



A PastaTrend non bastavano

di **Alfredo Tesio**

L'anteprima del Salone Internazionale della Pasta, a Verona in contemporanea con Vinitaly, grazie alla sua logica di filiera e all'offerta sistemica ha facilitato il lavoro dei buyer.

Non bastavano i piatti. Quasi mille porzioni di pasta solo il primo giorno. I piatti di porcellana non bastavano! «Abbiamo dovuto usare quelli di plastica. Non era elegante, ma così abbiamo potuto soddisfare visitatori ed operatori». Questo il commento esplicito di Confartigianato Alimentazione che partecipava con i suoi maestri di cucina alla *Preview* di PastaTrend del 7-10 aprile.

Strategie e marketing

PastaTrend era inserita nel Salone Sol&Agrifood, che a sua volta si svolgeva in concomitanza con Vinitaly. Moltissime sono state le offerte del mondo enogastronomico italiano presenti in Sol&Agrifood ma, forse, un po' disperse; per esempio, l'olio d'oliva di Calabria (ottimo) accanto alla birra artigianale e ai deliziosi cioccolatini di Cuneo. Grandi modelli della



Paolo De Castro con il presidente nazionale di Confartigianato Alimentazione, Giacomo Deon.

sitatore goloso, anche l'operatore italiano e straniero che cercava nuovi suggerimenti per la sua attività. Dalla farina fino ai condimenti di pesto alla genovese, passando per le macchine di produzione, i panzerotti pugliesi e le sfoglie emiliane si è capito che la filiera della pasta e il suo indotto sono il nucleo dell'economia agricola italiana.

Un'offerta sistematica

La metafora dei piatti che non bastano mai risponde espressamente alla grande voglia di prodotto italiano che viene da tutto il mondo, anche in una fase recessiva dell'economia.

Quando un Salone espositivo raccoglie il meglio della produzione e crea un'offerta sistematica facilita il lavoro del buyer e rende più facile la sua scelta.

De Castro e l'Europa

Anche Paolo De Castro, presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento europeo, ha espresso con parole sue questo concetto culturale e

«Dove l'offerta e il marketing sono organizzati, le vendite sono chiaramente maggiori»

Paolo De Castro

Preview i piatti

cultura gastronomica e nutrizionale italiana ma senza un perché espositivo.

PastaTrend invece, con la sua logica di filiera e di coerenza produttiva, ha avuto un ruolo centrale in questo Salone. Questa può sembrare un'autocertificazione, quando l'autore di questo articolo è anche consulente per la comunicazione internazionale di PastaTrend, ma i numeri e i commenti possono solo confermare il significativo successo di questa manifestazione.

“Non bastavano i piatti” è una chiara metafora di come PastaTrend, pur nella misura contenuta di un'anteprima, abbia potuto gratificare, oltre che il vi-

La visita di una delegazione asiatica.



«Non basta avere una bella Dop o Igp, bisogna anche saperla vendere»

Paolo De Castro

commerciale nella conferenza stampa dopo l'inaugurazione del Salone. «Dove l'offerta e il marketing sono organizzati, le vendite sono chiaramente maggiori. Non basta avere una bella Dop o Igp, bisogna anche saperla vendere».

In campo europeo sono Francia e Spagna che brillano per la loro abilità organizzativa e di vendita. La Germania, che ha molte meno Dop, esporta circa il doppio di prodotti agricoli dell'Italia. Bisogna quindi utilizzare al meglio la metafora dei piatti che non bastano.

Marketing, comunicazione e fase espositiva ben strutturata sono decisivi se il prodotto italiano, che probabilmente è il migliore, vuole raggiungere i traguardi degli altri, che forse non hanno la stessa qualità ma sanno esporre, comunicare e vendere.

Filiera ed economia

Il presidente De Castro è intervenuto direttamente nello spazio di PastaTrend *Preview* ed ha espresso

il suo apprezzamento ribadendo un concetto a lui molto caro: «La filiera della pasta - ha evidenziato infatti De Castro - porta con sé un valore intrinseco di tradizione e qualità che si traduce in un successo quotidiano amato in tutto il mondo e capace di tener testa alla crisi economica che ha toccato in questi ultimi anni inevitabilmente anche il settore agroalimentare».

In pasta sanitas

PastaTrend *Preview* ha fatto la sua parte nel mare grande del Vinitaly. Abbinare il vino al cibo è cosa buona e giusta, abbinarlo alla pasta è cosa molto saggia e salutare. La dieta mediterranea, oggi bene immateriale dell'umanità protetta dall'Unesco, ha le sue fondamenta in questo connubio. Vino e pasta sono una coppia di fatto da migliaia di anni. Non è un caso che la vita media più alta in Europa la si trovi in Italia e Spagna.

Allora rinfreschiamo l'antico proverbio "In vino veritas" e arricchiamolo con "In pasta sanitas". Nel vino la verità, nella pasta la salute. ■■

Alfredo Tesio





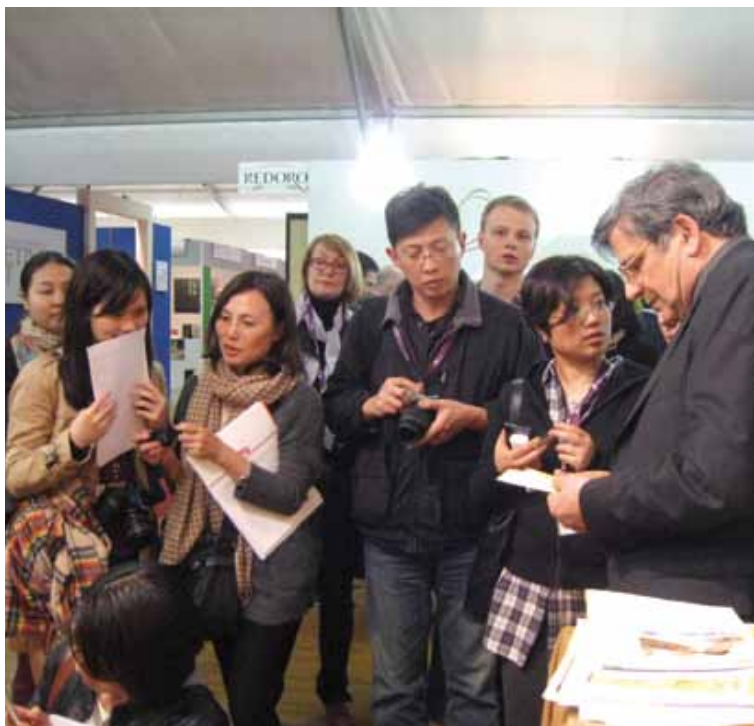
Al Salone Internazionale della Pasta affari in punta di forchetta

di *Delia Sebelin*

L'anteprima italiana di PastaTrend è andata oltre le più rosee aspettative. A decretarlo i numeri e i commenti di espositori, operatori e illustri ospiti. E già si pensa ad un evento ad Hong Kong in agosto.

Bilancio in attivo per PastaTrend *Preview*, l'anteprima italiana del Salone Internazionale della Pasta che si è tenuta a Verona dal 7 al 10 aprile, inserita nel Salone Sol&Agrifood che a sua volta si svolgeva in concomitanza con Vinitaly. Nel loro complesso, le tre manifestazioni hanno raggiunto i 150.000 visitatori, dei quali 50.000 esteri, provenienti da oltre 100 Paesi. La *Preview* di PastaTrend si è presentata sulla piazza scaligera per portare un ghiotto anticipo del Salone

Internazionale della Pasta, in programma ad ottobre 2014, ma si è rivelata molto più di un semplice assaggio. Positivi i giudizi degli espositori, dei trader e degli ospiti che hanno visitato l'area dedicata, nella quale hanno giocato un ruolo da protagonista i rappresentanti di tutta la filiera e dell'indotto che ruota intorno al mondo della pasta. Erano presenti le tecnologie di produzione, i condimenti, i piatti pronti e soprattutto la pasta, sia di grano duro, sia fresca.



Gianni Fabbri mentre illustra il proprio prodotto a una delegazione di buyer stranieri.

Gli operatori

«Un successo straordinario di pubblico e di promozione. Si può riassumere così la quattro giorni di Confartigianato alimentazione a PastaTrend *Preview*». Parole di **Luca da Corte**, Presidente Confartigianato Pasta Fresca. «Pur alloggiati all'interno del padiglione Sol&Agrifood, e quindi un po' decentrati rispetto al grande circo del Vinitaly - spiega da Corte - l'interesse che abbiamo riscontrato è stato al di là di ogni previsione».

Nell'area "Confartigianato Verona e Artigiano del Gusto" di PastaTrend *Preview* erano presenti ben 17 aziende che hanno allestito un vero e proprio laboratorio per la produzione di pasta fresca, ospitando quotidianamente prelibate degustazioni.

Qualche numero: 2.500 piatti di pasta serviti nei 28 appuntamenti (7 al giorno, una specialità all'ora); 200 i kg di pasta fresca preparata al momento nel laboratorio dello stand; 300 le bottiglie di vino che hanno accompagnato le degustazioni; 50 i maestri artigiani coinvolti (i gruppi Ristoratori di Vicenza e Padova, i pastai del consorzio "Vera pasta fresca" di Vicenza con i loro bigoli e gargati, i produttori di tortellini di Verona con i nodi d'amore di Valeggio e i maestri dei casunzei della ladina dolomitica veneta).

«Abbiamo raccolto anche molti contatti - aggiunge **Luca da Corte** - e non solo nazionali. Diversi i

buyer dalla Danimarca, Francia, Svezia, Germania e Svizzera».

Non si aspettava tanto entusiasmo **Ottavio di Canossa** della tenuta **Cuniola** di San Martino di Ferrara. L'azienda è da poco entrata nel settore pasta e ha "approfittato" dell'anteprima proprio per lanciare per la prima volta il prodotto sul mercato. «La nostra partecipazione a PastaTrend è stata proficua e interessante - conferma Ottavio di Canossa - perché abbiamo centrato l'obiettivo che ci eravamo prefissati: entrare con questa *Preview* nel mondo del food tenendo conto della condizione di start up di Cuniola nel mondo della pasta».

Durante la kermesse «abbiamo avuto diversi contatti con il mondo dei buyer - sottolinea **di Canossa** - ma anche con soggetti di diversa tipologia che ci hanno comunque consentito di testare l'interesse e la curiosità sul prodotto. Svareti sono i Paesi con cui siamo entrati in relazione, in particolare Brasile, Turchia, Svizzera, Germania e Giappone».

Della *Preview* lo staff di Canossa ha apprezzato particolarmente «il taglio diretto e comunicativo del Salone», di contro «probabilmente la troppa promiscuità tra addetti ai lavori e pubblico generalista». Un lato, quest'ultimo, che ha però giocato a favore dell'azienda ferrarese: «di fatto per noi si è trattato di

Luca da Corte brinda al successo delle degustazioni di Confartigianato Alimentazione: cucinati oltre 2.500 piatti di pasta e stappato 300 bottiglie.





Nella sfida al mattarello delle sfogline di Miss Tagliatella è stata utilizzata la farina di Molino Pasini.

un potenziale da sfruttare per il posizionamento del marchio sul mercato, avendo un prodotto destinato al consumer». In sintesi, riassume Ottavio di Canossa, «molto positiva l'organizzazione, la mescolanza di prodotti diversi anche per azioni di cross-market e l'alta affluenza di pubblico».

Anche **Gianni Fabbri**, dell'omonimo pastificio di Strada in Chianti (Fi), è soddisfatto: «Appena tornati a casa abbiamo subito ricevuto diverse richieste per ordini di prova. Certo, è presto per trarre delle conclusioni, ma sono ottimista. E di questi tempi, vista l'aria di crisi che si respira sul mercato interno, non è facile riuscire a guardare al futuro con positività».

Ad affollare l'area espositiva di PastaTrend *Preview* sono stati in tanti: dall'**Azienda Agricola Pruneti** con il suo olio toscano a **Bellopede & Golino** con i formaggi freschi, da **Capitani a Imperia & Monferrina** per le macchine per pasta, dalla **Casa della Pasta** con le sue paste "scultura" (ovvero dalle forme più eclettiche) a **Gdp distribuzione** per i piatti pronti, da **Il Cantiniere d'Italia** con i vini veneti e friulani a **Industrie Montali** per i sughi e i paté per la pasta. E poi, ancora, **Ventidue** con le sue tovaglie dalle mille fantasie, il **Caseificio di Roncade** per i formaggi tipici veneti, **Il Genovese** per il celebre pesto ligure, la **Salumeria di Eustacchio**

per i salumi, il **Pastificio d'Amicis** per la pasta di semola, **Sbf** per quella pronta surgelata, i **Sapori Antichi di Zanier** per l'aromatizzata, **Vb Energy** per quella al mais.

Un successo per la pasta fresca

«Una scommessa vinta. Un successo voluto, cercato e meritato per il mondo della pasta fresca che pur non avendo molte opportunità per mostrarsi al grande pubblico quando si espone, come è accaduto durante PastaTrend *Preview*, riscuote sempre tanto successo». È entusiasta **Gianluca Pasini**, amministratore di **Molino Pasini**, dei feedback ottenuti sulla piazza scaligera: «PastaTrend al Vinitaly è stato un momento di incontro e di coesione per dare voce ad un prodotto - tipicamente made in Italy - che merita rispetto ed attenzione nel panorama mondiale del food. Molino Pasini ha partecipato con entusiasmo, riscontrando la presenza di molti buyer stranieri, soprattutto europei. Gli operatori hanno molto apprezzato anche un momento allegro ma allo stesso tempo istruttivo che abbiamo organizzato durante la manifestazione assieme a Miss Tagliatella».

Le sfogline di **Miss Tagliatella**, il concorso culinario itinerante che promuove l'arte del "tirare la sfoglia", a Verona hanno mostrato, mattarello alla mano,



Cristian Brogna durante uno degli show cooking.

come si preparano le vere tagliatelle. Le dimostrazioni, sponsorizzate dal Molino Pasini, sono culminate in una sfida-esibizione che ha visto due coppie, una emiliana e una romagnola, “duellare” a suon di farina e uova per preparare le “vere” tagliatelle. «La gara - ricorda Pasini - si è conclusa con un pareggio, perché a vincere è sempre il principio della qualità e della costanza nel portare sulle tavole un prodotto non solo gustoso ma anche salubre e genuino».

Un punto di riferimento per il mercato

A PastaTrend *Preview* contatti e dimostrazioni culinarie, ma anche nuovi prodotti e formati di pasta tradizionali rivisitati in un’ottica moderna. L’evento, dunque, non è stato solo una mera vetrina ma anche un punto di riferimento per il mercato.

«La manifestazione è andata benissimo - conferma **Vito Ligorio** di Pasta Ligorio - Al Mattarello - Abbiamo avuto tantissimi contatti: con un importatore della Grecia, dei buyer giapponesi e dei ristoratori francesi, solo per citarne alcuni. Tutti si sono dimostrati interessati a un prodotto in cui crediamo molto, il panzerottino. A San Vito dei Normanni, in provincia di Brindisi, dove abbiamo lo stabilimento, lo produciamo da tempo per distinguerci dalla con-

correnza attraverso una proposta diversa dalla pasta. Quest’ultima resta il nostro prodotto di punta ma volevamo capire se, anche al di fuori dei confini pugliesi, il panzerottino poteva avere successo. A PastaTrend *Preview*, ne abbiamo avuto conferma».

Incrocia le dita **Claudia Ferri** del **Pastificio La Lanterna** di San Matteo della Decima (Bo): «Contatti ne abbiamo avuti tanti, sia da parte di trader asiatici che europei. Speriamo solo, ora, di concretizzare». L’azienda emiliana, che da ormai sessant’anni produce e distribuisce pasta all’uovo, ha proposto a PastaTrend *Preview* il “tortellino fritto”. «Il successo ottenuto dal tortellino fritto è andato oltre le nostre aspettative - spiega Claudia Ferri - e testimonia come i sapori genuini dell’Emilia più vera si possano adattare alle esigenze del consumatore moderno senza snaturarsi; il tortellino fritto è un aperitivo sfizioso ed elegante al tempo stesso. Ma attenzione - chiarisce la Ferri - deve essere un tortellino con un buon ripieno di carne, senza aggiunta di pane o chissà cos’altro, perché altrimenti si sfalda, oppure, una volta fritto, non si sente il sapore del macinato».

Anche **Fontaneto** di Fontaneto d’Agogna (No) ha deciso di presentare a PastaTrend *Preview* un prodotto nuovo «anziché la classica pasta semplice o ripiena per la quale generalmente veniamo identificati, specialmente all’estero», puntualizza **Lorena Lazzari**, export department dell’azienda. Ecco, dunque, la conchiglia alla burrata, che il pubblico di PastaTrend *Preview* ha potuto assaporare durante uno degli show cooking organizzati durante la quattro giorni.

Per conoscere si deve assaggiare

Come scoprire se una pasta è di qualità? Non basta conoscere ingredienti e metodi di produzione, la strategia migliore è assaggiarla. Proprio per tale ragione, hanno svolto un ruolo decisivo non solo le numerose degustazioni organizzate negli stand di PastaTrend *Preview* ma anche gli show cooking, appuntamenti sempre molto seguiti da operatori e buyer proprio per “testare” personalmente il prodotto.

Confartigianato Alimentazione ha approfittato di questi momenti per proporre al pubblico paste tipiche, oggi forse poco note al consumatore moderno. Si sono quindi assaggiati gli autentici gargati veneti e i casunziei delle Dolomiti cadorine. «Abbiamo da poco costituito l’Associazione per la produzione e la tutela dei cansunziei della ladina dolomitica veneta - chiarisce il presidente della confederazione, **Giacomo Deon** - perché vogliamo tutelare questo prodotto. Speriamo così di riuscire a ottenere il riconoscimento dell’Indicazione geografica protetta».



Claudia Ferri de La Lanterna fa apprezzare il tortellino fritto a... Mago Zurli.

A valorizzare durante gli show cooking i prodotti di punta dei pastifici artigianali di PastaTrend *Preview*, ci ha pensato **Cristian Broglia**, chef e insegnante di **Alma**, la Scuola internazionale di Cucina italiana di Colorno (Parma) presente anche all'interno dello stand istituzionale di PastaTrend, che ha potuto così promuovere anche la propria offerta formativa. Broglia, ai fornelli della kermesse, ha voluto «azzardare un poco ma non troppo» per non snaturare la protagonista indiscussa delle ricette: la pasta. Ed ecco che le taglioline alle alghe marine del Pastificio Ligorio sono state abbinate «ad un classico “aglio, olio e peperoncino”, dove la purea d'aglio è stata resa dolce dalla lunga cottura in acqua e latte», mentre i passatelli del Pastificio La Lanterna «geniali nella fattura e intriganti nel gusto», sono stati accompagnati «con un brodetto di pesce di scoglio per esaltarne il taste».

Alimentazione e salute

A Verona, PastaTrend *Preview* è stata anche l'occasione per riaffermare, attraverso il convegno scientifico - nutrizionale “**Alimentazione e salute**”, i valori salutistici della pasta e della dieta mediterranea. «La pasta è, dal punto di vista salutistico, il prodotto cerealicolo migliore - spiega il professor **Enrico Roda**, gastroenterologo e presidente della Fondazione Istituto di Scienze della Salute - perché presenta

un indice glicemico basso e ricco di polifenoli, specie nella sua versione integrale». Pertanto, apporta un contributo fondamentale «a quel 50% di carboidrati complessi» che l'individuo dovrebbe assumere in un giorno. «La scommessa - chiosa il professore, che è anche coordinatore della Commissione “Medicina e Salute” del Comitato Scientifico di PastaTrend - è ora come migliorare la pasta». Un argomento aperto, che lo specialista ha affrontato durante la sua relazione “Dalla pasta alla Superpasta”.

Portavoce della pasta italiana

Di sagre e fiere della pasta ce ne sono molte in Italia e anche all'estero, ma solo PastaTrend si è caricata dell'onere e dell'onore di rappresentare in modo professionale e totale il mondo della pasta. Per questo PastaTrend si presenta come il Presidio a difesa dell'autenticità della filiera della pasta. Nei suoi tre anni di vita questo Salone ha dimostrato di essere la migliore garanzia nel dare informazioni corrette, credibili e veritiere a buyer e consumatori. Per questo il mondo della pasta si riconosce in PastaTrend e per questo è già in programma la prossima tappa all'estero: dal 15 al 17 agosto a **Hong Kong** all'International Food Expo, il Salone asiatico per eccellenza dedicato al food. ■

Delia Sebelin

Vito Ligorio di Pasta Ligorio - Al Mattarello durante un'intervista.

