

La storia di Casillo, l'azienda familiare che lavora il grano per il 70% della pasta italiana

2026-08-17 07:00:42 di Tommaso Carboni

URL:<https://www.forbes.it/2026/08/17/casillo-azienda-lavora-grano-70-pasta-italiano/>

Contenuto tratto dal numero di agosto 2026 di Forbes Italia. [Abbonati!](#) Prendete dieci pacchi di pasta da uno scaffale qualsiasi di un supermercato italiano. “In sette c’è della materia prima che abbiamo lavorato noi”, dice **Francesco Casillo**, presidente e amministratore delegato di **Casillo Spa Società Benefit**, dal quartier generale di Corato, in provincia di Bari. Il nome sulla confezione è quello dei grandi pastifici. Ma a monte, molto spesso, ci sono lui e il primo gruppo molitorio italiano, uno dei maggiori trasformatori mondiali di grano duro, tra i principali operatori di trading cerealicolo del Paese e in Europa. Un gruppo con un fatturato di 1,5 miliardi che il consumatore vede raramente. “Siamo un po’ nell’ombra”, ammette Casillo. “Ma dietro molta della pasta e dei prodotti da forno che finiscono in tavola ci siamo noi”.

Le origini del gruppo Casillo

La storia è cominciata nel 1958, quando il padre di Francesco, Vincenzo, si mise alla guida di un piccolo molino a Corato. Ed è anche la storia della Puglia, perché all’epoca c’erano tante aziende che nascevano nei borghi attorno a piccoli molini di grano – grano duro, quello che serve per fare la pasta. Da quei primi chicchi è cresciuto tutto il resto: l’aggregazione di altri molini, la leadership anche nel grano tenero — “attualmente siamo quelli che ne macinano di più in Italia” — e poi il trading. Quest’ultima attività, il commercio del grano su scala mondiale, è l’altra anima di Casillo: nata comprando grano per i propri molini, si è poi specializzata anche nel **rivenderlo**, “quasi sempre a enti governativi o mugnai”. Ma il trading è un mestiere dai margini instabili, che vive di oscillazioni: “Da almeno cinque anni abbiamo investito moltissimo in innovazione e brand per intraprendere un nuovo percorso”, dice Casillo. “Vogliamo essere partner indispensabili nella creazione di prodotti”.

Il molino come bioraffineria

L’obiettivo, quindi, è allontanarsi il più possibile dalla logica delle commodities. Di farine e semole, è vero, esistono tanti tipi, ma restano prodotti dove si compete sul prezzo con margini sottili. Un meccanismo spietato dal quale è legittimo volersi affrancare. La risposta è arrivata da un fronte da cui nessuno l’aspettava: dal **sottoprodotto**. Il molino classico, spiega Casillo, “compra il grano, lo macina e ottiene due prodotti: lo sfarinato, che va al pastificio o al panificatore, e la crusca, che viene utilizzata per uso zootecnico”. Insomma, la parte più nutriente del chicco — il germe e gli strati ricchi di proteine, vitamine e sali minerali — è finita per più di un secolo nei mangimi degli animali. Il motivo: i suoi grassi irrancidiscono in fretta e comprometterebbero la conservazione della farina. “Noi abbiamo stravolto questo concetto”, dice Casillo. “Abbiamo convertito il molino da produttore di farina e crusca a produttore di proteine, di fibre, di amidi e di grassi. Il molino, quasi, in una **bioraffineria**”. Il risultato di questa conversione ha un nome: Altograno. È costato “decine e decine di milioni” e anni di ricerca insieme a diverse università, su un processo — la lavorazione circolare — oggi coperto da brevetto. Scomponendo il chicco e ricomponendolo, Casillo ottiene uno sfarinato che, secondo l’azienda, contiene più proteine, più fibre e meno carboidrati di una farina tradizionale, senza il difetto storico dei prodotti integrali, in cui “il consumatore sente il cartone, sente il legno”, dice l’ad. L’imprenditore pensa di avere creato qualcosa di inedito. “Una nuova categoria merceologica. Quello che produciamo oggi è anche difficile da spiegare: non è né la farina tradizionale

raffinata, né l'integrale". Forse la rivendicazione è un po' eccessiva, perché in realtà farine arricchite col germe di grano esistono da svariati anni. Un chicco di grano ha tre parti: l'endosperma, la crusca e il germe (la porzione più nutriente, anche se fa solo il 2-3% del peso). Ma il germe ha un problema, spiegano gli esperti: appena lo rompi, i suoi oli irrancidiscono in poche settimane a contatto con l'aria. Ecco perché le farine di germe, finora, sono state un po' dei compromessi. O avevano vita breve, prodotti artigianali da consumare subito, oppure il germe veniva tostato, e ciò degradava le sue qualità.

Un altro grano

Il trucco di Casillo sta scritto, in due parole, sull'etichetta: "Germe di grano disoleato". Invece di trattare il germe, l'azienda gli toglie l'olio — cioè esattamente la parte che irrancidisce. Quel che resta è un concentrato più stabile, proteine e fibre, che viene reintrodotta nella farina o nella semola: il 25% nella miscela per la pasta, il 30% in quella per i dolci. Il risultato, dicono le schede tecniche, è uno sfarinato che si conserva 12 mesi come una farina qualsiasi, con grassi ridotti e proteine e fibre molto superiori. Nel frattempo l'olio estratto non si butta: diventa olio di germe di grano, ricco di vitamina E, un business a sé. Eccolo qui il concetto di 'bioraffineria', dove **ogni frazione del chicco trova un suo impiego**. Casillo non si nasconde dietro la modestia. Paragona la sua innovazione ad altri prodotti inconfondibili (anche se non proprio sanissimi). "Un po' come la [Nutella](#), che, quando fu inventata, stravolse usi e costumi; o come la Red Bull, che ha creato le bevande energetiche dal nulla". Con una differenza cruciale: quelli sono alimenti finiti, Altograno resta un ingrediente. Una base con cui, dice Casillo, "si può fare di tutto: la pasta, il pane, i biscotti, i taralli". Ma dove si compra, oggi? Il consumatore trova la miscela Altograno in quattro confezioni — per pasta, pane, pizza, dolci — sullo shop online di Molino Casillo. La rete di supermercati partner, a scorrere l'elenco pubblicato dall'azienda, non sembra molto estesa, a dire la verità. Sono di più i forni, in giro per l'Italia, che con Altograno impastano il pane, i dolci, la pizza. Nel negozio Pane e Pazienza, a Roma, sulla Portuense, una signora risponde solerte. Com'è la farina Altograno? "Buona, pochi carboidrati, ricca di fibre e proteine. Ci facciamo il pane. Solo ciabattine". Ok, ma fa davvero bene come sostiene l'azienda? **La scienza per ora è agli inizi**. Un primo studio dell'Università di Bari, condotto insieme al gruppo Casillo, ha testato una pasta a base di Altograno per contenere colesterolo e alterazioni metaboliche su un gruppo specifico di pazienti. Il verdetto più atteso, uno studio condotto da un autorevole centro di ricerca italiano, sotto la guida di uno specialista in gastroenterologia, arriverà a dicembre. L'idea scientifica è plausibile: aumentare fibre e proteine e ridurre i carboidrati può migliorare il profilo nutrizionale di un alimento. Stabilire se questo si traduca in benefici clinici misurabili richiede però studi sull'uomo, ancora in corso.

Il mercato delle farine

La strada per la crescita, invece, è chiarissima. Come un microchip di ultima frontiera, Altograno vuole infilarsi nei prodotti degli altri, perfezionandoli. Alcuni esempi: la Strapasta di Garofalo, fatta con Altograno, e soprattutto l'alleanza siglata ad aprile con Puratos Italia, filiale del gigante belga (3,7 miliardi di ricavi globali) che distribuisce ingredienti da forno a panetterie e pasticcerie. Il mercato italiano delle farine per panificazione vale tra **1,3 e 2 miliardi di euro**, ma è nel complesso statico. Ciò vuol dire che il business può aumentare solo nel segmento delle farine speciali, ed è qui che Altograno vuole farsi largo. Se tutto andrà secondo i piani, dice Casillo, queste innovazioni faranno il **50%** del margine del gruppo entro il 2030. La metà della redditività affidata a prodotti che pochi anni fa non esistevano. L'ultimo tassello è l'Agrifood Hub di Corato, 15 milioni di investimento, che verrà inaugurato a settembre in un vecchio mulino ristrutturato insieme al Politecnico di Bari: centro di ricerca con impianti pilota, incubatore di startup e accademie di formazione, aperto — dice Casillo — "anche ai nostri concorrenti, perché no".

Questione sovrana

Ma eccoci al punto cruciale, il tema che forse sta più a cuore a molti puristi dell'alimentazione. Sulle schede tecniche Altograno si legge: "Materie prime di origine vegetale provenienti da agricoltura Ue/Non Ue". Significa che un alimento che vuole essere simbolo del saper fare italiano è prodotto con grano che può arrivare da ovunque. Casillo dice che l'Italia della pasta non ha il grano che le serve. "Per motivi geografici

non abbiamo i terreni necessari. Detta con una battuta, la Francia è come decine di Pianure Padane messe insieme”. Ci vuole poco a fare i conti: se più del 60% della pasta italiana viene esportato, **comprare dall'estero diventa una condizione di sopravvivenza** della filiera. E così l'imprenditore pugliese esprime il suo punto di vista: “La pasta è buona non perché è fatta di grano italiano. Non c'è un diretto collegamento tra la materia prima italiana e il saper fare degli italiani. I pastai italiani si sono distinti da secoli per la capacità di miscelare i migliori grani del mondo, tra cui quello italiano”. I numeri, in effetti, raccontano splendori e miserie. Da un lato la pasta che conquista sempre di più i mercati del mondo. Ma dall'altro **chi coltiva la sua materia prima affonda**. Secondo Confagricoltura, le quotazioni del frumento duro di qualità in Italia sono scese sotto i 300 euro a tonnellata, meno dei costi medi di produzione. In 13 anni le superfici coltivate si sono ridotte del 10%, mentre la quota di fabbisogno coperta dalla produzione nazionale è crollata dal 78% al 56,5%. Non una crisi di mercato, denuncia l'associazione degli agricoltori, ma **“una crisi di sovranità produttiva”**. Per Francesco Casillo, la sovranità da difendere sta altrove. “Il saper fare italiano non dipende da dove nasce il chicco, ma da come lo trasformiamo. È questo che il mondo ci riconosce, ed è questo che tutti provano a copiare — perché si copia soltanto ciò che vale. Un sapere così non si difende mettendolo sotto vetro: si difende rinnovandolo. Per questo lo affidiamo ai giovani e all'innovazione: ciò che il mondo ci riconosce oggi, loro dovranno saperlo reinventare domani.”