

CAV. GIANCARLO PETRUCCIOLI

intervista a:

CINQUANT'ANNI FRA SAPORI E PROFUMI

SPECIALE
piccoli

italiani di qualcosa di particolare, da personalizzare, da affinare, per proporla alla nostra clientela.

Presidente ci faccia qualche esempio di prodotti proposti ai vostri clienti?

Alcuni esempi di prodotti selezionati ed affinati da "le Tantazioni Gielle" sono il Pecorino di Fossa di Sogliano al Rubicone (CF), il Formaggio d'alpeggio Piemontese stagionato ed affinato in botti di rovere nelle vinacce di chardonnay, la Mozzarella di bufala Campana, il Formaggio pecorino toscano stagionato in grotta nelle foglie di noci, il Caciocavallo "podolico del Gargano" stagionato, il Caciocavallo del monaco giovane affinato in botti di rovere, i Salumi di Norcia stagionati nelle nostre grotte, il Prosciutto di Norcia fumato al camino stagionato oltre 18 mesi, affinato in grotta e trattato con aceto balsamico, il Culatello con cotenna stagionato in grotta e personalizzato al barolo, la Pancetta tesa stagionata ed affinata con vino bianco,

aglio, peperoncino ed alloro, lo Speck Tirolese stagionato ed affinato con vino rosso e spezie.

Qual è la situazione del dettaglio nel settore salumerie?

Come per altre realtà alimentari, abbiamo vissuto un periodo di grande crisi dovuta all'incalzare della Grande Distribuzione, ma molte aziende tradizionali come le salumerie e le gastronomie sono riuscite a mantenere le posizioni grazie all'esperienza e alla competenza degli operatori; molti di essi hanno saputo innovarsi e contemporaneamente hanno valorizzato le numerose produzioni italiane, tradizionali e tipiche, contribuendo a mantenere e sviluppare il ricchissimo patrimonio di salumi e formaggi e vini italiani. Oggi gli esercizi di vicinato, quelli fino a 250 mq. nelle grandi città, detengono una quota di mercato che si attesta intorno al 50% dei consumi alimentari. E' un risultato importante, che

segnala una forte capacità di presidio della pmi della distribuzione alimentare, ottenuto grazie al grande impegno politico e sindacale della Confesercenti e della Fiesa che si sono battute, da sole, contro lo strapotere delle grandi concentrazioni economiche e commerciali. Battaglie come la disciplina dei termini di pagamento e la legge di regolamentazione del sottocosto, sono risultati per i quali la Fiesa va orgogliosa per averli portato sulla scena del dibattito politico e per averli saputi trasformare in legge...Oggi possiamo dire che, almeno



in alcune aree del paese, la competizione si sposta finalmente dal prezzo alla qualità, alla customer care, ai servizi. Per quanto riguarda