



Spaghetti, tutti amici

Il Pastificio Zara (nella foto Furio Bragagnolo che lo guida) sbarcherà con i suoi prodotti in Kazakistan e Uzbekistan.

ziamo eventi e degustazioni all'interno del circuito dell'Istituto italiano del vino di qualità "Grandi Marchi", che riunisce 19 grandi aziende nazionali. Ma stiamo anche animando da 3 anni qui in Valpolicella l'Associazione delle famiglie dell'Amarone d'arte: per accedere occorre rispettare requisiti ben precisi di artigianalità e qualità».

Anche Moretti Pologato ha chiuso il 2011 con un incremento delle esportazioni di Prosecco del 10 per cento e del suo fatturato aziendale (più 12 per cento, arrivando a 53 milioni complessivi). «Con il Prosecco siamo cresciuti di più sui "mercati già amici" come Usa, Sud America, Canada e Germania, ma vanno le esplorazioni anche nell'area asiatica, dalla Thailandia alla Cina passando per Hong Kong. Le nostre aspettative per il

2012 sono buone. Ora puntiamo anche alla Gran Bretagna e a consolidare ancora meglio il mercato tedesco».

Tra i colossi veneti, la Zuegg di Verona ha certamente un'opinione che pesa (210 miliardi di fatturato in crescita dell'11 per cento nei primi 4 mesi del 2012). «Il segreto dell'agroindustria italiana? Il buon prezzo e la qualità, insieme al "brand" che non significa soltanto marca ma anche la notorietà positiva che la dieta mediterranea e l'alimentare italiano hanno nel mondo» conclude Oswald Zuegg, capo dell'azienda che appartiene alla sua famiglia da 4 generazioni. «Il nostro primo mercato è quello domestico, il secondo quello tedesco e di recente siamo approdati in Russia attivando un nuovo stabilimento di semilavorati. Vogliamo crescere anche in nuovi mercati, ma senza cambiare filosofia». Che è sempre risultata vincente. «Il mix è questo: soddisfare il gusto, disponibilità sullo scaffale, naturalità e prezzo giusto dei prodotti». Con frutta italiana. ■