



DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE ALIMENTARI E AMBIENTALI CORSO  
DI LAUREA IN: SCIENZE E TECNOLOGIE ALIMENTARI

**IL RUOLO DEL CONSORZIO NELLA  
VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ:  
IL CASO DEI “MACCHERONCINI DI  
CAMPOFILONE” IGP**

The role of consortium in the valorization of quality products: the case of  
“Maccheroncini di Campofilone” PGI

TIPO TESI: Sperimentale

Studente:  
VALENTINA COGNIGNI

Relatore:  
DOTT.SSA DEBORAH BENTIVOGLIO

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

“È il fuoricampo che fa la differenza”  
Vincenzo Spinosi

# SOMMARIO

SOMMARIO.....	3
ELENCO DELLE TABELLE .....	5
ELENCO DELLE FIGURE .....	6
ACRONIMI E ABBREVIAZIONI .....	8
CAPITOLO 1 ORIGINE E PROCESSO PRODUTTIVO DELLA PASTA.....	9
1.1 La pasta: origine e storia.....	9
1.1.1 La pasta nel cinema italiano.....	13
1.2 La materia prima: il frumento .....	14
1.2.1 Struttura e composizione della cariosside.....	16
1.2.2 Tecnologia di macinazione .....	17
1.2.3 Classificazione merceologica degli sfarinati.....	21
1.3 La filiera della pasta e le varie tipologie.....	22
CAPITOLO 2 IL MERCATO ITALIANO DELLA PASTA.....	28
2.1 Produzione .....	28
2.2 Import/export .....	31
2.3 Consumo.....	33
2.4 Prezzi.....	34
2.5 Il mercato della pasta fresca.....	35
CAPITOLO 3 LA TUTELA DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI DI QUALITÀ: IL QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO.....	37
3.1 La qualità: definizione e concetti .....	37
3.2 I Regolamenti UE n. 1151/2012 e i marchi di qualità europei.....	38
3.2.1 Denominazione d’Origine Protetta (DOP).....	39
3.2.2 Indicazione Geografica Protetta (IGP) .....	40
3.2.3 Specialità Tradizionale Garantita (STG).....	41
3.2.4 Indicazione facoltativa di qualità “Prodotto di Montagna” .....	41
3.2.5 Prodotto dell’agricoltura delle isole.....	43

3.3 I numeri della qualità in Europa e Italia .....	43
3.4 Altri marchi di qualità .....	50
3.4.1 Etichetta biologica .....	50
3.4.2 I marchi di qualità italiani .....	53
3.4.2.1 Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT) .....	53
3.4.2.2 Slow Food .....	54
3.4.2.3 Denominazione Comunale d'Origine (De.C.O.) .....	56
<b>CAPITOLO 4 IL RUOLO DEL CONSORZIO PER LA VALORIZZAZIONE DEI MACCHERONCINI DI CAMPOFILONE IGP .....</b>	<b>58</b>
4 Introduzione.....	58
4.1 La storia dei Maccheroncini di Campofilone.....	58
4.1.1 Riconoscimento per i Maccheroncini: IGP .....	60
4.2 Filiera produttiva .....	60
4.3 Inquadramento area di studio .....	62
4.4 Metodologia e descrizione del questionario .....	64
4.5 Risultati dell'indagine .....	65
4.5.1 Anagrafica dell'azienda .....	65
4.5.2 Il marchio IGP .....	67
4.5.3 Il mercato del Maccheroncino IGP .....	69
4.5.4 Ruolo del consorzio .....	72
4.5.5 Strategie future .....	73
<b>CONCLUSIONI .....</b>	<b>74</b>
<b>ALLEGATO 1 .....</b>	<b>76</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>84</b>
<b>SITOGRAFIA .....</b>	<b>87</b>

## ELENCO DELLE TABELLE

Tabella 1.1- Classificazione merceologica degli sfarinati di frumento tenero. ....	21
Tabella 1.2- Classificazione merceologica degli sfarinati di frumento duro. ....	22
Tabella 1.3- Tipologie di pasta e sue caratteristiche commercializzate. ....	23
Tabella 3.1- Numero di DOP, IGP e STG dal 1996 al 2022. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database 2023.....	46
Tabella 4.1- Vantaggi e svantaggi nella creazione di un consorzio. ....	72

## ELENCO DELLE FIGURE

Figura 1.1- Scena in un banchetto dell'antica Roma, dove si mangiavano le "lagane".	9
Figura 1.2- Libro di gastronomia "Liber de Conquina"	11
Figura 1.3- La cucina futurista.	12
Figura 1.4- Gli spaghetti di Totò in Miseria e Nobiltà	13
Figura 1.5- Film Un americano a Roma	14
Figura 1.6- Filiera della pasta secca e fresca a partire da grano tenero e duro	15
Figura 1.7- Struttura della cariosside	16
Figura 1.8- Plansichter	19
Figura 1.9- Farina di grano tenero di tipo "00"	20
Figura 1.10- Semola di grano duro	20
Figura 1.11- Maccheroncini di Campofilone.	24
Figura 1.12- Tipologie di pasta lunga e corta	25
Figura 1.13- Pasta integrale.	25
Figura 1.14- Marchio Spiga Sbarrata	26
Figura 2.1- Produzione frumento duro.	28
Figura 2.2- Distribuzione territoriale della produzione di frumento.	29
Figura 2.3- Produzione di semola di frumento duro.	29
Figura 2.4- Produzione di pasta nel mondo.	30
Figura 2.5- Produzione di pasta	30
Figura 2.6- Le importazioni di frumento duro in Italia	31
Figura 2.7- I flussi nella filiera della pasta	32
Figura 2.8- Esportazione di pasta.	33
Figura 2.9- Il consumo di pasta	33
Figura 2.10- La catena del valore della pasta di semola.	35
Figura 2.11- Pasta fresca vendita a valore e volume (GDO).	36
Figura 3.1- Logo DOP.	39
Figura 3.2- Logo IGP.	40
Figura 3.3- Logo STG	41

Figura 3.4- Logo Prodotto Italiano di Montagna. ....	42
Figura 3.5- Percentuale di prodotti DOP, IGP e STG in Europa .....	43
Figura 3.6- Evoluzione del numero di prodotti a marchio in UE dal 2000 al 2022 .....	44
Figura 3.7- Prodotti DOP, IGP e STG per Paese UE. ....	44
Figura 3.8- Top ten DOP. ....	45
Figura 3.9 - Top ten IGP. ....	45
Figura 3.10- Top sei STG. ....	46
Figura 3.11- DOP, IGP e STG dal 1996 al 2022. ....	48
Figura 3.12- Prodotti italiani per marchio .....	49
Figura 3.13- Prodotti DOP, IGP e STG per regione .....	49
Figura 3.14- Logo etichetta biologica .....	51
Figura 3.15- Controlli eseguiti per il biologico in Italia. ....	52
Figura 3.16- Logo PAT .....	54
Figura 3.17- Logo Slow Food. ....	55
Figura 3.18- Logo Denominazione Comunale di Origine .....	56
Figura 4.1- Maccheronici di Campofilone .....	59
Figura 4.2- Essiccazione lenta. ....	61
Figura 4.3- Foglietti di carta alimentari su cui vengono disposti i Maccheroncini. ....	61
Figura 4.4- Comune di Campofilone .....	62
Figura 4.5.- Vincenzo Spinosi .....	63
Figura 4.6- Numero di lavoratori .....	66
Figura 4.7- t/anno pasta fresca per ciascuna delle aziende intervistate .....	66
Figura 4.8- Ton annue pasta secca .....	67
Figura 4.9- Rappresentazione grafica della percentuale di distribuzione sul territorio nazionale ed estero dei Maccheronici di Campofilone. ....	69
Figura 4.10- Tipologia di commercializzazione. ....	70
Figura 4.11- Scala Likert.....	72

## ACRONIMI E ABBREVIAZIONI

μ.m	micrometro
AIC	Associazione Italiana Celiachia
bar	unità di misura della pressione
BT	cicli a bassa temperatura
CE	Comunità Europea
D.P.R.	Decreto del Presidente della repubblica
GDO	Grande Distribuzione Organizzata
Ha	ettari
HT	cicli ad alta temperatura
kg	chilogrammo
min	minuti
mL	millilitro
mm	millimetri
n.	numero
ppm	parti per milione
Reg.	Regolamento
s.	secondi
UE	Unione Europea



# Capitolo 1

## ORIGINE E PROCESSO PRODUTTIVO DELLA PASTA

### 1.1 La pasta: origine e storia

La pasta è l'alimento italiano per eccellenza, considerato elemento di unione: parte della vita, della cultura popolare, non solo della cucina, ma anche delle emozioni che crea. La sua storia ha origini molto antiche. È difficile stabilire quale popolo abbia inventato la pasta. Quel che è sicuro è che già i Romani, i Greci e gli Etruschi conoscevano l'antenata della lasagna, ossia la "lagana", sottili foglie di pasta farcita con carne e cotte in forno, citate da grandi autori come Orazio (Figura 1.1).

*Figura 1.1-Scena in un banchetto dell'antica Roma, dove si mangiavano le "lagane".*

*Fonte: sito CroniStoria.altervista.org, 2020*



Diffusa è la convinzione che sia stato Marco Polo di ritorno dalla Cina, nel 1292, a introdurre la pasta in Italia e in Occidente. Questa convinzione è smentita da molti storici per la grande quantità di prove tangibili sull'esistenza della pasta in Italia molto prima della nascita di Polo, già dagli utensili rinvenuti in una tomba etrusca o i resoconti latini del I secolo a.C., tra i quali quelli di Cicerone. In Cerveteri, nella tomba della Grotta Bella risalente al IV secolo a.C. è stato addirittura trovato tutto il necessario per tirare una buona sfoglia: spianatoia, matterello, sacchetto per spolverare la farina sulla tavola, mestolo, coltello e perfino una rotella

per ricavarne il bordo ondulato. Le *lagane* sono citate nel quarto libro de “De re Conquiria” di Apicio, vissuto a cavallo tra il I secolo a.C. e il I secolo d.C., nonché autore del primo ricettario culinario tuttora conosciuto (<https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primopiano/pasta-storia/>). Apicio ne descrive minuziosamente i condimenti, tralasciando spesso le istruzioni per la loro preparazione, facendo così intendere che la pasta era ampiamente conosciuta e usata in tutta l'Italia antica, tanto che era superfluo descriverla. Questo alimento acquisisce un importante sviluppo in Italia e in Cina. Una delle testimonianze più antiche, databile intorno a 3800 anni fa, è data da un piatto di *noodle* rinvenuti nel Nord-Ovest della Cina.

Secoli dopo, presso gli arabi medievali, il poeta e musicista Ziryab descriveva impasti di acqua e farina molto diffusi in Sicilia, ricollegabili agli attuali spaghetti. Sono stati gli arabi a diffondere la pasta nel Mediterraneo e in Sicilia. Le sue pianure producevano grandi quantità di grano e di cereali, materia prima per ottenere la farina. L'introduzione dei mulini ha facilitato questa trasformazione e, di conseguenza, una produzione abbondante di pasta. Nel “Libro di Ruggero” pubblicato nel 1154 da Al-Idrisi, geografo di Ruggero II di Sicilia, viene descritto che a Trabia, un paese a 30 km da Palermo, zona con molti mulini, si produceva una pasta a forma di fili leggermente arrotondati, chiamata “itrya” (dall'arabo itryah che significa "focaccia fine tagliata a strisce"); tali paste sono ancor oggi confezionate dalle massaie di Puglia e di Sicilia, e vengono chiamate con il termine dialettale "*trija*", piatto molto noto in Puglia, cucinato con i legumi e denominato “Ciceri e tria” (Amirante, 2016).

Queste testimonianze scritte e raccolte nel corso degli anni dimostrano che la pasta così come oggi la conosciamo era diffusa fin dal Medioevo in tutta la penisola. Nel 1279 il notaio marchigiano Ugolino Scarpa, facendo un elenco di ciò che un milite genovese, tale Ponzio Bastone, lasciava alla sua morte nella sua povera eredità, descrive in italiano medievale: "*una bariscella plena de maccaroni*", facendo riferimento appunto a una "cesta di vermicelli" (o spaghetti) (<https://www.compagniaamatoripasta.it/p/la-storia-della-pasta.html>).

Si potrebbero menzionare ancora gli scritti del poeta Jacopone da Todi che, nel 1230, in una sua lettera al Papa, parlava e descriveva ampiamente i "*maccaroni*", trattandoli come se fossero un oggetto di piacere sublime.

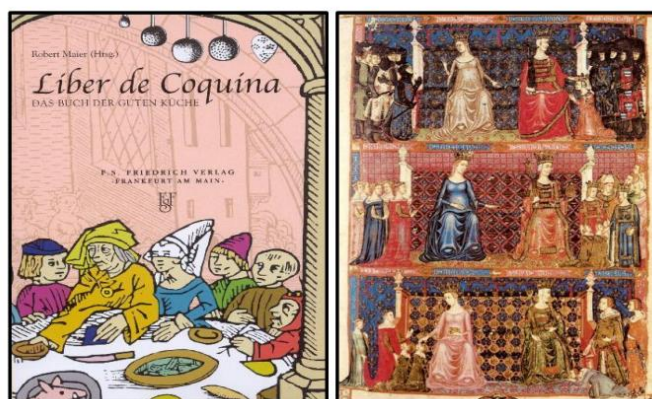
Nel Medioevo è stato introdotto e inventato il sistema della bollitura, che ha preso il posto della cottura al forno delle lasagne; sono nate le prime paste forate nel Centro-Sud come rigatoni, penne e bucatini, seguiti al Nord e in parte del Centro dall'avvento della pasta fresca all'uovo (<https://www.saperesapori.it/blog/storia-degli-alimenti/la-pasta-un-po-di-storia/>).

L'importante invenzione della pasta secca a lunga conservazione è data agli abitanti della Sicilia musulmana che, bisognosi di provviste da vendere ai mercanti arabi che effettuavano spostamenti nel deserto, svilupparono metodi efficaci di essiccazione all'aria. In Liguria, soprattutto i commercianti genovesi, hanno introdotto in questa zona del nord-est italiano il termine "vermicelli", che prenderanno poi il nome di spaghetti; così la Liguria è diventato luogo di produzione di enormi quantità di paste secche, mentre l'Emilia-Romagna, la Lombardia, la Basilicata e il Veneto rimangono legati all'uso della pasta fresca, uso che tuttora persiste.

Fu nel Medioevo che nacquero le botteghe italiane per la preparazione professionale della pasta secca. Già a metà del XIII secolo iniziarono la loro attività i primi pastifici soprattutto a Napoli, Genova e Salerno; in un secondo tempo, aprirono anche in Puglia e in Toscana. Nel XIV secolo si costituirono le prime Corporazioni di Pastai italiani controllate dal Papa. L'essiccazione ha permesso alla pasta di affrontare lunghi viaggi, fatti in particolare dai commercianti genovesi, chiamati fidellari, dato che i fidelli era il nome dato agli spaghetti nella zona ligure. Nel resto d'Italia invece gli spaghetti hanno continuato a chiamarsi vermicelli.

Nel Trecento, il *Liber de Coquina* (Figura 1.2) spiegava il modo di fare le lasagne e consigliava di mangiarle con uno "punctorio ligneo", un attrezzo di legno appuntito. L'uso della forchetta in Italia si diffuse rispetto al resto dell'Europa nel Regno di Napoli, per poi passare alla corte fiorentina dei De' Medici, fino ad arrivare al Regno di Francia con la sovrana Cristina (Amirante, 2016).

**Figura 1.2-Libro di gastronomia "Liber de Conquina". Fonte: Amirante, 2016**



Durante il Quattrocento, nel *Libro de arte conquinaria* di Maestro Martino, cuoco e gastronomo italiano, si trovarono le prime indicazioni tecniche riguardanti la preparazione dei vermicelli o "maccaroni siciliani" e "maccaroni romaneschi". Le ricette prevedevano che la

pasta fosse cotta al dente e condita, leggera e nutritiva per la gente che doveva lavorare la terra. Questo alimento, benché diffuso, non era ancora una pietanza di massa; lo diventò nel '600, quando una spaventosa carestia colpì il Regno di Napoli dominato dagli Spagnoli. Nella città partenopea, il sovraffollamento demografico e il fiscalismo spagnolo portarono la popolazione alla fame (nonché alla rivolta di Masaniello). I consumi di carne e di pane crollarono, così la popolazione iniziò a consumare la pasta, che i produttori resero più a buon mercato grazie ad una rivoluzione tecnologica: l'invenzione della gramola, del torchio e della trafila. In quegli anni, a Napoli, fu inventato forse il più celebre accompagnamento della pasta: la salsa di pomodoro. “*I maccheroni sono cotti e noi li mangeremo*”, scriverà Cavour alla vigilia dell'annessione del Regno delle Due Sicilie (<https://spagnithedgift.com/la-pasta-che-giro-il-mondo/>).

Il 28 dicembre 1930 apparì sulla Gazzetta del popolo di Torino il Manifesto della cucina futurista (Figura 1.3). Il primo punto del manifesto era *Contro la pastasciutta*, alimento che secondo i futuristi era causa di fiacchezza, pessimismo, inattività nostalgica e neutralismo, tipici del popolo italiano (<https://www.memofonte.it/files/Progetti/Futurismo/Manifesti/II/204.pdf>).

Secondo il movimento futurista, solo l'abolizione di questo cibo poteva rendere gli italiani più agili e scattanti e vincitori in una possibile guerra.

**Figura 1.3-La cucina futurista. Fonte: La Gazzetta del Gusto, 2016**



### 1.1.1 *La pasta nel cinema italiano*

La pasta rappresenta uno degli emblemi della cucina italiana, un caposaldo imprescindibile dei pasti giornalieri. La pasta non è solo un alimento, ma rappresenta convivialità, tradizione, senso di appartenenza. Lo stereotipo dell'italiano "mangia pastasciutta" è da sempre parte dell'immaginario comune, tanto da rendere questo prodotto non solo celebre a livello culinario ma anche cinematografico. La scena che in assoluto racchiude la presenza della pasta nel cinema italiano è rappresentata nel film *Miseria e nobiltà* (1954), in cui si vede il protagonista Totò assalire un piatto di vermicelli al pomodoro, mangiandoli con le mani e addirittura mettendoseli in tasca (Figura 1.4).

**Figura 1.4- Gli spaghetti di Totò in *Miseria e Nobiltà*. Fonte: Dissapore, 2017**



Nello stesso anno, il 1954, Alberto Sordi dà vita ad un personaggio e ad una storia che sottolineano la funzione degli spaghetti come simbolo di un modo d'essere e di vivere italiano. Si tratta di *Un americano a Roma* (Figura 1.5), dove Nando Mericoni (Alberto Sordi), estenuato dalla dieta americana, minaccia un piatto di pasta per poi avventarsi su di esso. Ci troviamo nell'Italia degli anni 50, dove sta dilagando il mito della cultura americana e tutto - modo di vestire, di parlare e di mangiare - sembra adeguarsi al modello oltreoceano. In questo caso la pasta è la rivincita del modo di vivere italiano su quello straniero: il protagonista del film arriva addirittura a sostituire il termine italiano "bucatini" al dispregiativo americano "maccaroni", senza poter resistere all'attrattiva del piatto.

**Figura 1.5-Film *Un americano a Roma*. Fonte: Wikipedia**



Si possono anche ricordare *Ladri di biciclette* (1948) di Vittorio De Sica, *La grande abbuffata* (1973) e *Lunga vita alla signora* (1931) di Ermanno Olmi (<https://pasta.museidelcibo.it/per-saperne-di-piu/focus-su/pasta-nel-cinema-italiano/>).

## **1.2 La materia prima: il frumento**

Il grano, o frumento, *Triticum* nella classificazione botanica, è un genere di piante Graminacee che comprende varie specie, tra le quali le più diffuse sono:

- Grano tenero o *Triticum Aestivum*, dal quale si ricava la farina;
- Grano duro o *Triticum Durum*, dal quale si ricava la semola.

Il grano duro ha lunghe reste (parte filamentosa della spiga), un chicco duro e allungato e lucido. Il culmo (stelo) è sempre cavo tra gli internodi ma più inspessito. Mentre il culmo alla base della spiga è pieno, esso si presenta maggiormente resistente rispetto a quello tenero quando applichiamo una pressione con le dita.

Il grano tenero, invece, ha delle reste più corte, un chicco che si rompe facilmente e opaco, tondeggiante e friabile. Il culmo è sempre cavo negli internodi e così fino alla base della spiga. Grazie a questa caratteristica, con una leggera pressione delle dita sarà facile schiacciare il fusto apprezzando che internamente la sezione è cava (<https://www.consulente-agrario.com/differenza-tra-grano-duro-e-grano-tenero/>).

Il frumento duro (*Triticum durum* Desf.) è una pianta erbacea della famiglia delle Poaceae. È un frumento tetraploide, largamente coltivato per la trasformazione in semola.

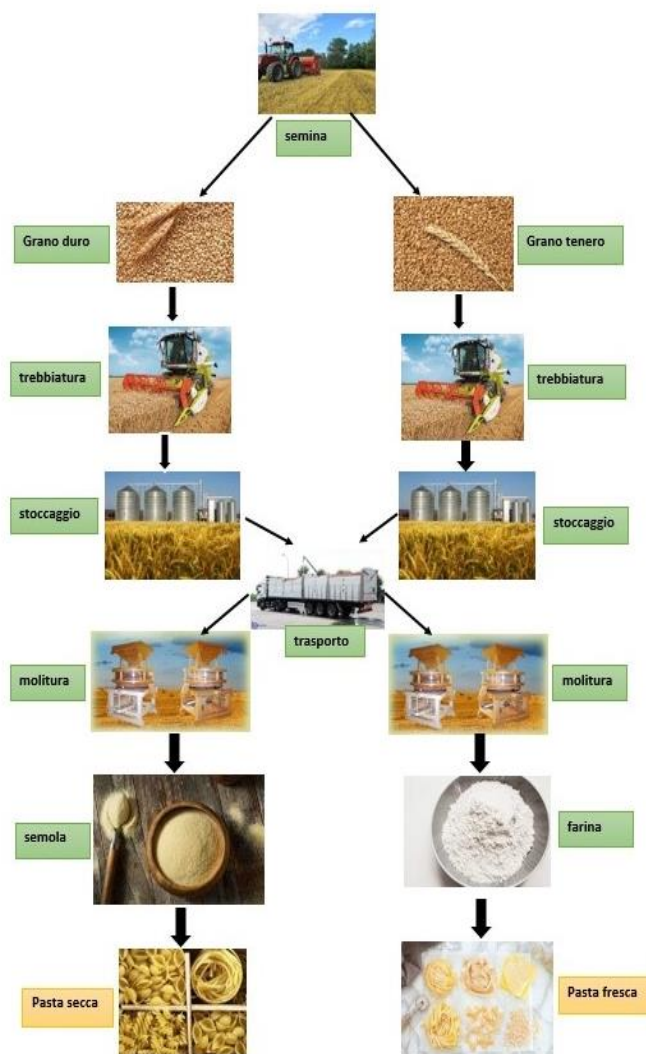
Il grano duro è un cereale coltivato fin dall'antichità e le cui origini risalgono al 10.000-8.000 a.C.; le prime forme di allevamento risalgono al Neolitico. La coltivazione del frumento veniva praticata nel Mesolitico in Asia sudoccidentale e Africa orientale, in particolare in Egitto, con l'utilizzo dell'aratro chiodo di legno per la semina. Gli abitanti dell'Italia conoscevano i cereali ma non il frumento, che fu introdotto dalla Magna Grecia all'inizio del

V secolo a.C. Nel Medioevo i cereali erano considerati il cibo per eccellenza ed avevano un ruolo importante nelle diete alimentari, ma oltre al frumento erano diffusi anche prodotti di minor valore nutrizionale come l'orzo, l'avena, la segale e il miglio. La produzione della pasta ha avuto un notevole sviluppo nel XIX secolo, quando in agricoltura vengono introdotte le motrici a vapore fisse usate per la trazione funicolare. Gli studi della genetica di Mendel (1822-1884) hanno consentito di ottenere con selezioni e incroci un miglioramento delle varietà di grano esistenti (Amirante, 2016).

Nella figura che segue (Figura 1.6) è illustrata la filiera della pasta secca e fresca a partire da grano tenero e duro.

**Figura 1.6-Filiera della pasta secca e fresca a partire da grano tenero e duro.**

*Fonte: ns elaborazione*

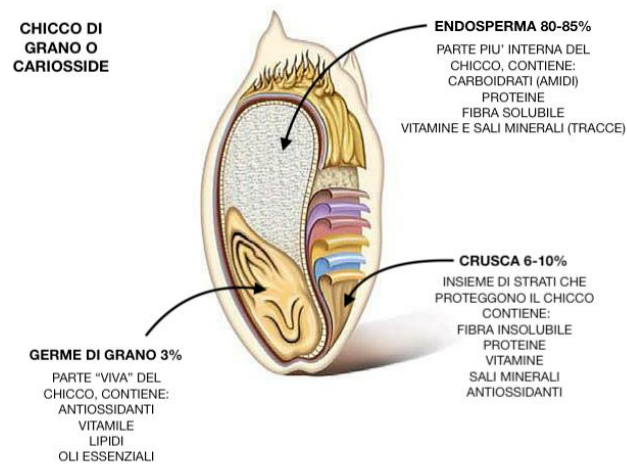


### 1.2.1 Struttura e composizione della cariosside

Il frumento duro produce annualmente dei semi denominati cariossidi. Nella cariosside possono essere distinte strutturalmente tre parti (Figura 1.7):

- A. il pericarpo;
- B. l'endosperma amilaceo;
- C. il germe o embrione.

**Figura 1.7- Struttura della cariosside. Fonte: SIFA Formazione**



Ognuna di queste regioni è composta da più strati e possiede un'organizzazione strutturale e una composizione chimica diversa per meglio rispondere alle diverse funzioni biologiche. Il pericarpo è costituito da diversi strati cellulari (epicarpo, ipodermide, cellule intermedie o mesocarpo, cellule incrociate e cellule tubulari). I tegumenti del seme sono lo spermoderma o testa dell'epidermide, la cui funzione protettiva è garantita dalla composizione e ricca in fibre cellulosolitiche ed emicellulosolitiche.

L'endosperma rappresenta la parte preponderante della cariosside (80-85%) ed è composto da due parti: lo strato aleuronico esternamente e l'endosperma amilifero internamente. Lo strato aleuronico è costituito da uno strato di cellule ricco in proteine di elevato valore biologico, vitamine, sali minerali ed enzimi, mentre l'endosperma amilifero è caratterizzato da un elevato contenuto di carboidrati (amido) e da proteine di riserva (proteine del glutine).

L'embrione o germe rappresenta l'abbozzo della futura plantula separato dall'endosperma da un rivestimento chiamato scutello, preposto a fornire i nutrienti per la germinazione;



l'embrione presenta un elevato contenuto di proteine, lipidi, zuccheri solubili e vitamine liposolubili.

Il contenuto di umidità delle cariossidi è compreso tra 8 e 18%. Il contenuto di proteine varia dall' 8 al 20%. Le proteine si possono dividere in quattro differenti classi: le albumine e le globuline, solubili in acqua e soluzioni saline, localizzate nello strato aleuronico; le gliadine e le glutenine, insolubili in acqua e localizzate nell'endosperma. Queste ultime sono fondamentali nella trasformazione degli impasti in pane, prodotti da forno e pasta, in quanto durante l'operazione meccanica di impastamento in presenza di acqua, si idratano formando un complesso proteico unico con proprietà viscoelastiche, il glutine. In particolare, nella panificazione il glutine ha la funzione di trattenere l'anidride carbonica che si sviluppa durante la fermentazione permettendo la lievitazione, mentre nella pastificazione ha il compito di contenere l'amido che gelatinizza e si rigonfia durante la cottura della pasta. Il 70-75% della cariosside è costituita da polisaccaridi che possono essere suddivisi in amido, pentosani, cellulosa e zuccheri semplici. I lipidi rappresentano una componente minore e sono localizzati prevalentemente nel germe. L'alta percentuale di grassi polinsaturi rende tali lipidi suscettibili all'ossidazione, motivo per cui è necessario allontanare il germe durante la macinazione. Le vitamine (tiamina, riboflavina, piridossina, niacina) e i minerali, localizzati nello strato aleuronico e nell'embrione della cariosside, vengono allontanati anch'essi durante la macinazione. Il tenore in sali minerali è espresso in ceneri ed è dato dal residuo della combustione e dell'incenerimento del prodotto; tale valore rappresenta un indice analitico di fondamentale importanza per la classificazione delle farine (Ugulini, 2018).

### *1.2.2 Tecnologia di macinazione*

L'industria molitoria ha il compito di trasformare le produzioni cerealicole in prodotti intermedi, utilizzati da altri comparti. Lo scopo della macinazione è quello di separare l'endosperma amilaceo senza contaminazione dalle parti più periferiche della cariosside o del germe e ridurre la granulometria dell'endosperma a valori inferiori di 150-200  $\mu\text{m}$  per la farina e 500  $\mu\text{m}$  per la semola. A livello industriale la macinazione moderna è operata da molini automatici dotati di impianti di pre-pulitura e pulitura del grano, nonché macchine idonee a rompere la cariosside e classificare progressivamente gli sfarinati. Un molino industriale comprende i seguenti elementi:

- a. sezione di pulitura e immagazzinamento del grano;
- b. sezione di prima e seconda pulitura e condizionamento;
- c. sezione di macinazione vera e propria;

d. Sezione di stoccaggio, insacco, pesatura e spedizione.

La pulitura ha lo scopo di separare dalla massa del cereale tutte le sostanze estranee come polvere, pietre, spaghi, paglia. A tale scopo vengono utilizzate numerose macchine, tra le quali il separatore magnetico, lo spietratore a secco, i separatori per semi lunghi, i separatori a dischi, ecc.

Il condizionamento della granella consiste nel bagnare la granella, in modo da facilitare le operazioni successive e migliorare le rese di macinazione. Questa operazione svolge le seguenti funzioni:

- rendere uniforme l'umidità fra differenti varietà di grano;
- facilitare le operazioni di spellatura;
- conferire maggiore elasticità al pericarpo per ricavare crusche meno frammentate;
- ammorbidire l'endosperma per ridurre i consumi energetici e usura degli organi macinanti.

Il condizionamento prevede fasi di bagnatura alternate a fasi di riposo, che variano dalla 24 alle 72 ore. L'umidità che deve avere la granella in ingresso alla macinazione è di solito 16-17% per ottenere farine con un tenore di umidità del 15,5%.

Le macchine di seconda pulitura operano sul grano condizionato e sono adibite alla pulizia della superficie del chicco; tali macchine sono chiamate spellatrici intensive e operano per sfregamento (frizione) tra le cariossidi.

Le operazioni di macinazione vera e propria consistono nella frantumazione delle cariossidi operata dai laminatoi e nella classificazione e pulitura degli sfarinati ottenuti tramite setacciatura nei buratti piani o plansichter (<https://www.mulinopadano.it/blog/appfondimenti/plansichter/>).

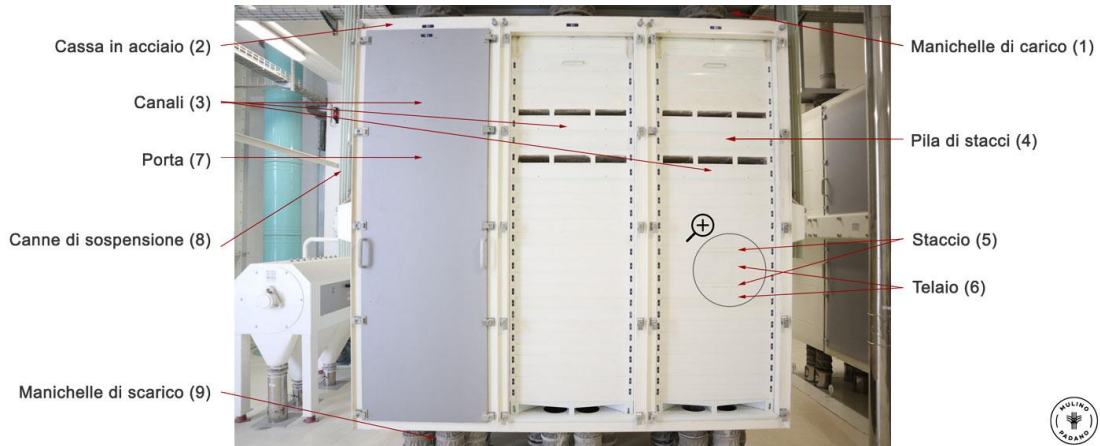
Il laminatoio svolge la funzione di frantumare le cariossidi ed è composto da una robusta incastellatura in ghisa entro la quale vengono montate una o più coppie di rulli di ghisa. Il grano da macinare e i prodotti intermedi vengono distribuiti dalla tramoggia di alimentazione in velo su tutta la larghezza dei rulli, fra i quali avviene la macinazione. Il prodotto macinato scende in una tramoggia di raccolta per poi essere sottoposto ad altre macchine. Possono essere presenti diversi tipi di laminatoio:

- laminatoio di rottura con rulli rigati, aprono il chicco di grano per compressione, taglio e stiramento; si ha così una separazione selettiva fra la crusca e l'endosperma;
- laminatoio di svestimento, quasi sempre con i rulli rigati per spogliare la semola dalle particelle cruscali rimaste adese;

- laminatoi di rimacina, dotati di cilindri lisci che riducono in farina i frammenti di mandorla farinosa ormai poveri di crusca.

Il plansichter viene utilizzato per la setacciatura delle farine (Figura 1.8).

**Figura 1.8- Plansichter. Fonte: Mulino Padano**



È utile ricordare che con la macinazione si ha l'allontanamento degli strati periferici e di conseguenza una significativa riduzione del valore nutritivo degli sfarinati rispetto alla granella integrale. La composizione chimico-fisica degli sfarinati dipende dal grado di abburattamento, inteso come quantità di farina in kg che si ricava da 100 kg di granella. Le farine con più basso grado di abburattamento (farine 00) saranno le più povere di fibra, sali minerali, vitamine; con l'aumentare del grado di raffinazione, si raggiunge un miglioramento dell'attitudine alla trasformazione, riducendo tuttavia il contenuto di elementi nutritivi quali vitamine, fibre e sali minerali.

In seguito alla macinazione si ottengono la semola dal grano duro e la farina dal grano tenero, che hanno diverse proprietà nutrizionali e sono destinate alla produzione di prodotti alimentari diversi.

Per quel che riguarda le caratteristiche della farina di grano tenero è necessario valutare il grado di raffinazione delle farine. Infatti, una farina 00 (Figura 1.9) perde gran parte dei nutrienti, che invece rimangono intatti in una farina integrale macinata a pietra.

**Figura 1.9-Farina di grano tenero di tipo “00”. Fonte: Cucinare.it**



Questa farina ha granuli più piccoli e una capacità di assorbimento di acqua minore. L'impasto che si ottiene dalla miscelazione della farina di grano tenero è sicuramente più estendibile ma meno tenace rispetto all'impasto con la semola. È dunque più facilmente lavorabile a mano e viene utilizzata principalmente per dolci lievitati, panificati, pizza e pasta all'uovo.

La semola (Figura 1.10), possiede una grana grossolana, di colore giallo-ambrato. Da essa si ottengono impasti più tenaci, più faticosi da lavorare a mano ma con ottime caratteristiche per la panificazione e la produzione di pasta.

Per quanto riguarda le sue caratteristiche nutrizionali, la semola è ricca di proteine e ha un potere saziante superiore. Inoltre, è ricca di carotenoidi (che gli conferiscono il colore giallo) che sono degli ottimi antiossidanti utilissimi nell'eliminazione dei radicali liberi.

**Figura 1.10-Semola di grano duro. Fonte: Alimentazione360**



### 1.2.3 Classificazione merceologica degli sfarinati

La classificazione merceologica degli sfarinati è definita secondo la normativa cogente dal D.P.R. 9 febbraio 2001, n. 187 Regolamento per la revisione della normativa sulla produzione e commercializzazione di sfarinati e paste alimentari.

Il D.P.R. n. 187 del 9 febbraio 2001, riporta:

- è denominata "semola integrale di grano duro", o semplicemente "semola integrale", il prodotto granulare a spigolo vivo ottenuto direttamente dalla macinazione del grano duro liberato dalle sostanze estranee e dalle impurità;
- è denominata "farina di grano tenero" il prodotto ottenuto dalla macinazione e conseguente abburattamento del grano tenero liberato dalle sostanze estranee e dalle impurità (Tabella 1.1);
- è denominata "farina di grano duro" il prodotto non granulare ottenuto dalla macinazione e conseguente abburattamento del grano duro liberato dalle sostanze estranee e dalle impurità, ove si intende "grado di abburattamento o resa di macinazione" la quantità di farina ottenuta dalla macinazione di 100 Kg di grano (Tabella 1.2);
- è denominata "farina integrale di grano tenero" il prodotto ottenuto direttamente dalla macinazione del grano tenero liberato dalle sostanze estranee e dalle impurità.

**Tabella 1.1- Classificazione merceologica degli sfarinati di frumento tenero.**

**Fonte: D.P.R 9 febbraio 2001, n. 187**

Tipo e denominazione	Umidità massima %	Su cento parti di sostanza secca		
		Ceneri		Proteine min. (azoto x 5,70)
		minimo	massimo	
Farina di grano tenero tipo 00	14,50		0,55	9,00
Farina di grano tenero tipo 0	14,50		0,65	11,00
Farina di grano tenero tipo 1	14,50		0,80	12,00
Farina di grano tenero tipo 2	14,50		0,95	12,00
Farina integrale di grano tenero	14,50	1,30	1,70	12,00

**Tabella 1.2- Classificazione merceologica degli sfarinati di frumento duro.**

**Fonte: D.P.R 9 febbraio 2001, n. 187**

Tipo e denominazione	Umidità massima %	Su cento parti di sostanza secca		
		Ceneri		Proteine min. (azoto x 5,70)
		minimo	massimo	
Semola *	14,50		0,90	10,50
Semolato	14,50	0,90	1,35	11,50
Semola integrale di grano duro	14,50	1,40	1,80	11,50
Farina di grano duro	14,50	1,36	1,70	11,50

\* Valore granulometrico alla prova di setacciatura: passaggio staccio con maglie di millimetri 0,180 di luce, massimo 25 per cento.

### **1.3 La filiera della pasta e le varie tipologie**

In Italia la pasta secca è ottenuta tramite l'unica e particolare tecnica italiana dell'estrusione attraverso trafile al bronzo, dalla laminazione e conseguente essiccamento di impasti preparati esclusivamente con semola o semolato di grano duro e acqua. L'alternativa è rappresentata dalla pasta fresca dove è previsto anche l'impiego del grano tenero e la sfogliatura dell'impasto in alternativa alla trafilazione.

La prima legge a disciplinare la produzione ed il commercio di pasta è datata 4 luglio 1967, n. 580 (disciplina per la lavorazione e commercio dei cereali, degli sfarinati, del pane e delle paste alimentari). In seguito, è stata revisionata e sostituita dal D.P.R. 9 febbraio 2001, n.187, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.117 del 22 maggio 2001, Regolamento per la revisione della normativa sulla produzione e commercializzazione di sfarinati e paste alimentari. Nell'articolo 6 del regolamento vengono date le seguenti definizioni:

1. sono denominati "pasta di semola di grano duro" e "pasta di semolato di grano duro" i prodotti ottenuti dalla trafilazione, laminazione e conseguente essiccamento di impasti preparati rispettivamente ed esclusivamente:

- a) con semola di grano duro ed acqua;
- b) con semolato di grano duro ed acqua.

2. È denominato "pasta di semola integrale di grano duro" il prodotto ottenuto dalla trafilazione, laminazione e conseguente essiccamento di impasto preparato esclusivamente con semola integrale di grano duro ed acqua.

3. La pasta destinata al commercio è prodotta soltanto nei tipi e con le caratteristiche seguenti: (Tabella 1.3).

**Tabella 1.3- Tipologie di pasta e sue caratteristiche commercializzate.**

**Fonte: D.P.R 9 febbraio 2001, n. 187**

Tipo e denominazione	Umidità massima %	Su cento parti di sostanza secca		Proteine min. (azoto x 5,70)	Acidità massima in gradi*
		Ceneri			
		minimo	massimo		
Pasta di semola di grano duro	12,50		0,90	10,50	4
Pasta di se molato di grano duro	12,50	0,90	1,35	11,50	5
Pasta di semola integrale di grano duro	12,50	1,40	1,80	11,50	6

\* Il grado di acidità e' espresso dal numero di centimetri cubici di soluzione alcalina normale occorrente per neutralizzare 100 grammi di sostanza secca.

Nell'articolo 7 vengono definite le paste speciali. La pasta speciale è ottenuta aggiungendo all'impasto ingredienti in grado di impartire colori e sapori caratteristici (estratti di spinaci, pomodoro, funghi, spezie, etc.). Questi ingredienti devono essere indicati in etichetta nella denominazione di vendita ("pasta al...") e nella lista degli ingredienti. Se si tratta di pasta secca, gli ingredienti "speciali" dovranno essere aggiunti alla semola, mentre se è pasta fresca si potrà usare farina, e la categoria commerciale sarà «pasta fresca speciale» (ad es empio la polvere di barbabietola viene sciolta nell'acqua dell'impasto).

Nell'articolo 8 viene data la definizione di pasta all'uovo come *“prodotta esclusivamente con semola e almeno quattro uova intere di gallina, prive di guscio, per un peso complessivo non inferiore a duecento grammi di uovo per ogni chilogrammo di semola. Le uova possono essere sostituite da una corrispondente quantità di ovoprodotto liquido fabbricato esclusivamente con uova intere di gallina”*.

Quando commercializzata, la pasta fresca deve possedere le seguenti caratteristiche:

- umidità massima 12,5%;
- contenuto in ceneri non superiore a 1,10 su cento parti di sostanza secca;
- proteine (azoto x 5,70) in quantità non inferiore a 12,50 su cento parti di sostanza secca;
- acidità massima pari a 5 gradi.

L'aggiunta di uova espleta numerose funzioni: hanno potere emulsionante, conferiscono colore, sapore ed aroma, aumentano il contenuto proteico e il valore nutrizionale del prodotto.

Nell'articolo 9 vengono definite le paste alimentari fresche e stabilizzate che si differenziano dalle paste secche per la possibilità di utilizzare sfarinati di grano duro e di grano tenero o entrambi, per il maggior tasso di umidità (20% per le paste fresche, 24% per le paste stabilizzate). Le paste alimentari fresche possono essere classificate in:

- paste alimentari fresche da vendersi sfuse, ai quali applicare termini di durabilità non superiori ai 5 giorni;

- paste alimentari fresche pastorizzate da vendersi sfuse, per le quali si deve stabilire un congruo termine per la commercializzazione;
- paste alimentari fresche pastorizzate poste in vendita in imballaggi preconfezionati, in cui la data è fissata dal produttore.

Tutte le varie tipologie di pasta fresca devono essere conservate dalla produzione alla vendita a temperatura non superiore di 4°C.

Sono denominate paste stabilizzate le paste alimentari che hanno un tenore di umidità non inferiore al 20%, un'attività dell'acqua libera ( $A_w$ ) non superiore a 0,92 e che sono state sottoposte a trattamenti termici e a tecnologie di produzione che consentono il trasporto e la conservazione a temperatura ambiente.

La pasta fresca può essere classificata in:

- Pasta all'uovo come tagliatelle, tagliolini, fettuccine, pappardelle, capellini, spaghetti alla chitarra, garganelli, quadrucci, maltagliati, lasagne, cannelloni e tutti gli involucri di ravioli, tortellini, cappelletti.

Nelle Marche una tipologia di pasta all'uovo molto conosciuta e diffusa sono i Maccheroncini di Campofilone (Figura 1.11) che hanno ottenuto la denominazione IGP per tutelarne la loro unicità.

**Figura 1.11- Maccheroncini di Campofilone. Fonte: Informacibo, 2021**



- Pasta fresca preparata solo con semola e acqua. Per questa tipologia è possibile citare le orecchiette pugliesi, le trofie, le trenette, i pizzoccheri (con farina di grano saraceno), strozzapreti, cavatelli, maltagliati.

Per quanto riguarda la pasta secca, sottoposta ad un processo di essiccazione, essa è divisibile in due grandi categorie (Figura 1.12):

- Pasta corta: liscia (come penne, rigatoni, maccheroni, tortiglioni, sedani, mezze maniche) o rigata (penne, sedani, gramigna, fusilli, farfalle, conchiglioni e conchiglie, paccheri, calamarata).



- Pasta lunga (spaghetti, vermicelli, bucatini, linguine, spaghetti quadrati, capelli d'angelo, fettuccine).

**Figura 1.12-Tipologie di pasta lunga e corta. Fonte: Pastai Italiani, 2022**



Negli ultimi anni si sta sempre più diffondendo il consumo di pasta integrale (Figura 1.13), ricavata dalla miscelazione di acqua e semola integrale di grano duro; a livello legislativo è indicata con il nome “pasta di semola integrale di grano duro”. Rispetto alla normale pasta, quindi, la semola non viene sottoposta a processi di raffinazione. Dal punto di vista nutrizionale, la pasta integrale è simile a quella di semola, con un apporto lipidico e proteico leggermente superiori e una minor concentrazione di carboidrati. Queste sue caratteristiche la rendono maggiormente digeribile.

**Figura 1.13- Pasta integrale. Fonte: AmoreTerra, 2022**



Un fenomeno che si sta ampiamente diffondendo ai giorni nostri è la celiachia. La celiachia è una reazione immunitaria all’assunzione di glutine; a lungo andare, questa reazione produce

un'inflammation che danneggia il rivestimento dell'intestino tenue e impedisce l'assorbimento di alcuni nutrienti (malassorbimento). Dato l'aumento del numero di persone afflitte da questo disturbo, si sta diffondendo la produzione di paste senza glutine (*gluten-free*).

A differenza della pasta tradizionale, realizzata con semola di frumento duro, le paste senza glutine sono realizzate utilizzando farine derivate da cereali senza glutine, come la farina di mais e riso, che possono essere miscelate insieme o utilizzate singolarmente, talvolta con aggiunta di farina di grano saraceno di lupini. Nuove formulazioni ad oggi in sperimentazione prevedono l'aggiunta di farina di quinoa oppure sorgo, fonio, amaranto, manioca e miglio.

L'impiego di questa diverse farine porta ad una modificazione delle caratteristiche dell'impasto finale: la farina di riso è in grado di dare più elasticità alla pasta e la caratterizza per un colore bianco, mentre la farina di mais rende maggiormente compatta la pasta; un mix delle due farine, mais e riso, riesce a conferire alla pasta senza glutine una compostezza molto vicina a quella riscontrabile nella pasta di semola di grano duro.

Per quanto riguarda la parte legislativa della pasta senza glutine, a livello comunitario è presente il Regolamento 41/2009 sulla composizione ed etichettatura dei prodotti alimentari adatti a persone intolleranti al glutine. Sulla base di questo regolamento, i prodotti possono essere venduti con la dicitura “senza glutine o gluten free” se contengono  $\leq 20$  ppm di glutine, oppure con la dicitura “con contenuto di glutine molto basso” se posseggono un contenuto in glutine tra le 20 e le 100 ppm e sono ottenuti da ingredienti privati di glutine (deglutinizzati). Inoltre, per quanto concerne le norme di etichettatura, si deve far riferimento alla Direttiva 2000/13/CE del Parlamento UE e del Consiglio, del 20 Marzo 2000.

I prodotti senza glutine si caratterizzano per la presenza in etichetta di un marchio particolare, la cosiddetta “spiga sbarrata” (Figura 1.14).

**Figura 1.14-Marchio Spiga Sbarrata. Fonte: Associazione Italiana Celiachia**



Il “Marchio Spiga Sbarrata” è di proprietà dell’AIC - Associazione Italiana Celiachia, registrato l’11 aprile 1995. Per ottenere la licenza d’uso, le aziende vengono sottoposte a

verifiche finalizzate ad accertare la conformità del loro Sistema Qualità a produrre alimenti idonei al consumatore celiaco (dove il contenuto di glutine deve essere inferiore ai 20 ppm secondo quanto indicato dalla AIC e dal Ministero della Salute). Le verifiche vengono eseguite sulla documentazione aziendale, direttamente sull'unità operativa con visite ispettive periodiche ed infine sulle materie prime e/o sui prodotti finiti, con determinazioni analitiche.

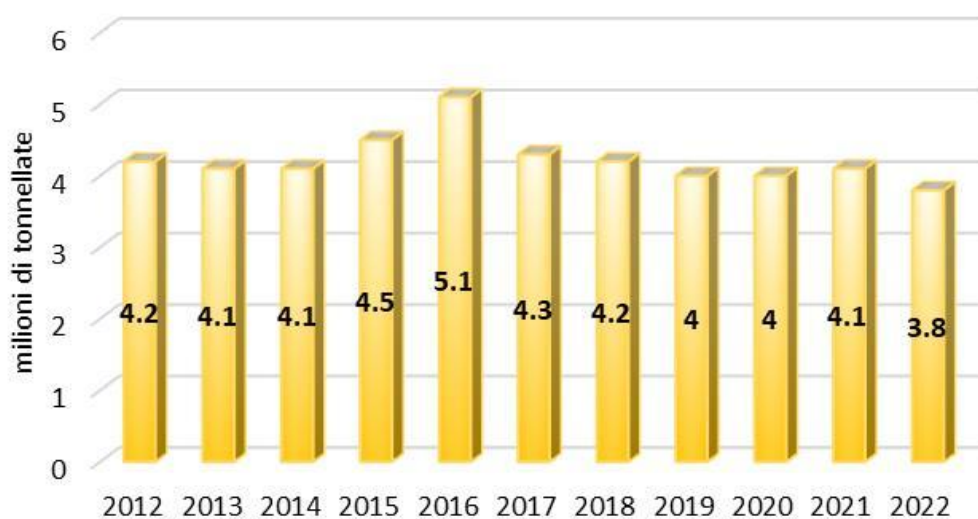
## Capitolo 2

### IL MERCATO ITALIANO DELLA PASTA

#### 2.1 Produzione

Il settore della pasta rappresenta il 3,5% del fatturato dell'industria alimentare (Euler Hermes Italia, 2021). Partendo dall'analisi della materia prima, si evince come le disponibilità nazionali di frumento duro sono influenzate dall'andamento della produzione interna che può subire forti variazioni. Nel 2022 la produzione scende al livello minimo del decennio 2012-2022 ed è pari a 3,8 milioni di tonnellate (-7,4% sul 2021) a causa del forte calo annuo delle rese (-8,1%) determinato dal deficit idrico e dalle elevate temperature di maggio e giugno 2022 (ISMEA, 2022a) (Figura 2.1).

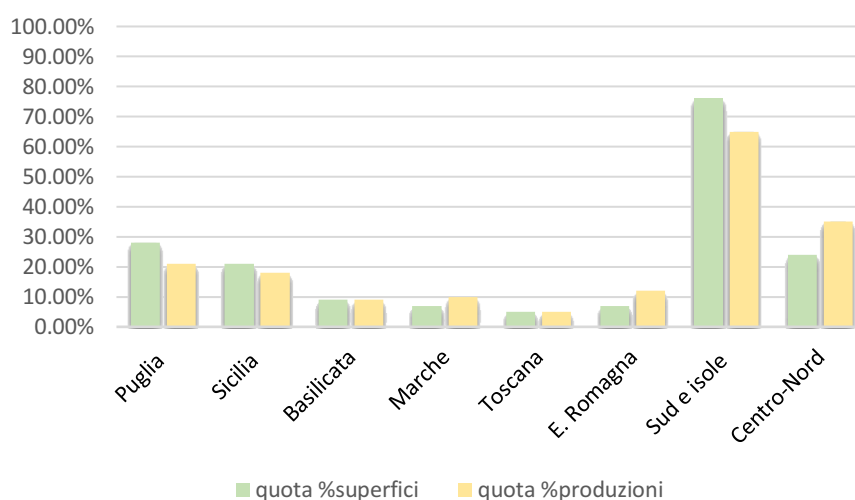
*Figura 2.1- Produzione frumento duro. Fonte: ISMEA, 2022a*



Dalla Figura 2.2 si evince che la coltivazione di frumento duro è localizzata maggiormente nel Sud e nelle Isole, con percentuali pari rispettivamente al 76% e 24% (ISMEA, 2022a).

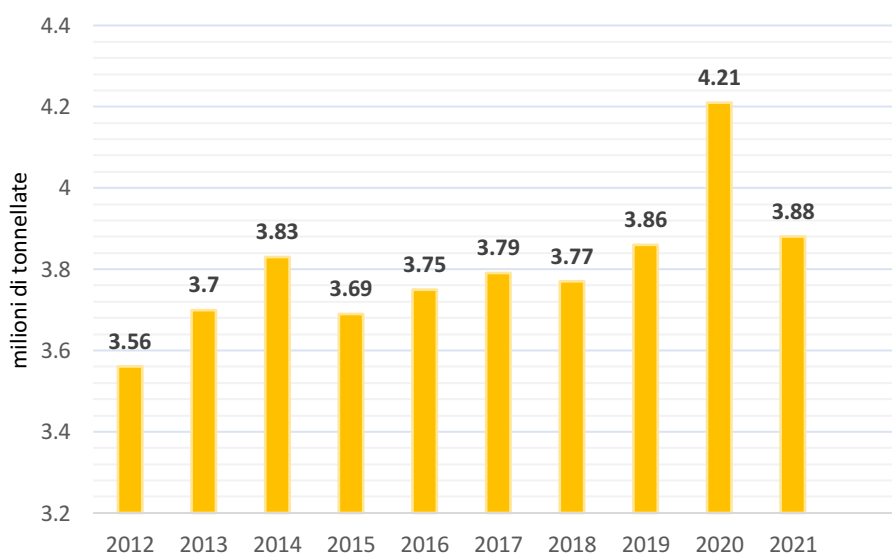
**Figura 2.2- Distribuzione territoriale della produzione di frumento.**

*Fonte: ISMEA, 2022a*



In Italia sono presenti 102 molini a frumento duro per una capacità complessiva di lavorazione pari a 21 mila t/24 ore. La maggior parte dei molini è presente in Sicilia (37 unità) (ISMEA, 2022a). La produzione di semola di frumento duro è scesa nel 2021 a 3,9 milioni di tonnellate in ragione della contrazione della domanda di semole destinate alla produzione di pasta che ha, a sua volta, registrato una flessione della richiesta sia sul mercato interno (-7,8%), sia su quelli di esportazione (-11,7 %), dopo l'exploit del 2020 (Figura 2.3).

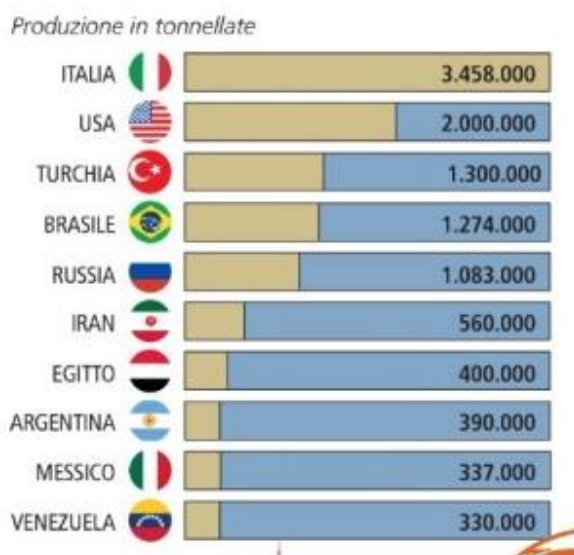
**Figura 2.3-Produzione di semola di frumento duro. Fonte: ISMEA, 2022a**



La produzione di paste alimentari industriali di frumento duro è aumentata negli ultimi dieci anni grazie alle buone performance sui mercati esteri che assorbono più della metà dell'offerta

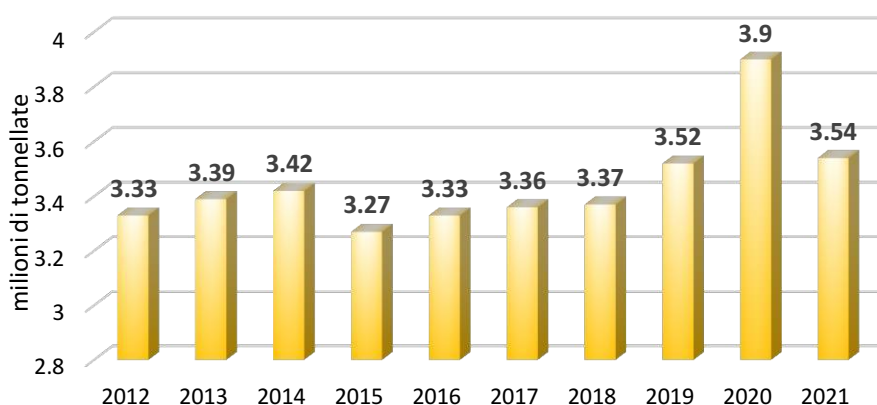
nazionale. L'Italia è il più grande produttore di pasta al mondo, con una media di 3,3 milioni di tonnellate prodotte ogni anno (Figura 2.4). Seguono gli Stati Uniti e la Turchia.

**Figura 2.4-Produzione di pasta nel mondo. Fonte: Il Sole 24 ore**



Nel 2021 sono state prodotte circa 3,5 tonnellate di pasta. Tuttavia, nel 2021 si evidenzia una contrazione rispetto all'anno precedente (Figura 2.5). La contrazione produttiva del 2021 è conseguente alla minore domanda interna ed estera dopo i buoni risultati dell'anno precedente.

**Figura 2.5-Produzione di pasta. Fonte: ISMEA, 2022a**

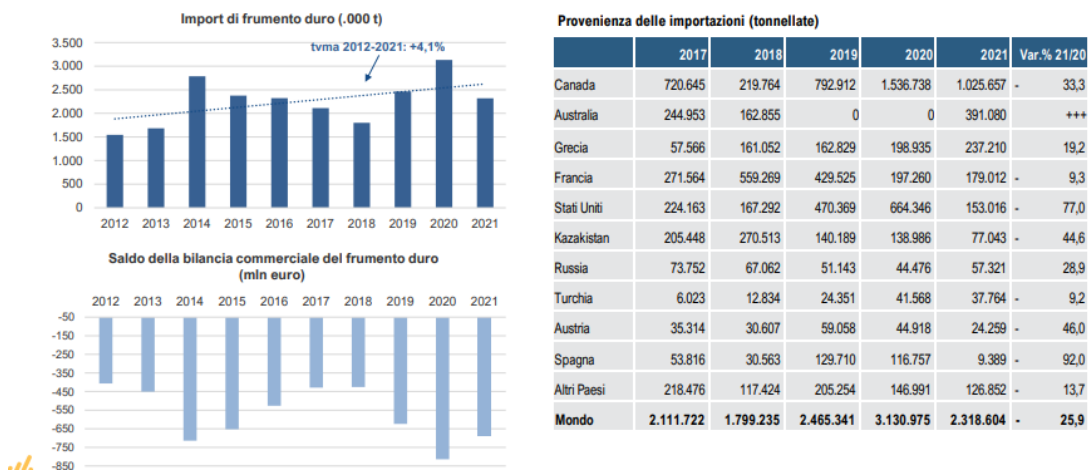


Circa il 95% della produzione totale è rappresentata dalla pasta secca; la rimanente quota è riferita alla pasta fresca (ISMEA, 2022a).

## 2.2 Import/export

L'Italia importa un consistente quantitativo di grano duro come emerge dalla Figura 2.6. Per soddisfare le esigenze delle industrie molitorie nel 2021 sono stati importati circa 2 milioni di tonnellate di frumento, provenienti principalmente da Canada, Australia, Grecia e Francia (ISMEA, 2022a).

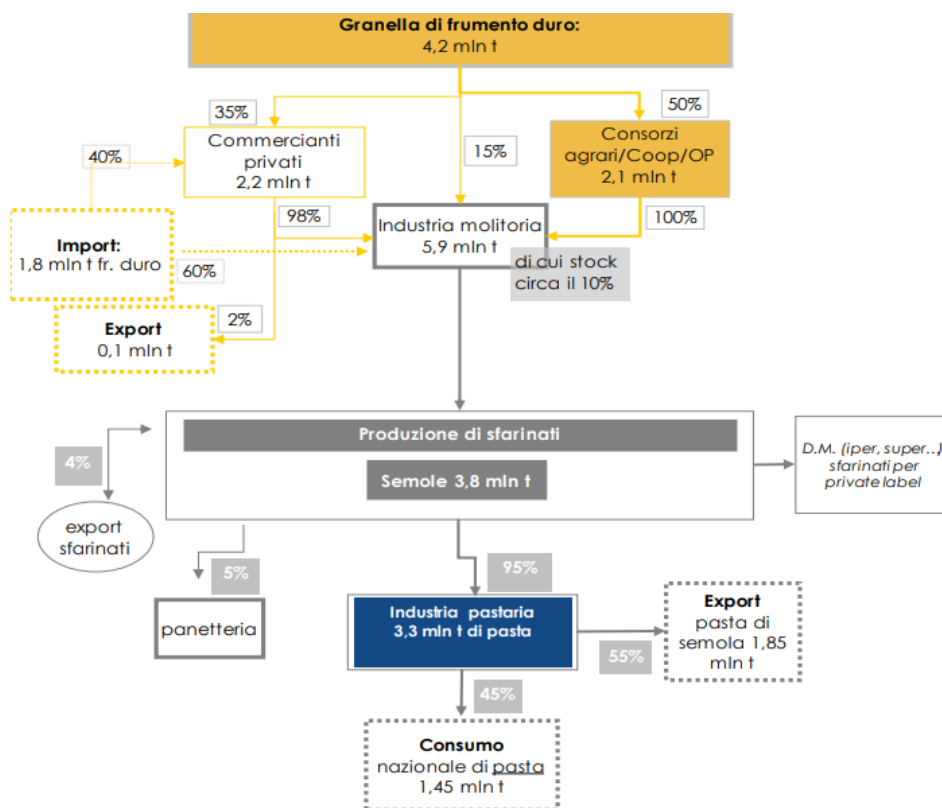
**Figura 2.6- Le importazioni di frumento duro in Italia. Fonte: ISMEA, 2022a**



I flussi quantitativi dell'intera filiera del frumento duro possono essere così sintetizzati (Figura 2.7):

- la commercializzazione del frumento viene effettuata per il 50% da consorzi agrari e cooperative; un ruolo cruciale lo hanno i commercianti privati che veicolano il 35% dell'offerta nazionale;
- una quota di circa il 10% viene utilizzate come scorta dai mulini;
- le importazioni seguono due strade: il 60% delle quantità importate viene direttamente assorbito dall'industria molitoria, mentre il 40% è importato da commercianti privati;
- la produzione industriale supera i 3 milioni di tonnellate, di cui il 50% viene esportato.

Figura 2.7-I flussi nella filiera della pasta. Fonte: ISMEA, 2019

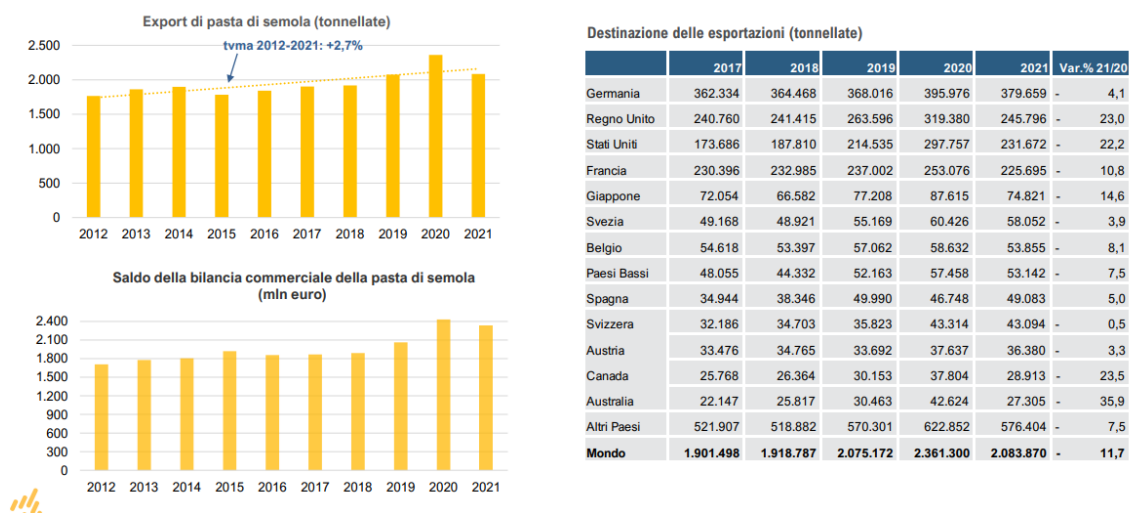


La pasta è stato il prodotto più esportato durante la pandemia. È un record storico che ha registrato un aumento pari al 16%, per un valore superiore a 2,4 miliardi nel 2020 (Euler Hermes Italia, 2021).

A livello europeo la Germania è da sempre il primo sbocco per l'export della pasta italiana: i numeri dell'esportazione sono triplicati in 25 anni; nel 2021 le tonnellate di pasta esportate sono pari a 379.659. Segue il Regno Unito (245.796 tonnellate) gli Stati Uniti (231.672) e la Francia (225.695 tonnellate) (Figura 2.8).



**Figura 2.8-Esportazione di pasta. Fonte: ISMEA, 2022a**

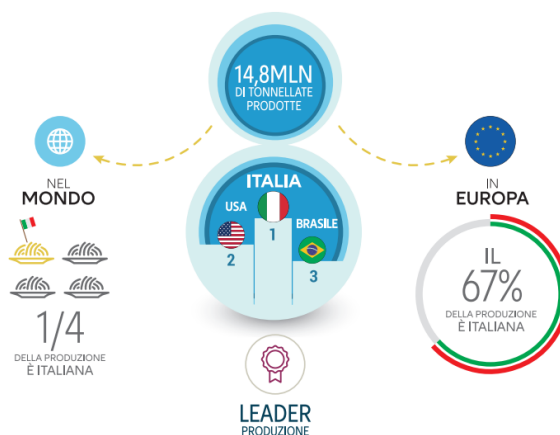


Nel Mondo, crescono del 23% rispetto al 2020 i dati di export della pasta negli USA, primo sbocco extraeuropeo, seguiti dal Giappone. In crescita a ritmi interessanti anche le esportazioni in Cina, Emirati Arabi Uniti, Sudafrica ed Europa dell'est. Si attestano come mercati strategici più dinamici il Venezuela, la Libia, l'Etiopia e l'Angola (ISMEA, 2022a).

### 2.3 Consumo

Nel mondo il consumo di pasta negli ultimi 20 anni è aumentato in modo notevole (63%) passando da 9,1 a 14,8 milioni di tonnellate. Come si evidenzia dalla Figura 2.9, nel mondo 1 piatto di pasta su 4 è di produzione italiana (Euler Hermes Italia, 2021).

**Figura 2.9- Il consumo di pasta. Fonte: Allianz Trade, 2022**



Gli italiani consumano circa 23 kg di pasta pro-capite all'anno che corrispondono a una produzione di circa 3,5 milioni di tonnellate, per un valore di 5.035 milioni di euro. Guardando al di fuori dei confini nazionali si scopre una crescente passione globale per la pasta che coinvolge centinaia di Paesi nei quali è entrata nelle abitudini di consumo, integrandosi perfettamente nelle tradizioni gastronomiche locali.

Tra i più grandi consumatori di pasta troviamo la Tunisia (17 kg pro capite), il Venezuela (12 kg) e la Grecia (11,4 kg). Seguono Cile (9,5), Perù (9,3), Stati Uniti (8,8 kg), Argentina (8,6 kg) e Iran (8,5kg).

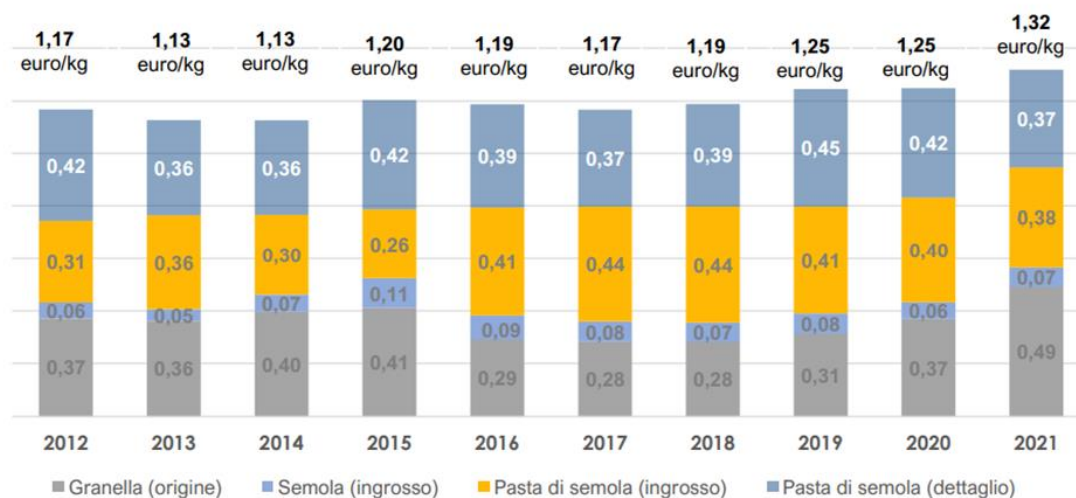
Nei piatti degli italiani finisce soprattutto pasta rigata, con un crescente consumo del corrispettivo integrale. I giovani preferiscono la pasta corta. Proprio per i Millennials del nostro Paese la pasta è al primo posto dei cibi irrinunciabili ed evoca valori legati alla tradizione e alla semplicità (<https://www.pastaitaliani.it/consumi/>).

Nell'ultimo decennio i consumi pro-capite di pasta di semola sono scesi passando da circa 26 kg/anno del 2012 a 23 kg/anno del 2021 (-11%). I cambiamenti delle abitudini alimentari e degli stili di vita hanno inciso in maniera determinante sui consumi domestici, ampliando la gamma di altre tipologie di prodotto (ad es. paste integrali, di riso, di mais).

## **2.4 Prezzi**

La Figura 2.10 rappresenta la variazione del prezzo al consumo della pasta di semola in funzione della catena del valore. Nel corso degli ultimi dieci anni si evidenzia un incremento del 13% per prezzo al consumo che nel 2021 si attestava a 1,32 euro/kg. Tale incremento è dovuto in particolare all'incremento di prezzo della granella. Stabili gli altri componenti (semola ingrosso, pasta di semola ingrosso, pasta di semola dettaglio). Le oscillazioni annuali del prezzo all'origine della granella si riflettono sulle fasi più a valle della filiera. L'industria molitoria esprime la minore marginalità in ragione della forte dipendenza dal mercato della granella a causa dell'alta incidenza del suo costo sulla produzione delle semole. Considerando un prezzo al consumo della pasta di semola pari a 1,32 euro/kg nel 2021, gli agricoltori hanno percepito 0,49 € per kg di granella prodotta, i molini 7 centesimi per kg di semola, i pastifici 0,38 € per kg di pasta e la distribuzione 0,37 €/kg (ISMEA, 2022a).

**Figura 2.10-La catena del valore della pasta di semola. Fonte: ISMEA, 2022a**



## 2.5 Il mercato della pasta fresca

Il mercato della pasta fresca in Italia nel 2022 chiude in positivo sia in termini di vendite che di volume rispetto al 2021. Il risultato ottenuto non è così scontato: durante la pandemia, infatti, il segmento della pasta fresca aveva vissuto un boom con gli italiani che cercavano di improvvisarsi chef, dato che i ristoranti erano chiusi.

Secondo uno studio realizzato da Allianz (GDONews, 2023), si prevede che il segmento della pasta fresca continuerà a crescere fino al 2025 ad un tasso dell'1,3% vendendo sempre di più attraverso piattaforme marketplace.

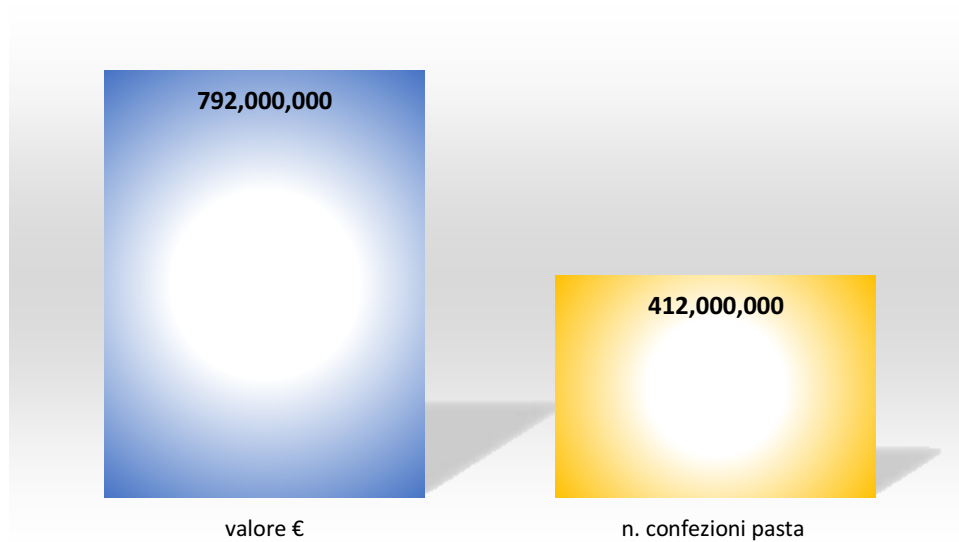
Secondo Coldiretti (GDONews, 2023), nell'ultimo anno le vendite di pasta all'estero sono cresciute del 33%, un record storico all'interno del quale la pasta fresca ha mostrato una forte vitalità.

Anche sul mercato domestico le performance della pasta fresca hanno dato segnali soddisfacenti alle aziende di produzione: alla fine del 2022 le vendite attraverso la GDO (Grande Distribuzione Organizzata) sono cresciute del 2,3% in volume. La crescita è dimezzata rispetto a quella realizzata durante la pandemia, dove il comparto ha registrato un incremento pari al 5%, ma la pasta fresca ha comunque mostrato di sapersi affermare sulle tavole degli italiani anche quando la situazione è ritornata alla normalità e della prima fase dell'impennata inflattiva (GDONews, 2023).

Nel 2022 le vendite di pasta fresca nella GDO italiana hanno avuto un andamento positivo e sono cresciute complessivamente del 2,9% in valore e del 2,3 % in volume rispetto al 2021

(Figura 2.11). Nel 2022 in Itali sono stati venduti 412 milioni di confezioni di pasta fresca, per un valore di 792 milioni di euro (GDONews, 2023).

**Figura 2.11- Pasta fresca vendita a valore e volume (GDO). Fonte: GDONews 2023**



## Capitolo 3

### LA TUTELA DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI DI QUALITÀ: IL QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

#### **3.1 La qualità: definizione e concetti**

Secondo la ISO 9000 del 2005 (<https://www.qualitiamo.com/set%20normativo/iso%209000/iso9000.html>), La qualità è l'insieme delle caratteristiche e delle proprietà di un prodotto, di un processo o di un servizio, le quali conferiscono ad esso la capacità di soddisfare le esigenze implicite o espresse dal cliente. La qualità non è basata su un unico requisito e ottenuta in un solo passaggio del processo produttivo, ma è funzione di un costante ed elastico miglioramento che riguarda tutta la filiera. Vengono così a definirsi diverse tipologie, quali:

- **Qualità di origine:** è uno dei primi aspetti di qualità impliciti dell'alimento. È l'espressione della tipicità di alcuni prodotti legati alla territorialità, alla conservazione delle produzioni autoctone e delle lavorazioni tramandate da generazioni. Questo ha portato alcuni prodotti ad essere riconosciuti con Marchi di Qualità accreditati ufficialmente. Attualmente l'Italia vanta il primato europeo tra i prodotti riconosciuti con la qualifica di Denominazione d'Origine Protetta (DOP) e Indicazione Geografica Protetta (IGP). Grazie a questi riconoscimenti è possibile valorizzare le produzioni agricole e i produttori, proteggendo i nomi dei prodotti da imitazioni e abusi e aiutando allo stesso tempo i consumatori a riconoscere e a scegliere la qualità.
- **Qualità nutrizionale:** la qualità nutrizionale può intendersi sotto l'aspetto quantitativo, che è dato dalla quantità di energia chimica che l'alimento apporta, e sotto quello qualitativo, che è dato dalla combinazione degli elementi nutritivi in esso contenuti.
- **Qualità igienico-sanitaria:** condizione indispensabile della qualità di un alimento è quella che non deve presentare rischi per la salute umana, che vi sia assenza di contaminazione chimica e microbica e che risponda a requisiti d'igiene minimi stabiliti dalla legge.
- **Qualità merceologica:** è determinata dalla conformità delle caratteristiche tecnologiche e commerciali di un determinato prodotto.

- Qualità ambientale: riguarda i metodi di produzione, la sostenibilità ambientale, l'eco-compatibilità e le tecniche d'agricoltura.
- Qualità etica: produzione senza sfruttamento.
- Qualità organolettica: è la qualità determinata dalla valutazione del consumatore di alcune caratteristiche dell'alimento, quali l'aspetto, il gusto, l'aroma e la consistenza.

Le esigenze che la qualità è chiamata a soddisfare possono essere di carattere primario, legate alla tutela di bisogni essenziali, quali la sicurezza, la salute e i diritti fondamentali delle persone in genere, o di natura accessoria, relative al soddisfacimento di esigenze materiali e spirituali che trascendono i bisogni essenziali, quali le prestazioni, l'affidabilità, la durata, la bellezza, il comfort e le caratteristiche qualitative in genere dei beni e dei servizi su cui si basa la vita economica e civile della società moderna.

Quando si parla di qualità, spesso la si accosta al concetto di certificazione. Per certificazione si intende l'atto mediante il quale una terza parte indipendente attesta che un prodotto, un servizio, un processo o un'azienda è conforme ai requisiti specificati. Le certificazioni si distinguono in:

- Obbligatorie (cogenti): regolate da leggi, di emanazione nazionale o comunitaria. In questo caso la dichiarazione di conformità è emessa da un'istituzione pubblica ed è vincolante per poter procedere alla lavorazione ed all'immissione del prodotto sul mercato.
- Volontarie (regolamentate o normate): scelte in totale libertà dall'azienda e che riferiscono a sistemi di qualità basati su regole di natura legislativa (es.: biologico, DOP, IGP) (Ferrucci, 2020).

### **3.2 Il Regolamento UE n. 1151/2012 e i marchi di qualità europei**

A distanza di venti anni dalla sua pubblicazione, il primo Regolamento CE n. 2081/1992 è stato sostituito e perfezionato con il Regolamento UE n. 1151/2012, noto anche come "*Pacchetto di Qualità*", il quale disciplina i regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari. In dettaglio, secondo la legge europea, è possibile conferire a prodotti selezionati, che devono le loro caratteristiche a peculiarità del territorio o della tradizione, dei marchi di qualità quali Denominazione di Origine Protetta (DOP), Indicazione Geografica Protetta (IGP) e Specialità Tradizionale Garantita (STG).

La nuova normativa comunitaria, abrogando i precedenti regolamenti (CE) n. 509/2006 (riguardanti le specialità tradizionali garantite) e n. 510/2006 (sulla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine), intende aiutare i produttori agricoli

e alimentari a comunicare agli acquirenti e ai consumatori le caratteristiche e le modalità di produzione. Il regolamento mira a potenziare la necessità di avere a disposizione efficaci strumenti legislativi per l'identificazione e la rintracciabilità territoriale dei prodotti agroalimentari di pregio. Tra le principali novità introdotte rispetto ai regolamenti precedentemente abrogati sono:

- protezione ex officio: all'articolo 13 viene espresso il principio in virtù del quale gli Stati membri sono tenuti a adottare le misure necessarie per la tutela e la protezione dell'indicazioni geografiche designando l'autorità incaricate ad adottare adeguate misure amministrative e giudiziarie;
- novità in materia di STG: è possibile registrare un prodotto senza riserva del nome;
- etichettatura: l'articolo 12 prevede che possano figurare in etichetta sia rappresentazioni grafiche della zona d'origine, sia testi o simboli che riferiscono agli Stati membri e/o alle regioni all'interno delle quali è situata la zona di produzione delle DOP/IGP;
- introduzione della certificazione per prodotti particolari: prodotti di montagna e prodotto dell'agricoltura dell'isole.

### *3.2.1 Denominazione d'Origine Protetta (DOP)*

La Denominazione di Origine Protetta (Figura 3.1), meglio nota con l'acronimo DOP, è un marchio di tutela giuridica della denominazione che viene attribuito dall'Unione Europea agli alimenti le cui peculiari caratteristiche qualitative dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono prodotti. Affinché un prodotto sia DOP, la trasformazione è locale, deve essere effettuata solo nell'area delimitata dalla denominazione e secondo le indicazioni contenute nel cosiddetto disciplinare di produzione. In particolare, tutte le fasi produttive, dall'approvvigionamento delle materie prime all'etichettature, devono essere svolte nell'areale definito dal disciplinare.

**Figura 3.1-Logo DOP. Fonte Accredia**



Il prodotto non può essere riprodotto altrove; questo garantisce al consumatore che lo acquista la garanzia; che sia stato realizzato seguendo un iter ben preciso e con determinate caratteristiche contenute nel disciplinare (<https://www.informacibo.it/cosa-significa-dop/>).

Le DOP possono essere uno strumento di tutela per i prodotti autentici, per fronteggiare la concorrenza sleale e delle imitazioni, che affliggono spesso i prodotti *made in Italy* all'estero. Per il legame con il territorio di produzione, le DOP possono anche contribuire a favorire effetti positivi sulle dinamiche di sviluppo rurale, contribuendo a mantenere tradizioni e culture locali. Esempi di prodotti DOP italiani sono il Parmigiano Reggiano, il Prosciutto di Parma e l'Olio di Cartoceto.

### 3.2.2 *Indicazione Geografica Protetta (IGP)*

Il termine Indicazione Geografica Protetta, noto con l'acronimo IGP (Figura 3.2), indica un marchio di origine che viene attribuito dall'Unione Europea a quei prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica dipende dall'origine geografica.

**Figura 3.2-Logo IGP. Fonte: Accredia**



A differenza del marchio DOP, che richiede che l'intera produzione sia effettuata nell'areale geografico designato, nelle produzioni IGP almeno una tra le fasi di produzione, trasformazione e/o elaborazione deve avvenire all'interno di un'area geografica determinata. Come per il marchio DOP, chi produce IGP, deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, e il rispetto di tali regole è garantito da un organismo di controllo indipendente. Si differenzia dalla Denominazione di Origine Protetta, per il suo essere generalmente un'etichetta maggiormente permissiva, basata essenzialmente sulla sola provenienza delle materie prime, in quanto tutela le ricette e alcuni processi produttivi caratterizzanti tipici del luogo ma non per forza l'origine del prodotto nel suo intero complesso,



se non quello della sua produzione finale. Esempi di prodotti IGP italiani sono la mortadella, il ciauscolo e l'aceto balsamico di Modena.

### 3.2.3 *Specialità Tradizionale Garantita (STG)*

Una STG o Specialità tradizionale garantita ha l'obiettivo di valorizzare i prodotti agroalimentari, le cui peculiarità non dipendono dall'origine geografica ma da una composizione "tradizionale" del prodotto, da una ricetta tipica e da un metodo di produzione tradizionale (Reg UE n.1151/2012). L'elemento della tradizionalità è definito da un periodo di produzione del prodotto secondo i metodi caratteristici non inferiore ai 25 anni. Ci si riferisce a prodotti ottenuti secondo un metodo di produzione tipico tradizionale di una zona geografica, per tutelare la specificità. Sono esclusi i prodotti il cui carattere distintivo sia legato alla provenienza o origine geografica; questo distingue un prodotto STG dalle DOP o IGP. Esempi di STG italiane sono la mozzarella, la pizza napoletana e i vincisgrassi alla maceratese. Così come per i prodotti DOP e IGP, anche per il marchio STG (Figura 3.3) deve essere conforme ad un preciso disciplinare di produzione. Esso deve indicare la denominazione specifica del prodotto, una descrizione agroalimentare e del metodo di produzione, la motivazione sulla specificità del prodotto e i documenti storici che dimostrano la tradizionalità.

**Figura 3.3-Logo STG. Fonte: Accredia**



### 3.2.4 *Indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di Montagna"*

La denominazione "Prodotto di Montagna" è un'indicazione facoltativa di qualità istituita dall'art. 31 del Regolamento (UE) n. 1151/2012. La scelta di quest'indicazione è volta a migliorare la commercializzazione dei prodotti di montagna e a comunicare ai consumatori la loro provenienza e le loro caratteristiche. L'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di Montagna" è utilizzata unicamente per identificare i prodotti destinati al consumo umano, per i quali sia le materie prime che gli alimenti degli animali provengono essenzialmente da zone di montagna e, nel caso di prodotti trasformati, anche la trasformazione, compresa la

stagionatura e la maturazione, ha luogo in zone di montagna. L'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di Montagna" può essere applicata ai prodotti:

- ottenuti da animali allevati nelle zone di montagna e trasformati nelle stesse (es. uova, latte ecc.);
- derivanti da animali allevati, per almeno gli ultimi due terzi del loro ciclo di vita, in zone di montagna, se i prodotti sono trasformati in tali zone (es. carni ecc.);
- derivanti da animali transumanti allevati, per almeno un quarto della loro vita, in pascoli di transumanza nelle zone di montagna;
- dell'apicoltura, se le api hanno raccolto il nettare e il polline esclusivamente nelle zone di montagna;
- di origine vegetale, unicamente se le piante sono coltivate nelle zone di montagna (ERSA).

Con l'atto n.665/2014 l'UE ha completato la regolazione del "Prodotto di Montagna" che stabilisce deroghe alle regole generali del Pacchetto Qualità; in particolare, si definiscono le condizioni per le quali le materie prime o gli alimenti per animali possono provenire dal di fuori delle zone di montagna, e le condizioni per le quali la trasformazione dei prodotti può aver luogo al di fuori delle zone di montagna in una zona geografica da definire. Per evitare che i consumatori siano indotti in errore, il Regolamento chiarisce l'uso del termine "Prodotti di Montagna" per i prodotti di origine vegetale e animale.

In aggiunta, in Italia, il Decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali n. 57167 del 26 luglio 2017 disciplina le condizioni d'uso dell'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di Montagna" e la concessione delle deroghe per alcune operazioni di trasformazione svolte al di fuori della zona di montagna.

Infine, lo stesso Decreto ministeriale ha istituito il logo identificativo per l'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di Montagna" (Figura 3.4).

**Figura 3.4- Logo Prodotto Italiano di Montagna. Fonte: MASAF, 2018**



### 3.2.5 Prodotto dell'agricoltura delle isole

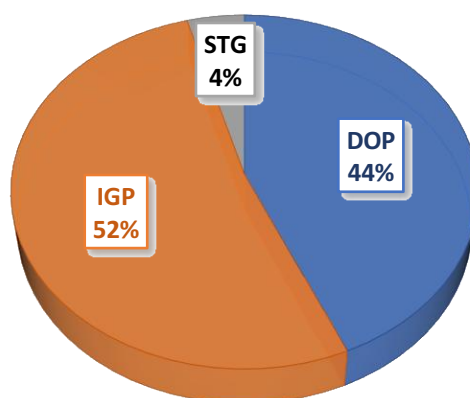
L'articolo 32 del regolamento (UE) n.1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari dispone un incarico scaduto nel gennaio 2014 per la Commissione di presentare una relazione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'opportunità di creare la nuova indicazione "Prodotto dell'Agricoltura delle Isole". L'art. 32 dispone che tale indicazione possa essere utilizzata unicamente per i prodotti destinati al consumo umano, le cui materie prime provengano dalle isole. Un altro requisito fondamentale è quello relativo alla trasformazione delle materie prime che deve avvenire in zone insulari, nei casi in cui ciò incide in misura determinante sulle caratteristiche particolari del prodotto finale.

L'importanza nazionale delle isole nel settore agricolo è maggiore in Grecia e in Italia, in particolare per la presenza di tre grandi isole (Creta, Sicilia e Sardegna).

### 3.3 I numeri della qualità in Europa e Italia

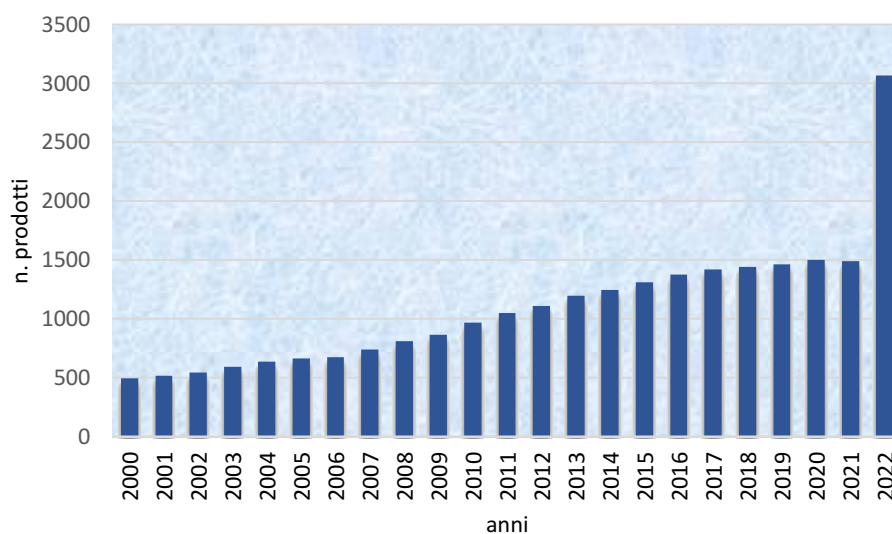
Nel 2022 nei paesi UE si contano 3069 prodotti DOP, IGP e STG di cui 1463 agroalimentari e 1606 vitivinicoli (Figura 3.5). Si aggiungono 212 produzioni DOP, IGP, STG registrate nei Paesi extra UE, compresi quelli del Regno Unito. In Europa i prodotti agroalimentari sono ripartiti in 635 DOP, 764 IGP e 64 STG, mentre i vini si dividono in 1170 DOP e 436 IGP (ISMEA, 2022b).

**Figura 3.5- Percentuale di prodotti DOP, IGP e STG in Europa. Fonte: ISMEA, 2022b**



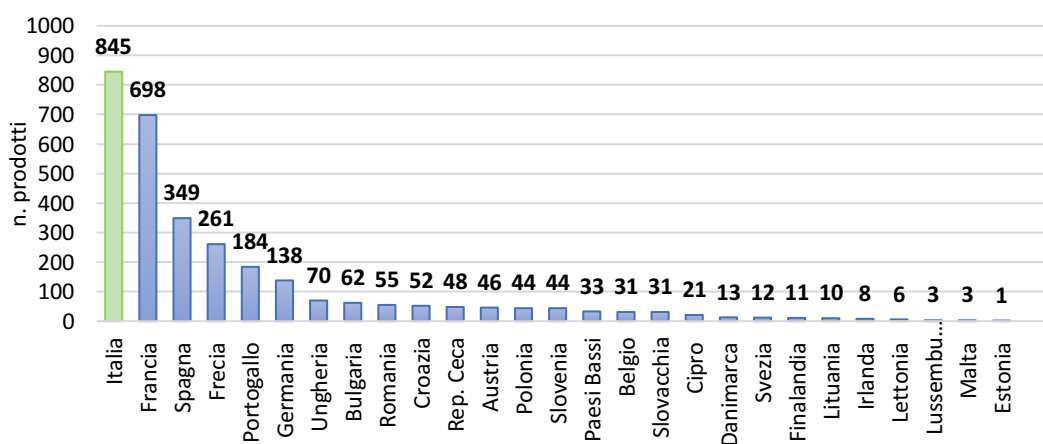
Nel corso degli anni si nota un aumento costante del numero di prodotti DOP, IGP e STG (Figura 3.6). Nel 2022 sono stati registrati 31 nuovi prodotti rispetto all'anno precedente in 13 paesi europei, oltre alla registrazione di 6 prodotti in paesi extra UE (ISMEA, 2022b).

**Figura 3.6- Evoluzione del numero di prodotti a marchio in UE dal 2000 al 2022. Fonte: ISMEA, 2022b**



L'Italia, con 845 prodotti, è il Paese con il maggior numero di filiere DOP, IGP ed STG al mondo, un primato che la colloca davanti a Francia (698), Spagna (349), Grecia (261) e Portogallo (184) (Figura 3.7). Nel corso del 2022, l'Italia ha registrato quattro nuovi prodotti, tre IGP e una STG (ISMEA, 2022b).

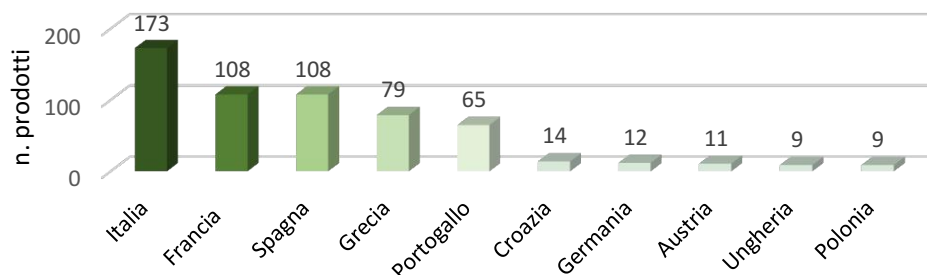
**Figura 3.7 Prodotti DOP, IGP e STG per Paese UE. Fonte: ISMEA, 2022b**



Sulla base dei dati ottenuti analizzando il database europeo eAmbrosia dei prodotti a marchio, si è proceduto a stilare di seguito la classifica dei principali paesi produttori di DOP, IGP ed STG in Europa.

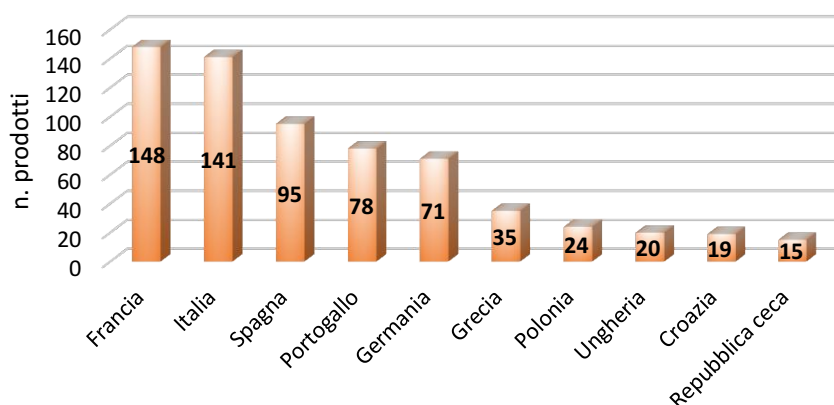
Nella Figura 3.8 è riportato l'ordine dei diversi stati relativi alla produzione DOP. Possiamo vedere che la top ten è occupata rispettivamente dall'Italia con 173, Francia 108, Spagna 105, Grecia 79, Portogallo 65, Croazia 14, Germania 14, Austria 12, Ungheria 11, Polonia 9.

**Figura 3.8- Top ten DOP. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database, 2023**



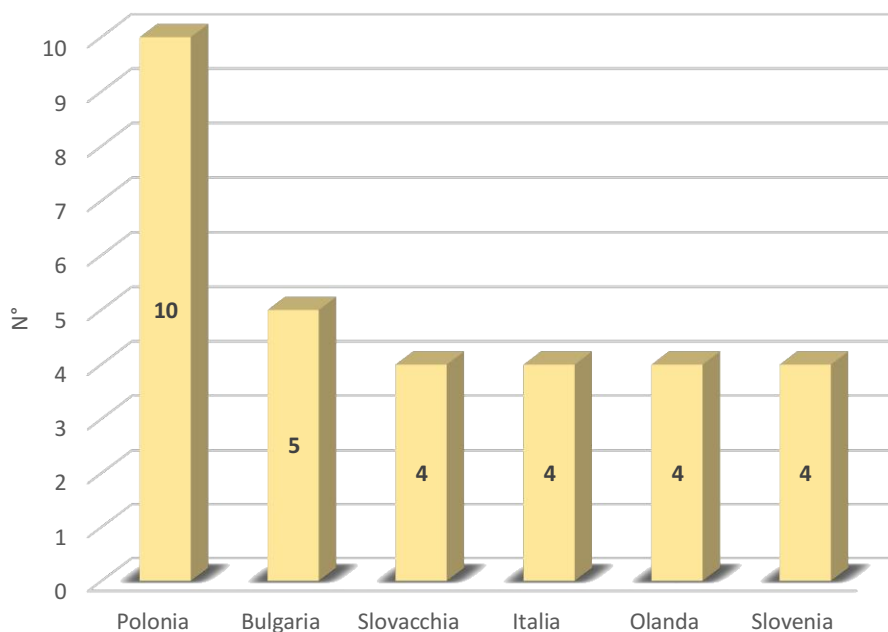
Nella Figura 3.9 è riportato l'ordine dei diversi stati relativi alla produzione IGP dove i primi 10 posti sono occupati rispettivamente da: Francia 148, Italia 141, Spagna 95, Portogallo 78, Germania 71, Grecia 35, Polonia 24 Ungheria, Croazia 19, Repubblica Ceca 15.

**Figura 3.9 - Top ten IGP. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database, 2023**



Nella Figura 3.10 è riportato l'ordine dei diversi stati relativi alla produzione di STG. Possiamo vedere che le prime sei posizioni sono occupate rispettivamente da Polonia 10, Bulgaria 5, Repubblica Ceca/Slovacchia- Italia- Olanda 4, Slovenia 4.

**Figura 3.10- Top sei STG. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database, 2023**



Per concludere, si procede ad analizzare l'evoluzione del numero di prodotti a marchio in Europa dal 1996 al 2022 (Tabella 3.1). Nel primo anno disponibile, il 1996, si contavano unicamente 218 DOP e 114 IGP. Dopo dieci anni (2006) si nota che ci sono 370 DOP, 260 IGP e 8 STG. Nel 2022 si raggiungono 635 DOP, 740 IGP e 58 STG.

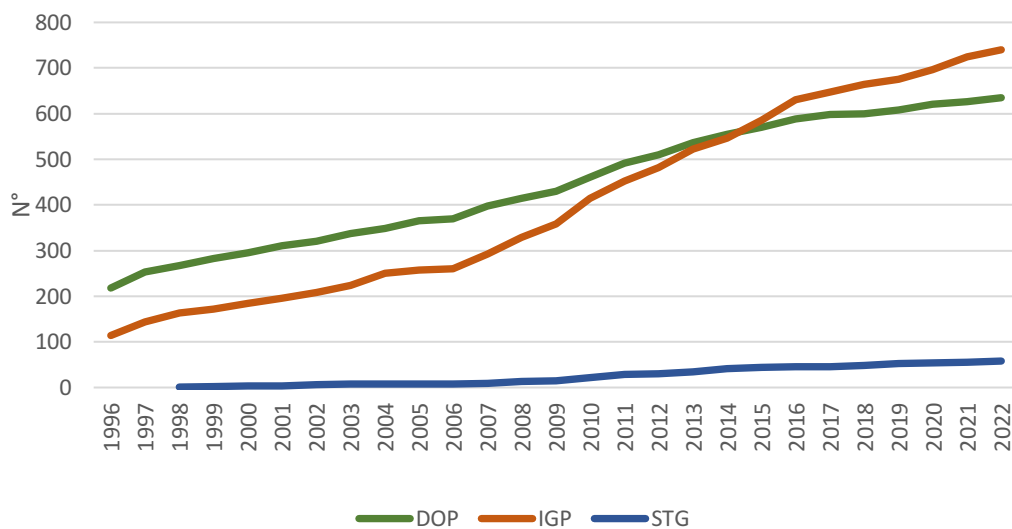
**Tabella 3.1- Numero di DOP, IGP e STG dal 1996 al 2022. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database, 2023**

ANNO	DOP	IGP	STG
1996	218	114	
1997	253	144	
1998	267	164	1
1999	282	172	2
2000	295	185	3
2001	310	195	4
2002	320	208	6
2003	337	223	7
2004	349	250	8
2005	365	258	8

<b>2006</b>	370	260	8
<b>2007</b>	397	293	9
<b>2008</b>	415	329	13
<b>2009</b>	430	359	15
<b>2010</b>	461	415	22
<b>2011</b>	492	452	29
<b>2012</b>	510	482	30
<b>2013</b>	537	522	35
<b>2014</b>	555	547	41
<b>2015</b>	570	586	44
<b>2016</b>	588	630	45
<b>2017</b>	598	647	46
<b>2018</b>	600	664	49
<b>2019</b>	608	675	52
<b>2020</b>	621	697	54
<b>2021</b>	627	724	56
<b>2022</b>	635	740	58

L'ultimo grafico (Figura 3.11) mostra la rappresentazione grafica della tabella già descritta. Dal grafico si evince come in un primo momento fosse superiore il numero di prodotti DOP rispetto agli IGP. Questo potrebbe essere riconducibile alla “notorietà” del primo marchio, considerato superiore al secondo e quindi più ambito dai vari produttori, desiderosi di legare il proprio prodotto ad un territorio specifico. Tuttavia, negli anni, si assiste ad un’inversione di questa tendenza. Nel 2015 avviene il sorpasso e i prodotti IGP diventano più numerosi dei DOP. Ciò potrebbe essere riconducibile al fatto che l’ottenimento del marchio IGP è sicuramente facilitato rispetto a quello del marchio DOP, in quanto legato in modo più blando ad uno specifico territorio.

**Figura 3.11- DOP, IGP e STG dal 1996 al 2022. Fonte: ns elaborazione su dati eAmbrosia database, 2023**

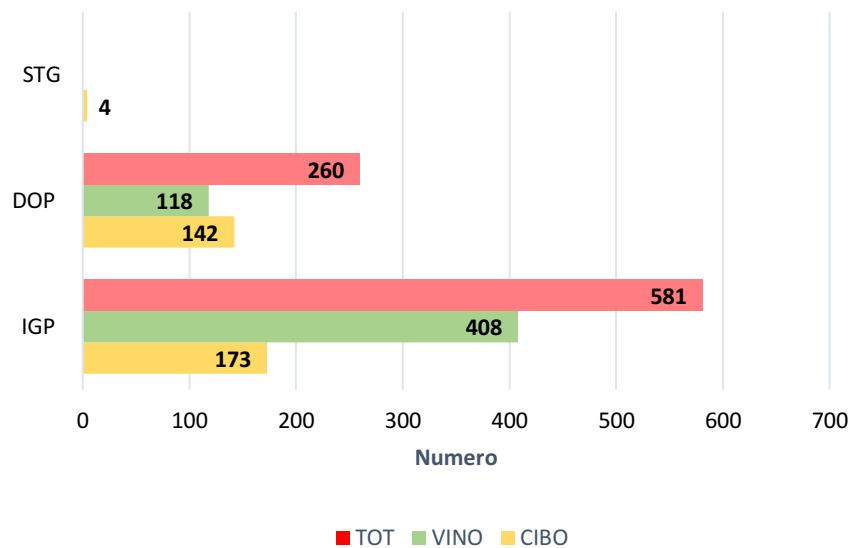


Per quanto riguarda l'Italia si contano 845 prodotti DOP, IGP e STG di cui 526 vini e 319 nel comparto agroalimentare (ISMEA, 2022b). Per la suddivisione dei vari prodotti si hanno 4 STG, 260 DOP, e 581 IGP (Figura 3.12). I comparti italiani con il maggior numero di riconoscimenti sono:

1. gli ortofrutticoli e cereali (121 prodotti);
2. i formaggi (56);
3. oli e grassi (49);
4. le produzioni a base di carne (43).

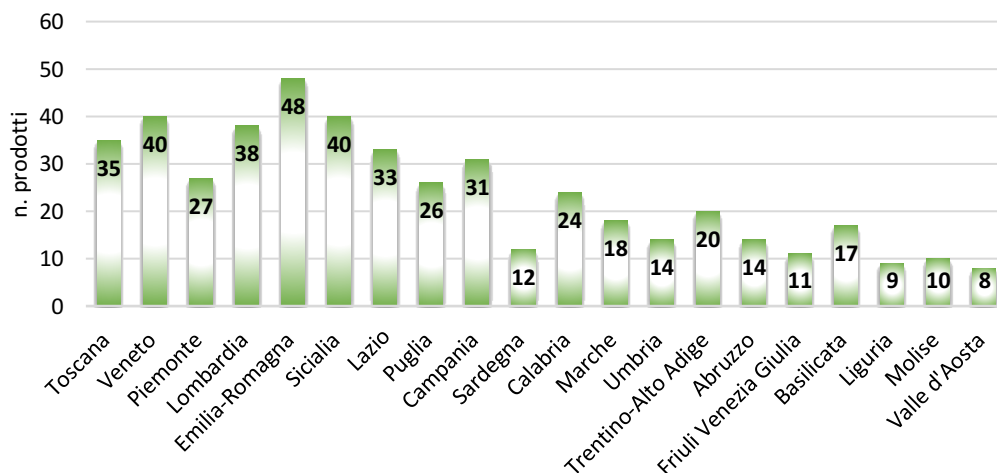


**Figura 3.12-Prodotti italiani per marchio. Fonte: ISMEA, 2022b**



L'Emilia-Romagna è la prima regione a livello nazionale con 48 prodotti registrati, seguita da Sicilia e Toscana (40), per procedere poi con Lombardia (38), Toscana (35) e Lazio (33) (Figura 3.13) (ISMEA, 2022b). Le Marche si collocano nel mezzo, con 18 prodotti a marchio.

**Figura 3.13-Prodotti DOP, IGP e STG per regione. Fonte: ISMEA, 2022b**



Il 2021 è stato un anno importante per l'agroalimentare italiano DOP, IGP, STG, dopo i segnali del 2020 condizionato dalla pandemia. Il valore delle produzioni è arrivato quasi ad 8 miliardi

di euro, per una crescita pari a + 9,7% in un anno. I formaggi, con un valore alla produzione di 4,68 miliardi di euro, rappresentano il 59% dei prodotti DOP e IGP, seguiti dai prodotti a base di carne, con 1,95 miliardi di euro e un peso del 25%, e dagli aceti balsamici con 407 milioni di euro (ISMEA,2022b).

### **3.4 Altri marchi di qualità**

A livello europeo è stato introdotto un altro marchio di qualità oltre a quelli già sopracitati (DOP, IGP, STG), quale l'agricoltura biologica secondo il Regolamento (UE) 848/2018. L'Italia, oltre a adottare i marchi europei, ne ha istituiti altri quali: Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT), Presidi Slow Food e prodotti a Denominazione Comunale d'origine (DE.CO.)

#### *3.4.1 Etichetta biologica*

Agricoltura biologica significa sviluppare un modello di produzione che eviti lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali, utilizzando tali risorse all'interno di un modello di sviluppo che possa durare nel tempo, impiegando sostanze naturali ed escludendo l'utilizzo di sostanze di sintesi chimica.

I principi e le modalità di produzione dell'agricoltura biologica sono stabiliti nel Regolamento (UE) 848/2018, che abroga il Regolamento 834/2007. Se un produttore vuole ottenere la certificazione biologica deve rispettare tale regolamento che definisce il sistema di produzione, trasformazione, etichettatura e controllo nell'UE. Sono state introdotte con il nuovo regolamento delle novità come, ad esempio, l'estensione del campo di applicazione a nuovi prodotti, la certificazione di gruppo, e la semplificazione di alcuni aspetti burocratici per un'ulteriore crescita del settore. La nuova regolamentazione intende garantire una concorrenza leale per gli agricoltori, realizzando questi obiettivi:

- le norme di produzione saranno semplificate attraverso la graduale eliminazione di una serie di esenzioni;
- i produttori di paesi terzi dovranno rispettare le stesse norme di quelli che operano nell'UE;
- le norme sui prodotti biologici copriranno un elenco più ampio di prodotti (es. sale, la cera d'api, i cuori di palma);
- la certificazione sarà più facile per i piccoli agricoltori, grazie ad un nuovo sistema di certificazione di gruppo;

- si seguirà un approccio più uniforme, per ridurre il rischio di contaminazione accidentale da pesticidi

Per dare chiarezza ai consumatori il Regolamento rende obbligatorio l'utilizzo del logo biologico dell'UE (Figura 3.14) nell'etichettatura dei prodotti preconfezionati biologici ottenuti nella Comunità.

**Figura 3.14-Logo etichetta biologica. Fonte: Suolo e Salute**



Quando viene usato il logo biologico europeo deve comparire anche l'indicazione del luogo in cui sono state coltivate le materie prime agricole di cui il prodotto è composto. Tale indicazione compare nello stesso campo visivo del logo, direttamente sotto il codice che identifica l'organismo di controllo, e prende, se del caso, una delle seguenti forme:

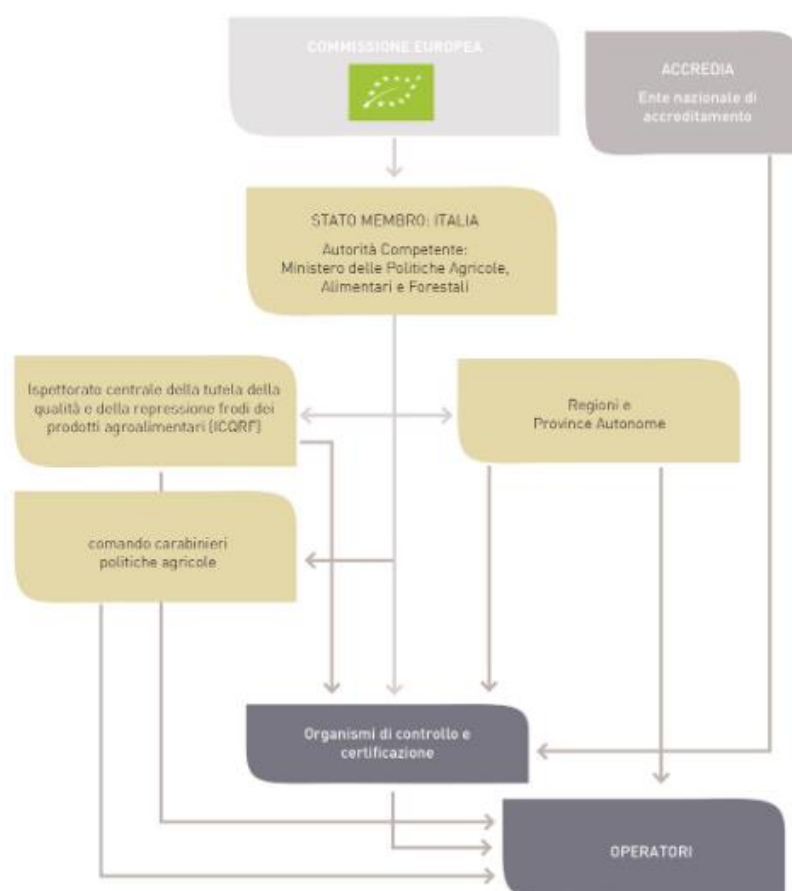
- “Agricoltura UE” quando la materia prima agricola è stata coltivata nell'UE;
- “Agricoltura non UE” quando la materia prima agricola è stata coltivata in paesi terzi;
- “Agricoltura UE/non UE” quando parte della materia prima agricola è stata coltivata nell'UE e parte in un paese terzo (Suolo e Salute, 2013).

Talvolta si tende erroneamente a confondere il termine controllo con il termine certificazione, si sente parlare indistintamente di azienda controllata e di azienda certificata. (<https://www.suoloesalute.it/controllo-e-certificazione/>). Il controllo nel settore del biologico è un obbligo di legge, ed ha l'obiettivo di verificare la conformità aziendale ai requisiti richiesti dalle norme di riferimento e di mirare a reprimere eventuali comportamenti illeciti. La certificazione, invece, è volontaria e dipende dalle risultanze del controllo. I soggetti attivi nel processo di certificazione sono: la norma di riferimento, che stabilisce i requisiti del prodotto o del processo; l'azienda, che possiede i requisiti e la conformità alla norma, e l'Organismo, che controlla i requisiti e la conformità aziendale. Le responsabilità sulla certificazione sono a carico del fornitore, in altre parole di chi immette il prodotto certificato in commercio. Per la certificazione delle produzioni agricole biologiche, l'azienda agricola deve aver applicato le norme dell'agricoltura biologica per un periodo, definito di conversione all'agricoltura biologica, di almeno due anni prima della semina o, nel caso delle colture perenni diverse dai prati, di almeno tre anni prima del raccolto. Trascorso il

periodo di conversione le produzioni potranno essere certificate con la dicitura prodotto biologico. I prodotti biologici sono sottoposti a controlli come illustrato nell'immagine (Figura 3.15).

**Figura 3.15-Controlli eseguiti per il biologico in Italia. Fonte: FederBio**

## Il sistema di controllo e vigilanza per il biologico: Italia



Per l'Italia l'autorità competente ad effettuare i controlli è il Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF) che può delegare a uno o più organismi di controllo autorizzati dallo stesso. Il Ministero e le Regioni sono responsabili dell'attività di vigilanza sugli Organismi di controllo, per accettarne il mantenimento dei requisiti prescritti, l'efficacia e l'efficienza delle procedure di controllo adottate, e la corretta applicazione delle disposizioni prescritte in sede di autorizzazione.

### 3.4.2 *I marchi di qualità italiani*

In Italia i principali marchi di qualità nazionali sono rappresentati dai Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT), dai Presidi Slow Food e dai prodotti a Denominazione Comunale d'origine (DE.CO.)

#### 3.4.2.1 *Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)*

Per valorizzare le produzioni di nicchia, il MASAF ha deciso di puntare su prodotti alimentari tradizionali lavorati secondo antiche ricette.

I PAT vengono istituiti ai sensi dell'articolo 8, comma 1 del D.lgs. n.173 del 1998, definiti come prodotti destinati alla dieta umana e strettamente legati a fattori come la tradizione, il territorio, le materie prime e le tecniche di produzione. La denominazione PAT offre al consumatore garanzie in termini di tipicità del prodotto, legandone la produzione e la lavorazione alle specifiche metodiche tradizionali (<https://www.novareckon.it/prodotti-agroalimentari-tradizionali-pat/>).

Con il decreto ministeriale n. 350/1999 sono state istituite le norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali. Un'ulteriore novità apportata da tale decreto è la creazione di elenchi regionali e provinciali dei prodotti agroalimentari tradizionali.

Affinché un prodotto sia riconosciuto come Prodotto Agroalimentare deve essere ottenuto con metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidati nel tempo, omogenei per tutto il territorio interessato, secondo regole tradizionali, per un periodo non inferiore ai venticinque anni. L'articolo 2 del DM 350 chiarisce nel dettaglio quali elementi deve comprendere la scheda di ciascun prodotto, che sono:

- categoria;
- nome del prodotto, compresi sinonimi e termini dialettali;
- territorio interessato dalla produzione;
- descrizione sintetica del prodotto;
- descrizione delle metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura:
- materiali e attrezzature specifiche utilizzati per la preparazione e il condizionamento;
- descrizione dei locali di lavorazione, conservazione e stagionatura;
- elementi che comprovino che le metodiche siano state praticate in maniera omogenea e secondo le regole tradizionali per un periodo non inferiore ai 25 anni.

Il MASAF, come riportato nell'articolo 3, stabilisce l'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali. L'elenco è formato dai prodotti definiti tradizionali dalle regioni e dalle province autonome di Trento e di Bolzano.

La circolare 3 luglio 2000 ha invece individuato l'elenco delle categorie dei prodotti tradizionali all'interno delle quali le Regioni e le Province autonome devono iscrivere i loro prodotti:

- bevande analcoliche, distillati e liquori;
- carni e frattaglie fresche e le loro preparazioni;
- condimenti;
- formaggi;
- grassi (burro, margarina, oli);
- prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati;
- patate fresche e prodotti della panetteria, della biscotteria, della pasticceria e della confetteria;
- preparazione di pesci, molluschi e crostacei e tecniche particolari di allevamento degli stessi;
- prodotti di origine animale (miele, prodotti lattiero caseari di vario tipo escluso il burro).

I PAT sono stati istituiti esclusivamente a livello italiano, ma come gli altri marchi di qualità europei, hanno il proprio logo di riconoscimento applicato su base volontaria (Figura 3.16).

**Figura 3.16- Logo PAT. Fonte: Accredia**



#### *3.4.2.2 Slow Food*

La traduzione letterale di slow food è “cibo lento”. Il movimento Slow Food (in Figura 3.17 il logo dell'associazione) si vuole contrapporre alla tendenza di consumare velocemente cibi prodotti nei fast food o negli street food, proponendo il ritorno alla buona cucina fatta di piatti tradizionali e alimenti genuini.

**Figura 3.17-Logo Slow Food. Fonte: Alimentipedia**



Slow Food, associazione internazionale senza scopo di lucro, nasce nella città di Bra, in provincia di Cuneo, nel 1986 ad opera di Carlo Pertini, gastronomo e sociologo italiano da sempre impegnato nella valorizzazione del piacere e della cultura del cibo. Assume inizialmente la denominazione di Arci Gola, nome collegato in maniera diretta all'Associazione Ricreativa Culturale Italiana. Solo tre anni dopo, precisamente nel 1989, avviene la nascita ufficiale del Movimento Internazionale Slow Food. Tra i progetti dell'associazione, "Presidi Slow Food" è di certo quello più rilevante. Nasce nel 1999 per il recupero e la salvaguardia di piccole produzioni di eccellenza gastronomica artigianali che rischiavano di scomparire. È doveroso precisare che la certificazione di "Presidi Slow Food" non ha valore ufficiale a livello europeo, e i criteri di definizione sono simili a quelli delle certificazioni IGP e DOP. I Presidi sono progetti avviati da Slow Food per aiutare comunità di produttori a superare le difficoltà e trovare un mercato che accetti le loro produzioni per il valore che si nasconde dietro.

Ci sono quattro attività principali che chiariscono cosa fa un Presidio ([www.fondazione Slow Food.com](http://www.fondazione Slow Food.com)):

- organizza attività di formazione: per migliorare la qualità dei prodotti e la sostenibilità delle filiere, affinare le capacità sensoriali dei produttori, creare associazioni tra produttori, realizzare imballaggi eco-compatibili;
- promuove e valorizza i prodotti e i loro territori, presentandoli in occasione di manifestazioni ed eventi (come Terra Madre, Cheese e Slow Fish, in Italia, ma anche AsioGusto in Corea del Sud), facendoli conoscere ai cuochi (attraverso il progetto dell'Alleanza), favorendo la commercializzazione diretta;
- comunica: racconta i prodotti, le storie dei produttori e i territori, attraverso tutti i mezzi di comunicazione della Fondazione e di Slow Food: siti internet, newsletter elettroniche, pubblicazioni, video, mostre fotografiche, uffici stampa;
- mette in rete i Presidi con i produttori di altre regioni o di altre parti del mondo, con cuochi e rivenditori, con tecnici (agronomi, veterinari...) con università, con giornalisti, con semplici consumatori.

I Presìdi sono l'unico progetto che consentono l'uso del logo di Slow Food sull'etichetta dei produttori. Per utilizzare il marchio i Presìdi devono avere tre elementi indispensabili:

- disciplinare definitivo;
- etichetta narrante: consente ai consumatori di conoscere ogni aspetto della filiera (territorio di origine, tipo di coltivazione o allevamento, ecc.);
- monitoraggio del presidio un soggetto che possa monitorare e seguire il progetto come ad esempio (associazione nazionale, coordinamento, comunità Slow Food, ecc.);
- comunità di produttori che devono aver dato vita a una comunità Slow Food.

#### 3.4.2.3 Denominazione Comunale d'Origine (De.C.O.)

La denominazione Comunale d'Origine (De.C.O.) o Denominazione Comunale (DE.CO.) è un'attestazione che può essere data dal Comune per riconoscere, promuovere e tutelare i prodotti agroalimentari e artigianali, locali e caratteristici del territorio. Queste denominazioni sono nate in seguito alla Legge n.142 dell'8 giugno 1990 (Figura 3.18).

**Figura 3.18- Logo Denominazione Comunale di Origine. Fonte: Storie di Cibo, 2020**



Il campo di applicazione della De.CO. può essere esteso a tutti i prodotti in grado di esprimere la sapienza e la tradizione di quel particolare territorio comunale. L'obiettivo della De.CO. è garantire la tipicità del prodotto o il processo ritenuto significativo per la comunità del territorio. In base al tipo di tutela si possono distinguere tre gruppi di De.CO.:

1. la tutela di un prodotto tipico, ovvero un prodotto agricolo coltivato in quel territorio, adattatosi nel tempo e conservato come cultura dagli abitanti di un paese (es: la cipolla borettana di Boretto), oppure un prodotto alimentare considerato simbolo dell'artigianato alimentare locale (es: il panettone di Milano);
2. la tutela di una ricetta raffigura il livello meno commerciale e più culturale, solitamente legato ad una tradizione, che a sua volta ha prodotto una sagra, codificando la storia e l'esistenza di un piatto (es: la ricetta degli agnolotti gobbi di Asti) ([www.agrilegal.it](http://www.agrilegal.it)), oppure una sagra o un evento, si tratta di momenti legati alla



tradizione di un piatto o di un prodotto, quali momenti di aggregazione popolare di una data Comunità (es: Fiera del Bue grasso di Moncalvo in provincia di Asti).

3. De.CO. multiple, (es: pasticceria alessandrina) che tutelano le tradizioni che riguardano elementi sia del primo che del secondo gruppo.

Nello specifico, lo strumento attuativo per l'istituzione della De.CO. da parte di un singolo Comune è la Delibera del Consiglio Comunale, che dovrà adottare il regolamento per la valorizzazione dell'attività agroalimentari tradizionali locali e l'istituzione della De.CO.; questo principio è stabilito dal D.lgs. 267/2000 che individua il Comune come "l'Ente Locale che rappresenta la propria comunità, ne cura gli interessi e ne promuove lo sviluppo, il progresso civile, sociale ed economico".

Il documento tecnico che deve dettagliare i requisiti del singolo prodotto, o delle categorie di prodotti per l'ottenimento della De.CO. è il disciplinare di produzione che deve contenere i seguenti elementi:

- il nome del prodotto;
- le caratteristiche dello stesso e le metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidate nel tempo in base agli usi locali, uniformi e costanti;
- i materiali e le attrezzature specifiche utilizzati per la preparazione, il condizionamento e l'imballaggio dei prodotti;
- la descrizione dei locali di lavorazione, conservazione e stagionatura (Ferrucci, 2020).

## Capitolo 4

### IL RUOLO DEL CONSORZIO PER LA VALORIZZAZIONE DEI MACCHERONCINI DI CAMPOFILONE IGP

#### 4 Introduzione

In questo capitolo andremo ad approfondire il ruolo del consorzio per la valorizzazione dei Maccheroncini di Campofilone IGP e la propensione delle aziende a aderire a tale struttura. Infatti, nel 2008, le aziende produttrici hanno costituito l'Associazione di produttori dei Maccheroncini di Campofilone con lo scopo di ottenere la registrazione della Indicazione Geografica Protetta. Tuttavia, ad oggi, non è presente un Consorzio di tutela.

Per raggiungere l'obiettivo è stata effettuata un'indagine ad hoc basata su un questionario. In dettaglio sono state svolte interviste dirette alle aziende che producono i Maccheroncini IGP di Campofilone.

#### 4.1 La storia dei Maccheroncini di Campofilone

La tradizione della pasta all'uovo di Campofilone inizia secondo le leggende popolari parlate e scritte fin dal 1400. I primi documenti certi, che si riferiscono a questa pasta denominata anche "capelli d'angelo", risalgono al Concilio di Trento del 1560 in cui vengono citati con la dicitura "così sottile da sciogliersi in bocca". I Maccheroncini sono anche citati in quaderni di cucina di alcune casate nobili del 1700 e 1800 come i conti Stelluti-Scala e i conti Vinci. Inoltre, il poeta Giacomo Leopardi nei suoi 49 piatti che più desiderava, elenca tre modi diversi in cui preferiva i prodotti della pasta all'uovo di Campofilone (<https://smartapp685.com/maccheroncini-di-campofilone-igp-e-la-tradizione-pastaia/>).

Parlare dei Maccheroncini significa andare alla scoperta della tradizione popolare del territorio campofilonese, tramandata di generazione in generazione. L'arte dei Maccheroncini è nata nelle cucine e nei laboratori artigianali delle "vergare" (le sfogline marchigiane) che hanno trasformato in arte la capacità di tirare la sfoglia sottilissima con il matterello e tagliarla a mano "fina fina", ottenendo fili di pasta a "capello d'angelo", lasciandoli ad essiccare in una stanza ventilata.

*"Le nonne esperte dicevano che la pasta era pronta quando era così sottile e trasparente che si poteva vedere attraverso le venature del marmo su cui la tiravano. Nelle Marche, infatti, a*

*differenza di altre regioni d'Italia, l'impasto per fare i maccheroncini o le fettuccine di Campofilone veniva tirato su un ripiano di marmo e non di legno. ”*  
[\(https://www.informacibo.it/maccheroncini-campofilone-igp/ \)](https://www.informacibo.it/maccheroncini-campofilone-igp/).

La superficie di marmo, più fredda e liscia, riscaldava meno l'impasto, permettendo così di lavorarlo più a lungo, fino a renderlo sottilissimo. Ecco come si otteneva la famosa “pasta della domenica”: i Maccheroncini. Le uova nel corso dell'anno non erano prodotte sempre nella stessa quantità; quindi, le donne campofilonesi si sono ingegnate, iniziando a produrre la pasta in casa, all'inizio fresca, poi lasciandola essiccare. La pasta essiccata si manteneva più a lungo di quella fresca. La grossolanità del taglio aveva un inconveniente: l'aria nel processo di essiccazione incurvava la pasta che si rompeva in più punti, così le donne hanno iniziato a tagliare la “pannella” in fili sottilissimi, che non si spezzavano sotto l'azione dell'aria.

Nella prima Guida Gastronomica d'Italia del Touring Club Italiano del 1931, si citano i Maccheroncini di Campofilone come prodotto tipico del borgo medievale sito a Fermo, attestando il legame tra la specialità gastronomica e il suo paese di origine. Nel 1960 si assiste all'apertura del laboratorio artigianale di “Nello Spinosi” destinato alla produzione artigianale dei Maccheroncini e si realizza la prima confezione destinata alla vendita. Ha inizio la commercializzazione e la diffusione di un prodotto fino ad allora limitato ad un consumo domestico.

Dal 1964 ai Maccheroncini di Campofilone (Figura 4.1) viene dedicata una sagra che si svolge nella prima decade di agosto, che richiama in tre giorni oltre 15.000 presenze, dove è possibile degustarli secondo la ricetta tradizionale con il ragù di carne.

Da allora i pastai di Campofilone hanno ottenuto premi e riconoscimenti di prestigio nazionale ed internazionale a conferma che il borgo ha legato la sua reputazione a questa specialità culinaria.

***Figura 4.1-Maccheroncini di Campofilone. Fonte: The pasta project, 2019***



#### 4.1.1 Riconoscimento per i Maccheroncini: IGP

Dopo 5 anni dalla nascita dell'Associazione Produttori Maccheroncini di Campofilone, nata nel 2008 e sotto la guida di Vincenzo Spinosi, erede del primo pastaio della famiglia, arriva il riconoscimento IGP che premia semplicità e tradizione (<https://www.salaecucina.it/it-it/maccheroncini-di-campofilone-igp-che-fa-vincere-la-semplicita.asp>). Ufficialmente, il 13 novembre 2013 Maccheroncini di Campofilone hanno ricevuto il riconoscimento IGP

Si tratta di un vero e proprio prodotto di nicchia, che viene realizzato solo nel comune di Campofilone unicamente da sette produttori, che commercializzano i Maccheroncini con il marchio IGP.

Questo marchio ha una rilevante valenza non solo per il prodotto in sé ma anche per il territorio stesso, perché in Italia sono solo cinque le paste IGP: Cappellacci di zucca ferraresi (Ferrara), pasta di Gragnano (Campania), Culurgiones d'Ogliastra (Sardegna), Pizzoccheri della Valtellina (Lombardia) e i Maccheroncini di Campofilone. Questi ultimi si diversificano dalle altre paste alimentari per la sottigliezza della sfoglia e il taglio finissimo, caratteristiche che consentono un ridotto tempo di cottura. Un'altra caratteristica che li contraddistingue dimostrando la loro unicità è la percentuale di uova che viene utilizzata nell'impasto.

#### 4.2 Filiera produttiva

La filiera produttiva dei Maccheroncini di Campofilone IGP è caratterizzata dai seguenti aspetti:

1. **MATERIE PRIME:** utilizzate per la produzione dei Maccheroncini, come stabilito dal disciplinare: sono le uova fresche da galline allevate a terra alimentate con cereali privi di OGM e la semola di grano duro, proveniente da campi di grano italiani;
2. **IMPASTO MORBIDO:** la semola di grano duro viene impastata lentamente con le uova (35% sul totale) per almeno 30-40 minuti, fino ad ottenere un impasto morbido ed elastico;
3. **TRAFILATURA AL BRONZO:** l'impasto viene lavorato utilizzando trafile in bronzo; questo dona alla pasta un aspetto ruvido e poroso;
4. **SFOGLIA SOTTILE:** la sfogliatura della pasta è una delle fasi chiave del processo produttivo, che nel caso dei Maccheroncini garantisce uno spessore inferiore a 0,7 mm. Questa caratteristica si traduce in tempi di cottura molto brevi (1-3 minuti), un gusto delicato e un'alta digeribilità;

5. CARATTERISTICO FOGLIETTO: i maccheroncini vengono disposti su foglietti rettangolari di carta alimentare bianca di lunghezza compresa fra 32 e 35 cm e larghezza di 22-26 cm, i bordi sono ripiegati per proteggere il prodotto;
6. LENTA ESSICCAZIONE: i foglietti di pasta fresca vengono disposti su appositi telai per poi passare alla prolungata essiccazione (20-36 ore) a bassa temperatura (28-54°C), regolando l'umidità e la ventilazione (Figura 4.2);

**Figura 4.2-Essiccazione lenta. Fonte: <https://www.anticapasta.it/it/>**



7. CONFEZIONAMENTO: due foglietti di pasta all'uovo essiccata vengono inseriti all'interno della confezione, sui cui viene apposta l'indicazione del lotto e la data di scadenza per garantire la rintracciabilità del prodotto. I Maccheroncini di Campofilone IGP sono immessi in commercio in astucci di cartone alimentare, contenenti i foglietti di carta alimentare bianca che li avvolgono. Esistono astucci da 250 g (pari a 2 foglietti), da 500 g (pari a 4 foglietti) o da 1.000 g (pari a 8 foglietti) di prodotto netto (Figura 4.3). Sono ammesse confezioni di cartone destinate alla ristorazione collettiva, di peso superiore, e confezioni particolari di carta paglia da 50g e da 1 kg, chiuse con lo spago annodato e sigillato con ceralacca, sulla quale è apposto il logo aziendale.

**Figura 4.3-Foglietti di carta alimentari su cui vengono disposti i Maccheroncini.**

**Fonte: Qualigeo**



I Maccheroncini di Campofilone IGP sono lunghi tra i 35 e i 60 cm, larghi da 0,80 a 1,20 mm e di uno spessore compreso tra i 0,3 e 0,7 mm. Tale proporzione, unitamente al processo di essiccazione lento, determina un'elevatissima resa del prodotto, da cui consegue l'alta capacità assorbente dei maccheroncini che trattengono una quantità di condimento superiore rispetto ad altre tipologie di pasta.

#### 4.3 Inquadramento area di studio

Il disciplinare di produzione dei Maccheroncini di Campofilone determina anche l'areale in cui almeno una delle fasi produttive debba avere luogo. Si tratta, in questo caso, del comune di Campofilone, situato nella provincia di Fermo nella regione Marche. Il comune si trova a 202 metri di altitudine (Figura 4.4).

**Figura 4.4- Comune di Campofilone. Fonte: Vivere Fermo, 2020**



Le aziende aderenti al marchio sono 7:

- **De Carlonis**: un'azienda a conduzione familiare fortemente legata alla sua terra e alle sue tradizioni ma con una grande propensione allo sviluppo (<https://www.decarlonis.it/>).
- **La Campofilone di Enzo Rossi**: nasce nel 1912 quando la signora Adorna Albanesi ha aperto una trattoria in via XX Settembre a Campofilone. Negli anni '60 diviene un vero e proprio laboratorio di pasta a produzione artigianale. Nel centenario della sua fondazione La Campofilone diviene finalmente un'azienda agricola a filiera chiusa con una fattoria di 150 ettari dove vengono prodotte tutte le materie prime necessarie alla produzione della pasta: le uova e il grano. La missione dell'azienda è: “*riportare la cultura contadina al centro della cultura alimentare*”, per garantire un prodotto di qualità al consumatore (<https://www.lacampofilone.it/aziendaalacampofilone.html>).

- **Spinosi:** nel 1933 Nello Spinosi, nei suoi viaggi di lavoro a Roma, portava come dono i Maccheroncini preparati in famiglia. Il primo laboratorio aperto da Nello Spinosi risale al 1960, poi a seguire il figlio Vincenzo Spinosi nel 1973 apre il suo primo laboratorio artigianale a Cupra Marittima. Grazie alle sue capacità imprenditoriali e al suo carattere estroverso, dirompente e vivace è riuscito a far crescere l'impresa familiare, ideando nuovi prodotti ed esportandoli all'estero, soprattutto negli Stati Uniti. Nel 2000 Vincenzo Spinosi crea una nuova tipologia di pasta, gli Spinosini, dedicandoli ai propri figli Marco e Riccardo. Nasce così un vero e proprio marchio con cui ha conquistato le più grandi cucine nel mondo, Londra, New York, Hong Kong, Tokyo e Parigi. In uno dei suoi primi viaggi oltreoceano, ad oltre 10.000 metri di altitudine, a bordo del leggendario "Concorde", cucina i Maccheroncini per la gioia e lo stupore dell'intero equipaggio e dei passeggeri. A Vincenzo vanno sicuramente riconosciuti l'impegno e la caparbieta che lo vedono come il primo e assoluto promotore per l'istituzione ed il riconoscimento ufficiale della Carta delle Paste Italiane. Nel 2015 Vincenzo Spinosi (Figura 4.5) viene scelto come Testimonial delle Marche nel Mondo all'EXPO di Milano (<https://www.spinosi.com/>).

*Figura 4.5.-Vincenzo Spinosi. Fonte: <https://www.spinosi.com>*



- **Pastificio Leonardo Carassai:** una lunga tradizione che la famiglia porta avanti dal 1850, dall'attività molitoria con mulino ad acqua fino alla produzione della pasta all'uovo di Campofilone. Il Pastificio nasce grazie all'esperienza pluriennale nel settore agro-alimentare, che affonda le proprie radici nella tradizione e si manifesta in tutti gli aspetti dell'attività produttiva (<https://www.pastificiocarassai.it/>).
- **Antica Pasta di Campofilone:** nasce in un territorio unico per la sua tradizione; dove i segreti del passato si fondono con gli ingredienti naturali, per dare origine a un prodotto sano e genuino (<https://www.anticapasta.it/it/>).

- **PastaVale Campofilone:** Valeria Marilungo riscopre a 25 anni l'innata passione per questo semplice prodotto. In un piccolo laboratorio in riva al Mar Adriatico, nel 2015 inizia l'avventura alla riscoperta delle proprie radici e della propria passione. PastaVale è prodotta in modo artigianale curando ingredienti, tempi e qualità in ogni fase (<https://www.pastavale.it/>).
- **PastaCorona Campofilone:** si narra che nel 1800, negli antichi salotti nobiliari di Napoli, il Duca Doria De Serris, grande appassionato di cucina, avesse incaricato le sue maestranze di approvvigionarsi delle migliori uova e farine della città. Il Duca desiderava produrre per i suoi ospiti una pasta speciale, che fosse tirata allo spessore di un velo con un mattarello fatto d'oro, che donava alla sfoglia una porosità e una fragranza uniche ed inimitabili. Con il passare del tempo, il Duca commissionò ad un piccolo pastificio locale, appartenente alla famiglia Corona, la produzione di questa preziosa pasta: da allora la tradizione e il segreto di questa pasta trafilata con l'oro si tramanda di generazione in generazione fino ai giorni nostri. Agli inizi del'900 la famiglia Corona si trasferisce nelle Marche, nel piccolo borgo di Campofilone dove tuttora la produzione di quella pasta, così unica e rara, continua-con la stessa passione e lo stesso impegno di sempre (<https://www.pastacorona.it/index.html>).

Il 31 maggio 2008, tali aziende hanno costruito l'Associazione produttori dei Maccheroncini di Campofilone con lo scopo di ottenere la registrazione della Indicazione Geografica Protetta IGP. Tramite l'Associazione è stato inoltre possibile tutelare, valorizzare e promuovere il prodotto tipico al fine di fornire al consumatore finale la garanzia della qualità e della prova dell'origine, nonché un'informazione chiara e corretta. Inoltre, tramite l'Associazione è stato possibile scongiurare i sempre più numerosi tentavi di imitazione. Tuttavia, ad oggi non è presente un Consorzio di tutela.

#### **4.4 Metodologia e descrizione del questionario**

Al fine di comprendere la propensione delle aziende nell'aderire al consorzio dei maccheroncini di Campofilone IGP, di individuare le possibilità di valorizzazione del prodotto per ampliare il mercato e di analizzare l'impatto che tale marchio ha avuto a livello aziendale è stato creato un questionario (Allegato I).

Il questionario elaborato si suddivide in 5 diverse sezioni: nella prima si descrive l'anagrafica delle aziende, nella seconda vengono poste domande in merito all'utilizzo del marchio IGP, nella terza parte si trovano quesiti inerenti al mercato del Maccheroncino di Campofilone,



nella quarta parte si chiede agli intervistati la loro opinione riguardo all'istituzione del Consorzio e nella quinta parte si pongono domande su quali potrebbero essere le strategie per potenziare la diffusione dei Maccheroncini.

Nel dettaglio:

- **SEZIONE 1- anagrafica dell'azienda:** questa prima sezione è di natura introduttiva, vengono richieste le informazioni generali relative all'azienda, la localizzazione, le dimensioni della ditta, il titolare, il numero dei dipendenti, la quantità di pasta prodotta e le diverse tipologie;
- **SEZIONE 2- marchio IGP:** questa parte verte sull'importanza che le aziende danno al marchio IGP, indagando le motivazioni per le quali si è deciso di aderire al sistema di certificazione del prodotto, quanto è complesso avviare il processo, se si sono riscontrate delle difficoltà nell'adempimento del disciplinare, se certificando il prodotto l'azienda ha ricevuto dei benefici;
- **SEZIONE 3- il mercato del Maccheroncino IGP:** vengono rivolte all'intervistato delle domande sul mercato del Maccheroncino, sui canali di vendita (negozi, GDO, ristoranti, vendita diretta in azienda...), la scala di vendita (locale, provinciale...) e cosa rende peculiare la produzione di tale tipologia di pasta;
- **SEZIONE 4- ruolo del consorzio:** si entra nel merito della creazione di un consorzio di tutela e viene chiesto all'intervistato se sarebbe interessato a aderire al consorzio e quali sono i punti di forza e debolezza di tale progetto;
- **SEZIONE 5- strategie future:** in questa ultima sezione si domanda all'interlocutore se può suggerire delle strategie che potrebbero essere utili per migliorare la diffusione e la valorizzazione dei Maccheroncini IGP.

#### **4.5 Risultati dell'indagine**

La rilevazione dei dati è iniziata a gennaio 2023 ed è finita nel mese di marzo. Sono state intervistate 5 aziende delle 7, che hanno aderito alla commercializzazione dei Maccheroncini con il marchio IGP.

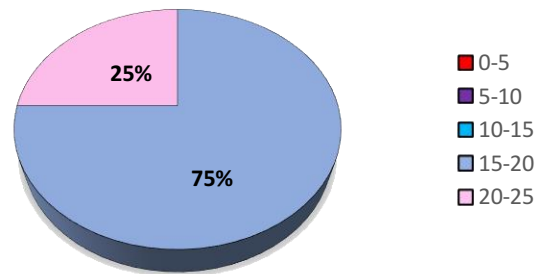
##### *4.5.1 Anagrafica dell'azienda*

Nella descrizione delle caratteristiche sociodemografiche degli imprenditori, emerge che la totalità degli intervistati è di sesso maschile, l'età si colloca per il 100% (5 aziende su 5) tra i 41-60 anni.

Le aziende nella maggior parte dei casi hanno una storia molto lunga più di 40 anni di attività (70%); mentre le altre sono nate da 10 a 30 anni fa (30%).

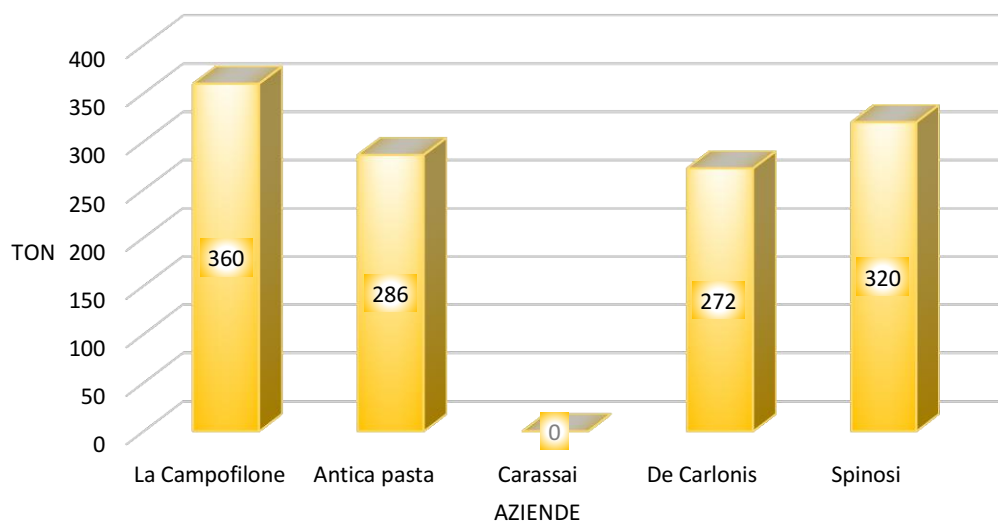
Nella maggioranza delle aziende il numero complessivo di dipendenti si attesta tra 15-20; mentre solo una realtà produttiva ha tra i 20-25 dipendenti (Figura 4.6). Questi numeri dimostrano come nel comune di Campofilone ci siano aziende avviate da molti anni con un profondo legame con il territorio, che si sono ampliate nel corso degli anni, passando da attività familiare a imprese di piccole dimensioni.

**Figura 4.6 Numero di lavoratori**



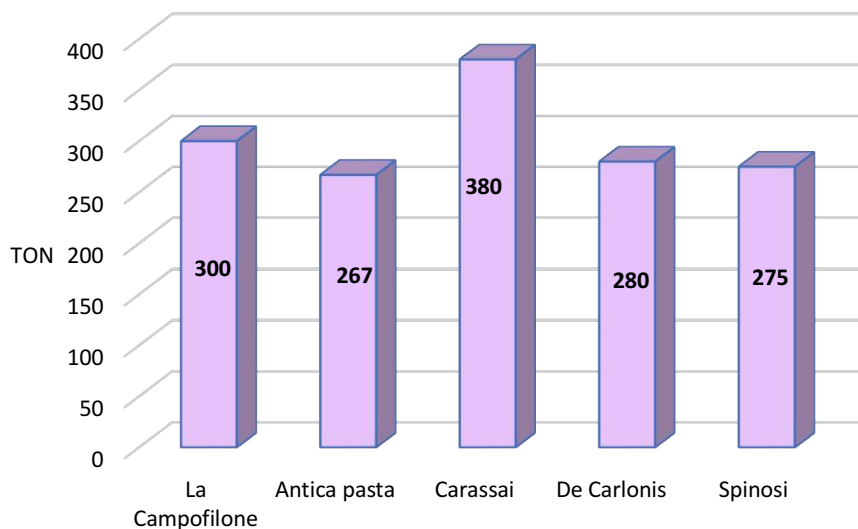
Le aziende intervistate producono sia pasta secca che fresca; di quest'ultima la produzione media si attesta a 247 t/anno (Figura 4.7).

**Figura 4.7- t/anno pasta fresca per ciascuna delle aziende intervistate**



Invece, per quanto riguarda la pasta secca, la produzione media delle aziende è 300 t/anno (Figura 4.8).

**Figura 4.8- Ton annue pasta secca**



Il fatturato delle aziende è per il 60% compreso tra 1-2 milioni di euro, mentre il restante 40% si aggira tra i 2-4 milioni €.

Negli ultimi cinque anni il fatturato di tutte le aziende è aumentato, questo dimostra che il settore della pasta è in continua espansione, grazie anche alla diffusione del *made in Italy* all'estero. Questo settore è dinamico e "vivo". Dal colloquio con gli imprenditori è emerso che gli elementi trainanti di questo costante sviluppo sono l'evoluzione dei gusti e delle preferenze dei consumatori e le innovazioni offerte dai produttori per venire incontro alle nuove richieste.

#### 4.5.2 Il marchio IGP

Tutte le imprese hanno aderito al marchio del Maccheroncino di Campofilone IGP dal 2013. Le motivazioni che hanno spinto le aziende a aderire al marchio sono state la riconoscibilità del prodotto, la differenziazione sul mercato, la maggior garanzia al consumatore, la qualità, la sicurezza e la tracciabilità grazie al rispetto del disciplinare. Altre proposte non sono risultate determinanti nelle politiche aziendali all'adesione al marchio, come l'impegno etico, l'incremento di prezzo e la promozione. Tutte le aziende intervistate hanno tenuto a ribadire che l'adesione al marchio IGP è stato un elemento trainante per far conoscere i Maccheroncini di Campofilone su larga scala. La rigida applicazione del disciplinare che prevede l'utilizzo di materie prime di alta qualità e il rispetto delle varie fasi di produzione permettono una maggiore riconoscibilità del prodotto e una differenziazione sul mercato. Allo stesso tempo,

grazie alla certificazione comunitaria si danno maggiori garanzie ai consumatori con un livello di tracciabilità e di sicurezza alimentare più elevato rispetto ad altri prodotti.

Le aziende L'Antica Pasta di Campofilone e La Campofilone hanno sottolineato l'importanza della qualità delle materie prime e della lavorazione artigianale, in modo che i Maccheroncini possano conservare il sapore di un tempo come quando venivano stesi dalle mani esperte delle vergare.

L'azienda Carassai, oltre ai vantaggi sopra elencati, ha deciso di aderire al marchio per promuovere i Maccheroncini perché, essendo una piccola realtà e la più giovane tra le cinque intervistate, spera nella creazione di un consorzio dove si possano unire le forze con gli altri produttori per incentivare la conoscenza del territorio campofilonese.

Vincenzo Spinosi, invece, crede nella tradizione ma ha voluto far conoscere nel mondo questa specialità campofilonese. Ha girato il mondo passando da Tokyo a Pechino fino ad arrivare a Londra, Parigi e Bangkok portando i suoi Maccheroncini rivisitati con la ricetta degli Spinosi sulle tavole di personaggi rilevanti a livello mondiale.

L'azienda De Carlonis vuole garantire la qualità e la sicurezza dei propri prodotti ai consumatori, mettendo in atto un sistema basato sui principi dell'H.A.C.C.P. dove si effettuano controlli lungo l'intera filiera produttiva, a partire dal ricevimento delle materie prime, sino all'uscita del prodotto finito. Nel rispetto del Reg. CE 178/2002, è stato attuato un sistema in continua implementazione per garantire la tracciabilità/rintracciabilità dei prodotti.

Il 75% delle aziende intervistate ritengono che l'applicazione del marchio IGP ai Maccheroncini sia stata molto importante dichiarando che esso ha contribuito ad aumentare la visibilità del prodotto, rafforzando il legame con il territorio.

Dalle interviste è emerso che l'adesione al marchio non ha implicato costi aggiuntivi alle aziende. Infatti, le materie prime, il processo produttivo e l'imballaggio sono rimasti invariati. Inoltre, gli intervistati non hanno riscontrato difficoltà nell'adempimento del disciplinare, in quanto la ricetta dei Maccheroncini prodotti dalle "vergare" non ha subito variazioni nel corso degli anni; la tecnologia è subentrata alle mani, aumentando così le quantità prodotte.

Per quanto riguarda la soddisfazione dell'applicazione del marchio, si è riscontrato che il 60% degli intervistati ha dichiarato che è stato indifferente perché non si sono potute apportare variazioni di prezzo ai Maccheroncini, perché si rischiava di non essere più competitivi sul mercato. Il restante 40% si ritiene soddisfatto dal marchio e dai vantaggi che ha apportato, perché ha assunto un significato di garanzia e di rispetto delle regole stabilite dai produttori. Durante le interviste condotte presso le aziende è stata ribadita l'importanza di far conoscere al consumatore finale un prodotto genuino che ha un legame stretto con il territorio

campofilonese e la produzione avviene seguendo un disciplinare, con la peculiarità di una sfoglia molto sottile e una lenta essiccazione.

Secondo l'azienda Marcozzi, invece, i Maccheroncini rappresentano una tradizione familiare, quando la nonna stendeva la pasta con il mattarello fino ad ottenere sottili sfoglie, li tagliava in fili sottilissimi simili a capelli d'angelo e li lasciava essiccare. Partendo da un laboratorio artigiano, per trasmettere le tradizioni culinarie apprese dalla nonna si è arrivati fino ad un'impresa moderna con un'ampia gamma di prodotti presente sulle tavole di molti paesi. Riguardo all'ottenimento del marchio IGP da parte dei Maccheroncini nel 2013, è stata messa in evidenza l'importanza degli ingredienti *made in Italy* per ottenere un prodotto di alta qualità e delle fasi clou per ottenere un prodotto eccellente.

#### 4.5.3 Il mercato del Maccheroncino IGP

Come emerso dalle varie interviste l'impatto della vendita del Maccheroncino sul fatturato totale ricopre una piccolissima percentuale compresa tra 0-20% per tutte le aziende intervistate. I dati dimostrano che questa tipologia di pasta ha un mercato ristretto con consumatori fidelizzati

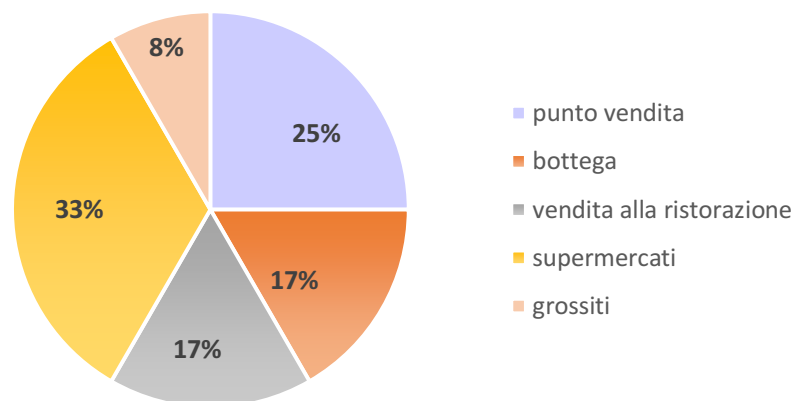
Tutte le aziende distribuiscono i Maccheroncini a livello regionale, il 40% li commercializza anche sul territorio nazionale in particolare Centro-Nord. Per quanto riguarda l'estero il 60% dei produttori esportano i Maccheroncini (Figura 4.9). Oggi la specialità di Campofilone ha conquistato una larga fetta di consumatori, ben oltre i confini italiani e le esportazioni stanno raggiungendo via via non solo i mercati di tutta Europa, ma anche quelli del Nord America, dei Paesi Arabi e del Giappone.

**Figura 4.9- Rappresentazione grafica della percentuale di distribuzione sul territorio nazionale ed estero dei Maccheroncini di Campofilone.**



I principali canali di vendita dei Maccheroncini sono la vendita online (100% delle aziende), seguiti dai supermercati (33%), per proseguire con punti vendita (25%), ristoranti (17%), botteghe (17%) ed infine grossisti (8%) (Figura 4.10).

**Figura 4.10- Tipologia di commercializzazione.**



Durante le varie interviste i produttori hanno elencato le peculiarità che rendono unici i Maccheronici di Campofilone. Le caratteristiche che li contraddistinguono sono:

- la semola di grano duro senza OGM e di provenienza italiana;
- l'alta percentuale di uova (circa dieci uova per ogni kg di semola);
- la sfoglia tirata allo spessore di un velo (compreso tra 0,3 e 0,7 mm);
- il taglio sottilissimo (che va da 0,8 a 1,2 mm);
- i tipici fogli di carta sui quali viene adagiata la pasta al fine di consentire un'essiccazione omogenea e graduale sull'intera superficie;
- il taglio particolare dei Maccheroncini di Campofilone, che assomigliano a capelli d'angelo, consentendo una cottura molto rapida (circa 1 minuto).

Nel grafico (Figura 4.11) si evidenzia l'importanza che i produttori conferiscono ai diversi caratteri della pasta. Per far ciò, è stata utilizzata una scala Likert di importanza da 1 a 5 (dove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante). I caratteri considerati sono stati:

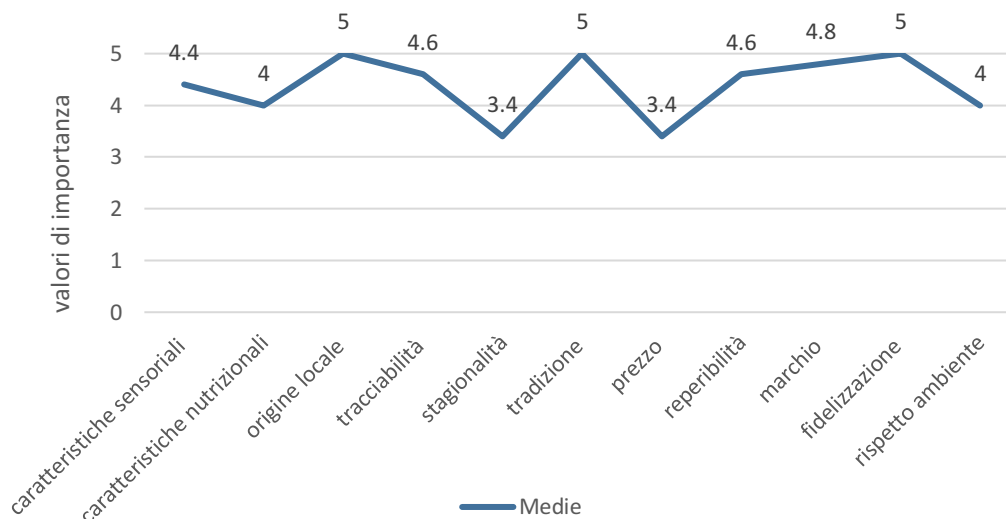
- delle caratteristiche sensoriali (odore, colore, sapore);
- caratteristiche nutrizionali;
- origine locale/legame con il territorio;
- genuinità e tracciabilità del prodotto;
- stagionalità;

- tradizione;
- prezzo;
- reperibilità del prodotto nella distribuzione;
- marchio;
- fidelizzazione del cliente,
- rispetto dell'ambiente.

Come è possibile osservare dalla figura, le caratteristiche considerate più importanti dai produttori intervistati sono stati l'origine locale, la tradizione e la fidelizzazione del consumatore, mentre la stagionalità e il prezzo sono risultati essere i caratteri meno considerati e influenti sulle strategie aziendali. L'origine locale e la tradizione sono sicuramente due tratti importanti, in quanto le peculiarità del prodotto e il marchio sono fortemente legati al territorio. Allo stesso tempo, la fidelizzazione del consumatore permette la diffusione di un prodotto, comunque considerato di nicchia, anche al di fuori dei confini territoriali della località di Campofilone.

Infine, nonostante la stagionalità influenzi molte delle filiere agroalimentari, per quanto riguarda il Maccheroncino di Campofilone IGP questa non risulta essere importante, in quanto l'approvvigionamento delle materie prime in entrata e la gestione della filiera sono garantite tutto l'anno, avendo la semola una lunga shelf-life. Inoltre, dato il ridotto numero di produttori, la filiera non presenta problematiche legate alla scarsità di materie prime. Per quanto riguarda il prezzo, come detto anche precedentemente, non è stato possibile aumentarlo per la semplice apposizione del marchio, in quanto non renderebbe il prodotto competitivo sul mercato. Per questo motivo, viene considerato un parametro minore.

**Figura 4.11- Rappresentazione grafica dei risultati della scala Likert di importanza (dove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante) per i diversi caratteri dei Maccheroncini di Campofilone IGP**



#### 4.5.4 Ruolo del consorzio

Tutti i produttori intervistati hanno espresso un parere favorevole all'adesione al consorzio di tutela del Maccheroncino di Campofilone IGP. Inoltre, sono tutti d'accordo, che la nascita del consorzio contribuirebbe ad aumentare la diffusione e il commercio dei Maccheroncini. In dettaglio, la Tabella 4.1 raggruppa i principali vantaggi e svantaggi dichiarati dalle aziende intervistate relativi a una possibile adesione al consorzio.

**Tabella 4.1- Vantaggi e svantaggi nella creazione di un consorzio.**

VANTAGGI	SVANTAGGI
Marketing comune	Difficoltà nell'accordarsi
Finanziamenti per organizzare iniziative	Scarsa visibilità piccole aziende
Maggior credibilità sul mercato	
Identificazione del prodotto sul mercato	
Protezione dell'autenticità del prodotto	
Intraprendere strategie a livello extra – europeo	



Maggior competitività a livello nazionale ed internazionale	
---	--

Secondo i produttori intervistati, la creazione di un consorzio presenterebbe più vantaggi che svantaggi poiché, data la presenza sul territorio di pochissimi produttori aderenti al marchio, un'aggregazione anche formale permetterebbe un'ulteriore diffusione e valorizzazione del prodotto.

#### 4.5.5 *Strategie future*

Secondo i produttori le strategie che potrebbero aiutare ulteriormente la diffusione e la valorizzazione del Maccheroncini IGP sono:

- aumento della riconoscibilità del prodotto;
- investire in accoglienza attraverso il turismo enogastronomico;
- aumentare la capacità comunicativa;
- partecipare ad eventi (show cooking, fiere, ecc.);
- instaurare collaborazioni.

Secondo alcuni produttori si evince la ridotta partecipazione alla promozione del marchio IGP e le poche iniziative promosse a livello comunale e dalle istituzioni locali. Il suggerimento è quello di coinvolgere il borgo come parte attiva nella promozione. Un'altra proposta avanzata è stata quella di apportare modifiche al metodo di comunicazione, perché la nascita del consorzio favorirebbe un'efficace campagna pubblicitaria per la valorizzazione del prodotto.

Dalle interviste effettuate è emerso che sarebbe efficace per la promozione dei Maccheroncini anche cooking show, fiere ed eventi gastronomici per diffondere il prodotto e renderlo visibile non solo nel territorio regionale ma anche in quello italiano ed estero.

## CONCLUSIONI

In un mercato globalizzato come quello in cui viviamo, quando un prodotto viene conosciuto al di fuori dei confini nazionali, incontra probabilmente la concorrenza di altri prodotti altrettanto genuini che copiano la ricetta. Ne può derivare un danno economico per i produttori ed un messaggio fuorviante per i consumatori, tratti in inganno ad acquistare “copie” scadenti del prodotto originale. Per far fronte a questo pericolo nel 1992 la Comunità Europea ha creato un sistema di certificazione basato su marchi distintivi (DOP, IGP, STG) per promuovere e tutelare i prodotti agroalimentari le cui caratteristiche dipendono dal luogo e/o dal tipo di produzione specifica. Nello specifico, l’Indicazione Geografica Protetta (IGP) è una certificazione di qualità di prodotto regolamentata dai Reg. (CE) 510/2006. La certificazione IGP vuole dare forza ad una economia geografica che ha come driver l’origine del prodotto, facendo leva sul concetto di *made in Italy*.

In questa tesi sono stati presi in analisi i Maccheroncini di Campofilone IGP. L’antica lavorazione artigianale del Maccheroncino, le cui origini risalgono al 1500, è stata tramandata nel tempo e il valore di questa pasta è rimasto intatto, curato dalle sapienti mani delle “vergare” campofilonesi.

Questo è un prodotto ottenuto dalla lavorazione di un impasto a base di uova, farina di grano tenero doppio zero o semola di grano duro. Nel 2013 ha ottenuto il marchio IGP.

Alla luce dei risultati ottenuti in questa ricerca, è possibile affermare che l’applicazione del marchio IGP sui Maccheroncini ha valorizzato il prodotto sul mercato, creando un forte legame con il territorio. Qualità, salubrità, tradizionalità sono i tre aggettivi che più rispecchiano questa tipologia di pasta perché ne determinano le radici con un borgo di poco più di 2000 abitanti: Campofilone.

I Maccheroncini vengono prodotti da aziende medio-piccole, con circa 15-20 addetti, dove la ricetta originaria è stata tramandata alle generazioni successive, per portare avanti la tradizione di famiglia con tecnologie avanzate. Tuttavia, l’impatto della vendita dei Maccheroncini sul fatturato totale delle aziende è molto ridotto, compreso tra 0-20%; questo valore potrebbe aumentare attraverso efficaci politiche di marketing.

I produttori si lamentano delle poche iniziative organizzate dalle istituzioni locali, auspicando che venga incentivato il turismo enogastronomico, in modo da portare vantaggi per l'intero territorio.

Tutte le aziende si augurano che possa nascere in tempi brevi il Consorzio di tutela, perché porterebbe i Maccheroncini ad avere un mercato nazionale ed internazionale più ampio, grazie alle maggiori finanze disponibili e ad una campagna di divulgazione più capillare. Nonostante siano tutti favorevoli ai vantaggi che si avrebbero, fino ad oggi i produttori non sono riusciti ancora a trovare un accordo, perché hanno mentalità imprenditoriali diverse, che non permettono di collaborare per un fine comune, antepoendo gli interessi personali.

# ALLEGATO 1



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE (UNIVPM)  
DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE, ALIMENTARI ED AMBIENTALI  
(D3A)

Sezione di Economia e Politica Agroalimentare

## QUESTIONARIO DI INDAGINE ALLE AZIENDE PRODUTTRICI DI MACCHERONCINI DI CAMPOFILONE IGP

**Referente della ricerca:** *Valentina Cognigni*

**E-mail:** [famigliacognigni@hotmail.it](mailto:famigliacognigni@hotmail.it)

**Scopo del questionario:** Il presente lavoro è parte del progetto di tesi triennale in Scienze e Tecnologie Alimentari (STAL) dell'UNIVPM – D3A. L'indagine mira a comprendere la propensione delle aziende nell'aderire al consorzio dei maccheroncini di Campofilone IGP. Inoltre, il questionario desidera individuare le possibilità di valorizzazione del prodotto per ampliare il mercato e analizzare l'impatto che tale marchio ha avuto a livello aziendale.

*Le sottolineiamo che il questionario è anonimo e la partecipazione volontaria. I dati raccolti saranno elaborati in forma aggregata nel rispetto della legge sulla privacy. \**

Luogo e data dell'intervista:

\_\_\_\_\_

Nome e cognome dell'intervistato:

\_\_\_\_\_

### \*SEGRETEZZA DEI DATI FORNITI CON IL PRESENTE QUESTIONARIO

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679, GDPR (*General Data Protection Regulation*), e del Decreto legislativo 196/2003, e successive modifiche ed integrazioni, tutte le informazioni raccolte con i questionari saranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca scientifica. I dati raccolti nell'ambito della presente indagine, inoltre, sono tutelati dal segreto statistico e pertanto non possono essere comunicati o esternati se non in forma aggregata, in modo che non se ne possa fare alcun riferimento individuale, e possono essere utilizzati solo per scopi statistici. Compilando il questionario, acconsente a partecipare a questo studio

Acconsento       Non acconsento

## ANAGRAFICA DELL'AZIENDA

1. Nome dell'azienda
2. Ubicazione dell'azienda  
Comune .....
- Provincia .....
3. Titolare azienda  
Nome e Cognome .....
- Genere:  
 maschile  
 femminile  
 preferisco non dichiarare
- Età:  
 18-25  
 26-40  
 41-60  
 oltre i 60
4. Anno di fondazione dell'azienda  
.....
5. Numero complessivo di lavoratori/impiegati  
n° ....
6. Quantitativo di pasta prodotta annualmente  
 pasta fresca ..... (t/anno)  
 pasta secca ..... (t/anno)
7. Prodotti principali

Tipologia	Quantità prodotte	Canale/i di vendita	Prezzo/i di vendita


8. Qual è stato il fatturato dell'azienda nel 2021/22?

Fatturato in € ..... di cui .....% pasta secca/fresca

9. Negli ultimi 5 anni il fatturato dell'azienda è (indicare una %):

- aumentato
- diminuito
- stabile

### IL MARCHIO IGP

10. La sua azienda ha aderito al marchio Maccheroncino di Campofilone IGP?

- Sì  No

Se sì, vai alla domanda 11

Se no, vai alla domanda 21

11. Da quanto tempo ha aderito al marchio IGP?

.....

12. Perché Lei ha deciso di aderire al marchio IGP?

Impegno etico sociale per i prodotti che rispettano la tradizione, la cultura locale e l'ambiente	
Riconoscibilità del prodotto sul mercato	
Incremento del prezzo di vendita	
Differenziazione del prodotto sul mercato	
Maggior garanzia al consumatore	
Promozione	
Qualità, tracciabilità e sicurezza del prodotto finale	
Altro..... (Specificare)	

13. L'adesione al marchio ha comportato costi aggiuntivi per la sua azienda?

Sì  No

**Se sì, quali?** .....

14. Quali difficoltà ha riscontrato nell'adempimento al disciplinare?

.....

15. Da una scala da 1 a 5 (laddove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante), quanto è importante per lei applicare il marchio?

1  2  3  4  5

16. L'adesione al marchio ha comportato dei benefici/vantaggi all'azienda?

Sì  No

**Se sì, quali?**

.....

17. Attraverso l'utilizzo del marchio è stato possibile aumentare il prezzo del prodotto al mercato?

Sì  No

**Se sì, di quanto?**.....

18. In una scala da 1 a 5 (laddove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante), quanto è soddisfatto dell'applicazione del marchio IGP?

1  2  3  4  5

19. È stato facile aderire al marchio IGP?

Sì  No

**Se sì, perché**.....

**Se no, perché**.....

20. Perché secondo lei il consumatore dovrebbe scegliere un prodotto con il marchio IGP?

- Qualità del prodotto (apprezzamento)
- Genuinità
- Origine delle materie prime
- Fiducia nel produttore
- Salvaguardia ambientale
- Motivazione etica
- Scelte legate ad esperienze di uso del cliente
- Altro (Specificare)

21. Sarebbe interessato a aderire a questo tipo di indicazione?

Sì  No

Se Sì, quali sono i motivi per i quali sceglierebbe di utilizzare il logo?

.....  
.....  
.....  
Se **No**, quali sono i motivi per i quali sceglierebbe di **NON** utilizzare il logo?  
.....  
.....

22. Su una scala da 1 a 5, (laddove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante), quanto, l'applicazione del marchio IGP contribuirebbe a:

Impiego etico sociale per i prodotti che rispettano la tradizione, la cultura locale e l'ambiente	1	2	3	4	5
Caratteristiche nutrizionali	1	2	3	4	5
Riconoscibilità del prodotto sul mercato	1	2	3	4	5
Incremento del prezzo di vendita	1	2	3	4	5
Differenziazione del prodotto sul mercato	1	2	3	4	5
Maggior garanzia al consumatore	1	2	3	4	5
Promozione	1	2	3	4	5
Qualità, tracciabilità e sicurezza del prodotto finale	1	2	3	4	5
Tutela della biodiversità	1	2	3	4	5
Salvaguardia di specie e varietà locali	1	2	3	4	5
Minore impatto ambientale	1	2	3	4	5

## IL MERCATO DEL MACCHERONCINO IGP

23. Quale è l'impatto della vendita dei Maccheroncini IGP sul totale del fatturato?

- 0%-20%
- 21%-40%
- 41%-60%
- 61%-80%
- 81%-100%

24. Dove viene distribuito il vostro prodotto IGP?

- Regionale (indicare %) .....
- Nazionale (indicare % e Regioni) .....
- Estero (indicare % e Paesi) .....

25. Quali sono i principali canali di vendita del suo prodotto IGP?

- Punto vendita
- Fiere/sagre



- Vendita online
- Bottega
- Vendita alla ristorazione/agriturismo
- Supermercati/GDO
- Grossisti
- Altro (specificare) .....

26. È stato rilevato un incremento delle vendite dei Maccheroncini grazie all'ottenimento del marchio IGP?

- sì                       no

27. Se sì, saprebbe indicarmi l'incremento registrato?

.....

28. Quale metodo/strategia risulta essere più efficace nel promuovere i maccheroncini? (Esempio: sagra dei maccheroncini di Campofilone, ecc.)

.....  
 .....  
 .....

29. Secondo lei cosa rende competitiva o peculiare la produzione dei maccheroncini? Es ingredienti, materie prime ecc.

.....  
 .....  
 .....

30. In una scala da 1 a 5 (laddove 1: per nulla importante; 2: poco importante; 3: indifferente; 4: importante; 5: molto importante), quanto è importante per lei, **nel suo prodotto**, ciascuno dei seguenti attributi:

Caratteristiche sensoriali (odore, colore, sapore)	1	2	3	4	5
Caratteristiche nutrizionali	1	2	3	4	5
Origine locale/legame con il territorio	1	2	3	4	5
Genuinità e tracciabilità del prodotto	1	2	3	4	5
Stagionalità	1	2	3	4	5
Tradizione	1	2	3	4	5
Prezzo	1	2	3	4	5
Reperibilità del prodotto nella distribuzione	1	2	3	4	5
Marchio	1	2	3	4	5
Fidelizzazione del cliente	1	2	3	4	5
Rispetto dell'ambiente	1	2	3	4	5

**RUOLO DEL CONSORZIO**

31. Nell’ottica della creazione di un consorzio di tutela del maccheroncino di Campofilone IGP, sarebbe interessato a aderire?

- si
- no

32. Se no, saprebbe indicare il perché?

.....

.....

.....

.....

33. Potrebbe elencare quali, secondo lei, sarebbero i principali punti di forza, le debolezze, le minacce e le opportunità di aderire/istituire un Consorzio. (Indicare l’importanza di ciascun aspetto in una scala da 1 a 5 (1: più importante; 5 meno importante)

<p><b><u>Punti di Forza (strengths)</u></b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p><b><u>Punti di debolezza (weaknesses)</u></b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p><b><u>Opportunità (opportunities)</u></b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p><b><u>Minacce (threats)</u></b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

34. Secondo lei, la nascita di un consorzio potrebbe contribuire ad aumentare la diffusione e il commercio dei Maccheroncini?

.....

.....

.....

## STRATEGIE FUTURE

35. Quali strategie future potrebbe aiutare ulteriormente la diffusione e la valorizzazione del maccheroncino IGP?

- Diversificazione dei canali di distribuzione
- Aumento della riconoscibilità del prodotto
- Investire in accoglienza (turismo enogastronomico)
- Aumentare la capacità comunicativa
- Investimenti in digitalizzazione
- Partecipazione ad eventi
- Investire nell'export
- Instaurare collaborazioni
- Altro (specificare)

36. Saprebbe fornire dei suggerimenti per migliorare tali strategie (in particolare, per quelle promosse dalle istituzioni locali/regionali)?

.....  
.....

## BIBLIOGRAFIA

- Allianz Trade (2022). Testo disponibile sul sito: [Allianz\\_Infographic\\_PASTA2022-AT.pdf](#)
- Amirante P. (2016). Macchine ed impianti per la raccolta conservazione e il trattamento delle colture ortive ed industriali. Testo disponibile sul sito: [https://www.researchgate.net/publication/309589868\\_MACCHINE\\_ED\\_IMPIANTI\\_PER\\_LA\\_PRODUZIONE\\_DELLA\\_PASTA](https://www.researchgate.net/publication/309589868_MACCHINE_ED_IMPIANTI_PER_LA_PRODUZIONE_DELLA_PASTA)
- Decreto del Presidente della Repubblica 9 febbraio 2001, n. 187 Regolamento per la revisione della normativa sulla produzione e commercializzazione di sfarinati e paste alimentari. Testo disponibile sul sito: [https://www.politicheagricole.it/flex/files/2/f/6/D.34ca305e98ded6c87bfc/DPR\\_187\\_2001.p](https://www.politicheagricole.it/flex/files/2/f/6/D.34ca305e98ded6c87bfc/DPR_187_2001.p)
- Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267. Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali. Testo disponibile sul sito: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2000-08-18;267>
- Decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173 Disposizioni in materia di contenimento dei costi di produzione e per il rafforzamento strutturale delle imprese agricole. Testo disponibile sul sito: [https://www.politicheagricole.it/flex/files/2/8/3/D.6e040e389358226b4c8e/Decreto\\_Legislativo\\_30\\_aprile\\_1998\\_\\_n.\\_173.pdf](https://www.politicheagricole.it/flex/files/2/8/3/D.6e040e389358226b4c8e/Decreto_Legislativo_30_aprile_1998__n._173.pdf)
- Decreto Ministeriale 8 settembre 1999, n. 350, Regolamento recante norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali di cui all'articolo 8, comma 1, del D.lgs. 30 aprile 1998, n. 173. Testo disponibile sul sito: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1999/10/12/099G0423/sg>
- Decreto ministeriale N. 57167 DEL 26 luglio 2017 disposizioni nazionali per l'attuazione del regolamento (UE) 1151 e del regolamento delegato (UE) 665/2014 sulle condizioni di utilizzo dell'indicazione facoltativa di qualità «Prodotto di Montagna». Testo disponibile sul sito: [www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2017/09/13/214/sg/pdf](http://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2017/09/13/214/sg/pdf)
- Direttiva 2000/13/CE relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità. Testo disponibile sul sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:02000L0013-20110120&from=CS>

ERSA - Agenzia regionale per lo sviluppo rurale. Luoghi, marchi, qualità... una guida per saperne di più. Testo disponibile sul sito: [topvalue\\_ita.pdf](#)

Euler Hermes (2021). L'industria della pasta. Testo disponibile sul sito: [euler\\_hermes\\_studio\\_settore\\_pasta\\_2021\\_completo.pdf](#)

Ferrucci, D. (2020). Qualità e certificazione dei prodotti agroalimentari. Testo disponibile sul sito: [https://www.agriavengers.it/wp-content/uploads/2020/12/Qualita-e-certificazione-dei-prodotti-agroalimentari-Donato-Ferrucci\\_.pdf](https://www.agriavengers.it/wp-content/uploads/2020/12/Qualita-e-certificazione-dei-prodotti-agroalimentari-Donato-Ferrucci_.pdf)

GDONews (2023). Pasta fresca. Testo disponibile sul sito: [Focus-Pasta-Fresca-2023-GDONews.pdf](#)

ISMEA (2019). La catena del valore della pasta e del pane. Testo disponibile sul sito: [La\\_catena\\_del\\_valore\\_della\\_pasta\\_e\\_del\\_pane.pdf](#)

ISMEA (2022a). Scheda dei cereali. Testo disponibile sul sito: [file:///C:/Users/Asus/Desktop/tesi/Scheda\\_CEREALI\\_2022\\_05122022.pdf](file:///C:/Users/Asus/Desktop/tesi/Scheda_CEREALI_2022_05122022.pdf)

ISMEA-Fondazione Qualivita (2022b). Rapporto ISMEA-Qualivita 2022 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP, STG.

Legge 8 giugno 1990, n. 142. Ordinamento delle autonomie locali. Testo disponibile sul sito: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1990-06-08;142>

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali. Disciplinare di Produzione della Identificazione Geografica Protetta “Maccheroncini di Campofilone” IGP. Testo disponibile sul sito: <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3348>

REGOLAMENTO (CE) N. 41/2009 DELLA COMMISSIONE del 20 gennaio 2009 relativo alla composizione e all'etichettatura dei prodotti alimentari adatti alle persone intolleranti al glutine. Testo disponibile sul sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0041>

REGOLAMENTO (CE) N. 510/2006 DEL CONSIGLIO del 20 marzo 2006 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari. Testo disponibile sul sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R0510&from=de>

REGOLAMENTO (UE) 1151/2012 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari. Testo disponibile sul sito: <http://data.europa.eu/eli/reg/2012/1151/ojv>

REGOLAMENTO (UE) 2018/848 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 30 maggio 2018 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici.

Testo disponibile sul sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848>

REGOLAMENTO DELEGATO (UE) N. 665/2014 DELLA COMMISSIONE che completa il regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le condizioni d'uso dell'indicazione facoltativa di qualità «prodotto di montagna». Testo disponibile sul sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0665&from=IT>

Serena M., Raffaella P. & Piero S. (2020). I presidi slow food. Testo disponibile sul sito: [ITA\\_libretto\\_presidi\\_b.pdf](#)

Suolo e Salute (2013). Guida all'etichettatura dei prodotti biologici. Testo disponibile sul sito: [Guida\\_etichettatura\\_Suolo\\_e\\_Salute\\_seconda\\_edizione.pdf](#)

SymphonyIRI Group. Il mercato della pasta in Italia. Testo disponibile sul sito: [DOCStmphonyirimercatopasta-0611.pdf](#)

Ugulini D. (2018). Industria dei cereali e derivati. In: R. Cristiano, a cura di *Manuale dell'Agronomo*. Torino:Reda Edizioni, pp. I-156-I-1170.

## SITOGRAFIA

- Accredia: <https://www.accredia.it/>
- AgriLegal: <https://www.agrilegal.it/>
- AiC (Associazione Italiana Celiachia): <https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/marchio-spiga-barrata/cosa-ce-dietro-il-marchio-spiga-barrata/>
- Alimentazione360: <https://alimentazione360.it/prodotti-della-natura/farina-di-semola-di-grano-duro-benefici-proprieta>
- Alimentipedia: <https://www.alimentipedia.it/associazione-slow-food.html>
- AmoreTerra: <https://www.amoreterra.com/magazine/it-IT/articolo/pasta-integrale-benefici>
- Antica Pasta di Campofilone: <https://www.anticapasta.it/it/maccheroncini-di-campofilone>
- Compagnia amatori della pasta: <https://www.compagniaamatoripasta.it/p/la-storia-della-pasta.html>
- Consulente Agrario: <https://www.consulente-agrario.com/differenza-tra-grano-duro-e-grano-tenero/>
- CroniStoria: <https://cronistoria.altervista.org/la-pasta-un-alimento-dalle-origini-antichissime/>
- Cucinare.it: <https://www.cucinare.it/guide/ingredienti/farina-00-il-segreto-di-pane-e-pizza>
- De Carlonis: <https://www.decarlonis.it/>
- Dissapore: <https://www.dissapore.com/notizie/toto-spaghetti-miseria-nobilta/>
- eAmbrosia: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>
- FederBio: <https://feder.bio/chi-certifica-il-biologico/>
- Fondazione Slow Food: <https://www.fondazioneSlowFood.com/it/>
- Il Sole 24 ore: <https://www.ilssole24ore.com/>
- Informacibo: <https://www.informacibo.it/cosa-significa-dop/>
- Informacibo: <https://www.informacibo.it/maccheroncini-campofilone-igp/>
- La Campofilone di Enzo Rossi: <https://www.lacampofilone.it/aziendalacampofilone.html>
- La Cucina Italiana: <https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/pasta-storia>
- La Gazzetta del Gusto: <https://www.gazzettadelgusto.it/cibo-e-storia/cucina-futurista/>
- Memofonte: <https://www.memofonte.it/files/Progetti/Futurismo/Manifesti/II/204.pdf>

Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste: <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12934>

Mulino Padano: <https://www.mulinopadano.it/blog/approfondimenti/plansichter/>

Musei del cibo: <https://pasta.museidelcibo.it/per-saperne-di-piu/focus-su/pasta-nel-cinema-italiano/>

Novareckon: <https://www.novareckon.it/prodotti-agroalimentari-tradizionali-pat/>

PastaCorona Campofilone: <https://www.pastacorona.it/index.html>

Pastai Italiani: <https://www.pastaitaliani.it/consumi>

PastaVale Campofilone: <https://www.pastavale.it/>

Pastificio Carassai: <https://www.pastificiocarassai.it/>

Qualigeo: <https://www.qualigeo.eu/prodotto-qualigeo/maccheroncini-di-campofilone-igp/>

Qualitiamo: <https://www.qualitiamo.com/set%20normativo/iso%209000/iso9000.html>

Sala&cucina: <https://www.salaecucina.it/it-it/maccheroncini-di-campofilone-igp-che-fa-vincere-la-semplicita.aspx>

Sapere Sapori: <https://www.saperesapori.it/blog/storia-degli-alimenti/la-pasta-un-po-di-storia/>

SIFA Formazione: <https://sifaformazione.it/i-cereali-e-i-prodotti-derivati/>

Smartapp: <https://smartapp685.com/maccheroncini-di-campofilone-igp-e-la-tradizione-pastaia/>

Spagni&Spagni: <https://spagnithesgift.com/la-pasta-che-giro-il-mondo>

Spinosi: <https://www.spinosi.com/>

Storie di Cibo: <https://www.storiedicibo.it/de-co-prodotti-feste-luoghi-a-denominazione-comunale/deco-logo/>

Suolo e Salute: <https://www.suoloesalute.it/controllo-e-certificazione/>

Suolo e Salute: <https://www.suoloesalute.it/etichettatura/>

The pasta project: <https://www.the-pasta-project.com/maccheroncini-di-campofilone-from-le-marche/>

Vivere Fermo: <https://www.viverefermo.it/2020/01/17/pubblicato-il-rapporto-sui-servizi-pubblici-italiani-nella-provincia-di-fermo-rispettato-il-trend-nazionale/764367/>

Wikipedia: [https://it.wikipedia.org/wiki/Un\\_americano\\_a\\_Roma](https://it.wikipedia.org/wiki/Un_americano_a_Roma)



## RINGRAZIAMENTI

*Vorrei dedicare questo spazio a chi, con dedizione e pazienza, ha contribuito alla realizzazione di questo elaborato.*

*Un ringraziamento particolare va alla mia relatrice Bentivoglio Deborah che mi ha seguito, con la sua infinita disponibilità e pazienza per la stesura della tesi. È stata di grande supporto morale nei momenti di sconforto e ansia.*

*Grazie anche alla mia correlatrice Chiaraluce Giulia per i suoi preziosi consigli che mi ha dato durante tutto il periodo di tesi e per la professionalità dimostratami in questi mesi di lavoro.*

*Desidero ringraziare i miei genitori per aver sempre creduto in me, per avermi supportato anche nei momenti in cui credevo di non riuscire in questo percorso, per il loro amore. Senza il vostro sostegno non avrei mai goduto di così tante opportunità.*

*Un ringraziamento a nonno Valentino, oggi dopo questa proclamazione posso dirti “Sei riuscito a vederla!”, spero che potrai restarmi accanto anche nei miei traguardi futuri.*

*Un pensiero a chi mi guarda e mi protegge dal cielo (nonna Francesca, nonna Peppina e nonna Italo) sarete le stelle più bella del cielo, non dovrò sforzarmi per trovarvi, e anche se solo per un attimo mi avrete illuminato ancora una volta la strada.*

*Grazie a tutti i miei compagni di corso, per avermi sempre incoraggiato fin dall’inizio del percorso universitario, con cui ho condiviso ansie, scleri e risate.*

*Grazie ai miei amici. Grazie per essere stati miei complici, ognuno a suo modo, in questo percorso intenso ed entusiasmante, nel bene e nel male. Sono così tanti i ricordi che mi passano per la testa che è impossibile trovare le parole giuste per onorarli. A farlo saranno le mie emozioni, i miei sorrisi e le mie lacrime che insieme si mescolano in un bagaglio di affetto sincero e gratitudine per tutti voi. Grazie per aver reso il mio traguardo davvero speciale!*

*Grazie al gruppo delle Spices Girls, nonostante non ci vediamo spesso, abbiamo condiviso momenti indimenticabili durante le superiori e posso contare sempre sul vostro appoggio in qualsiasi momento di difficoltà.*

*Grazie a tutte le persone che ho incontrato durante questi anni, a chi è rimasto al mio fianco ma anche a chi ha percorso strade diverse.*

*Infine, vorrei dedicare questo piccolo traguardo a me stessa, perché non ho mai mollato e ci ho creduto sempre fino in fondo, anche quando questo obiettivo mi sembrava lontano e irraggiungibile.*