



## Pasta Sgamaro: balzo del 30% delle vendite all'estero nel 2020. L'azienda veneta punta alla Cina con il progetto "Colourful pasta"

*Pasta d'eccellenza con solo grano duro italiano, investimenti in ricerca e sviluppo e flessibilità: questi gli ingredienti di Sgamaro per crescere a livello internazionale*

Castello di Godego (Treviso), 31 marzo 2021 – Per i produttori di pasta italiani il 2020 è stato un anno di vendite record non solo in Italia, ma anche fuori dai confini nazionali: secondo Coldiretti, a livello di comparto, l'esportazione è cresciuta del 16%. Dato che sfiora il raddoppio nel caso di **Sgamaro**, che ha chiuso il bilancio con un **aumento del fatturato estero pari al 30%**.

“È un risultato eccezionale in tutti i sensi”, commenta Pierantonio Sgamaro, presidente dello storico pastificio veneto. “Da un lato, siamo ben consapevoli che tale performance sia strettamente connessa all'emergenza sanitaria e sappiamo, anzi ci auguriamo, non si replicherà. Dall'altro accogliamo con grande soddisfazione un segnale importante: **la pasta di alta qualità è sempre più riconosciuta e apprezzata** anche in Paesi che non condividono la stessa tradizione e passione per questo prodotto di noi italiani”.

Sgamaro produce dal 2001 **una sola linea di pasta di grano duro**, utilizzando esclusivamente materia prima italiana. La pasta acquistata a Copenaghen o Riad è quindi la stessa che si trova sugli scaffali di Milano o Bologna.

### *Gli obiettivi di crescita all'estero*

Nel 2021, Sgamaro punta a consolidare i volumi del precedente anno e registrare un'ulteriore crescita delle vendite pari al 5%. Entro tre anni l'azienda vuole **portare il peso dell'estero sul giro d'affari complessivo al 30%** dall'attuale 18-20% (su un fatturato globale di 21 milioni di euro nel 2020).

Il pastificio gode di un **ottimo posizionamento nel Nord Europa**, in particolare Danimarca, Finlandia e Svezia, ma anche Islanda. Sta lavorando per **entrare o ampliare la presenza in grandi mercati europei** come Francia, Spagna, Germania e Regno Unito, e guarda con interesse l'evoluzione del comportamento d'acquisto nei **Paesi dell'Est Europa** e in **Russia**, aree che tradizionalmente premiamo strategie pricing molto competitive. “Anche se parliamo di volumi molto bassi, negli ultimi mesi abbiamo iniziato a spedire in Repubblica Ceca, Polonia e Serbia”, racconta Federico Gris, direttore commerciale di Sgamaro. “Un fatto curioso: in Russia è soprattutto il mondo della ristorazione d'alta gamma a ordinare la nostra pasta.”

Da Castello di Godego, piccolo paese della campagna trevigiana non lontano dal noto distretto del vino Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene, il marchio Sgamaro è diventato inoltre ambasciatore della pasta 100% italiana in Paesi distanti non solo su mappa, ma anche a livello di cultura enogastronomica. Il raggio d'azione di Sgamaro si estende infatti dall'**Arabia Saudita** a **Israele**, fino al **Sudafrica**, e dall'**Australia** ai **Paesi del Sud-est Asiatico** e al **Giappone**, senza dimenticare il **Canada** (che dal pastificio veneto compra la pasta di Kamut®, materia prima – l'unica non prodotta in Italia – che l'azienda importa proprio dal Nord America).

### *Gli "ingredienti" della strategia di sviluppo nei mercati esteri*

La sfida più grande e impegnativa di Sgamaro è **far comprendere ai consumatori stranieri il valore della pasta italiana di alta qualità** e, in particolare, perché materia prima e lavorazione fanno davvero la differenza in termini di sapore, proprietà nutrizionali e sicurezza. Si tratta di una sfida che il pastificio ha già affrontato proprio in Italia vent'anni fa, quando ha scelto di produrre pasta con solo grano duro italiano da filiera corta,



attraverso metodi di lavorazione lenti e a basse temperature per preservarne le caratteristiche organolettiche.

“Di fronte ai diversi brand di pasta tricolore presenti sullo scaffale del supermercato, ci si chiede perché scegliere proprio il 100% made in Italy di Sgamaro”, spiega Gris. “Rispondere a questa domanda è cruciale: **‘educare i consumatori’ è uno degli ingredienti della nostra strategia di sviluppo all’estero.** Lavoriamo a stretto contatto con gli agenti o gli importatori nostri partner, fornendo materiali informativi e di marketing, contenuti per la comunicazione su diversi canali, inclusi i social, e una costante disponibilità al confronto.”

Il **rapporto umano e di scambio continuo** che si instaura tra Sgamaro e i partner della catena distributiva, molto simile a quello con gli agricoltori italiani con cui il pastificio collabora da oltre vent’anni, aumenta la capacità di **trovare soluzioni o proporre prodotti che incontrino la domanda di un determinato Paese.** Pur non scendendo a compromessi quando si tratta della propria identità italiana – tanto da mantenere anche all’estero lo stesso packaging in italiano delle confezioni di pasta, rivelatosi un punto di forza della comunicazione del brand –, è necessario **essere flessibili** e disposti a **investire in ricerca & sviluppo** per offrire una pasta che soddisfi i reali bisogni dei consumatori e che sia alla portata di tutti.

#### ***Due case history: la certificazione Halal e il progetto “Colourful Pasta” in Cina***

Dopo aver ottenuto la **certificazione Star-K Kosher**, che ha aperto un importante sbocco sul mercato israeliano, Sgamaro ha superato il rigoroso iter di **certificazione Halal.** “Abbiamo intrapreso il percorso su suggerimento di un importatore che lavora in Malesia e Thailandia”, spiega Gris. “Oltre a questi due Paesi, il riconoscimento internazionale Halal ci ha permesso di entrare in Indonesia e Arabia Saudita.”

Dal confronto con uno dei maggiori distributori online di integratori locale ha preso forma il **progetto “Colourful Pasta” in Cina**, ancora in fase di sviluppo. Si tratta della creazione di cinque referenze di pasta aromatizzate con curcuma (che ne dona un colore giallo), spinaci (verde), pomodoro (rosso), barbabietola (viola) e alga spirulina (verde-azzurro scuro). “È un’iniziativa molto interessante perché ci permetterà di rivolgerci a un target ben definito di consumatori cinesi che, oltre alla qualità della pasta, sono interessati a un prodotto arricchito di nutrienti e dall’aspetto glamour”, commenta Gris. “Considerando che una ‘nicchia di mercato’ in Cina rappresenta potenzialmente milioni di persone, l’iniziativa potrebbe dare una spinta significativa alla nostra crescita in questo Paese”.

\*\*\*

#### ***Sgamaro – Molino e Pastificio***

Fondato da Tullio Sgamaro nel 1947, Sgamaro è uno storico pastificio veneto che produce pasta di altissima qualità, frutto del sapere trasmesso all’interno della famiglia e delle intuizioni degli attuali membri alla guida dell’azienda. L’obiettivo di Sgamaro è da sempre portare sulla tavola degli italiani una pasta buona, sana e sicura. Una delle poche realtà medio-grandi del settore ad avere un mulino interno, utilizza dal 2001 esclusivamente grano duro prodotto in Italia: una scelta che da un lato assicura il controllo della filiera e, dall’altro, si traduce in un rapporto diretto e stretto con i fornitori. Sempre alla ricerca del grano perfetto, proprio la collaborazione con gli agricoltori ha portato Sgamaro alla selezione del grano duro Marco Aurelio, dopo 15 anni di studi e prove sul campo, e all’introduzione del farro monococco per produrre pasta a livello industriale con uno dei grani più antichi e dalle elevate proprietà nutrizionali. L’azienda ha sede e produzione a Castello di Godego in provincia di Treviso.

**Ufficio Stampa Sgamaro – DAG Communication** | [Website](#) | [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

Alessia Biondaro | [abiondaro@dagcom.com](mailto:abiondaro@dagcom.com) | 349 4221137

Elena Ubertaini | [eubertazzi@dagcom.com](mailto:eubertazzi@dagcom.com) | 349 5420242



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



[Pasta Sgambaro](https://www.facebook.com/PastaSgambaro)



[@pastasgambaro](https://www.instagram.com/pastasgambaro)