

Pastificio Garofalo ha lanciato le prime cinque anni fa e sono diventate una tendenza. Ricavate dagli scarti di lavorazione, vengono poi raccolte per generare biocombustibile. Tre i punti fermi dell'azienda: qualità, trasparenza e tutela dell'ambiente

# UNA CANNUCCIA (DI PASTA) PER SALVARE IL PIANETA



1

di Tommaso Galli



**L**e prime cannucce di pasta le hanno lanciate cinque anni fa, agli albori del dibattito sulla plastica, e nel giro di poco tempo sono diventate di tendenza. Soprattutto da quando nel 2019 è stato varato dall'Unione europea lo stop agli oggetti usa e getta, che entrerà in vigore nel 2021. «Ma prima di metterle a punto ci siamo chiesti se avesse senso destinare della pasta già pronta per essere consumata, come gli ziti o i mezzani per citare due formati, a quest'utilizzo. O se fosse più saggio, invece, usare la percentuale di pasta che fisiologicamente viene accantonata durante la lavorazione e rimacinarla per produrre le cannucce», spiega Massimo Menna, amministratore delegato del Pastificio Garofalo, uno dei più antichi di Gragnano, dove si è fatta la storia della pasta secca. Un percorso forse più complicato, ma per Garofalo l'unico «perché altrimenti sarebbe diventato un altro tipo di spreco, e cioè quello

alimentare». In più, da poco, nei bar o nei ristoranti viene consegnata una scatola di carta riciclata in cui riporre le cannucce utilizzate, per poi rispeditre in azienda. L'obiettivo? Generare biocombustibile dalle cannucce e riciclare il cartone. «Per noi, la ricerca della qualità dei prodotti si è sempre mossa di pari passo con l'attenzione per il territorio che ci circonda», continua. Territorio a cui Garofalo deve tanto: un'acqua pura per la produzione della pasta, una brezza continua, un clima soleggiato ed un'aria con la perfetta umidità. «Che insieme alla sapienza e alla capacità innovativa dei pastai hanno reso la pasta di Gragnano un caso tipico in Italia», tanto da ottenere la certificazione Igp. E anche le cannucce s'inscrivono in questo percorso di rispetto per l'ambiente. Ma non solo. Perché negli anni Garofalo ha messo in pratica su più livelli una visione di economia circolare per minimizzare gli sprechi. Come decidere di sposare il progetto l'impasta, un



**Nel tempo siamo riusciti a mettere in pratica su più livelli un'economia circolare anti-spreco**



## CHI È

Massimo Menna, ingegnere, classe 1957, è l'amministratore delegato di Garofalo, uno dei pastificio più antichi di Gragnano: il nome compare già nel 1789



3

1 L'essiccazione della pasta Garofalo 2 Fettucce integrali con seppie e salsiccia (foto di Stefania Giorgi) 3 Le cannucce di pasta 4, 5 e 6 fasi della lavorazione (foto di Beatrice Pilotto)

2



4



5



6

”

**Dal 2002, con il pacchetto trasparente, facciamo vedere tutto il nostro lavoro**

altro sistema per riutilizzare gli avanzi di lavorazione della pasta: in questo caso vengono trasformati in una sorta di lievito madre che dà vita a impasti di vario tipo, dalle focacce al pane per i toast, morbidi e più digeribili. Ma anche essere riusciti a creare un'azienda energeticamente autonoma, grazie all'impianto di trigenerazione alimentato a gas naturale, che rimette in circolo il calore fondamentale per l'essiccazione, abbattendo le emissioni di gas serra. «Ogni anno risparmiamo 1.550 tonnellate di anidride carbonica. E trentamila alberi scegliendo di utilizzare solo carta riciclata per gli imballaggi secondari». Tutto passa attraverso una precisa riflessione. Che a volte porta anche a dire di no. «La sperimentazione presentata nel 2010 di un packaging in Pla (polimero che deriva dal mais), per esempio, ha dimostrato come questa strada non sia ancora praticamente sostenibile per un'azienda. Mentre utilizzare un pacchetto di plastica al 100 per cento

riciclabile ora ci sembra la scelta più giusta. Quello che ci impegniamo a fare è di facilitare il percorso del consumatore al riciclo», continua Menna. E in una società sempre più attenta, sì all'ambiente, ma in fatto di cibo anche alla provenienza e alla qualità di quello che si porta sulla tavola di tutti i giorni, hanno deciso di raccontarsi senza filtri. «L'obiettivo è stato togliere le semplificazioni e dare a tutti gli strumenti per capire cosa facciamo». Basta andare sul sito [Comesifagarofalo.it](http://Comesifagarofalo.it) e inserire la data di scadenza riportata sulla confezione per sapere le informazioni sulle cento tipologie prodotte: da dove viene il grano utilizzato ma anche le analisi a cui è stato sottoposto prima di essere scelto. «La nostra operazione trasparenza è iniziata, in realtà, nel 2002. Quando abbiamo deciso di far vedere direttamente dallo scaffale, grazie a un pacchetto che non nasconde nulla, quella che noi chiamiamo l'architettura della pasta: cioè il formato, lo

spessore e la consistenza». In poche parole, il lavoro a cui si sono dedicati negli ultimi decenni. «Abbiamo ragionato su ogni singolo spaghetti, schiaffone (il pacchero) o fusillo. Riscrivendo a volte la tradizione per adattarla ai tempi che cambiano». E lo sforzo di risollevarlo il marchio dopo che per anni aveva realizzato formati soprattutto per conto terzi ha dato i suoi frutti. Il primo mercato è l'Italia, che anche quest'anno chiude in positivo, seguito poi da altri 70 Paesi. La cultura della pasta, per Garofalo, non passa però solo attraverso l'attenzione per l'ambiente o per la qualità. Ma anche per il legame con il territorio. E si è manifestato negli anni con tanti progetti di comunicazione: dalla sponsorizzazione del Napoli a quella del Teatro San Carlo, alla serie tv Quasi Amici, su Sky Sport ai tanti cortometraggi. Un modo, il loro, per parlare di una terra difficile, ma piena di risorse. Come la pasta.