

INNOVAZIONE DI
PRODOTTO E DI SERVIZIO
E ATTIVITÀ A SOSTEGNO
DEL CANALE E DEI CLIENTI.
ECCO TUTTE LE NOVITÀ
DEI PRINCIPALI PLAYER
DEL SETTORE FARINE E
MIX PER IL FUORI CASA



PROGETTI PER LA RIPARTENZA

di Marianna Notti

In mancanza di dati scan per il **Foodservice**, le dimensioni del mercato farine e mix per il canale sono il frutto di stime e ricerche aziendali. Gruppo Lo Conte, per esempio, ha valutato il consumo di farine da parte di esercizi commerciali che propongono in menu pizza d'alta qualità. «Abbiamo stimato – afferma **Fabrizio Lo Conte, Amministratore Delegato di Molino Vigevano 1936** – che i locali con queste particolarità sono circa il 10% del totale dei pubblici esercizi italiani che propongono pizza rilevati da Fipe. Sempre stando a quanto elaborato da Fipe, il consumo medio settimanale di farina da parte di questi locali è di circa 39 kg, pertanto riteniamo che il mercato delle farine di fascia premium per produrre pizza possa valere a volume circa 26 milioni di kg l'anno». **Riccardo Agugiario, Amministratore Delegato di Agugiario & Figna Molini,**

rileva come nel settore le farine tecnicamente più affidabili abbiano preso il sopravvento su quelle di produzione massiva. «Negli ultimi anni – commenta – forse anche in via eccessiva, si è polverizzata l'offerta con prodotti di nicchia, per i quali taluni produttori, ma non la nostra azienda, hanno rinunciato a migliorare i parametri di qualità e sicurezza per preferire claim di tendenza sull'origine italiana, sul chilometro zero, sulle colture all'antica, sulla non convenzionalità e sul fatto in casa». Se è vero che la grave situazione emergenziale verificatasi nei primi mesi dell'anno ha messo in crisi l'intero comparto, con ripercussioni pesanti sul settore molitorio, **le aziende non hanno mai smesso di lavorare per supportare i professionisti in questo difficile momento e per continuare a innovare.**



DISTRIBUZIONE

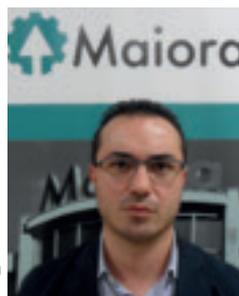
MAIORA: la convenienza cede il passo alle performance

Per Maiora la categoria delle farine e dei preparati nel corso del 2019 ha rappresentato il 6% dell'intero fatturato realizzato dallo scatolame salato del canale cash&carry.

«Questo segmento ricopre un ruolo fondamentale – dichiara **Donato Milillo, Buyer Grocery dell'insegna** – in quanto risulta di notevole importanza per i clienti del canale Horeca. **Il nostro assortimento comprende referenze di circa 15 brand industriali, tra farine classiche e farine speciali, sempre più richieste da parte della ristorazione.**»

La ricerca della convenienza, che ha prevalso in passato, lascia il posto a quella di prodotti specifici e performanti. «Negli ultimi tempi – prosegue Milillo – **si stanno affermando prodotti nuovi** che conquistano piccole, ma significative, nicchie di mercato. Parliamo di **farine integrali, con germe di grano, macinate a pietra, farine di grani antichi** e, più in generale, di prodotti che vanno nella direzione di una maggior naturalezza e genuinità. Le nuove tendenze riguardano principalmente il mondo della pizza che, pur legato alla tradizione, cerca modi inediti per differenziare l'offerta e intercettare nuovi consumatori. Più in generale, poi, **stiamo assistendo alla riscoperta di farine poco raffinate**, prevalentemente di filiera italiana, che soddisfino la crescente attenzione verso il benessere e attraverso le quali sia possibile rilanciare il valore nutrizionale del germe di grano.»

Il mercato diventa quindi sempre più competitivo in termini di offerta rivolta ai professionisti del fuori casa.



MOLINO GRASSI

Protagonista nel biologico

È la differenziazione la strategia di Molino Grassi, che l'azienda implementa in tutti i canali in cui è presente. Pur mettendo a disposizione dei professionisti una vasta gamma di farine convenzionali, con linee dedicate a pane, pizza, pasticceria e pasta, ciascuna con prodotti specifici per tipologie di lavorazione, il Molino parmigiano punta soprattutto su referenze in grado di distinguere la propria offerta da quella dei competitor. **Farine biologiche, settore in cui l'azienda opera da circa 30 anni**, e prodotti speciali: la linea QB (qualità bio) e la linea Bio sono la concretizzazione di questo lavoro: farine e semole biologiche, appunto, di grani particolari: recupero di grani antichi, come il Grano del Miracolo (un'antica varietà del Parmense); macinazione a pietra e prodotti integrali. All'offerta di prodotti si affianca quella formativa: «Mettiamo a disposizione dei nostri



MOLINO GRASSI

Marchi del fuori casa	Molino Grassi, QB
Prodotto	Farina tipo I macinata a pietra Linea Bio
Descrizione	Farina di frumento tenero tipo I da agricoltura biologica, macinata a pietra, ideale per molteplici utilizzi: pane, pizza, biscotti, pasticceria e prodotti dolciari
Formato	Sacco da 25 Kg

clienti un team di professionisti, tecnici e tecnologi – fa sapere il **Direttore Commerciale, Massimo Grassi** – che, oltre a contribuire allo sviluppo dei prodotti, offrono consulenza e formazione a tutti i professionisti. Da anni la nostra **scuola I Percorsi del Molino** è un punto di riferimento per la ricerca e la formazione.»



MOLINO BERTOLO

Marchi del fuori casa	Fruttarine, Le Farine di Leonardo
Prodotto	Fruttarine
Descrizione	Linea di preparati per prodotti dolciari (e non solo) a base di farina di tipo I e frutta disidratata. Disponibili nelle referenze al lampone, alla banana, alla fragola, al mirtillo, all'arancia e al limone
Formato	Sacchi da 1 kg, 5 kg



MOLINO PEILA

Marchi del fuori casa	Molino Peila
Prodotto	Semolino di riso termotrattato
Descrizione	Semola di riso a grana fine che, in seguito al processo di tostatura, è disponibile in versione termotrattata. Adatta allo spolvero di pasta fresca, pane e pizza e nella preparazione di ripieni e semolini
Formato	Sacchi da 5 kg, 25 kg



SELEZIONE CASILLO

Marchi del fuori casa	Selezione Casillo
Prodotto	Farina Tipo I per pizza
Descrizione	Farina di grano tenero tipo I con W 340 ottenuta da grani selezionati e realizzata per essere facilmente lavorabile e tollerare una fermentazione a temperatura ambiente fino a 18 ore
Formato	Sacco da 5 kg, 12,5 kg, 25 kg