

Respiga è il progetto che recupera gli archetti di pasta esclusi dal confezionamento degli spaghetti, trasformando uno scarto nobile in una risorsa sostenibile e di qualità.

Rustichella d'Abruzzo lancia Respiga: dagli scarti nobili alla ristorazione gourmet

Maria Stefania Peduzzi, titolare: «Respiga dimostra che anche la parte in eccesso della pasta lunga può diventare una risorsa: non uno scarto, ma un ingrediente vero, capace di ispirare nuove ricette».

L'azienda

Rustichella d'Abruzzo è il marchio premium italiano di pasta artigianale presente in 70 paesi del mondo. Nel 1924 Gaetano Sergiacomo, nonno materno degli attuali proprietari Gianluigi e Maria Stefania Peduzzi e figlio di noti mugnai che lavoravano nell'area Vestina, decise di separarsi dall'azienda di famiglia fondando così il "Pastificio Gaetano Sergiacomo" a Penne. Nel 1980, sotto l'occhio vigile e lungimirante di Piero Peduzzi, il Pastificio Sergiacomo diventò "Rustichella d'Abruzzo", garantendo sempre qualità e autenticità. I fratelli Peduzzi hanno concentrato le loro energie sulla creazione un'azienda fondata sulla qualità delle materie prime, contribuendo in maniera significativa a rendere il nome di Rustichella d'Abruzzo sinonimo di eccellenza a livello internazionale.

L'azienda è orientata all'Export a medio e lungo termine, l'esportazione rappresenta infatti l'80% del fatturato annuo che si attesta oltre i 16 milioni di euro.

Il progetto di qualità volto alla sostenibilità

Respiga è il nuovo progetto di Rustichella d'Abruzzo dedicato alla valorizzazione degli "archetti" di pasta, quelle porzioni iniziali e finali della trafilatura che, pur mantenendo intatte qualità e caratteristiche organolettiche, non possono essere confezionate nei formati tradizionali di pasta lunga (spaghetti e bucatini). A differenza di molte industrie che ritriturano la pasta in avanzo per reimpastarla – con il rischio di ridurre la qualità della semola – Rustichella sceglie una strada coerente con la propria identità artigianale: preservare la purezza del prodotto e dargli una nuova destinazione d'uso. L'idea nasce dall'osservazione della cucina contemporanea, in particolare dalla diffusione della frittatina di pasta napoletana, un piatto popolare che sta vivendo una stagione di reinterpretazione gourmet. Quei "residui", considerati sinora uno scarto inevitabile del processo

produttivo, diventano così materia prima autentica per nuove preparazioni, dal food service alle ricette regionali rivisitate. Respiga è quindi un progetto di recupero intelligente che unisce gusto, tradizione e sostenibilità.

Dal processo artigianale alla nuova destinazione d'uso

Il successo di Respiga parte dalla stessa cura che da sempre definisce la produzione di Rustichella d'Abruzzo: impasti lenti, semole selezionate, trafilatura in bronzo ed essiccazione a basse temperature, mai oltre i 50°C. Durante la lavorazione della pasta lunga, gli spaghetti vengono appesi su barre per asciugare e devono essere tagliati in modo preciso per rientrare nei 34 cm richiesti dal confezionamento. Proprio questo taglio genera gli archetti, perfettamente integri nella qualità ma non utilizzabili come prodotto finito. L'azienda valorizza questo passaggio naturale e gli attribuisce una nuova funzione: gli archetti vengono selezionati, catalogati per tipologia e destinati alla ristorazione. Questo "nuovo" formato di pasta diventa così una base versatile, adatta sia alle preparazioni strutturate – come frittatine gourmet, timballi o primi piatti più semplici – sia a versioni aromatizzate con zafferano, limone o nero di seppia. Il progetto si rivolge in primis al food service, ma guarda anche ai mercati internazionali, dove formati più corti sono già diffusi. Respiga non altera il processo produttivo: lo ottimizza, trasformando un elemento marginale in un ingrediente prezioso. Il nuovo formato di pasta sarà introdotto sul mercato attraverso specifiche leve di marketing, mirate a valorizzarne l'innovazione e a stimolare interesse e coinvolgimento da parte dei clienti, sia in Italia che all'estero.

A supporto del lancio saranno attivate diverse strategie di comunicazione, tra cui:

- Campagne teaser sui canali social e newsletter dedicate per creare curiosità attorno al nuovo formato.
- Materiali informativi personalizzati (schede prodotto, video brevi, ricette dedicate) da condividere con buyer, distributori e partner commerciali.
- Collaborazioni con chef e food influencer, che presenteranno ricette originali e contenuti creativi per mostrare la versatilità del prodotto.
- Promozioni dedicate nei punti vendita – corner espositivi, degustazioni, QR code informativi – per favorire la prova diretta da parte dei consumatori.

Sostenibilità e nuova creatività in cucina

I benefici del progetto Respiga si manifestano su più livelli. Sul piano produttivo, permette di recuperare una parte di pasta che finora veniva scartata non per qualità, ma per esigenze di mercato e confezionamento. Sul piano culinario, offre alla ristorazione una materia prima versatile, capace di ispirare ricette nuove e di reinterpretare piatti della tradizione. La frittatina di pasta, simbolo della cucina napoletana, diventa uno dei primi esempi di come gli archetti possano essere impiegati in modo intelligente, ma le possibilità sono svariate e includono zuppe, timballi, preparazioni creative. Il vantaggio più significativo riguarda però la sostenibilità perché il progetto riduce lo spreco, valorizza un prodotto già perfettamente integro e promuove una cultura del recupero che risponde



Pescara, 21 novembre 2025



alle nuove esigenze di mercato e di responsabilità ambientale. Rustichella d'Abruzzo rafforza così la propria identità artigianale e la sua visione di filiera consapevole.

Rustichella d'Abruzzo
Settore: alimentare
Sito web: www.rustichella.it