tecna@tecnasaima.it](mailto:tecna@tecnasaima.it)



# 6



## Pasta, corre l'export nei paesi d'Oltremare

a cura del  
Centro studi economici  
Pastaria



Ma l'Ue tiene a freno il fatturato, che in nove mesi ha ceduto quasi 3 punti percentuali.



Delude l'export di paste italiane in Germania e Regno Unito. Ma il bilancio delle vendite all'estero è positivo negli sbocchi d'Oltremare, con progressi significativi in Usa, Giappone, Canada e Cina.

I dati Istat aggiornati a settembre del 2017 forniscono un quadro nel complesso rassicurante per il settore, sempre più esposto, peraltro, al pressing dei nuovi competitor, ad iniziare da Egitto e Turchia.

Se si guarda ai volumi, le esportazioni di paste made in Italy hanno subito una caduta solo frazionale rispetto ai primi nove mesi del 2016. Uno 0,8% di riduzione che sfiora però i 3 punti percentuali in termini valutari, con il fatturato oltre confine sceso, nel conteggio di tre trimestri, sotto la soglia di 1,7 miliardi di euro.

Poteva andare anche peggio, considerando il fisiologico calo dei prezzi Fob (al netto cioè di noli e assicurazioni) in un'annata in cui grani e semole sono costati mediamente meno dell'anno precedente.

Il 3% di perdita del fatturato sarebbe insomma per oltre due terzi riconducibile alla flessione dei valori unitari delle paste esportate, scesi mediamente da 1,17 euro/chilo a meno di 1,15 euro.

L'andamento a doppia velocità, confermato da una contrazione dei volumi di vendita nei paesi Ue (-4,2%) e da un aumento di oltre 6 punti percentuali nelle Nazioni terze, induce alcune riflessioni che sembrano in primo luogo evidenziare l'esigenza di potenziare, ove possibile, gli sforzi promozionali proprio in quegli sbocchi tradizionali (Germania e Regno Unito restano i due principali mercati di riferimento) in cui la pasta italiana sta perdendo quote di mercato significative. Al riguardo si consideri che l'export diretto a Berlino ha archiviato un pesante meno 12,3% a volume e un 16% di perdita in fatturato. Mentre Oltre Manica le spedizioni fisiche di paste italiane hanno accusato una flessione del 4%, grosso modo analoga alla riduzione dei corrispettivi monetari.

Solo in Francia emerge un andamento stazionario sia per gli incassi che per i quantitativi esportati. Positiva la performance in Belgio, altro importante sbocco commerciale, dove l'export ha fatto segnare, nei movimenti reali, un robusto 13% di progressione, che ha lasciato però invariato il giro d'affari.



# DOMINIONI

www.dominioni.it

THE FINE ART OF

*making pasta*



**MACCHINE PER PASTA DAL 1966**

**MARMON PASTA SOLUTIONS Srl**

Via Repubblica 8A - 22075 Lurate Caccivio (Como) ITALIA  
Tel.: +39 031 490457 - Fax: +39 031/390110 - 390231  
info@dominioni.it



**EXPORT DI PASTE ITALIANE NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2017**

	<b>Gen-set 2016 (tonnellate)</b>	<b>Gen-set 2017 (tonnellate)</b>	<b>Variazione</b>	<b>Gen-set 2016 (.000 di euro)</b>	<b>Gen-set 2017 (.000 di euro)</b>	<b>Variazione</b>
<b>Mondo</b>	1.464.083	1.452.862	-0,8%	1.720.406	1.669.951	-2,9%
<b>Ue-28</b>	977.381	936.035	-4,2%	1.145.231	1.080.653	-5,6%
<b>Extra Ue-28</b>	486.702	516.827	6,2%	575.175	589.299	2,5%
<b>Germania</b>	293.879	257.760	-12,3%	299.469	251.687	-16%
<b>Regno Unito</b>	197.791	189.842	-4%	236.533	226.471	-4,3%
<b>Francia</b>	182.910	182.795	-0,1%	223.154	223.197	0%
<b>Stati Uniti</b>	128.189	133.832	4,4%	193.803	200.667	3,5%
<b>Giappone</b>	53.121	56.224	5,8%	58.048	54.935	-5,4%
<b>Belgio</b>	37.559	42.503	13,2%	51.155	51.030	-0,2%
<b>Svezia</b>	38.823	37.311	-3,9%	49.978	47.426	-5,1%
<b>Spagna</b>	29.246	36.093	23,4%	56.486	69.645	23,3%
<b>Paesi Bassi</b>	38.095	32.601	-14,4%	48.513	39.918	-17,7%
<b>Austria</b>	26.436	26.449	0%	30.870	30.145	-2,3%
<b>Svizzera</b>	24.285	25.185	3,7%	38.629	39.570	2,4%
<b>Canada</b>	19.732	20.476	3,8%	27.632	28.933	4,7%
<b>Cina</b>	16.710	20.338	21,7%	14.970	17.125	14,4%
<b>Polonia</b>	18.790	20.049	6,7%	21.133	20.816	-1,5%
<b>Israele</b>	19.400	19.724	1,7%	16.331	15.414	-5,6%
<b>Australia</b>	21.949	18.765	-14,5%	27.575	23.904	-13,3%
<b>Brasile</b>	14.361	16.620	15,7%	15.547	18.205	17,1%
<b>Repubblica Ceca</b>	18.795	16.599	-11,7%	17.329	14.300	-17,5%
<b>Russia</b>	16.308	15.322	-6%	14.192	13.723	-3,3%
<b>Danimarca</b>	17.409	15.120	-13,1%	21.751	17.983	-17,3%
<b>Venezuela</b>	4.157	8.332	100,4%	3.362	5.533	64,6%

Fonte: Istat





Negli Usa, che restano il quarto mercato di riferimento per le paste tricolore, nonostante il cambio sfavorevole le spedizioni hanno potuto sperimentare una crescita di oltre il 4% (+3,5% il corrispettivo monetario). Positivi i riscontri anche in Giappone dove a un 6% circa di crescita a volume ha corrisposto però un calo di oltre il 5% del fatturato. Segno più su tutta la linea anche per le vendite in Svizzera e Canada. Ma il vero boom si è avuto in Cina dove l'intera gamma delle paste italiane sta riscuotendo un ampio successo, suggellato da incrementi del 22% delle spedizioni fisiche (oltre 20mi-

la tonnellate) e da un 14% di maggiore incasso rispetto al gennaio-settembre del 2016, balzato oltre i 17 milioni di euro. Da segnalare, infine, l'ottimo risultato in Brasile (+16% a volume; +17% in valore), mentre il bilancio delle vendite è negativo in Svezia e Paesi Bassi, in tre trimestri che hanno lasciato il segno meno anche in Australia e Russia.





Un mondo di formati

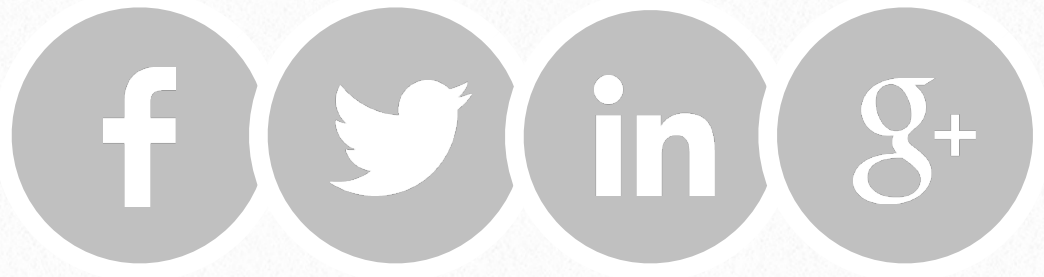


VIGNOLI  
TRAFILE

Via Prov. Montalbano, 104 • loc. Ponte Stella - 51034 Casalguidi • Serravalle P.se (Pistoia) ITALY  
Tel. 0573 929583 / 0573 768595 • [www.vignolitrafile.com](http://www.vignolitrafile.com) • [info@vignolitrafile.com](mailto:info@vignolitrafile.com)



# 7



## Oltre la guerra del grano: siglato un protocollo d'intesa per aumentare la disponibilità di grano duro italiano di qualità

Comunicato stampa



**Agricoltori, cooperative, pastai e industria molitoria firmano un protocollo d'intesa per aumentare la disponibilità di grano duro italiano di qualità**



Un patto di filiera per rafforzare la competitività della pasta italiana aumentando la disponibilità di grano duro italiano adatto alla pastificazione, incentivandone la produzione sostenibile e la tracciabilità, e sostenendo gli agricoltori che scelgono di puntare sulla qualità. Questi i punti principali del protocollo di intesa per migliorare il grano duro italiano siglato lo scorso 18 dicembre da AIDEPI – Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane, Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, CIA – Agricoltori Italiani, Confagricoltura, Copagri – Confederazione Produttori Agricoli e ITALMOPA – Associazione Industriali Mugnai d’Italia.

I firmatari rappresentano complessivamente poco meno della metà di tutta l’agroindustria italiana, per un valore di circa 60 miliardi di euro: per quanto riguarda il mondo agricolo, parliamo di oltre 3 milioni di associati che gravitano nel settore agricolo, 1,1 milioni di imprese agricole e 5mila cooperative agroalimentari distribuite su tutto il territorio nazionale; per il comparto molitorio, oltre l’80% della capacità totale di trasformazione del frumento in Italia; per l’industria della pasta, l’80% di un settore storico che conta 100 imprese, dà lavoro in Italia a 7.500 addetti e genera 4,7 miliardi di Euro.

Il protocollo d’intesa è quindi una risposta concreta, volontaria e “di squadra” ad alcune criticità di filiera che ostacolano la crescita del settore. Siamo primi nel mondo per produzione (3,6 milioni di tonnellate annue) e export di pasta (2 milioni di tonnellate), ma questo primato è a rischio per tre motivi: in primo luogo, la forte concorrenza internazionale, specie da Turchia e Egitto, che stanno erodendo quote di mercato alla pasta italiana, forti anche del supporto dei rispettivi governi. Inoltre, un debole sostegno da parte del sistema Paese in Italia ha sensibilmente concorso nel tempo a scavare un solco, in termini di competitività, crescita e sostegno all’export, tra l’agroindustria pastaria italiana e quella europea ed extra europea. Infine, l’offerta di grano italiano, già penalizzata da una eccessiva polverizzazione, è spesso non pienamente adatta alle esigenze qualitative dei mugnai e dei pastai e la mancanza di strutture di stoccaggio adeguate rende difficile la valorizzazione e la classificazione della materia prima, che quindi viene ricercata sui mercati esteri.





**30**<sup>th</sup>  
Anniversary



grafichepostumia.it

# TECALIT

*Pasta Plants &  
Food Technologies*

## la forza dell'eccellenza



*Creiamo tecnologia per pasta di qualità superiore*

Sin dal 1984, quando un team di tecnici ed esperti tecnologi iniziò l'attività di Tecalit, l'**innovazione cresce nel rispetto della tradizione**. Per questo le nostre macchine hanno le presse con **vuoto totale**, pre-impasto veloce ed impasto finale lento, l'**estrusione ad alto rendimento**, basso numero di giri e temperatura controllata per preservare

i valori nutrizionali della materia prima. **Essiccazione flessibile** a media, alta o altissima temperatura eseguita secondo il metodo del "**rinvenimento continuo**" e stabilizzazione finale dei vecchi pastai italiani. E' così che la tecnologia Tecalit contribuisce al successo dei propri Clienti nel Mondo.

**TECALIT**

*Tecnologie Alimentari Italiane*

**100%**  
Made in Italy



Sono 5 gli ambiti di intervento identificati dalle organizzazioni della filiera grano-pasta per valorizzare la qualità del grano duro italiano, ognuno legato a provvedimenti concreti e operazioni di medio periodo e tutti messi nero su bianco nel protocollo firmato recentemente.

1. *Incrementare la disponibilità di grano duro nazionale di qualità e prodotto in modo sostenibile per venire incontro alle esigenze dell'industria molitoria e della pasta.*

Oggi la produzione interna di grano duro (in media di 4 milioni di tonnellate annue) è sufficiente a coprire solo il 70% del fabbisogno dei pastai. Ma non sempre e non tutti gli anni il grano italiano raggiunge gli standard qualitativi previsti dalla legge di purezza della pasta.

Secondo una analisi del Crea (periodo 2011-2016) circa il 30% del grano italiano è poco adatto alla pastificazione, mentre solo il 35% è di alta qualità. Il “miglioramento” complessivo della qualità del grano italiano significa non solo garanzia di un piatto di pasta sempre buono, ma anche più sostenibilità nei nostri campi, maggiori opportunità per le imprese agricole e meno ricorso alla costosa materia prima estera.

2. *Incentivare e sostenere l'agricoltura virtuosa, con premi di produzione legati al raggiungimento di standard qualitativi*

*vi del grano e alle caratteristiche del territorio di produzione.*

Pratiche agricole e condizioni ambientali del territorio (clima, composizione del terreno, etc.) influenzano la qualità del grano duro (tra cui il contenuto proteico) e impattano in maniera differente sulla redditività del produttore agricolo. L' accordo si propone di far leva su contratti di coltivazione che tengano conto delle molteplici variabili geografiche e climatiche italiane per incentivare la produzione di qualità anche nei territori più difficili e siccitosi. Con questa strada, già intrapresa da diversi protagonisti della filiera, si garantisce ai pastai un grano adeguato e agli agricoltori un reddito certo, commisurato all'impegno profuso e alle specifiche condizioni ambientali e climatiche, garantendo al contempo una protezione dalle fluttuazioni del mercato.

3. *Concentrare progressivamente l'offerta di grano duro e censire i centri di stoccaggio idonei alla conservazione del grano duro di qualità.*

La polverizzazione dell'offerta e la mancanza di strutture di stoccaggio adeguate hanno finora reso difficile la valorizzazione e la classificazione del grano duro italiano. In Italia ci sono circa 1.000 centri di stoccaggio, ma il grano duro rappresenta solo il 26% del totale





2 0 1 8

PROCESSING & PACKAGING

# CONNECTING COMMUNITIES



**Fiera Milano, 29 Maggio - 1 Giugno 2018**

[ipack-ima.com](http://ipack-ima.com)

IN CONJUNCTION WITH

MEMBER OF THE INNOVATION ALLIANCE



PRINT4ALL



PROMOSSA DA:



CON IL SUPPORTO DI:

This event is being covered by professional packaging journalists from IPPO.



ORGANIZZATA DA: IPACK IMA SRL  
(JOINT VENTURE TRA UCIMA E FIERA MILANO)





dei cereali conservati. Verrà affidata a un ente terzo la valutazione di questa strutture, per verificare se i silos sono in numero adeguato per i fabbisogni attuali e futuri di agricoltori, mugnai e pastai e se sono in grado di garantire stoccaggi differenziati per classi di qualità della granella.

4. *Stimolare formazione, ricerca e innovazione nella filiera italiana grano-semola-pasta.*

La partita della qualità del grano e della pasta italiana si gioca anche sul fronte dell'innovazione e della valorizzazione del territorio, per esempio incentivando collaborazioni con aziende e startup innovative in campo agronomico e agroalimentare. Nel protocollo sono inoltre previsti corsi di formazione e aggiornamento professionale per agricoltori e operatori di settore e strumenti informatici per promuovere l'adozione di pratiche agricole più sostenibili. La filiera si impegna anche ad attivare collaborazioni con enti di ricerca per calcolare il punto di pareggio dell'impresa agricola nei vari areali di produzione e per sviluppare nuove sementi certificate con le caratteristiche richieste dal mercato e funzionali all'eterogeneità del territorio italiano, così come programmi specifici per la valorizzazione dei grani autoctoni.

5. *Promuovere e difendere in maniera coesa un'immagine forte della pasta italiana, garantirne la sicurezza anche attraverso la tracciabilità informatica dei vari passaggi della filiera.*

Solo il grano migliore, il più buono, il più sano e il più sicuro, può "diventare" attraverso abili processi industriali la pasta migliore del mondo, quella italiana. Ma la qualità di questo prodotto viene da più parti messa in discussione, complice anche un discutibile dibattito mediatico e politico. Risultato: un consumatore italiano disorientato, una pericolosa perdita di competitività sui mercati internazionali. Con il protocollo, tutte le componenti della filiera si impegnano anche a raccontare in modo trasparente la qualità della pasta italiana, a livello nazionale e internazionale, e a fare chiarezza su sicurezza e affidabilità di tutta la pasta, arginando l'ondata di fake news su questo prodotto simbolo del Made in Italy e della dieta mediterranea.

Per rendere operativo il protocollo di filiera, verranno istituiti dalle organizzazioni tre gruppi di lavoro che opereranno, rispettivamente, sulla parte agronomica, su ricerca e sviluppo e sulla comunicazione.



# PASTA E DOLCE INSIEME

*per  
passione*



Un'unione che ha raccolto la passione e l'esperienza di due importanti realtà, come l'Associazione delle Industrie Dolciarie Italiane e l'Unione Industriali Pastai Italiani, per dar vita a un unico, grande soggetto associativo, in grado di rappresentare e tutelare al meglio le aziende italiane produttrici di **pasta, confetteria, cioccolato e prodotti a base di cacao, biscotti e prodotti dolci da forno, gelati, dessert, pasticceria industriale e cereali da prima colazione.**

Oggi AIDEPI, con la forza di **125 imprese aderenti** e lo straordinario patrimonio di competenze, informazioni e autorevolezza dei suoi componenti, è un punto di riferimento autorevole e prezioso per chiunque voglia rapportarsi al mondo dolciario e pastario italiano.

**AIDEPI**  
Associazione  
delle industrie del Dolce e  
della Pasta Italiane

## In cifre



80%

DEL MERCATO DEL DOLCE E DELLA PASTA



15%

DEL FATTURATO ALIMENTARE ITALIANO



125

IMPRESE



5,3

MILIARDI DI EURO DALLE ESPORTAZIONI



20%

DELL'ESPORTAZIONE ALIMENTARE NAZIONALE

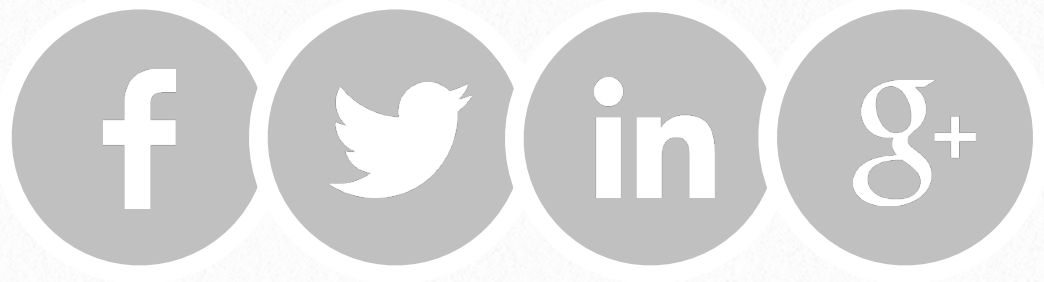


18,5

MILIARDI DI EURO DI RICAVI



8



***Atti del Pastaria***

***Festival. Anche il food***

**ha la sua IP: come usarla per  
proteggere e far crescere l'impresa**

Daniela Ampollini  
Trevisan & Cuonzo



**Il contributo dell'avv. Daniela Ampollini al workshop dedicato a *La proprietà industriale e intellettuale nel settore food: brevetto e non solo*, svoltosi nell'ambito del Pastaria Festival 2017.**



Sono un avvocato “industrialista”. Mi occupo cioè di consulenza e tutela in materia di proprietà industriale ed intellettuale, detta per brevità “IP”, *Intellectual Property*. Faccio questo mestiere, con lo studio Trevisan & Cuonzo, da circa 18 anni ed una buona percentuale del mio lavoro si svolge nei tribunali, ove si attua dal lato pratico la tutela dell’IP.

In Italia, purtroppo, anche a causa del fatto che il processo non è il migliore dei processi possibili, con tempi molto lunghi se paragonati agli standard europei e con sacche di inefficienza, si è diffusa negli operatori una certa sfiducia nel contenzioso come strumento concorrenziale a disposizione dell’impresa. Questa è probabilmente una delle cause della generale tendenza italiana a limitare gli investimenti in IP. Ciò non significa che le imprese italiane non investano in innovazione, ma che anche quando fanno innovazione, tendono ad investire in modo limitato – spesso insufficiente – nell’adozione di quelle misure (siano esse il deposito di una domanda di brevetto, la coltivazione di un marchio registrato, etc.) che dovrebbero consentire la protezione dell’innovazione stessa in concreto, in base alla convinzione che “tanto servirà a poco”, oppure: “meglio tenersi alla larga dei tribunali e delle pastoie dei procedimenti giudiziari”. Ciò tanto più in settori, come quello alimentare, che sono percepiti avere

una vocazione IP minore rispetto ad altri, quali i settori dell’industria farmaceutica e chimica, metalmeccanica, elettronica, informatica, ad esempio, per cui parlare di innovazione è certamente più immediato.

A dispetto di quanto ci si aspetterebbe stando a queste premesse, la realtà è che l’IP esiste anche nel settore food, tanto che non mancano i casi in cui aziende del settore alimentare (non sempre italiane, occorre dirlo...) hanno utilizzato il processo per reprimere le violazioni e, quindi, come valido strumento concorrenziale a proprio vantaggio. Uno per uno, toccherò brevemente vari titoli di proprietà industriale a disposizione delle imprese del settore alimentare, portando per ciascuno l’esempio di uno o più casi realmente trattati dai tribunali italiani.

## **Il brevetto**

Partiamo dal brevetto, ovverosia dallo strumento principe in campo IP. In breve, si tratta di un titolo che conferisce l’esclusiva di sfruttamento per 20 anni su di una invenzione nuova e non ovvia rispetto all’arte nota. Nel settore food, in prima battuta il brevetto può essere utilizzato in relazione a tutte quelle invenzioni che attengono ai macchinari ed ai processi industriali.

L’esempio che porto a questo proposito si riferisce ad un caso definitivamente deciso



# PASTA MACHINERY

FRESH PASTA | PASTA FRESCA

DRY PASTA | PASTA SECCA

PRE-COOKED PASTA | PASTA PRECOTTA

GNOCCHI

# SARP

FOOD TECHNOLOGIES

*made in Italy* *made in Italy* *made in Italy* *made in Italy*



## SPIRAL BELT CONVEYORS

PASTEURIZING | PASTORIZZAZIONE

PROOFING | LIEVITAZIONE

COOLING | RAFFREDDAMENTO

FREEZING | SURGELAZIONE



dalla Corte di Cassazione nel 2011 che ha riguardato Barilla contrapposta a Pastificio Fuzion. Barilla deteneva un brevetto relativo ad un'applicazione per essiccare la pasta secondo cui questa, diversamente che dall'arte nota ai tempi del deposito del brevetto, non veniva adagiata orizzontalmente sulla superficie del forno, bensì veniva posta tra due lastre perforate che la reggevano in verticale rispetto al nastro trasportatore, cosicché l'aria calda investiva la pasta trasversalmente, consentendo di essiccare una maggior quantità di pasta contemporaneamente e di ridurre il rischio di deformazioni. La controparte aveva adottato un sistema simile – con il posizionamento della pasta in verticale – ma con piastre non perforate, bensì provviste di scanalature. Sosteneva pertanto di essersi differenziata a sufficienza, così da non ricadere nell'ambito dell'esclusiva brevettuale. I giudici hanno alla fine dato ragione a Barilla in virtù della motivazione per cui la soluzione di Fuzion comunque non elideva l'invenzione di Barilla, data dal posizionare la pasta in verticale tra due piastre. Questa ha così ottenuto un ordine di cessazione nei confronti dell'avversario. (Barilla Vs. Pastificio Fuzion – Corte di Cassazione, 30 dicembre 2011, n. 30234)

In ambito food il brevetto può servire anche a tutelare una ricetta, incluso il processo di preparazione di un prodotto industria-

le. Qui l'esempio che vi porto riguarda una disputa tra due grandi multinazionali del settore food – Unilever e Star – che spesso si ricorrono con prodotti analoghi e spesso quindi litigano al riguardo. In questo caso, Unilever era titolare di un brevetto per invenzione relativo alla preparazione del “Cuore di brodo” a brand Knorr, il dado “gelatinoso” che si scioglie più facilmente dei dadi tradizionali, ed è riuscita ad ottenere dal Tribunale di Torino un provvedimento di inibitoria nei confronti di Star relativamente al prodotto analogo, realizzato sulla base della stessa ricetta, “Fondente in padella” che, in effetti, al momento, non risulta più reperibile sul mercato, almeno in Italia (Unilever Vs. Star – Tribunale di Torino, 22 luglio 2015).

Parlando di ricette non si può non menzionare il fatto che non sempre lo strumento del brevetto è lo strumento giusto. È strano – anzi è addirittura una leggenda – che la famosa formula della Coca Cola sia segreta e sia rimasta tale da quando il prodotto è stato immesso sul mercato alla fine del 1800, cosicché nessuno sarebbe riuscito a riprodurla esattamente fino ad oggi. Ed infatti, va tenuto presente che ogni volta che si decide di tutelare un'invenzione con un brevetto, l'invenzione dovrà necessariamente ed irrimediabilmente essere divulgata, e cioè descritta in dettaglio nella domanda di brevetto la quale sarà sogget-



M O L I N O

DeVita



*Semole di Grano Duro*  
*da filiera certificata*  
Italia



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

**Industria Agroalimentare De Vita srl**

Sede Legale: Via Donizetti 16 - 71033 Casalnuovo Monterotaro (Foggia - Italy)

Stabilimento: S.P. 11 Torremaggiore - Casalnuovo Monterotaro Km 14  
71030 Casalvecchio di Puglia (Foggia - Italy)

Tel. +39 0881.558556 - Fax +39 0881.558451 Tel. +39 3409832238 +39 3409641335

[www.molinidevita.it](http://www.molinidevita.it) - mail: [info@molinidevita.it](mailto:info@molinidevita.it)





ta a pubblicazione (essendo questa pubblicazione la contropartita richiesta dal sistema in cambio del conferimento del diritto di esclusiva). Poiché l'esclusiva brevettuale ha una durata illimitata nel tempo (20 anni dal deposito – assolutamente non prorogabili) è evidente che allo scadere dell'esclusiva i concorrenti potranno liberamente riprodurre il prodotto, sapendo come farlo proprio grazie al brevetto. È pertanto necessario, prima di procedere, interrogarsi circa la possibilità che terzi soggetti riescano a riprodurre la formula o ricetta semplicemente acquisendo il prodotto sul mercato, nonché sul tipo di tutela conferita, da una parte, dal brevetto e, dall'altra, dal segreto industriale: più agevole, ma breve, la prima; più difficile da ottenere in pratica, ma potenzialmente perenne (vedi la leggenda della Coca Cola), la seconda.

Sempre di tipo brevettuale – anche se con diversità di rilievo che sarebbe troppo lungo enumerare a discutere in questa sede – è la cosiddetta privativa del costitutore di varietà vegetali. Il costitutore – “breeder” in inglese – è il soggetto che, con varie metodiche che possono andare dalla selezione di tipo tradizionale a metodiche di cosiddetta “ingegneria genetica”, va ad incidere sul corredo fenotipico e genetico delle piante così da trovare “nuove varietà vegetali” da tutelare, appunto, con la c.d. privativa del costitutore di varietà vegetali. In

questo campo, per lunghi anni sono stati pochissimi i casi ad approdare davanti ai tribunali italiani. La situazione sta ora cambiando, e si vedono sempre più di frequenti casi in cui i soggetti che hanno individuato nuove varietà vegetali – siano esse relative a varietà orticole (quali ad esempio la lattuga, il pomodoro, etc.) o agrarie (quali il grano, il riso, l'orzo etc.) – ed hanno ottenuto titoli di privativa, si rivolgono ai giudici per difenderli nei confronti di chi commercializza sementi in violazione. Il caso che segnalo a questo proposito è un caso che si è concluso nel 2012 davanti al Tribunale di Milano, in cui la società olandese Rijk Zwaan ha ottenuto tutela sulla privativa del costitutore relativa ad una particolare varietà di lattuga, nei confronti di una società italiana che commercializzava semi ottenuti dalla moltiplicazione della varietà stessa, peraltro utilizzando sul mercato, in modo ingannevole, la denominazione di un'altra varietà. In questo caso il Tribunale di Milano, superando alcuni ostacoli legati sia alla identificazione ed all'acquisizione di campioni dei semi in asserita contraffazione, sia alla verifica – anche in base ad indagini molecolari – del fatto che i semi acquisiti appartenessero effettivamente alla varietà protetta, ha infine concesso un provvedimento sia di inibitoria che di risarcimento del danno. (Rijk Zwaan Vs. Agri-





**PER I PICCOLI LABORATORI**

## PASTO-DRYER

UNICO MACCHINARIO  
DOPPIA TECNOLOGIA

- Pastorizzazione
- Pre-essiccazione

Idoneo ai trattamenti termici delle paste fresche per il confezionamento in ATM.

- Ampliamento canali di vendita
- Minimo investimento
- Ingombri ridotti
- Prodotto finito di alta qualità
- Facilità di igienizzazione

**ZINDO**  
Pasta Machines & Processing

via Foggia 71/73 - 76121 Barletta Italy - tel. +39 0883 510672 fax +39 0883 510741 info@zindo.it www.zindo.it



**25-30  
kg/h**

**CIO' CHE MANCA  
PER LA VOSTRA CRESCITA**

**la baresina**



seeds – Tribunale di Milano, 12 novembre 2012).

## Il marchio

Passiamo al marchio, forse lo strumento dell'IP al quale più spesso si pensa in correlazione con il comparto alimentare. Come prima cosa, il marchio – e in particolare la sua registrazione – serve a tutelare un nome, che sia il nome dell'azienda o il nome di un prodotto, sull'assunto che ove ad un concorrente fosse consentito utilizzare un marchio uguale o simile a quello altrui, il mercato si confonderebbe circa la provenienza imprenditoriale dei prodotti. Porto qui un altro caso Unilever, in questo frangente convenuta in quanto asserita contraffattrice del marchio di una società concorrente. L'azione veniva in particolare instaurata da una società produttrice di preparati per gelati e titolare di una registrazione avente ad oggetto un marchio figurativo contenente la parola “Cookies” – cioè biscotti – ed un logo in base al quale le “o” di “Cookies” erano costituite, appunto, da due biscotti. Unilever, che aveva lanciato il Cornetto “Cookie” al gusto di biscotto e che nell'incarto rappresentava la parola cookie con lo stesso stratagemma di utilizzare due biscotti al posto delle “o” di “Cookie”, fu accusata di aver violato i diritti esclusivi dell'avversaria. Unilever andò tut-

tavia assolta, avendo il tribunale ritenuto che un marchio costituito dalla parola “Cookies” per un prodotto al gusto di biscotto fosse da ritenere marchio avente limitata capacità distintiva e quindi “debole”, e che il semplice fatto che anche Unilever avesse utilizzato la raffigurazione di biscotti al posto delle “o” non fosse sufficiente a creare confusione sul mercato, risultando i due marchi rispettivamente utilizzati dalle parti sufficientemente differenti. Questo caso insegna che il marchio – strumento apparentemente semplice da utilizzare – va in realtà valutato e studiato attentamente al fine di poter dar vita a diritti esclusivi effettivamente proteggibili in concreto. (Unilever Vs. Optima – Tribunale di Milano, 7 agosto 2012).

Lo strumento del marchio può servire a proteggere anche la forma di un prodotto. Si parla in questo caso di “marchio di forma”. L'esempio qui riguarda Ferrero la quale tentò di ottenere tutela nei confronti di un concorrente che aveva lanciato sul mercato sue prodotti a base di cioccolato dalla forma simile, rispettivamente, ai noti prodotti della casa piemontese Ferrero Rocher e Kinder Bueno, sulla base proprio della registrazione come marchio delle due forme: quella sferica del Ferrero Rocher, e quella a barretta sovrastata da sfere del Kinder Bueno. Il caso è particolarmente interessante perché discute proprio i requisiti-



ti del marchio di forma con riferimento a quelli della tutela brevettuale. In sostanza, Ferrero ottenne tutela nei confronti della imitazione del Kinder Bueno, mentre non la ottenne nei confronti della imitazione del Ferrero Rocher. Fu in particolare notato che Ferrero aveva inizialmente chiesto ed ottenuto per la forma del Ferrero Rocher anche una tutela brevettuale, poi scaduta, con ciò attribuendo un valore eminentemente funzionale alla forma medesima, per tale motivo da ritenersi non suscettibile di tutela di marchio. (Ferrero Vs. Sanges - Tribunale di Milano, 11 agosto 2014).

## **Le indicazioni geografiche**

Contigue al marchio, in ambito alimentare, sono certamente le indicazioni geografiche. Queste, lo dice la parola stessa, sono quelle indicazioni apposte sui prodotti che ne individuano l'origine geografica. In senso lato, anche l'espressione "made in Italy" è indicazione geografica. Quelle che però normalmente attirano maggiore attenzione sono le indicazioni geografiche c.d. "titolate" e cioè registrate, riconosciute. In via di estrema sintesi, nel mondo dei prodotti alimentari esiste una normativa di matrice comunitaria risalente al 1992 per cui prodotti che potremmo definire "tipici" e che derivano detta tipicità dal collegamento più o meno stretto con un determinato

territorio, possono accedere a tutela ad esempio come DOP (Denominazione d'Origine Protetta) o IGP (Indicazione Geografica Protetta) sulla base di una procedura per cui un disciplinare di produzione viene depositato ed approvato, cosicché solo i prodotti rispettosi di detto disciplinare, e a tale fine sottoposti al controllo di appositi organismi autorizzati, potranno fregiarsi della DOP o IGP. Il caso interessante che cito in questa sede è la parte italiana di un contenzioso complicatissimo che ha riguardato la birra Bud. I marchi Budweiser e Bud contraddistinguono da moltissimi anni una birra americana prodotta a Saint Louis negli Stati Uniti dalla metà del 1800, quando il birrificio fu fondato da un migrante tedesco che ebbe l'idea di chiamare la propria birra con un nome – "Budweiser" – che indica provenienza dalla città boema di Ceske Budejovice, città che, trovandosi al confine con la Germania e a causa dei trascorsi geopolitici, ha anche un nome tedesco, appunto, Budweis. I problemi sono cominciati quando la Repubblica Ceca nel 2004 è entrata far parte della UE e ha ottenuto la DOP per una propria birra realmente prodotta nella città di Ceske Budejovice, la Budweiser Budvar. Da qui sono partite una serie di cause in tutta Europa, con esiti alterni. In Italia, i cechi hanno avuto la meglio all'esito di un lungo contenzioso conclusosi in Cassazione nel 2013 in base al



# PASTARIA HUB

TECHNOLOGIES  
INGREDIENTS  
SERVICES  
FOR PASTA  
MANUFACTURERS



macchine e impianti

## PASTARIA HUB

Il punto di riferimento  
in internet per chi **cerca e offre**  
**tecnologie, ingredienti e servizi**  
per i **produttori di pasta.**

**[www.pastariahub.com](http://www.pastariahub.com)**

*È una iniziativa Pastaria*



ingredienti



servizi



quale ad oggi la birra di Saint Louis, in Italia, può essere commercializzata unicamente con il marchio Bud, poiché il marchio Budweiser è stato ritenuto essere indicazione ingannevole, trattandosi di prodotto fabbricato, appunto, negli Stati Uniti e non nella città di Budweis (Anheuser-Busch Inc. Vs. MIPAAF – Corte di Cassazione, 19 settembre 2013, n. 21472).

### **Concorrenza sleale**

Altro tema contiguo è quello della concorrenza sleale, che spesso soccorre ove i titoli di proprietà intellettuale stentano ad arrivare. Nel nostro ordinamento esistono infatti norme che impongono un comportamento corretto tra concorrenti. Tra le altre cose, è vietato imitare servilmente i prodotti avversari in modo da creare confusione sul mercato o comportarsi da parassiti, e cioè andare al traino del concorrente riproducendone le idee o le strategie commerciali, avvantaggiandosi cioè indebitamente degli investimenti altrui. L'istituto della concorrenza sleale soccorre ad esempio in quei casi di imitazioni in cui lo strumento del marchio o altri diritti registrati o non ci sono, o non sono efficaci. In questi casi si parla di "lookalike": prodotti "sosia" che però evitano di riprodurre interamente marchi registrati, pur richiamando chiaramente nel consumatore il prodotto di un concorrente, spesso il leader di mercato. Qui i casi che

sono stati affrontati effettivamente dai tribunali non sono molti, e non a caso. Spesso chi realizza prodotti che in qualche modo assomigliano a quelli del leader di mercato è la grande distribuzione, con le "private label", cosicché i rapporti di forza nell'arena commerciale troncano probabilmente in radice l'avvio di scomode azioni giudiziarie. Alcuni casi però ci sono. Uno è certamente quello che ha riguardato il prodotto di Nestlé a marchio Galak. Un concorrente aveva messo in commercio un uovo di Pasqua denominato Ciocolak la cui immagine complessiva richiamava notevolmente l'uovo di Pasqua a marchio Galak, pur rimanendo ai confini della contraffazione di marchio: l'uso delle lettere "lak" nel nome "Ciocolak" non sembrava di per sé sufficiente a ledere l'esclusiva sul marchio "Galak" di Nestlé. Questa ebbe comunque la meglio, avendo il giudice ritenuto che, benché non vi fosse una violazione di marchio, la ripresa complessiva della "appearance" del prodotto del concorrente dovesse essere sanzionata come atto di concorrenza sleale. (Nestlé Vs. Wal-Cor Corsanini - Tribunale di Milano, 9 giugno 2015).

### **Il copyright**

Va infine citato anche il copyright, o diritto d'autore, e cioè il diritto esclusivo conferito all'autore per il solo fatto della creazione,



nel caso di opere aventi carattere creativo normalmente appartenenti al modo della letteratura, delle arti figurative, della musica, della cinematografia. Ebbene, può sembrare strano, ma il copyright può avere un suo rilievo anche in ambito industriale e, perché no, in relazione al settore food. Al riguardo si possono fare due esempi. Il primo riguarda non un caso reale, ma un caso appositamente creato con finalità di studio, per un cosiddetto “mock trial” che si è tenuto a Milano nel 2015. Fu in particolare allestito un finto tribunale in cui fu messa in scena l’imitazione di un famoso “signature dish” di uno dei più grandi chef italiani, il “Riso, oro e zafferano” di Gualtiero Marchesi. Questo ha una sua presentazione caratteristica nota anche al grande pubblico, data dal disegno del piatto nero con all’interno il riso giallo sovrastato dalla foglia quadrata d’oro al centro. In questo caso il “finto” giudice (impersonato però da un vero giudice del Tribunale di Milano) ha affermato che il piatto del famoso chef potesse in effetti godere della tutela di diritto d’autore e, quindi, che potesse essere impedita l’imitazione della forma esteriore del piatto stesso. (Caso Riso, Oro e Zafferano di Gualtiero Marchesi – Mock Trial del 13 novembre 2015). L’altro esempio non riguarda in realtà il settore food, ma potrebbe esservi piuttosto agevolmente applicato. Si tratta del caso che ha visto contrapposte

due aziende produttrici di cosmetici, Kiko e Wycon, che hanno adottato due formule simili di distribuzione. Ebbene, Kiko è riuscita ad ottenere, in primo grado, un provvedimento di inibitoria e risarcimento del danno nei confronti della concorrente ritenuta avere illegittimamente riprodotto il format del negozio di Kiko, proprio sulla base dell’assunto che detto format meritasse tutela di diritto d’autore. Mi risulta che il caso sia in appello e potrebbero esserci sviluppi differenti. Resta senz’altro l’insegnamento che anche lo strumento del copyright potrebbe venire utile, in ottica concorrenziale, per proteggere gli investimenti effettuati dalle imprese anche nella realizzazione del format, ad esempio, di un ristorante o di una caffetteria (Caso Riso, Oro e Zafferano di Gualtiero Marchesi – Mock Trial del 13 novembre 2015).

In conclusione, l’esperienza insegna che anche le imprese del settore alimentare possono utilizzare gli strumenti della proprietà intellettuale per difendere i propri investimenti ed in ottica pro-concorrenziale. Ovviamente, per scegliere lo strumento giusto ed usarlo al meglio, occorre farsi consigliare...




**DISPONIBILI IN  
QUATTRO VERSIONI**

Una linea completa e professionale di preparati per gnocchi composta da tre formulazioni perfettamente studiate per una produzione a freddo. Indicati sia per lavorazioni artigianali

che industriali.

La qualità superiore e il dosaggio ottimale degli ingredienti, conferiscono agli gnocchi una perfetta tenacità e resistenza.

**Scopri la linea completa su [molinopasini.com](http://molinopasini.com)**



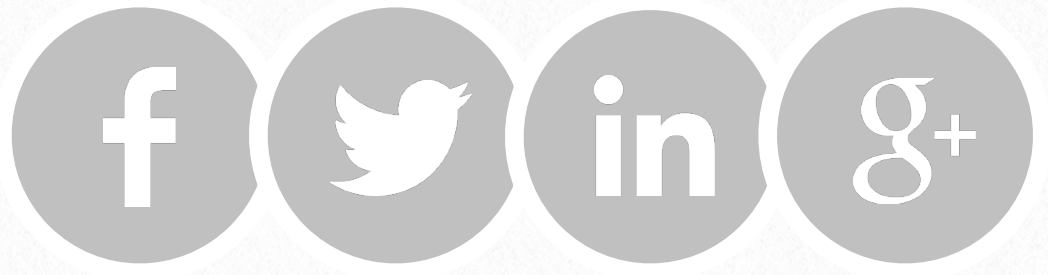
**PREPARATI  
PER GNOCCHI  
MOLINO PASINI:  
TUTTO IL  
NECESSARIO  
PER CUCINARE  
GNOCCHI  
MORBIDI E  
CONSISTENTI**

DESIGN: STUDIO OVER





9



## Workshop, assemblea e cena sociale per APPF



**Fine 2017 ricco di iniziative per l'Associazione produttori pasta fresca (APPF) che chiude l'anno con un workshop, l'assemblea sociale e la tradizionale cena natalizia.**



## **Il terzo workshop APPF**

Si è tenuto il giorno 20 ottobre 2017, presso la sede del Molino Casillo a Corato (Bari), il terzo Workshop organizzato da APPF, l'Associazione produttori pasta fresca.

Successo di partecipazione con la presenza del Presidente APPF Cavalier Giovanni Rana e di Pasquale Casillo, Presidente del gruppo Casillo.

Francesca Zecca di *Food* ha brillantemente svolto il tema "Macrotrends di consumo nel mercato della pasta fresca", Beniamino Casillo ha perfettamente delineato "L'impatto delle materie prime nella innovazione di prodotto", in seguito Caterina Ambanelli dello studio Ambanelli di Parma ha portato un po' di luce nell'intricato ed incerto panorama legislativo, Angelo Gemma (Lutosa Italia) ha illustrato le novità nell'attuale produzione di gnocchi, Gabriele Molinari di Calvatis ed infine Elio Di Curzio hanno svolto interessantissime relazioni sulla sanificazione degli impianti e sugli "aspetti ingannevoli" del mercato di erbe e spezie.

È seguito un signorile lunch nei locali della stessa Casillo Group.

## **Assemblea e cena sociale natalizia**

Si è svolta il giorno 1 dicembre 2017 presso i nuovi locali del Ristorante "Famiglia Rana" ad Oppeano (Verona) l'Assemblea degli Associati APPF.

Fra gli argomenti all'ordine del giorno il rinnovo delle cariche sociali. Sono stati eletti come consiglieri di amministrazione il Sig. Paolo Luinetti del Raviolificio Mylena, il Sig. Remigio Marchesini del Pastificio Avesani e il Sig. Roberto Zampedri del Pastaio di Brescia. È stato altresì eletto come revisore dei conti il Sig. Carlo Crivellin della Crivellin S.r.l.

Fra i vari punti dell'ordine del giorno si è discusso sulla impennata subita dal mercato delle uova e dal pericolo conseguente dell'aumento di prezzi della pasta all'uovo e soprattutto è stata seguita con estrema attenzione la relazione su "Situazione di mercato della pasta fresca e gnocchi e prospettive future", tenuta dal Presidente Cavalier Giovanni Rana.

Alla chiusura dei lavori si è svolta la tradizionale cena associativa natalizia a cui hanno partecipato anche i soci sostenitori di APPF.

Più di cinquanta persone hanno brindato alle fortune della pasta fresca fino a tarda ora.



# Insieme possiamo raggiungere nuovi grandi traguardi.



**Associazione  
Produttori  
Pasta Fresca**

*"Il Presidente"  
Giovanni Rana*



persifal.design.it

Tra le nostre specialità da oggi **piatti pronti.**



## I NOSTRI OBIETTIVI

- Allargare il mercato italiano ed inserirsi in quello europeo con l'incentivazione e l'adozione nel mondo della pasta fresca dei **"piatti pronti o da cuocere a base di pasta fresca"**.
- Per tutelare pasta fresca e gnocchi, anche da un punto di vista legislativo nel loro progressivo inserimento nei mercati europei attraverso **ECFF** (European Chilled Food Federation).

## I NOSTRI SERVIZI

- Una guida anticipata sui trend di mercato e su quelli tecnici.
- Un appoggio sicuro su problemi legislativi generali ed aziendali dove A.P.P.F. è tradizionalmente informata.
- Una gestione associativa concorde e non burocratizzata dove il Presidente e gli Associati hanno diritto ad un voto e la segreteria è sempre vicina.

## SOSTENITORI - FORNITORI

• MOLINO CASILLO | Corato - BA  
• EUROVO | Imola - BO  
• LCB FOOD SAFETY | FRANCIA

• PAVAN IMP. | Galliera Veneta - PD  
• PARMOVO | Colorno - PR

• GRISMEC | Ornago - MB  
• SALUM. LANZARINI | Bassano - VI

• MOLINO SONCINI | Sorbolo - PR  
• CARTA STAMPA | Briosco - MB

• ADEA | Busto Arsizio - VA  
• TECNESSENZE | Minerbio - BO

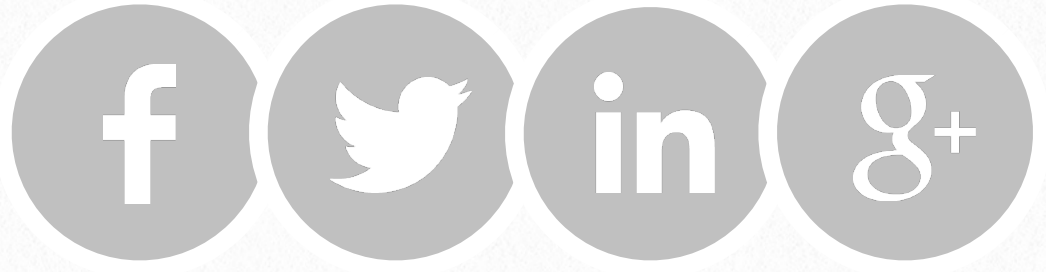


via Dei Borromeo, 16  
Padova - Italy  
T. +39 049 8760941

E. [info@appf.it](mailto:info@appf.it)  
W. [www.appf.it](http://www.appf.it)



# 10



## **Bruxelles, calma piatta per i cereali nello scenario di medio termine**

a cura del  
**Centro studi economici  
Pastaria**



**Dai prospetti sugli sviluppi produttivi emerge nell'Ue una netta divaricazione delle dinamiche sul circuito dei frumenti, con riduzioni dei raccolti per il grano duro.**



Nello scenario di medio termine i prezzi dei cereali sui mercati internazionali non subiranno sostanziali scossoni rispetto ai bassi valori attuali. Lo prevedono gli esperti statistici della Commissione europea che non ravvisano sostanziali elementi di squilibrio nei fondamentali, sia pure con le incertezze associate alla componente climatica.

Lo *stock-to-use ratio*, il rapporto tra scorte e consumi, che fornisce un indicatore sintetico del grado di copertura dei fabbisogni con le sole giacenze, si manterrà su livelli “rassicuranti” sia per i frumenti milling (quelli cioè destinati alla produzione di farine e semole per pasta e prodotti da forno) sia per i cereali foraggeri, destinati invece alla mangimistica, sui quali avrà un impatto significativo l’evoluzione dei raccolti mondiali di granoturco.

La proiezione al 2030, che abbraccia un arco temporale di poco più di dieci anni, delinea uno scenario di crescita sia per la produzione che per i consumi mondiali. Limitatamente ai frumenti, tra grani teneri e duri, Bruxelles, nell’*Agriculture Outlook*, pubblicato a dicembre, fissa l’asticella della produzione a fine periodo di previsione poco sopra i 169 milioni di tonnellate, pronosticando al 2030 una crescita rispetto al dato attuale attorno al 12%. Dai prospetti emerge tuttavia una netta divaricazione nelle dinamiche tra frumento tenero e duro, con progressi per il primo (la produzione passerebbe da 141,5 a 160,7 milioni di tonnellate), ma con un calo piuttosto accentuato per il grano duro che, a fine periodo di previsione, scenderebbe nell’Ue a quota 8,4 milioni di tonnellate, contro i 9 milioni abbondanti valutati attualmente.

L’andamento a doppia velocità tra le due tipologie di frumento, qualora lo scenario produttivo tratteggiato da Bruxelles dovesse materializzarsi, prefigura un percorso a doppia velocità anche sul versante dei prezzi, considerando tra l’altro che i livelli di consumo preconizzati al 2030 superano per il grano duro (con 9 milioni di tonnellate) l’effettiva capacità produttiva dei partner europei.

Da rilevare che, sempre in relazione al frumento duro, le importazioni Ue dai Paesi terzi tenderanno a rafforzarsi, spingendosi a 2,2 milioni di tonnellate, contro il milione e mezzo certificato dal preconsuntivo del 2017.





# Jelex Seafood A/S

– Il tuo fornitore di prodotti derivati dal salmone

- Ritagli di salmone 95/5% & 70/30%
- Granelli di salmone affumicato
- Polpa di salmone crudo e affumicato
- Cubetti di salmone crudo e affumicato
- Polpa di salmone crudo raschiata con cucchiaino



## Prova i nostri nuovi granelli di salmone affumicato

- Colore rosso intenso
- Sapore intenso
- Basso contenuto di grassi
- Senza pelle e senza lisce



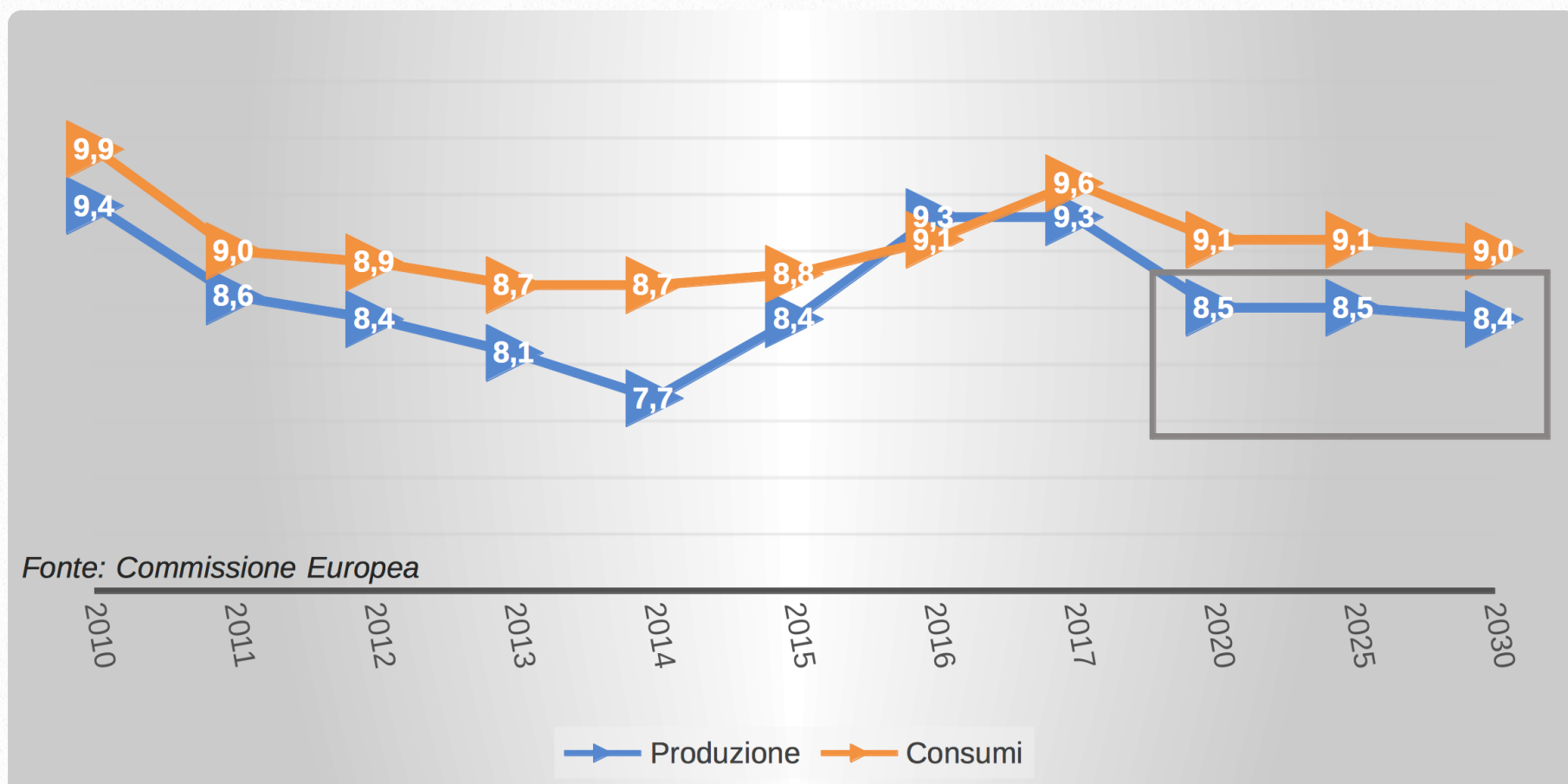
Jelex Seafood A/S  
Brendelsig 9  
DK 9370 Hals  
+45 98258500  
info@jelex.dk  
[www.jelex.dk](http://www.jelex.dk)

  
**Jelex**  
Seafood a/s 

Ordini personalizzati · Prodotti di alta qualità · Consegne puntuali



Grafico 1 FRUMENTO DURO: PREVISIONI SU PRODUZIONE E CONSUMI NELL'UE AL 2030



La previsione, spiegano ancora gli analisti, incorpora la perdita, entro la fine del prossimo decennio, di circa 400mila ettari coltivati a grano duro, con le superfici Ue che da 2,7 milioni di ettari scenderebbero a 2,3 milioni. Quanto alle rese, non si prevedono sostanziali miglioramenti in Europa dove i margini di crescita sono largamente inferiori a quelli di altre aree del globo.

Tornando ai prezzi, la proiezione di medio termine, che come accennato traccia un quadro di sostanziale moderazione delle dinamiche inflazionistiche sulle commodity cerealicole, si inserisce in uno scenario di più accentuata competizione globale. A calmierare i listini saranno soprattutto i grani del Mar Nero, con la Russia che sia in Nord Africa che in altri sbocchi commercia-

li, ritenuti strategici, sta sottraendo quote ai tradizionali competitor (la Francia è il paese che sembra accusare più di altri il pressing di Mosca), godendo tra l'altro di un vantaggio competitivo associato agli assetti valutari, sfavorevoli (anche in prospettiva) alla moneta unica europea.





# MACCHINE ED IMPIANTI PER PASTA



ITALGI S.R.L. VIA PONTEVECCHIO 96A - 16042 CARASCO (GE) - ITALY  
TEL. (+39) 0185.350206 (+39) 0185.351525 - E-MAIL: ITALGI@ITALGI.IT - WEB: WWW.ITALGI.IT



# 11



## Notizie in breve

a cura della  
**Redazione**





## **Barilla, 200mila tonnellate di grano italiano**

Oltre 200mila tonnellate di grano duro italiano in due anni. Questo l'accordo di acquisto fra Barilla e gli agricoltori di Marche, Umbria, Toscana e Lazio. L'operazione coinvolge 3mila aziende agricole del Centro Italia e 20mila ettari di terreno. Circa 80mila tonnellate (40% dei volumi acquistati) riguarderanno le varietà top quality aureo e svevo con un valore proteico maggiore del 13,5%. La crescita a livello qualitativo rispetto al 2016 sarà del +1% di proteine. Il grano aureo, coltivato senza irrigazione, sostituisce il grano di importazione dall'Arizona, con un risparmio di 20 milioni di m<sup>3</sup> di acqua e una riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> pari a 3500 tonnellate.

## **Di Martino vince il premio “Enogastronomia e Moda”**

Un premio per aver contribuito a promuovere il made in Italy nel mondo. Giuseppe Di Martino, amministratore omonimo del pastificio di Gragnano, ha ricevuto il premio “Enogastronomia e moda” nell'ambito dell'Italian Talent Award – Ita, promosso da Italia Talent Association in collaborazione con GoodinItaly Web Tv e giunto alla sua terza edizione. La motivazione: “Ha dato un profilo ampio e internazionale all'azienda di famiglia, una delle più antiche di Gra-

gnano con più di cento anni di esperienza, ma soprattutto ha saputo coniugare tradizione, innovazione e moda attraverso la collaborazione con gli stilisti Dolce&Gabbana, che hanno vestito una special edition della pasta Di Martino”. La pasta firmata D&G è stata venduta online, nell'aeroporto di Napoli e nei magazzini londinesi Harrods.

## **De Cecco, sbarco in borsa sempre più vicino**

Dopo il via libera allo sbarco in borsa avvenuto nell'aprile 2016, per il pastificio De Cecco si avvicina la quotazione a Piazza Affari. In vista dell'Ipo sarà studiata una riorganizzazione del gruppo con l'ingresso di manager esterni e di un nuovo amministratore delegato. Il manager esterno opererebbe in aggiunta ai tre top manager della famiglia: Filippo Antonio De Cecco, presidente, e i due ad Saturnino e Giuseppe Aristide De Cecco. I proventi dell'Ipo potrebbero servire al gruppo per espandersi negli Stati Uniti. L'ingresso in Borsa era già stato ipotizzato nel 2008 ma poi ripensato per via della crisi.

De Cecco nel 2016 ha registrato un aumento dei ricavi del 5,7% a 448 milioni. Le banche individuate sarebbero Credit Suisse e Unicredit.



## **La Molisana, fatturato cresciuto sei volte**

Un fatturato cresciuto sei volte in sei anni. Da quando il pastificio La Molisana di Campobasso è stato acquisito dall'attuale proprietà, la famiglia Ferro, il trend di crescita ha portato l'azienda a chiudere l'anno con un fatturato di quasi 140 milioni di euro. Il 35% di tale somma proviene dalle vendite all'estero in ottanta diversi Paesi. L'obiettivo per i prossimi tre anni, ha spiegato l'ad Giuseppe Ferro all'agenzia Ansa, è raggiungere i 200 milioni di euro crescendo soprattutto sui mercati internazionali. Il pastificio ha recentemente messo a punto una nuova ricetta che ha aumentato il valore proteico al 14,5% e ha scommesso su un nuovo packaging. Per il futuro, l'idea è di puntare sulla pasta integrale e in particolare su una ricetta che contiene il 7,5% di fibra.

## **Granoro firma l'accordo di filiera**

L'obiettivo è quello di far parlare agricoltori e industriali per trarne reciproci benefici. L'accordo di filiera siglato da Granoro e dall'organizzazione di produttori OP che fa capo a Confagricoltura, mira all'unità di intenti nel segno del dialogo. L'accordo, presentato alla Camera dei Deputati, mette in relazione 150 produttori riuniti in una cooperativa foggiana e l'azienda del cuore della Pu-

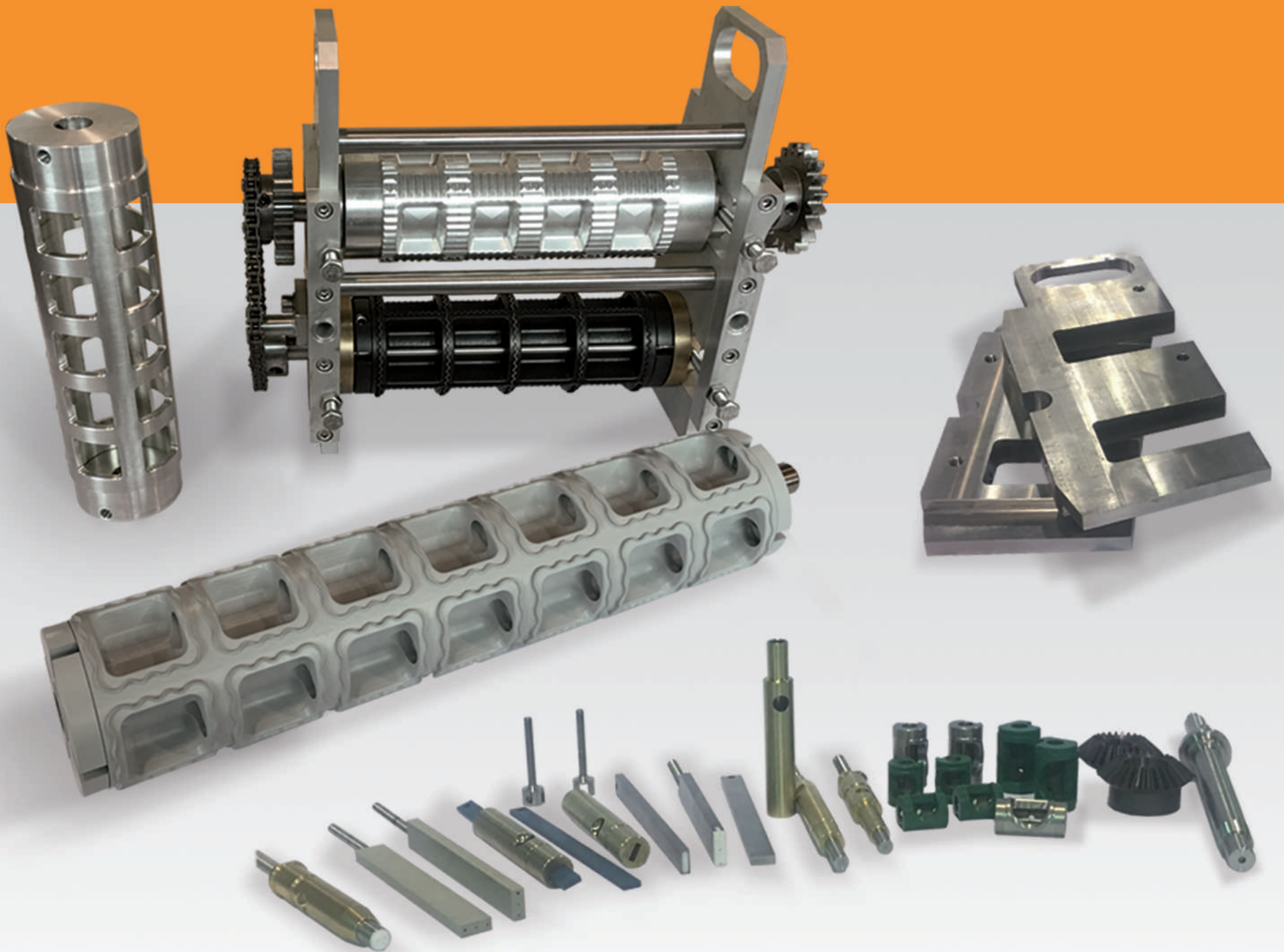
gilia, Corato, tra le più importanti realtà nella produzione di pasta di semola di grano duro. Nelle aree coltivabili saranno messe a coltivazione granelle liberamente scelte dai cerealicoltori in base alle loro esigenze, con un obiettivo di qualità rispondente alle esigenze del pastificio. I parametri sono di natura tecnologica, merceologica, qualitativa (proteine, glutine e colore) e contaminanti. Le condizioni commerciali vanno invece a stabilire le quantità, il ritiro e il periodo (da giugno 2018 a maggio 2019). Il pagamento prevede un acconto di 200 euro per ettaro da parte di Granoro con saldo alla consegna, un prezzo minimo garantito e premi per la coltivazione biologica e la maggiorazione proteica. L'intesa punta a diventare un modello di integrazione e sviluppo economico e sociale del territorio che può essere replicato in altri comparti.

## **Rummo, percorso di wellness per i lavoratori**

Un percorso per prevenire e curare le patologie più comuni dei lavoratori, puntando sul benessere dei dipendenti. È l'ultima iniziativa del pastificio Rummo di Benevento, che prevede un corso di un'intera giornata dedicato alla prevenzione del malessere fisico e psicologico. Il progetto coinvolge 130 dipendenti del pastificio. Il corso è organizzato da Inail e tenuto dai docenti-for-



# Ricambi e stampi per macchine produzione pasta



## PENTA ENGINEERING

Machines and Plants for fresh pasta -  
Dry Pasta - Cooked pasta - Ready meals

Via Mantova 4/6, 20020 - Lainate (MI) - T. +39 02 9370494  
info@pentapastamachine.com - www.pentapastamachine.com



matori delle Direzioni Centrali Prevenzione, Assistenza Protesica a Riabilitazione e Sovrintendenza Sanitaria Centrale del Centro Protesi Inail di Vigorso di Budrio (Bologna). Verranno approfonditi i trattamenti in caso di lombalgia, lombosciatalgia, lombocruralgia, cervicalgia e cervicobrachialgia secondo la metodica della Back, Neck and Bone School.

## **La Molisana, controlli medici in azienda**

Il progetto si chiama “*Cura et labora*” e prevede una serie di controlli e screening per tutti i dipendenti. È l’iniziativa del pastificio La Molisana di Campobasso che si propone di promuovere la salute dei suoi dipendenti sul posto di lavoro. Grazie alla collaborazione con la Fondazione Giovanni Paolo II, sono previsti screening oncologici e di rischio vascolare direttamente in azienda. Alle visite si aggiungono giornate informative sulla sana alimentazione e il corretto stile di vita e la realizzazione di una bacheca della salute. Ad aderire al progetto sono 80 dipendenti. “Promuovere il benessere del lavoratore aiuta a migliorare la sua produttività e allo stesso tempo l’azienda diventa anche il luogo in cui si prende cura di se stessi”, ha detto la responsabile marketing dell’azienda Rossella Ferro.

## **Barilla, l’osteopatia entra in azienda**

Tre osteopati in azienda. Per trattare 450 dipendenti e valutare gli effetti dell’osteopatia sui lavoratori. Questo il progetto già in essere in Barilla attraverso CIO, Collegio italiano osteopatia di Parma. Obiettivo dell’iniziativa è utilizzare il trattamento osteopatico per la riduzione dell’assenteismo per malattia, oltre che per il miglioramento della resistenza fisica allo stress lavorativo. Altro intento è diminuire il numero delle richieste medico-specialistiche e ridurre l’assunzione di farmaci da parte dei dipendenti, posto che tipico dell’osteopatia è l’approccio preventivo e non curativo. I trattamenti e la raccolta dati, iniziati a fine novembre, continueranno fino ad aprile 2018.

## **Filotea, pasta al goji italiano bio**

Filotea, pastificio marchigiano conosciuto per l’alta qualità della pasta confezionata artigianalmente in confezioni di design, inaugura la sua pasta all’uovo al goji italiano bio. Il nuovo prodotto è stato sperimentato nello stabilimento di Ancona integrando nell’impasto la purea di goji e ottenendo un prodotto dal colore e gusto intensi, con livelli di Orac – il riferimento per la misura dell’azione antiossidante di alimenti – superiori a 5mila per 100 grammi di pasta.



La pasta speciale è stata presentata a dicembre nel “The Pasta Experience Store” a Torino. “Nello store – ha detto Pietro Giugliarelli, titolare di Filotea – abbiamo inteso intraprendere e offrire un nuovo approccio alla pasta, intesa come esperienza a tutto tondo per i consumatori e per gli appassionati, ma anche per i professionisti del settore”.

## **Pastificio Giglio, convenzione con il carcere**

È stata firmata la convenzione fra il pastificio Giglio e dieci detenuti del carcere Ucciardone di Palermo. All'interno della struttura sarà operativo un piccolo pastificio dedicato alla produzione di pasta secca a lenta essiccazione. La piccola impresa autonoma produrrà circa 100 kg/ora di pasta secca in diversi formati e di diverso tipo: con semola integrale, con semola di grano duro siciliano o con semola ottenuta dalla molitura a pietra di varietà autoctone di grano. All'impresa è stato dato il nome di Giglio Lab, con quel “lab” che sta per laboratorio di sperimentazione sociale, culturale ed educativa, oltre che tecnica ed alimentare. Alla pasta verrà apposto il marchio del carcere “Ucciardone” che sarà utilizzato anche per altri progetti.

## **Agnesi apre le porte agli studenti dell'ICIF**

Porte aperte agli studenti stranieri. Il pastificio Agnesi ha accolto nel proprio stabilimento di Fossano, in provincia di Cuneo, gli studenti dell'ICIF – Italian Culinary Institute for Foreigners, prima scuola di cucina italiana per stranieri fondata nel 1991.

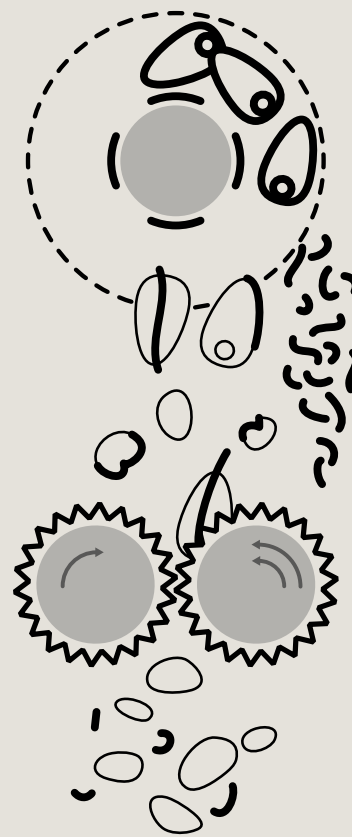
Obiettivo della partnership siglata dalle due realtà è diffondere la conoscenza e la cultura della pasta attraverso le attività promosse dalla scuola. Gli chef provengono da tutto il mondo: USA, Pakistan, Filippine, Grecia, Nigeria, Corea, Taiwan, Brasile. “La collaborazione con questa prestigiosa scuola di cucina – ha detto Luca Casamatti, direttore della Business Unit Primi Piatti del gruppo – rappresenta per noi un importante segnale di fiducia nella qualità dei nostri prodotti e delle materie prime che impieghiamo”.

## **Pasta in 3D: vince il fusillo rivisitato**

Ha vinto il fusillo rivisitato. Una sorta di elica ellittica ideata da un italiano, Andreas Anedda. È il risultato del concorso “Smart pasta”, il contest targato Barilla indirizzato ai designer di tutto il mondo. L'idea era quella di premiare nuovi formati di pasta dal design inedito da realizzare con la stampante per la pasta 3D presentata dal



Promozione della ricerca genetica di varietà adatte a **Semilavorati tailor-made** — per grano duro, grano tenero, cereali minori, pomodoro, peperoncino — fino all'organizzazione di lotti Identity Preserved.



Analisi ed interpretazione dei dati della ricerca pubblica e privata per elaborare **Proiezioni di impatto** delle eventuali innovazioni derivate sul business dei nostri clienti.

Sviluppo di **Progetti di ricerca finanziati** sia a livello nazionale che europeo in partnership con i nostri clienti industriali.



Applicazioni innovative per i **Processi di prima trasformazione** quali la decorticazione del grano duro, il sorting del grano per i principali parametri igienici e qualitativi e la classificazione ad aria.



## OPEN FIELDS, innovation broker

Operiamo nel settore agro-alimentare fornendo servizi di innovazione e trasferimento tecnologico. Proponiamo alle aziende progetti di Ricerca & Sviluppo, consulenze e incontri con altre aziende per lo sviluppo di business complementari. Lavoriamo sia nell'ambito di grandi gruppi industriali internazionali che in aziende di dimensioni medie e piccole orientate ad un mercato in evoluzione.



gruppo di Parma durante l'edizione 2016 della fiera CIBUS. Anedda ha vinto battendo 680 designer internazionali, soprattutto italiani ma anche americani (14,1%) e messicani (13,7%). A partecipare, moltissime università fra cui la New School of New York, la Purdue University, il Savannah College of Art and Design, UDEM e De La Salle – College of Saint Benilde.

## **Divella - Coldiretti - Consorzio: fissato il prezzo del grano duro**

Un percorso di qualità, che porti in tavola una pasta 100% made in Puglia. Questo l'obiettivo dell'accordo stipulato fra il pastificio Divella, la Coldiretti pugliese e il Consorzio Agrario del Centro Sud, che ha portato a fissare il prezzo minimo del grano duro a 28 euro al quintale. L'intesa, che prevede l'acquisto di una prima partita di 30mila tonnellate di grano duro fra Foggia e Bari, contempla anche premi per i grani con una qualità proteica superiore al 14,5% e un aumento del compenso in caso di incremento del prezzo di mercato. Solo nella provincia di Foggia, la superficie coltivata a frumento duro è di 240mila ettari con una produzione media di grano duro di 7milioni e 200mila quintali. L'accordo era partito in fase sperimentale nella scorsa campagna ce-

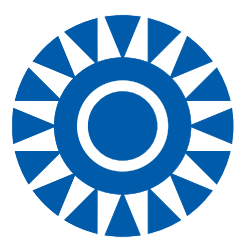
realicola, con un prezzo riconosciuto in media di 30 euro al quintale.

## **Pastificio Mosconi, ingresso nel mercato della pasta fresca**

Il pastificio Luciana Mosconi debutta nel mercato della pasta fresca. Questa la sfida dell'azienda leader della pasta secca all'uovo nella fascia premium, che ad Ancona ha aperto un secondo stabilimento dedicato alla produzione di pasta fresca con uova e semola di grano duro 100% italiane.

I ripieni sono preparati con carni scelte da allevamenti italiani, prosciutto crudo di Parma e marchigiano, mortadella di prima qualità, Parmigiano Reggiano 22/24 mesi, ricotta dell'Altopiano di Colfiorito e spinaci freschi, con esclusione di pangrattato, aromi artificiali e glutammato. Nel nuovo stabilimento è anche presente un negozio dove si possono acquistare i prodotti dell'azienda.





# APPAFRE

Associazione produttori pasta fresca  
della piccola e media impresa



## INSIEME PER ESSERE PIÙ FORTI!

**A.P.PA.FRE.** associa imprenditori della piccola e media impresa, produttori di pasta fresca e gnocchi, per meglio tutelare una categoria di produttori, troppo spesso dimenticati. I nostri associati, sono riconosciuti dalle istituzioni e dal mercato, come categoria di pastai che rappresentano la vera tipicità e la migliore tradizione culinaria italiana. Fiore all'occhiello del made in Italy, riconosciuta e apprezzata anche all'estero.

**A.P.PA.FRE.** si caratterizza per la capacità di offrire gratuitamente ai propri associati, qualsiasi consulenza di carattere tecnico e normativo, oltre alla divulgazione di informazioni su iniziative legislative.

Per info e/o contatti:  
Virna Soncin (segretario) - Cell. 348.6593130

### SOCI SOSTENITORI / FORNITORI

**Ecochimica S.r.l.** Casalzuigno (VA)  
**PRC Impianti S.r.l.** Borgo Ticino (NO)  
**Molino Grassi S.p.A.** Fraore (PR)  
**IPAM S.r.l.** Zibello (PR)  
**G&Partners S.A.** Taverne (CH)

**Italgi S.r.l.** Carasco (GE)  
**Milani Foods S.r.l.** Verona (VR)  
**Parmovo S.r.l.** Colorno (PR)  
**Pastaria – Kinski Editori** Parma (PR)  
**ePublic S.r.l.** Novara (NO)



A.P.Pa.Fre. Sede operativa c/o CNA PIEMONTE NORD  
Viale Dante Alighieri 37 - 28100 Novara (NO)  
Tel. 0321.399564/5 - Fax 0321.398488  
info@appafre.it - www.appafre.it

*Piemonte Nord*



# 12



## **Gluten Free Expo & Lactose Free Expo**

Comunicato stampa

# **2017: chiude con successo l'incontro internazionale specializzato nei settori senza glutine e senza lattosio**





Esito positivo per la sesta edizione di Gluten Free Expo e per l'esordio di Lactose Free Expo, entrambe concluse il 22 novembre alla Fiera di Rimini sotto l'egida di Italian Exhibition Group.

Le due manifestazioni, organizzate da Exmedia – società del gruppo IEG –dedicate rispettivamente al comparto dei prodotti senza glutine e a quello dei prodotti senza lattosio, si confermano il punto d'incontro unico e privilegiato non solo per il mercato italiano, ma anche e soprattutto per quello internazionale.

Per il presidente di IEG, Lorenzo Cagnoni, "Qualità e innovazione, affiancate alle dimensioni, sono la migliore testimonianza del valore di questi due prodotti. Sono manifestazioni che hanno davanti a loro una misurabile prospettiva di crescita e di sviluppo, grazie all'interesse, ancora una volta, testimoniato dal pubblico e dagli operatori".

In questa edizione la manifestazione ha registrato una crescita pari al 15% nell'area espositiva. Sono stati 243 i brands presenti, alcuni dei quali appartenenti a grandi multinazionali, che hanno scelto di partecipare all'edizione 2017 di Gluten Free Expo e Lactose Free Expo. Da sottolineare una importante presenza estera di aziende provenienti da Francia, Regno Unito, Spagna, Germania, Repubblica Ceca, Danimarca, Olanda, Belgio, Norvegia, Romania, Groenlandia, Perù, Pakistan, Malesia e Corea (quest'ultima presente anche con un'ampia collettiva de The Korea Rice Foodstuffs Association).

Il programma di incoming per i buyers esteri è stato potenziato anche grazie al







supporto di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane per la prima volta partner delle manifestazioni.

Sono stati 480 i business meeting organizzati con buyers invitati dal programma incoming provenienti da Francia, Spagna, Germania, Regno Unito, Austria, Danimarca, Polonia, Finlandia, Slovenia, Ucraina, Emirati Arabi e Russia. Da questo paese, per la prima volta, è intervenuta una delegazione di aziende del settore bakery accompagnate dal Presidente dell'associazione The Russian Guild of Bakery and Confectioners. Sono già stati pianificati progetti e iniziative per lo sviluppo delle prossime edizioni.

Gli oltre 150 eventi – presentazioni di dati di

mercato, corsi di formazione, laboratori, show cooking – organizzati nelle sale conferenza e nelle aree comuni Master Lab e Pizza Lab e negli stand degli espositori hanno coinvolto attivamente gli operatori in tutte le quattro giornate.

Infine, conclude Juri Piceni, amministratore delegato di Exmedia, “ci confermiamo manifestazioni di riferimento a livello internazionale del mercato senza glutine e senza lattosio, due comparti giovani, molto dinamici, con numerose potenzialità di sviluppo e che stanno catalizzando l'interesse di un pubblico sempre più professionale e internazionale”.

Appuntamento con la prossima edizione di Gluten Free Expo e Lactose Free Expo dal 17 al 20 novembre 2018 alla Fiera di Rimini.





COME IN UN PERCORSO MUSEALE, MOLINO PASINI VI CONDUCE  
ALLA SCOPERTA DELLE NUOVE CONFEZIONI DELLE LINEE PIZZERIA,  
PASTA FRESCA, PASTICCERIA E PRIMITIVA

[MOLINOPASINI.COM](http://MOLINOPASINI.COM)