

# Dalla **Russia** con *Sapore*

La pizza italiana a Mosca già è arrivata qualche decennio fa, ma la pizza come quella dell'API è sbarcata e ha fatto furore. La nostra pizza, con la sua apparente semplicità, ha conquistato il palato dei moscoviti abituati, da sempre, ad una cucina speziata e molto forte. La pizza italiana conquista la Grande Madre Russia con il sapore semplice della nostra tradizione.

**I**l Pir 2008 prende il via in una Mosca dal cielo livido di un ottobre freddo e piovoso. La capitale congestionata dal traffico non permette di arrivare in tempi dignitosi alla Fiera dell' "Abbuffata", perché questo vuol dire questa piccola parola russa. E di "abbuffata" si è trattato visto l'enorme interesse di tutte le aziende straniere che hanno presentato e offerto indistintamente a tutti i visitatori. Atteggiamento molto differente da quello vigente oggi in Italia dove si accoglie il visitatore qualunque a bocca storta senza pensare che anche quella voce parlerà di noi veicolando, per strade a noi sconosciute o impraticabili, il nostro prodotto e la nostra professionalità. In questa fiera ci siamo trovati bene proprio perché siamo sempre stati in linea con questa modalità; abbiamo, dunque, offerto pizza a tutti, ma proprio a tutti quelli che si presentavano al nostro stand. Un grande successo e non poteva essere altrimenti, sia per il prodotto sia per la professionalità espressa

dai nostri due pizzaioli, Ennio Frisina e Roberto Mannocchi, che hanno affascinato il pubblico con le loro prodezze nella spianatura, nel condimento e nella cottura delle pizze. Un pubblico, nella maggior parte dei casi composto da operatori, che si è dimostrato interessato al disciplinare API, ai metodi di lavorazione e all'uso che ne consegue delle farine appropriate per produrre una buona pizza. Un successo





della scuola, dunque, dei prodotti usati, in primo luogo le farine, e della professionalità dimostrata sul campo. Diversi i master di conoscenza e approfondimento tenuti da Dario Di Norscia sulla qualità dei prodotti utilizzati e sul progetto di Pizza Italiana di Qualità che stiamo portando in tutto il mondo con un successo confermato dall'ospitalità che ci riservano le più grandi Fiere di tutto il mondo. Il progetto, che vede interessate le nostre più importanti aziende nazionali interessate alla pizzeria, ha destato l'interesse anche della Regione Lazio che è intervenuta attivamente per promuovere il prodotto pizza focalizzato proprio sulla promozione della pizza romana. A presenziare per la Regione Lazio, appunto, è intervenuto l'Assessore De Angelis che ha manifestato il suo compiacimento per l'iniziativa intrapresa a Mosca e per come tutto abbia funzionato in maniera egregia confermando la professionalità dei nostri pizzaioli e di tutto il settore italiano della pizzeria. Un successo, questo, che dovrà avere, per forza di cose, un futuro roseo e praticabile per arrivare in ogni parte del mondo se si vuole far conoscere il vero prodotto pizza italiano.

Ma tutta la fiera mo-

scovita, in fondo, ha parlato italiano, dal caffè al gelato, dalla pasta alla pizza. Gli stand italiani sono stati i più visitati dimostrando un volta in più, ove ce ne fosse bisogno, come il made in Italy è il settore del food che traina ogni mercato. Ma in questa edizione la vera novità è stata quella portata dalle catene di ristorazione giapponese; molti, infatti, gli stand che proponevano cibo nipponico con cuochi del sol levante tutti concentrati a tagliare, sminuzzare e cuocere, dando gusto ed esteticità alle preparazioni. Il gusto estetico giapponese si è visto anche nella preparazione degli stand che hanno richiamato nei colori e nei simboli tutta la tradizione giapponese.

Molte le manifestazioni e le dimostrazioni interne all'evento tra le quali la gara di pizza. Molto seguita dal pubblico ma con una qualità sicuramente inferiore rispetto a quella conosciuta delle nostre competizioni, la kermesse ha fatto divertire e interessare centinaia di persone confermando l'enorme interesse del mercato sovietico per il nostro prodotto. Ed è proprio su questo mercato che bisognerà puntare per il prossimo futuro se si vorrà puntare su mercati altamente ricettivi sotto ogni punto di vista. Bene faranno i distributori locali che si apriranno al mercato pizza ospitando il meglio delle nostre aziende visto anche che non sono i "soldi" il problema degli imprenditori russi ma la reperibilità di prodotti di alta qualità come solo le nostre aziende sanno esprimere.



A conti fatti, confermato il successo che si può dire "scontato" come per ogni nostra presenza, non ci rimane che pensare di continuare su questa strada se si vuole veicolare in maniera adeguata la pizza italiana, senza limiti regionali e senza campanilismi che la richiuderebbero, senza alternativa, nella sua nicchia "paesana", nei luoghi comuni, negli stereotipi di "sole, mandolino e amore".

