

Tutti sappiamo quanto la nostra Penisola offra dal punto di vista enogastronomico e quanto sia variegata e ricca la quantità dei suoi prodotti che si differenziano di regione in regione.

A partire dagli anni '50, in seguito alla massiccia emigrazione dei nostri connazionali, la cultura enogastronomica italiana ha cominciato a espandersi nel mondo e così, di conseguenza, anche i suoi prodotti.

I primi prodotti a essere esportati furono quelli che gli emigranti dalle regioni del Sud si portavano in valigia. Nel corso degli anni si crearono le condizioni per una vera propria importazione di quegli elementi base della cucina italiana che

andò di pari passo con l'apertura dei primi ristoranti da parte dei nostri connazionali. Prodotti come l'olio d'oliva, l'aceto di vino, gli insaccati e naturalmente la pasta fecero da apripista a un'ondata di altri prodotti che con il tempo sono aumentati e sono diventati più ricercati per un pubblico che conosce sempre meglio il nostro Paese e le sue ricchezze.

In questo speciale abbiamo parlato con due grossi importatori della prima ora ai due poli opposti della Germania: il Cav. **ROBERTO FARNETANI** che nel 1982 ha fondato a Monaco di Baviera il **FEINKOST FARNETANI** e **VINCENZO ANDRONACO** che festeggia quest'anno i 30 anni del **GRANDE MERCATO ANDRONACO** ad Amburgo con filiali anche a Lubeca, Colonia, Osnabrück, Bielefeld e Ratingen. E poi Vi offriamo una carrellata di prodotti tipici italiani ...



Come è cambiato PRODOTTI ITALIANI CHIACCHIERATA il mercato dei IN GERMANIA? CON DUE IMPORTATORI

DI Valeria Vairo

Come è cambiato il mercato dei prodotti italiani in Germania?

Entrambi i grossisti hanno risposto che nel tempo le richieste del pubblico sono diventate molto più selettive e consapevoli.

“Ormai i tedeschi conoscono l'Italia meglio di noi italiani, apprezzano i prodotti e li richiedono” dice **ROBERTO FARNETANI** “cercano oggi prodotti sani, si interessano ai prodotti Dop, Igp, il tempo della massa è passato, oggi si guarda alla qualità”.

Anche **VINCENZO ANDRONACO**, dall'altra parte della Germania, conferma la tendenza: “Oggi il cliente non si accontenta più di prodotti mediocri, vuole il meglio che magari ha già assaggiato in Italia o che ha visto in un cookshow.” Anche ad Amburgo il listino dei prodotti è cambiato negli anni: “Quando ho aperto importavo un solo tipo di aceto, un tipo di pasta e di passata di pomodoro, oggi abbiamo un assortimento di prodotti vastissimo.” Solo dieci anni fa il mercato di Amburgo era molto meno fornito di quello di Monaco di Baviera per quanto riguardava i prodotti italiani, ma negli ultimi anni Andronaco giura che la differenza si è ridotta tan-



Vincenzo Andronaco

to da quasi scomparire. Secondo il grossista di Amburgo oggi siamo spettatori di un'inversione di tendenza: “In passato prodotti come quelli della Barilla entravano nel circuito della ristorazione per poter, in un secondo momento, accedere al grande pubblico. Ora accade il contrario, e cioè è il pubblico stesso che chiede a noi o al ristorante alcuni tipi di prodotti.”

I clienti dei ristoranti hanno davvero avuto un ruolo importante anche a Monaco di Baviera. “Molti tedeschi che tornano dalle vacanze in Italia, cercano un prodotto particolare perché lo hanno assaggiato lì, lo chiedono ai ristoratori, i quali a loro volta si rivolgono a noi che, ovviamente, li accontentiamo.” **STEFANO GIORGI**, socio di Farnetani spiega e continua: “I ristoratori hanno due fonti di arricchimento: i clienti che chiedono prodotti nuovi, e noi grossisti che li teniamo aggiornati.” Inoltre, in questo continuo aggiornamento di prodotti la tecnica aiuta: il trasporto veloce per esempio permette anche a prodotti facilmente deperibili, come la burrata, di arrivare frequentemente. “Trent'anni fa si aveva la burrata una volta al mese mentre adesso arriva settimanalmente, si può

dire ormai che quello che un bravo cuoco italiano trova in Italia, lo trova anche qui in Germania, non c'è più alcuna differenza” sottolinea Giorgi. “Prodotti come mozzarella di bufala, burrata, culatello, prosciutto di Norcia e nocchie piemontesi è normale averli nel nostro campionario, sia per noi che li importiamo sia per i nostri clienti che li offrono nei loro ristoranti.” Il mercato è in continua evoluzione “Per esempio per quanto riguarda il Parmigiano, prima era Parmigiano e basta, ora i clienti richiedono le diverse stagionature dai 18 ai 36 mesi, oppure il Parmigiano di vacche rosse, o quello di montagna”, continua Giorgi. Anche la mozzarella stessa non è più solo “mozzarella”; nei corsi per pizzaioli si insegna quale mozzarella serve al caso specifico. I pizzaioli e i cuochi sono sempre più preparati ed esigenti anche per quanto riguarda la pasta, oggi si vende quella con la trafilatura di bronzo, o quella di grano saraceno, e le farine richieste sono anche quelle di Kamut, manitoba, farro.

“Per non parlare di prodotti derivati che oggi sono entrati nel mercato dei prodotti tipici italiani in Germa-

nia; prima si vendeva il tartufo tre settimane all'anno ora offriamo sempre il Bianchetto, lo Scorzone e i prodotti come creme al tartufo, paté di tartufo, carpacci di tartufo e miele di tartufo”, aggiunge Farnetani.

Anche Andronaco ha vissuto il grande cambiamento sulla sua pelle. Racconta che negli anni '90 in un autotreno di olio, 25 pedane erano di sansa e solo 5 di extravergine, oggi le 25 pedane sono esclusivamente di extravergine. Così anche per l'aceto: all'inizio aceto voleva dire aceto di vino bianco “oggi ci sono aceti di cui 10 ml costano 80 €, c'è tutta la gamma di balsamici, di aceti da dessert, le creme di balsamico... La stessa cosa accade per i vini, negli anni '90 importavo un autotreno di bottiglie di Lambrusco da un litro e mezzo, oggi vendo vini come il Montepulciano, il Chianti, il Pinot.”

I prodotti regionali che entrano nel mercato tedesco sono dunque sempre di più, per esempio il pane carasau, in passato sconosciuto ai più, le mostarde e marmellate che oggi vengono offerte anche in Germania con carni e formaggi. Soltanto alcuni prodotti regionali di nicchia, non si trovano perché non hanno la forza di oltrepassare la frontiera: “Quello che naturalmente non si trova qui in Germania sono i prodotti a velocissimo deperimento, la granseola per esempio, tra il trasporto e la vendita è bella e andata” aggiunge Roberto Farnetani.

E parlando con gli importatori ci rendiamo conto che è un discorso che sembra non aver fine: “All'inizio si importava solo una miscela di caffè, oggi 6 o 7; i vini, prima esisteva solo l'Asti spumante, oggi si trovano i migliori vini della Franciacorta, poi c'è tutto il settore del biologico che è un altro settore in forte espansione” spiega ancora l'importatore di Monaco.

Per finire un monito di Vincenzo Andronaco: “Oggi la varietà di prodotti di qualità deve essere vasta, oggi il cliente se ne intende e se il ristoratore gli offre una porcheria se ne accorge, fortunatamente il livello ormai è davvero alto. Ormai soltanto i ristoratori che si danno da fare vanno avanti, gli altri sono destinati a scomparire.”



Da sinistra: Stefano Giorgi, Roberto e Federico Farnetani