

PIZZA WORLD SHOW
KERMESSE

Quo vadis pizza? Fra tradizione e innovazione

L'export manager Agugiaro a San Secondo:
«La sfida di oggi? Portare la qualità su larga scala»

Silvio Tiseno

Il futuro della pizza? Conciliare le tradizioni del passato con le innovazioni del futuro. Questo quanto emerso dall'incontro «Quo vadis pizza? ... Il futuro della pizza che verrà», il «fuori salone» che nella serata di ieri, nella splendida cornice del Museo Agorà Orsi Coppini di San Secondo, ha visto i principali attori del settore confrontarsi sul tema.

Relatori dell'evento sono stati Antonio Pace, presidente dell'associazione Verace Pizza Napoletana, Franco Costa, direttore di Costa Group, Franco Manna, presidente Cda Sebeto Spa (Rosospomodoro, Rossosapore, Aema & Cozze, Ham Holy Burger), Claudio Torghelle, presidente di Let's Pizza e primo distributore di «Pizza ready to eat on the go», e Giampiero Rorato, direttore della rivista «Pizza e pasta italiana».

Tra gli esperti non poteva certo mancare Riccardo Agugiaro, export manager de «Le 5 stagioni», marchio leader in Italia,

consigliere d'amministrazione nell'azienda di famiglia, la Agugiaro&Figna Spa, e vicepresidente del gruppo «Giovani mugnai italiani».

Secondo Agugiaro, che ha ideato e curato l'apertura di locali a New York, Miami e Atlanta, la qualità italiana paga nonostante la crisi: «Si tratta di un settore che, anche grazie al basso costo, ha sentito poco la crisi ed attualmente i consumi si stanno spostando da prodotti di basso livello, come Pizza Hut, a prodotti di qualità, ovvero verso la pizza italiana - ha spiegato Riccardo Agugiaro - La sfida di oggi è quella di riuscire a portare tradizione e qualità su larga scala».

Mentre per Antonio Pace, esistono solo due tipi di pizza: «La pizza napoletana e l'imitazione della pizza napoletana, non dev'essere alterato il rapporto tra pizza, il disco di impasto, e farcitura. Il futuro del settore passa sicuramente dalla formazione dei nuovi pizzaioli». Un tradizionalista anche Franco Costa, produttore di arredamenti per la

ristorazione, che grazie all'esperienza maturata ha potuto notare come «all'estero, ad esempio in Asia, dove non c'è questa tradizione, succede che tra una sedia nuova ed una vecchia si preferisca quella vecchia. Oggi l'ottanta per cento delle richieste è rivolto proprio a prodotti legati alla tradizione, quindi credo che il futuro stia nel passato».

Il padrone di casa, Paolo Coppini, della Coppini Arte Olearia, ha invece evidenziato l'importanza ricoperta dal Made in Italy nel settore alimentare.

«L'Italia ha da sempre un grande appeal, nel food in primis, e le aziende italiane sono interessanti per i grandi players mondiali ma per fortuna ci sono tanti imprenditori che, armati di grande passione, continuano a lottare affinché le aziende restino italiane - ha spiegato Paolo Coppini -. Poi bisogna sfatare un mito: non esiste solo il piccolo e buono ma anche il medio-grande di buono, questo è possibile quando si tutela la tracciabilità, e quindi la qualità, dei prodotti».



Quo vadis pizza? I relatori dell'incontro a San Secondo e alcuni momenti della interessante e piacevole serata.

Aperitivo in musica

La Spalla, il Parmigiano e l'eccellenza partenopea

Jazz, buon vino e, ovviamente, pizza. In un contesto piacevole e rilassante, i tanti ospiti, tra cui anche delegazioni tedesche e inglesi, hanno potuto conciliare la qualità dei prodotti tipici della Bassa, come la Spalla di San Secondo e il Parmigiano Reggiano, alla bontà della pizza, eccellenza partenopea. Oltre all'aperitivo in musica che ha preceduto l'interessante ta-

vola rotonda, l'evento ha visto la presenza dell'attore Giancarlo Blaise che ha proposto in anteprima lo spettacolo «Cucinaramingo». Un'interpretazione eccelsa che parte dalla Grecia classica e arriva ai giorni nostri passando dalla nascita della pizza. Unico filo conduttore: il rapporto tra cibo e musica. Il contesto che ha ospitato l'evento, organizzato dall'azienda



Agugiaro&Figna, è il Museo Agorà Orsi Coppini. Una location insolita, lontana da tappeti e stand fieristici, una suggestiva ambientazione bucolica: nel cuore della Food Valley, a San Secondo, un inaspettato uliveto progettato sull'idea che gli antichi greci avevano di agorà come piazza, crogiuolo di scambi culturali e perno della vivacità intellettuale della polis. ♦ S.T.

Carenza cronica di personale qualificato: la denuncia degli operatori del settore al convegno organizzato dalla Federazione italiana pubblici esercizi

Pizzaioli, questi sconosciuti Ne mancano seimila

Margherita Portelli

La mangiamo tutti, ma la facciamo in pochi; e così va a finire che la «fame» non è di pizza, ma di pizzaioli. Il piatto partenopeo per eccellenza continua ad essere uno dei più consumati nel nostro Paese, ma - nonostante la crisi e un tasso di disoccupazione che si attesta al 12% - è forte in Italia la carenza di pizzaioli qualificati: per la precisione mancano 6 mila professionisti specializzati del settore (di cui 3 mila stagionali).

Questo dato è emerso durante la tavola rotonda «A.A.A. Pizzaioli qualificati cercansi», organizzata ieri da Fipe (Federazione italiana dei pubblici esercizi aderente a Confindustria) al

«Pizza World Show», la fiera internazionale che si conclude oggi alle Fiere di Parma. Durante la conferenza moderata da Sergio Mustica, e dopo i saluti del presidente della Fipe Parma ed Emilia Romagna Ugo Romani, che ha sottolineato come oggi più che mai sia necessario «puntare sulla qualità», Luciano Sbraga, direttore del Centro Studi della Fipe, ha tracciato con precisione il profilo di un mestiere manuale di cui il nostro Paese soffre la mancanza.

«La carenza di personale qualificato è cronica e non dipende dalle congiunture economiche - ha spiegato Sbraga -. Siamo di fronte a una serie di grossi cambiamenti: il valore dei consumi alimentari in Italia ogni anno è di

212 miliardi, di cui 74 miliardi solo legati a un consumo fuori casa perché stiamo assistendo a un crollo della spesa per i consumi domestici. Di questi 74 miliardi, 9 si spendono in pizzerie classiche e pizze al taglio».

La predilezione della pizzeria da parte del consumatore si spiega con il costo tutto sommato contenuto del prodotto: a Parma, infatti, la spesa media di una pizza e una bibita è di 9,42 euro.

A livello nazionale i lavoratori dipendenti del mondo della ristorazione sono 349 mila, di questi 105 mila sono stranieri. Il numero complessivo dei pizzaioli si attesta sui 150 mila, di cui si presume circa un 20% di extracomunitari: «Basta digitare su



CONCORSO GAZZETTA E ASCOM Premio a Del Picchia

Dopo la gloria, la premiazione. Ettore Del Picchia, pizzaiolo dell'Orfeo che si era aggiudicato il primo posto alla «gara» della pizza più buona di Parma, pochi mesi fa, tramite un sondaggio lanciato da Gazzetta di Parma e Ascom Confcommercio, ieri pomeriggio è stato insignito di una targa al «Pizza World Show», che ha ricevuto dalle mani del presidente Fipe provinciale e regionale Ugo Romani. Con oltre 20 mila voti ottenuti in tre mesi (tramite coupon e votazioni on line), la pizzeria di via Carducci (che ha quasi 70 anni di attività alle spalle) si era piazzata in testa alla classifica. Nel portare la propria testimonianza di professionista della ristorazione, Del Picchia ha ricordato i tempi in cui il nonno, subito dopo la guerra, aveva iniziato a fare la pizza per i parmigiani: «Siamo alla terza generazione di pizzaioli e andiamo avanti nonostante il periodo sia difficile».



un qualunque motore di ricerca le parole «cercai pizzaioli» per rendersi conto del bisogno di professionisti specializzati del settore» ha aggiunto Sbraga.

Non si è parlato solo di occupazione, però, ma anche di formazione. Luciana Rabaiotti, presidente dell'istituto alberghiero «Magnaghi» di Salsomaggiore Terme, ha spiegato il profondo legame con il mondo del lavoro che caratterizza la scuola: «I nostri ragazzi vengono collocati da subito nelle aziende, attraverso apprendistati, tirocini e alternanza scuola-lavoro».

Anche Enzo Malanca, presidente della scuola internazionale di cucina di Colomaro Alma, ha portato la sua testimonianza: «La nostra scuola riesce a formare cuochi specializzati, e a portare la cucina italiana nel mondo».

Dopo l'intervento di Novella Bagna, del Centro studi assaggiatori, la conferenza è terminata con la testimonianza diretta di Franco Manna, amministratore di Rosso Pomodoro, e di Ettore Del Picchia, pizzaiolo parmigiano. ♦

Forte messaggio dal mondo dei pizzaioli al Parlamento e al futuro governo

«Fermare l'attacco alla mozzarella di bufala dop»

Andrea Del Bue

«La pizza è il cargo che porta i prodotti tipici italiani sulle tavole di tutto il mondo». L'immagine, incisiva, è di Pasquale D'Acunzi, presidente del Consorzio di Tutela del Pomodoro San Marzano dell'agro nocerino sarnese Dop. L'ha formulata durante il convegno dal titolo «La pizza napoletana per valorizzare e tutelare la Dop italiana. Il caso della Mozzarella di Bufala Campana», organizzato ieri nella Sala dei Trecento, alle Fiere di Parma, all'interno del Pizza World Show.

La pizza, infatti, non è solo impasto: sopra, a seconda della fantasia del pizzaiolo, ci può finire



Pizza, che passione Lucido D'Alessandro, pizzaiolo parmigiano, e un «collega» ieri.



una vasta gamma di ingredienti e prodotti. Possibilmente di alta qualità. E' così che un semplice cornicione di pasta, diventa veicolo del made in Italy. «Nel 1984, quando siamo nati - spiega Antonio Pace, presidente e fondatore dell'associazione Verace Pizza Napoletana -, ci siamo proposti di elevare la pizza da prodotto popolare a piatto di alta gastronomia. E' stato naturale, quindi, partire dai prodotti tutelati, come, tra gli altri, il pomodoro San Marzano e la Mozzarella di Bufala Campana. Oggi, quest'ultima rischia di scomparire per una legge ingiusta, tirata fuori da un cassetto, all'improvviso». La normativa sul banco degli imputati è la legge

Zaia (205/2008) voluta dall'ex ministro delle Politiche agricole: stabilisce che la lavorazione della mozzarella di bufala, dal 30 giugno, potrà essere effettuata solo in stabilimenti esclusivi e non destinati anche alla lavorazione di altri latticini. «Una norma che metterà in ginocchio un settore formato da 1800 allevamenti e 110 aziende di trasformazione che generano 500 milioni di fatturato all'anno - fa notare Antonio Lucisano, direttore del Consorzio di Tutela della Mozzarella di Bufala Campana Dop -. Già abbiamo assistito a regolamenti assurdi, primo fra tutti quello che prevede di arrivare al prodotto finito entro sole 24 ore dalla mungitura». Se si sfiora, addio marchio Dop, e si procede al congelamento del latte, per realizzare una mozzarella non Dop, ma dal nome equivocabile: non «mozzarella di bufala cam-

pana», ma «mozzarella di latte di bufala». «Ora qualcuno mi deve spiegare come fa una massaia a cogliere la differenza», tuona Lucisano. E' così che decine di produttori hanno già annunciato che non lavoreranno più la mozzarella di bufala Dop, un prodotto, quindi, che rischia di scomparire. Solidarietà è stata espressa dagli altri relatori presenti al convegno moderato da Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita: Flavio Innocenzi, direttore del Consorzio di Tutela dell'Asiago Dop, e Pier Maria Saccani, segretario dell'Aicig (Associazione Italiana Consorzi Indicazione Geografiche), il quale ha concluso con un'amara considerazione: «Per risolvere i problemi, purtroppo non possiamo fare affidamento sullo Stato: ad oggi ci sono enormi lacune tecniche sia in parlamento, sia nei ministeri». ♦