



# RASSEGNA STAMPA

Gennaio – Marzo 2024

# INDICE

## FINI MODENA

20/03/2024 Grocery & Consumi <b>Speciale pasta</b>	4
19/03/2024 QN - Il Resto del Carlino - Emilia Romagna Marche <b>Gruppo alimentare in continua crescita</b>	11
01/02/2024 Mark Up <b>Comunicazione qualità e dialogo con il consumatore: il filo rosso del pomodoro</b>	12
16/01/2024 Gazzetta di Modena - Modena <b>Il Gruppo Fini investe su Ravarino Lanciata una linea di quattro conserve</b>	16
19/03/2024 QN - Il Resto del Carlino - Emilia Romagna Marche <b>I sapori di Modena nel mondo «Fini punta sulla tradizione»</b>	17
04/03/2024 Food <b>Quattro abbinamenti ricercati rendono più gustosa l'offerta</b>	18
02/02/2024 Food <b>Il Ragù speck e funghi arricchisce l'offerta</b>	19

# FINI MODENA

7 articoli

# GUIDA BUYER

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



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

— A cura di Margherita Luisetto

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

### I segmenti

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

### Mercato - Ranking dei Produttori a valore

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

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

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

PL: **24,2 %**

Pressione promo PL: **18,4%**

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

### Le aree e i canali

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

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

### MERCATO - Dimensioni e trend del Mercato

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

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

Fonte: CIRCANA

### MERCATO - Allocazione nei Canali e nelle Aree

AT DIC 23

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

Fonte: CIRCANA

**PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO**  
www.granoro.it

**Spaghetti quadrati Granoro Dedicato**  
Pasta di semola di grano duro 100% Puglia.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro 100% Puglia.

**Formato e Confezionamento**  
500 g.

**Shelf life**  
36 mesi dalla data di confezionamento.



**BUONA COMPAGNIA GOURMET**  
www.bcgourmet.it

**Gnocchi di patate**  
Gli autentici gnocchi di patate fresche, buoni e genuini come gli gnocchi fatti in casa. Realizzati con solo quattro ingredienti. Senza fiocchi di patate e conservanti.

**Ingredienti**  
Patate fresche, farina, uova, sale.

**Formato e Confezionamento**  
500 g - film stampato doypack.

**Shelf life**  
50 gg.



**ARTUSI PASTIFICIO ITALIANO**  
www.pastificioartusi.com

**The Alternative food**  
Pasta fresca ripiena vegetale - Plant based.

**Ingredienti**  
100% di filiera italiana; 100% vegetali.

**Formato e Confezionamento**  
Vaschette da 300 gr in atm.

**Shelf life**  
50 gg.



**VERSILFUNGO**  
versilfood.com

**Kit I love pasta**  
Tagliatelle all'uovo e salsa di pomodoro con funghi porcini. Tutto il gusto della semplicità e tutto il sapore dei funghi più pregiati in un kit perfetto per portare in tavola un piatto della tradizione grazie alle tagliatelle e alla salsa di pomodoro con i funghi porcini.

**Ingredienti**  
Pasta all'uovo: semola di grano duro italiano, uova (23%). Può contenere soia e senape.

Salsa a base di pomodoro con funghi porcini: polpa di pomodoro (origine del pomodoro: Italia), funghi porcini (*Boletus edulis* e relativo gruppo) 28%, cipolla, olio extra vergine di oliva, vino bianco, sale, prezzemolo, aglio essiccato, pepe, zucchero, aroma. Salsa di pomodoro utilizzata 70 g per 100 g di prodotto finito. Contiene solfiti. Può contenere: sedano.

**Formato e Confezionamento**  
Confezione Kit. Confezione Pasta 250 gr. Salsa di pomodoro con funghi porcini vasetto 120 gr.



**IL PASTAIO**  
www.pataio.it

**Pataorto**  
Una gamma di gnocchi che contiene il 40% di verdure, composta da tre referenze - 'solo patate e spinaci', 'solo patate e radicchio', 'solo patate e zucca'. Grazie a questi prodotti, il consumatore può soddisfare il desiderio di mangiare sano senza sacrificare il gusto: una porzione di gnocchi, infatti, contiene una delle cinque porzioni giornaliere di verdura (secondo le quantità indicate dall'Istituto Superiore di Sanità), e l'intera linea è senza glutine, latte, uova e conservanti.

**Ingredienti**  
Purea di patate, purea di spinaci o radicchio o zucca, fecola di patate, spolvero di farina di riso.

**Formato e Confezionamento**  
400 gr - vaschetta in patica + astuccio in carta premium.

**Shelf life**  
60 gg.



**DE MATTEIS AGROALIMENTARE**  
www.pastarmando.it

**La Penna Liscia di Armando**  
La penna più liscia fra le penne proposte da Pasta Armando, sviluppata in collaborazione con Chef Alessandro Borghese. Trafilata al bronzo, la sua superficie è liscia ma rugosa, ideale per trattenere i sughi. Prodotta con grano 100% italiano della Filiera Armando e certificata 'Metodo zero residui di pesticidi e glifosato'.

**Ingredienti**  
Semola di grano duro.

**Formato e Confezionamento**  
Pack da 500 g in astuccio premium 100% riciclabile nella carta.

**Shelf life**  
36 mesi.



**MASTER**  
www.mammaemma.it

**Gnocchi di patate con carciofi**  
Realizzati con solo patate fresche e ingredienti naturali di alta qualità. Senza conservanti. Spadellabili in tre minuti. Vincitori del Quality Award 2024 - Premiati dai consumatori.

**Ingredienti**  
Patate fresche, carciofo, farina, uova, sale.

**Formato e Confezionamento**  
400g - sacchetto riciclabile dentro astuccio certificato Fsc.

**Shelf life**  
50 gg.



**EGIDIO MICHELIS**  
www.michelis.it

**Ravioli con arrosto e verdura**  
Pasta fresca ripiena preparata secondo tradizione: la sfoglia è preparata con uova fresche da galline allevate all'aperto e farina italiana. Al suo interno, un saporito ripieno preparato solo con carne bovina di razza Piemontese e verdure selezionate. I ripieni non prevedono l'uso di semilavorati, bensì sono preparati da zero ogni giorno nella cucina aziendale.

**Ingredienti**  
Ripieno 55%: arrosto di carne suina e bovina 32%, prosciutto cotto, soffritto di verdure, mortadella, ricotta, formaggio Grana Padano Dop, noce moscata, sale. Pasta 45%: semola di grano duro, farina di grano tenero tipo '00', uova fresche italiane da allevamento all'aperto 18%. Spolverato con farina di riso.

**Formato e Confezionamento**  
Vaschetta da 250 g, 500 g e 1000 g.

**Shelf life**  
21 gg.



**MOLINO SPADONI**  
www.molinospadoni.it

**Pasta a basso indice glicemico - Alimentazione Dedicata® Molino Spadoni**  
La pasta a basso indice glicemico con amido resistente è a base di farina di mais e riso semi-integrale. È un'ottima fonte di proteine, è ricca di fibre funzionali ed è senza glutine. L'amido resistente è un particolare tipo di amido indigeribile che contribuisce a rendere graduale e lenta la digestione dei carboidrati e limita l'assorbimento degli zuccheri.

**Ingredienti**  
Farina di mais giallo, amido resistente, proteine isolate della soia, farina di mais bianco, farina di riso semigrigio, fibra di bambù, inulina, emulsionante.

**Formato e Confezionamento**  
Pack da 400 gr.

**Shelf life**  
30 mesi.



## PASTIFICIO AVESANI

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

### Bigoli gr. 300

Bigoli in confezione da 300 grammi.

#### Ingredienti

Semola di grano duro, uova 20%. Può contenere tracce di soia e senape.

#### Formato e Confezionamento

Sacchetto 300 gr.

#### Shelf life

45 gg.



## BARILLA

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

### Spaghetti al bronzo Barilla

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

#### Ingredienti

Semola di grano duro, acqua.

#### Formato e Confezionamento

Formato da 400 gr.

#### Shelf life

960 gg.



## PASTIFICIO F.LLI CELLINO

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

### La Classica F.Lli Cellino

La nuova pasta F.Lli Cellino dal colore brillante e il gusto intenso è prodotta secondo il Metodo Alma®, dal latino Anima, che attraverso la doppia decorticazione a pietra diamantata raggiunge l'anima del chicco, la sua parte più pura. La pasta F.Lli Cellino è fatta con i migliori grani certificati al mondo, con l'aggiunta del grano duro sardo, di cui nel 2018 ha creato la prima filiera sarda 100% certificata (Uni Iso 22005): la Filiera Ercole Punto Zero.

#### Ingredienti

Semola di grano duro, acqua.

#### Formato e Confezionamento

Confezione da 500 gr in carta Fsc dotata di una fascia laterale a forma di righello che facilita il dosaggio della pasta.

#### Shelf life

36 mesi.



## DE ANGELIS FOOD

[www.deangelisfood.com](http://www.deangelisfood.com)

### Tortellino prosciutto crudo Gluten free

Una referenza classica, in versione gluten free che mantiene texture e sapore appaganti come la versione convenzionale. La sfoglia è trafilata al bronzo, ed è realizzata con solo uova da galline allevate a terra. Senza glutine e senza lattosio.

#### Ingredienti

Preparato per pasta [amido di mais, farina di mais 12,8%\*\*, fecola di patata, farina di riso 3,8%\*\*, farina di lenticchie, fibre vegetali (psyllium, agrumi), addensante: gomma di guar, gomma di xanthani], uova\* 14%, albume d'uovo\*, mortadella (carne di suino, sale, destrosio, aromi), acqua, prosciutto crudo 6% (carne di suino, sale), carne di suino cotta (carne di suino, sale, destrosio, saccarosio, fruttosio, aromi, spezie), patate disidratate, olio di girasole, Grana Padano Dop\*\*\* (latte, sale, caglio, conservante: lisozima da uovo), olio d'oliva, fibra vegetale (bambù), aromi, sale. \*Uova da allevamento a terra. \*\*Percentuali espresse sul prodotto finito. \*\*\*Naturalmente privo di lattosio. Può contenere tracce di: soia.

#### Formato e Confezionamento

Vaschetta 250 g.

#### Shelf life

65 gg.



## RUMMO

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

### Spaghetti Grossi n° 5

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

#### Ingredienti

Semola di grano duro.

#### Formato e Confezionamento

Pack in carta riciclabile da 500 gr.

#### Shelf life

36 mesi.



## ANTICO PASTIFICIO MORELLI 1860

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

### Pici

Formato di pasta toscana, realizzato con cura e passione secondo la tradizione locale. Questa pasta è trafilata al bronzo ed essiccata a bassa temperatura per preservare le caratteristiche organolettiche. La particolarità di questa pasta è la sua versatilità: ideale per la precottura, mantiene la sua consistenza anche dopo essere stata condita e mantenuta in temperatura per diverse ore. Il filo sottile di 2,5 mm, secco e relativamente corto, la rende particolarmente adatta anche per l'uso in banchettistica.

#### Ingredienti

Semola di grano duro italiano, acqua.

#### Formato e Confezionamento

500 g, packaging in PP Coex 40u ed etichetta in carta riciclabile.

#### Shelf life

36 mesi.



Speciale pasta

GUIDA BUYER

SCOIATTOLO

www.scoiattolopastafresca.it

Ravioli Zucca e Pancetta Rosolata

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

Ingredienti

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

Formato e Confezionamento

Vaschetta da 200 gr in plastica riciclata al 70%.

Shelf life

70 gg.



STRAMPELLI

www.pastificiostrampelli.it

Fusilloni

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

Ingredienti

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

Caratteristiche

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

Formato e Confezionamento

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

Shelf life

36 mesi.



AZ. AGR. FERRARIS LUIGI - CASCINA ALBERONA

www.cascinaalberona.com

Penne di riso 100% - Gluten Free

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

Ingredienti

Farina di riso, acqua.

Caratteristiche

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

Formato e Confezionamento

Pacchi da g 500.

Shelf life

Scadenza 36 mesi.



FRATELLI DE CECCO DI FILIPPO FARA S. MARTINO

www.dececco.com

Sedani Rigati Integrali

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

Ingredienti

Semola integrale di grano duro di qualità superiore.

Formato e Confezionamento

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

Shelf life

36 mesi.



FOCUS ON

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

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

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

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

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

Fibra R15 e Itali Sm 1035

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

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

Soluzioni personalizzate

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



**VALDIGRANO DI FLAVIO PAGANI**

www.valdigrano.com

**Valdigrano Qualità Superiore**

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

**Certificazioni**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

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

**Shelf life**

36 mesi dalla data di produzione.



**FUMAIOLO**

www.fumaiolo.com

**Pasta fresca surgelata**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

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

**Shelf life**

12 mesi.



**FIBERPASTA**

www.fiberpasta.it

**FiberPasta - spaghetti a basso indice glicemico**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

500 g, confezione in carta.

**Shelf life**

3 anni.



**GRUPPO FINI**

www.nonsolobuono.it/fini

**Tortellini Emiliani - Linea Antica Bottega Fini**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

Vaschetta da 250 gr, due porzioni.

**Shelf life**

66 gg dalla produzione.



**PASTIFICIO DI CHIAVENNA**

www.moropasta.it

**Legumè**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

Confezione da 300 gr.

**Shelf life**

18 mesi.



**LA CAMPOFILONE**

www.lacampofilone.it

**Maccheroncini di Campofilone Igp**

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

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

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

**Shelf life**

30 mesi.



**ANTICO PASTIFICIO ZAFFIRI**

www.pastazaffiri.it

**Ziti Mastri Pastai Bettini**

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

**Ingredienti**

Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**

500 g.

**Shelf life**

36 mesi.



**LA FABBRICA DELLA PASTA DI GRAGNANO**

www.lafabbricadellapasta.it

**Pasta a forma di esagono Igp**

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

**Ingredienti**

Semola di grano duro di estrazione, acqua di Gragnano.

**Caratteristiche**

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

**Formato e Confezionamento**

Confezione da 500 gr in pack trasparente.

**Shelf life**

Tre anni.





**LA MOLISANA**  
www.lamolisana.it

**Rigacuore La Molisana**

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

500 g. Confezione riciclabile nella carta al 100%.



**PASTIFICIO GRAZIANO**  
www.pastificiograziano.it

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

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

**Ingredienti**

Semola di grano duro, acqua.

**Formato e Confezionamento**

Busta da 500 gr.

**Shelf life**

24 mesi.



**MOLINO E PASTIFICIO MARTIMUCCI**  
www.martimucci.it

**Orecchiette Martimucci**

Linea Classica, Linea Senatore Cappelli, Linea Integrale

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

**Ingredienti**

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

**Formato e Confezionamento**

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

**Shelf life**

90 gg.



**CALLIPO CONSERVE ALIMENTARI**  
www.callipo.com - shop.callipo.com

**Spaghettoni Senatore Cappelli**

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

**Ingredienti**

Semola di grano duro Senatore Cappelli, acqua.

**Formato e Confezionamento**

500 gr.

**Shelf life**

36 mesi.



Speciale pasta

GUIDA BUYER

LUCIANA MOSCONI

www.lucianamosconi.com

Luciana Mosconi - La Pasta Fresca - Cappelletti alla carne

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

Formato e Confezionamento

250 g.  
Shelf life  
55/60 gg.



PASTA CUNIOLA

www.pastadicanna.it

Pasta di Canossa di semola o di semolato

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

Ingredienti

Pasta di semola: semola di grano duro, acqua.

Pasta di semolato: semolato di grano duro, acqua.

Formato e Confezionamento

Astuccio di cartoncino con finestra  
Shelf life  
36 mesi.



MARCOZZI

www.marcozzibrand.it

Fettuccine di Campofilone

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

- Alta percentuale di uova: contiene il 35,3% di uova, fornendo un importante apporto nutrizionale soprattutto in proteine.

- Lento e graduale processo di essiccazione: per mantenere inalterate le proprietà e valori nutrizionali e per una pasta più digeribile.

- Alta resa: con una confezione da 250 g si possono fare quattro porzioni.

- Impasto: la pasta extra sottile, dura ed elastica, rimane porosa dando alla pasta il suo aspetto ruvido.

Ingredienti

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

Formato e Confezionamento

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

Shelf life

28 mesi



PASTA FRESCA ROSSI

www.pastafrescarossi.it

Tortellini di Modena

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

Ingredienti

Pasta: farina di grano tenero 37%, uova 15%, semola di grano duro.

Ripieno: Parmigiano Reggiano Dop 12%, Mortadella Bologna Igp 9%, prosciutto crudo, carne bovina, carne suina, sale, noce moscata.

Formato e Confezionamento

Vaschetta da 250 gr - 1000 gr.

Shelf Life

60 gg.



MAZZA ALIMENTARI

www.mazzalimentari.com

Mazza Chef - Professional Pasta

Pasta di semola di grano duro

Ingredienti

Semola di grano duro, acqua.

Formato e Confezionamento

500 g - 12 pz per cartone.

Shelf life

Due anni.



RUSTICHELLA D'ABRUZZO

www.rustichella.it

Le Virtù Marzuolo

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

Ingredienti

Semolato di grano duro, acqua.

Formato e Confezionamento

Polipropilene e box in cartone

Shelf life

Tre anni.



LA PASTA DI CAMPOFILONE MARILUNGO

www.pastamariungo.it

Maccheroncini di Campofilone Igp

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

Ingredienti

Semola di grano duro e uova 37%.

Formato e Confezionamento

Maccheroncini Igp 250 g.

Shelf life

25 mesi



NOUVELLE TERRE - BUONONATURALE

www.buononaturale.it

Lumaconi

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

Ingredienti

Semola di grano duro, acqua.

Formato e Confezionamento

500 gr.

Shelf life

24 mesi dalla data di produzione.



RISO SCOTTI

www.risoscotti.it

Pasta Venere

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

Ingredienti

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

Formato e Confezionamento

Quattro formati disponibili: spaghetti, penne, fusili e rigatoni. In confezione da 400 gr.

Shelf life

24 mesi.



**FATTURATO DI 57 MILIONI**

**Gruppo alimentare  
in continua crescita**

La storia di 'Fini' ha inizio nel 1912 in una piccola bottega nel cuore di Modena, aperta da Telesforo Fini in Corso Canalchiaro, a due passi dal Duomo. Il Gruppo Fini comprende 'Fini', il marchio di pasta fresca ripiena, e 'Le Conserve della Nonna'. Nel 2023 il fatturato globale è stato in crescita rispetto al 2022 (57,23 milioni di euro). La quota di export è del 21% per 'Le Conserve della Nonna' e 10% 'Fini'; i principali mercati esteri sono Nord Europa, Svizzera, Regno Unito, Spagna, Canada, Australia, Giappone. Ogni anno sono lavorati oltre 170.000 quintali di pomodoro e prodotti oltre 32 milioni vasetti/bottiglie, e oltre 19 milioni, pari a circa 5.500 tonnellate, di confezioni di tortellini e ravioli.



**MARKUP 326**  
QUADERNI

Narrare storie di materie prime, di provenienza, di filiera, di imprenditori specializzati. Ora anche l'impatto ambientale diventa soggetto da trattare come marca

**Mimma Scigliano**

# Comunicazione qualità e dialogo con il consumatore: il filo rosso del pomodoro

**I**l filo rosso della comunicazione del pomodoro si chiama qualità. Le marche di conserve puntano sulla valorizzazione dei loro prodotti, raccontando ai loro consumatori, che sono più attenti, informati e consapevoli. Storie di materie prime, di

provenienza originale, di integrazione con la filiera. Davanti a un consumatore interessato ai diversi aspetti del prodotto, che vanno dalle caratteristiche organolettiche all'impatto ambientale del packaging, "Diventa centrale dal punto di vista della comunicazione -dice Simona Pelliccia, export e marketing manager di Valgri- la trasparenza sulla filiera di produzione del prodotto e uno storytelling che comunichi al meglio l'impegno in termini di genuinità e sostenibilità".



96 febbraio | 2024

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

**MARKUP 326**  
QUADERNI

In questo Valgri ha la fortuna -sostiene Pelliccia- di poter presentare prodotti 100% italiani e in alcuni casi anche certificati Dop. “Come il Pomodorino del Piennolo del Vesuvio Dop, che richiama sempre più interesse proprio per la certificazione di provenienza protetta e per le sue caratteristiche uniche, oppure la Passata di Pomodorino del Piennolo del Vesuvio Dop, nella quale l’assenza di conservanti artificiali e l’utilizzo dei migliori pomodorini al giusto grado di maturazione garantiscono un prodotto autentico e genuino.

La passata è adatta per preparare salse, sughi e piatti tradizionali, presentata in un formato che segue le esigenze del consumatore odierno, limitando gli sprechi e offrendo un’esperienza culinaria unica e appagante”.

**PREMIUMIZZAZIONE**

Per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto, il mercato delle passate di pomodoro, un tempo altamente commoditizzato, è andato incontro, negli ultimi vent’anni, a una progressiva premiumizzazione dell’offerta.

Non è importante, quindi, solo la qualità, ma “Anche tutti quegli attributi da cui la qualità stessa deriva”, sottolinea Luigi Famulari, chief marketing officer del gruppo Fini, il quale aggiunge che “per Le Conserve della Nonna la qualità è insita da sempre nell’origine e nella selezione della materia prima: solo pomodoro dell’Emilia Romagna con una texture densa e corposa, tipica delle passate fatte in casa”.

La massima trasparenza del brand, attraverso la totale tracciabilità dall’agricoltore



Non si evidenzia soltanto il valore del prodotto finito. La narrazione del pomodoro parte dalla materia prima, passa attraverso la filiera e arriva fino all’impatto ambientale; una storia pensata per un consumatore sempre attento

all’imbottigliamento, è un valore al centro delle strategie di comunicazione anche di Garofalo che mette sul piatto la nuova linea Potere al pomodoro. “La nostra comunicazione parte dal pack -illustra Emidio Mansi, global marketing director e direttore commerciale Italia del pastificio Lucio Garofalo-, studiato con grande cura e attenzione, dalla scelta del nome Potere al pomodoro alla grafica volta a trasmettere l’alta percezione qualitativa e non solo”.

Il pack racconta anche i valori di tracciabilità e sostenibilità attraverso il logo Friend of the heart, a testimonianza dell’impegno nell’adottare pratiche agricole ecosostenibili, nel salvaguardare la biodiversità e nel

promuovere la responsabilità sociale. La certificazione di Social Footprint AAA, che misura l’impatto sociale del prodotto, permette di fare acquisti consapevoli, “a garanzia dell’impegno del brand a migliorare le condizioni etico-sociali della filiera produttiva”.

La scelta è quella di raccontarsi al consumatore in maniera chiara, semplice e comprensibile, cercando di comunicare i prodotti con la massima trasparenza e immediatezza sia negli aspetti qualitativi e produttivi che in quelli valoriali e di know how.

**NON UNA MERA DESCRIZIONE**

La narrazione non è, però, una mera descrizione del prodotto di alta qualità, quanto soprattutto un’attenzione sui benefici che il consumatore può trarre dall’utilizzo di questi prodotti e sul loro uso nella vita di tutti i giorni.

Lo afferma Federico Cappi, direttore marketing retail di Conserve Italia. “La nostra strategia di comunicazione nel mondo pomodoro, dove siamo presenti soprattutto con i marchi Cirio e Valfrutta, sostiene la categoria cercando di aumentare la percezione di valore sul prodotto. Oggi la ca-

**MARKUP 326**  
QUADERNI

tegoria dei derivati del pomodoro è molto evoluta, il percorso degli ultimi anni è stato importante; non parliamo più di una banale commodity dove a fare la differenza è solo il prezzo.

Tale banalizzazione per certi versi si è molto ridimensionata, anche se alcuni fenomeni sono ancora presenti. Il consumatore ha acquisito maggiore sensibilità nell'acquisto del pomodoro, e questo, posso dire, grazie esclusivamente agli investimenti messi in campo dalle grandi marche. Senza i brand

di riferimento non sarebbe stato possibile fare questo salto di qualità".

**MARCA, FOCUS ED EMOZIONI**

Riducendo l'attenzione rivolta esclusivamente al prodotto e accentuando il focus sulla marca, si sono introdotti messaggi più emozionali, capaci di coinvolgere il consumatore nelle esperienze che vive in cucina o a tavola. "Noi di Conserve Italia - continua Cappi - con il marchio Cirio, nostro affiere nel mondo del pomodoro, da tempo

puntiamo a interpretare sempre più il vissuto degli italiani a tavola, per fare capire che Cirio è una marca che conosce gli italiani, che fa parte del loro dna e della loro storia, che sa come si comportano in cucina e che amano il buon cibo e piatti semplici e gustosi.

Anche la convivialità della tavola italiana, valorizzata nelle comunicazioni degli ultimi anni, è stata costantemente interpretata dalla marca".

**SOLUZIONI DIGITALI**

Le narrazioni comunicative dei brand delle conserve di pomodoro seguono strade integrate dal punto di vista dei canali, ma le aziende del pomodoro sembrano credere molto nel digital. "Al giorno d'oggi -precisa Simona Pelliccia- diversi sono gli strumenti di cui poter usufruire per comunicare con i propri target. Per le conserve di pomodoro di Valgri ci affidiamo sempre più a una comunicazione online che consente di raggiungere un vasto pubblico di consumatori. Questo tipo di comunicazione va quindi ad affiancarsi e a rafforzare anche la più tradizionale comunicazione offline sulla televisione, sulle affissioni e sulle riviste di settore".

"Crediamo fortemente nel mondo del digital -fa eco Emidio Mansi da parte di Garofalo-, perché da un lato consente di raccontarci ai consumatori e dall'altro di interagire quotidianamente con gli utenti". Un mezzo che può essere importante per un brand, che cerca di comunicare il proprio impegno quotidiano e la propria trasparenza con un linguaggio lineare e impattante. Anche Conserve Italia negli ultimi anni ha investito molto sul digital, "per incontrare -precisa Federico Cappi- quei target meno esposti alla televisione. Il digital è uno dei canali principali sui quali comunichiamo, insieme a tv e radio, quest'ultima offre una buona copertura del target. Privilegiamo, comunque, la video-strategy che valorizza l'eccellenza del pomodoro italiano, la storia di Cirio e la nostra filiera agricola tracciata e sostenibile".



Le Conserve della Nonna sono realizzate con una selezione di materia prima proveniente esclusivamente dall'Emilia Romagna



## MARKUP 326 QUADERNI

### REBRANDING

Il gruppo Fini, invece, sta lavorando per evolvere la propria strategia di comunicazione. Insieme all'agenzia Leo Burnett, ha iniziato un importante progetto di rebranding, che già porta a scaffale con le composte di frutta, ma che coinvolgerà anche le categorie delle passate di pomodoro nei prossimi mesi. "L'obiettivo -dice Luigi Famulari- è fare in modo che la premiumness del prodotto si rispecchi appieno anche nelle nostre bottiglie ed etichette.

Il packaging è da sempre il nostro primo e principale punto di contatto con il consumatore a cui affianchiamo la comunicazione social. Leva quest'ultima che attiviamo con l'obiettivo di aumentare nei consumatori la conoscenza e la consapevolezza degli attributi di qualità del prodotto e di legare il pomodoro ai vari e infiniti utilizzi che si possono fare". I piani di comunicazione del gruppo sono concentrati sull'awareness e sul trial di prodotto. "Raggiungiamo questi obiettivi attraverso i canali social e le attività in-store e/o di couponing capaci di incentivare i clienti che acquistano le nostre confetture e i nostri sughi a provare anche le passate e viceversa, mettendo così a punto una strategia di cross-selling che sta diventando un driver sempre più centrale per la nostra crescita".

### COLORE? ROSSO

Il rosso del pomodoro dei brand delle conserve continuerà a bollire in pentola anche nel 2024. Le parole chiave delle comunicazioni che le marche ci proporranno partiranno dalla qualità, dall'origine, dalla tradizione e trasparenza per continuare a parlare ai propri consumatori con equilibrio, autenticità e valore.

L'eccellenza della marca è un carattere distintivo di Cirio e continuerà a esserlo anche nel nuovo anno. "Il nuovo anno -conclude Federico Capi- si è aperto con il restyling delle etichette delle Passate Cirio: Verace, Rustica, Maremma toscana. Diamo più evidenza al colore rosso del pomodoro con etichette trasparenti che valorizzano il




Con Potere al pomodoro, la comunicazione di pastificio Lucio Garofalo parte dal pack e punta far sì che il prodotto venga percepito come altamente qualitativo, tracciabile, ecosostenibile, con un ruolo a salvaguardia della biodiversità e nella promozione della responsabilità sociale. Il tutto in maniera chiara, semplice e comprensibile, con trasparenza

prodotto e comunicano tutta l'eccellenza della marca. Torneremo in comunicazione in primavera proprio per raccontare questa novità e i valori della marca".

"Le parole chiave di questo nuovo anno -termina Simona Pelliccia, export e marketing manager di Valgri- saranno quelle che ci hanno sempre contraddistinto e che continuano a farlo e che ci piace identificare con le tre T: tradizione, tipicità e territorio. Ogni nostro prodotto è un perfetto equilibrio di questi elementi: lavorazioni tradizionali che utilizziamo insieme alle più moderne tecnologie; tipicità dei prodotti che caratterizzano le nostre terre, dal sapore unico e inimitabile; la ricchezza del terreno e tutte le specificità del nostro territorio, che conferiscono ad ogni frutto caratteristiche eccezionali. È questo che rende i nostri prodotti Speciali di Natura".

### FOOD CREATOR

Distribuzione e awareness sono, invece, le parole che rispecchiano i due principali obiettivi per il 2024 del gruppo Fini: continuare ad allargare la distribuzione e aumentare la conoscenza della qualità del nostro prodotto. "Le nostre iniziative di comunicazione -dice Luigi Famulari- continueranno a mettere al centro il trial di prodotto, con un nuovo approccio che ci guiderà nel raggiungimento di nuovi target non intercettabili con la canonica comunicazione di marca. In particolare, coinvolgeremo Al.ta Cucina, digital community composta da tantissimi food creator, influencer specializzati nel mondo food che, mese per mese, si focalizzeranno su un hero product Le conserve della nonna, mettendone in luce le sue caratteristiche e mostrandone le applicazioni in cucina". Più riservati rimangono in casa Garofalo. Le novità ci saranno -rivela Emidio Mansi- ma si sveleranno più avanti.

Quello che è certo è che nell'anno che verrà non mancheranno ottimismo, autenticità, originalità e passione. Tutti ingredienti importanti per condire una gustosa passata di pomodoro. 

# Il Gruppo Fini investe su Ravarino Lanciata una linea di quattro conserve

Famulari (direttore marketing): «Nuova gamma con il gusto vero della frutta»

Il Gruppo Fini lancia sul mercato una nuova linea di composte di frutta Le Conserve della Nonna, marchio che ha appena compiuto 50 anni, prodotte a Ravarino.

Si tratta di quattro referenze dai sapori unici, realizzate con pochi ingredienti, semplici e naturali. Arancia e Zenzero, Mela e Cannella, Mango e Pesca, Lampone e Gelso: queste sono le quattro ricette, fatte con soli zuccheri della frutta, che Le Conserve della Nonna

rivolge ad un pubblico attento alla selezione degli ingredienti, alle lavorazioni semplici e alla ricerca di prodotti che sappiano combinare sapore, naturalità ed innovazione.

«Una nuova gamma di composte con abbinamenti di gusto inediti e ricercati e consistenze avvolgenti e sorprendenti pensata per assaporare tutto il gusto "vero" della frutta» dichiara Luigi Famulari, direttore marketing del Gruppo Fini. Il Gruppo, 57 milioni di

fatturato nel 2022 (l'11% realizzato grazie all'export in oltre trenta paesi del mondo), comprende tre marchi - Fini, Le Conserve della Nonna e Matri Pastai Bettini - uniti dalla passione per i prodotti tipici della tradizione gastronomica italiana. Fondato a Modena nel 1912 da Telesforo Fini e sua moglie Giuditta Ferrari (la famiglia non ha più niente a che fare oggi con questa azienda, di proprietà dal 2008 della holding Carisma) il marchio Fi-

ni è fra i leader nel settore della pasta fresca: il Gruppo ha due stabilimenti produttivi; a Ravarino, dedicato alla produzione di pasta fresca ripiena (escono da qui 19 milioni di confezioni di tortellini e ravioli ogni an-

no) passate e conserve vegetali; l'altro con sede a Sora, nel frusinate, e focalizzato sulla pasta secca. Ad Albareto gli uf-

fici, 143 i dipendenti totali. ●  
G.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Luigi Famulari**  
Direttore marketing del Gruppo Fini

**Il marchio**  
Le Conserve della Nonna ha appena compiuto cinquant'anni di storia





# I sapori di Modena nel mondo

## «Fini punta sulla tradizione»

Tutto cominciò in una piccola bottega nel 1912. «Il segreto? La qualità dei prodotti»

di **Maria Silvia Cabri**  
MODENA

«Una tradizione in continua evoluzione»: così si presenta il Gruppo Fini di Modena, grande realtà del settore alimentare italiano, che riunisce sotto un unico cappello 'Fini' e 'Le Conserve della Nonna', con una proprietà 100% italiana (Holding Carisma). «Tre sono le parole che ne esprimono la mission: 'Non Solo Buono', che si realizza quando le ricette della tradizione si uniscono ai principi della moderna scienza nutrizionale – spiega Luigi Famulari (Chief Marketing Officer) – e quando il desiderio di un piatto saporito e autentico si coniuga con quello di un'alimentazione equilibrata e attenta al benessere dell'organismo».

**Oltre un secolo di storia: come nasce questa avventura?**

«Tutto ha inizio nel 1912, in una piccola bottega nel cuore di Modena, grazie all'intraprendenza di Telesforo Fini. Lui al banco, la moglie Giuditta, da buona 'rezdòra', nel retrobottega a tirare la sfoglia e preparare tortellini talmente piccoli da poter essere annodati intorno al mignolo. La bottega è diventata ben presto un punto di riferimento per tutti gli amanti del buon cibo, dove si potevano trovare e gustare tutte le cose buone di Modena e dintorni: zamponi, cotechini, salsicce, formaggi, oltre all'immane pasta fresca».

**Per restare in tema culinario, quali sono gli 'ingredienti' del successo?**

«Il segreto del successo e della longevità del marchio 'Fini' sta nell'essere rimasto fedele alla filosofia del suo fondatore Telesforo. Ancora oggi, infatti, la mission di Gruppo Fini è quella di portare nella vita di tutti i giorni il gusto dell'autentico saper fare emiliano attraverso l'accurata selezione delle materie prime, in larga parte di stagione e provenienti dal territorio emiliano, e lavorazioni semplici e rispettose degli ingredienti».

**Modena nel mondo: qual è stato il vostro contributo?**

«Negli anni Sessanta e Settanta, sotto la guida di Giorgio Fini (figlio di Tele-

sforo), il marchio Fini si è espanso velocemente arrivando negli Stati Uniti e oltre, diventando uno dei più importanti alfieri della modenestà nel mondo, con Enzo Ferrari e Luciano Pavarotti. La nostra ambizione è di continuare a crescere ed essere sempre più riconosciuti, in Italia e all'estero, come ambasciatori della tradizione gastronomica modenese ed emiliana in generale».

**Il Gruppo comprende anche 'Le Conserve della Nonna': come si coniuga con i prodotti Fini?**

«La marca 'Le Conserve della Nonna' nasce nel 1973 a Ravarino. È stata una delle prime a proporre la passata di pomodoro in bottiglia di vetro trasparente, allargando negli anni la propria offerta con sughi, confetture, sottoli e legumi. Tante referenze ma tutte fatte secondo un'unica filosofia produttiva comune all'intero Gruppo: prodotti buoni e genuini grazie ad un'accurata selezione delle materie prime, in larga parte provenienti dal territorio emiliano e raccolte a pochi chilometri dallo stabilimento, lavorate non appena raccolte e dunque in stagione, con metodi di produzione tradizionali».



Luigi Famulari, Chief Marketing Officer del Gruppo Fini di Modena, che unisce i marchi 'Fini' e 'Le conserve della nonna', sinonimi nel mondo di eccellenza alimentare



CONSERVE > CONFETTURE E MARMELLATE

**GRUPPO FINI**

**Quattro abbinamenti ricercati rendono più gustosa l'offerta**

- Qualità e provenienza delle materie prime
- Progressivo ampliamento della distribuzione
- Brand awareness e trial di prodotto

L'attenzione all'origine delle materie prime è un trend che Gruppo Fini rileva anche nel mondo delle confetture. Per questa ragione propone una gamma di prodotti realizzati esclusivamente con frutta dell'Emilia-Romagna, raccolta a pochi km dallo stabilimento.

"Una linea di confetture extra nei gusti Prugna, Ciliegia, Pera, Amarena, Mela

cotogna, con altissime percentuali di frutta – fa sapere **Lorenza Baretti, Senior brand manager Le Conserve della Nonna** –.

Si tratta di prodotti realizzati secondo un processo produttivo tradizionale che ricalca la lavorazione casalinga: la frutta fresca arriva in stabilimento, viene selezionata, lavata, denocciolata e poi cotta lentamente in modo da far evaporare l'acqua con la sola aggiunta di zucchero italiano per ottenere la consistenza e la cremosità tipiche delle buone confetture fatte in casa. Accanto alle confetture 'emiliane', proponiamo altri gusti tradizionali come Pesca, Albicocca, Fragola e Arancia, sempre realizzati con frutta e zucchero 100% italiani e alte percentuali di frutta". Sul finire del 2023 Gruppo Fini ha

ulteriormente allargato l'offerta, lanciando una nuova linea di composte, pensata appositamente per chi vuole assaporare il gusto intenso della frutta. "Si tratta di una gamma unica nel suo genere, con abbinamenti ricercati e innovativi e consistenze cremose e avvolgenti: Arancia e zenzero, Mela e cannella, Mango e pesca, Lampone e gelso – illustra Baretti –. Ricette realizzate con pochi ingredienti e con soli zuccheri della frutta (di dattero) per assaporare il 'gusto vero' della materia prima, senza edulcoranti aggiunti. Queste confetture sono dedicate a un pubblico curioso e sperimentatore, attento alla selezione degli ingredienti e alle lavorazioni semplici, una clientela gourmet alla ricerca di prodotti gustosi e appaganti".

<b>NOVITÀ DI PRODOTTO</b>				
	<b>Achillea FruttoMio Mirtillo selvatico</b>	<b>A. Darbo AG Crema di frutta 80% ciliegie</b>	<b>Agriscilia Marmellata di pompelmo rosa di Sicilia</b>	<b>Conapi Soc. Coop. Agricola Crema biologica di marroni Mielizia Bio</b>
<b>Selling proposition</b>	Nuova ricetta, 100% da frutta biologica, senza l'aggiunta di additivi, conservanti, pectina o coloranti	80% di frutta e ridotto contenuto di zuccheri, senza sostituti di zuccheri, in linea con il trend salutistico, frutta di prima qualità	Profumo intenso, gusto tipico del pompelmo con retrogusto leggermente amaro	Senza pectina né addensanti, dolcificata con miele di filiera 100% italiana degli apicoltori di Conapi, ottenuta con oltre il 66% di marroni del Piemonte, attraverso una delicata tecnica di lavorazione che ne preserva gli aromi naturali
<b>Posizionamento</b>	Premium	Premium	Premium	Premium
<b>In commercio da</b>	Luglio 2023	Giugno 2023	Novembre 2023	Settembre 2023
<b>Formato</b>	220 g	250 g	360 g	250 g

## GRUPPO FINI

# Il Ragù speck e funghi arricchisce l'offerta

- Ricette buone come fatte in casa
- Ingredienti di origine locale
- Etichette pulite

L'ampliamento della distribuzione e il lancio di nuovi prodotti hanno permesso al Gruppo Fini di mettere a segno performance positive nel segmento dei sughi nell'ultimo anno.

“La categoria dei sughi Uht a base pomodoro è stata uno dei segmenti più performanti nel 2023, insieme alle passate, sia a valore (+25,5%) sia a volume (+7,2%, fonte: Iri, i+s+lsp, ytd 9.2023) – informa **Lorenza Baretti, Brand manager Le Conserve della Nonna** -. Si tratta di valori ben più alti dell'andamento medio del mercato. Per la realizzazione dei nostri sughi utilizziamo esclusivamente pomodoro dell'Emilia-Romagna coltivato in prossimità del nostro stabilimento di Ravarino (Mo), con la garanzia di una filiera corta e controllata, oltre che processi produttivi che ricalcano la produzione casalinga per ricette buone e genuine come fatte in casa. Proprio in quest'ottica abbiamo lanciato nel 2022 una gamma di nuovi ragù di altissima qualità, Ragù alla bolognese e Ragù di salsiccia, a cui abbiamo affiancato una ricetta 100% vegetale: il Ragù di verdure grigliate con verdure a cubetti, ideale non solo per condire la pasta, ma anche per bruschette o secondi piatti. Nel 2023, invece, abbiamo allargato la gamma con il Ragù speck e funghi, realizzato con pomodoro italiano, speck, funghi champignon e porcini con una texture rustica e casereccia, che lo rende ideale non solo per la pasta ma anche per polenta e bruschette”.

