

Dal tubetto di maionese al pesto fresco: così Formec Biffi ha anticipato le mode del food e reinventato il packaging

2026-09-23 09:44:18 di Alice Iadecola

URL:<https://forbes.it/2026/09/23/formec-biffi-60-anni-innovazione-food/>

C'è un'immagine che racconta meglio di ogni bilancio cosa significhi essere imprenditori a San Rocco al Porto, piccolo comune del Lodigiano: una vaschetta di plastica a forma di uovo tagliato a metà, disegnata insieme ad Armando Testa in un'epoca in cui incartare la maionese in qualcosa di diverso dal vetro veniva considerato quasi un sacrilegio. Da quell'azzardo, negli anni Settanta, nasce la loro storia che ieri ha festeggiato sessant'anni di attività nello stesso luogo in cui tutto è cominciato, insieme ai novant'anni del suo fondatore e presidente, **Pietro Casella**. Non una semplice festa aziendale, ma la messa in scena di un modo di fare impresa che negli anni ha saputo intercettare bisogni prima ancora che il mercato li riconoscesse come tali: dal packaging alla stabilizzazione naturale degli alimenti, fino al biologico portato nella grande distribuzione.

Un metodo più che una ricetta

A chiedere a Casella cosa tenga insieme sessant'anni di prodotti così diversi, la risposta non riguarda mai un singolo ingrediente. "**Quello che li lega non è una ricetta ma un metodo**", spiega il presidente. "Un metodo che ci ha permesso di esportare in 51 Paesi, perché abbiamo sempre cercato di capire dove stavano andando i consumi prima che diventassero abitudini". Il primo capitolo, si diceva, è la vaschetta per la maionese Sasso: vince l'**Oscar europeo dell'imballaggio**, ma sugli scaffali resiste poco. Il vero valore di quell'esperimento si capisce solo dopo, perché da lì nasce l'intuizione del tubetto alimentare interamente in plastica — un'idea che negli anni Settanta sembrava fuori luogo e che avrebbe anticipato di decenni i temi della sostenibilità e della riduzione degli imballaggi. Pochi anni più tardi, con il ketchup Rubra, Formec applica la stessa logica non al contenuto ma al **gesto** che precede il consumo. Prima del flacone capovolto, usare il ketchup significava scuotere la bottiglia di vetro sperando che la salsa decidesse di uscire. L'azienda lancia tra le prime in Italia il flacone *top-down*, pensato per stare capovolto e versare senza sprechi: un dettaglio di packaging che conquista insieme il banco del supermercato e i tavoli del Maxim's di Parigi, e che oggi appare così comodo da far dimenticare che qualcuno, un tempo, ha dovuto inventarlo.

Il pesto che doveva restare crudo e il plant-based, con anni di anticipo

Se c'è un prodotto che racconta l'ostinazione di Casella per la qualità, è il pesto. Negli anni Ottanta, fuori dalla Liguria, esisteva solo la versione pastorizzata, cotta e lontana dal profumo del basilico fresco. Casella fa il contrario: mette a punto, con Daniela Moi, un pesto **crudo** stabilizzato a freddo — senza calore né additivi — capace di restare stabile fuori dal frigorifero per mesi. Il risultato vale a Formec un secondo Oscar europeo dell'imballaggio e diventa la base su cui, decenni dopo, il pesto Biffi arriverà in Corea del Sud e Australia. Dalla stessa tecnologia nasce il salto dal secco al banco frigo: prima dietro le quinte dei sughi freschi Giovanni Rana, poi con il Pesto Fresco Biffi in vasetto di vetro, marchio proprio — oggi **oltre ventiquattro referenze**, dal radicchio allo zafferano. La stessa attitudine a leggere il cambiamento prima che diventi tendenza guida le scelte più recenti dell'azienda. Già alla fine degli anni Ottanta, quando il biologico è ancora un affare di nicchia riservato ai negozi specializzati, Casella decide di portarlo su scala industriale nella

grande distribuzione, convinto che i grandi volumi non debbano tradire la qualità artigianale. Vent'anni dopo, quando l'attenzione dei consumatori si sposta su alimentazione vegetale e prodotti senza glutine, senza zucchero e senza conservanti, Formec Biffi applica lo stesso schema: trasforma un terreno per pochi in un catalogo industriale, **un decennio prima che il plant-based diventasse mainstream**.

Un'impresa da 155 milioni, radicata nel territorio

Dietro le storie di prodotto c'è oggi un'azienda che vale **155 milioni di euro di fatturato previsionale per il 2026**, esporta in **51 Paesi** — tra cui Gran Bretagna, Spagna, Germania e Stati Uniti, con Australia e Scandinavia nel mirino — e dà lavoro a **400 persone** tra dirette e indirette. Il sito produttivo di San Rocco al Porto si estende su oltre **200 mila metri quadrati**, con **36 linee produttive** che realizzano **410 milioni di pezzi l'anno**, corrispondenti a **1.600 etichette diverse**. Da qui, ogni settimana, escono l'equivalente di 15 cisterne d'olio e vengono lavorate 250 mila uova al giorno solo per la maionese. Sul fronte ambientale, l'azienda copre l'**80% del proprio fabbisogno energetico** con fotovoltaico e trigenerazione, e dal 2027 amplierà il parco solare per coprire il nuovo magazzino in costruzione sui 33 mila metri quadrati di terreno di recente acquisizione. "La sostenibilità è parte del nostro modo di produrre, come la qualità e la sicurezza del prodotto", afferma Casella.

Quando la fabbrica diventa arte

La serata è stata anche l'occasione per inaugurare **Spazio Biffi Arte 3.0**, il nuovo ambiente immersivo che racconta attraverso arte e multimedialità il percorso dell'azienda — evoluzione della Galleria Biffi Arte aperta dieci anni fa a Piacenza. L'allestimento, firmato dall'architetto **Carlo Scagnelli** con il contributo audiovisivo dello studio Inside, ospita tra le opere "**Sinfonia di Sapori**" di **Giorgio Milani**: trentacinque tubi di acciaio specchiante — quelli che in fabbrica veicolano alimenti, vapore e detersivi — trasformati in scultura, con una colonna sonora composta dai suoni reali dello stabilimento dai musicisti Pietro Corvi ed Edoardo Giovanelli. Per Casella non è un vezzo estetico: "**Un'impresa non vive separata dal luogo in cui è cresciuta**", dice. "Deve produrre, creare lavoro, ma credo abbia anche il dovere di restituire qualcosa alla propria comunità. L'arte è uno dei modi per farlo". Per l'occasione è arrivato anche il ministro **Tommaso Foti**, che ha letto il messaggio della premier **Giorgia Meloni** per i novant'anni di Casella e i sessant'anni dell'impresa, definendolo "una vera e propria colonna del nostro sistema produttivo industriale" e invitandolo a "continuare a volare alto".