

# «Con la sfoglia a mano stregghiamo l'Irlanda»

Marco Giannantonio e Maurizio Mastrangelo, ex avvocati, e il successo del loro Flavour of Italy

**A** Dublino vanno pazzi per la pasta tirata a mano, lasagne e tortellini. E vogliono sapere tutto sull'uso dell'olio extravergine. Insomma, cucinare italiano è diventato trendy anche nella capitale d'Irlanda», assicura Marco Giannantonio, 37 anni, molisano, laurea in legge e la professione di avvocato abbandonata sul nascere. Per fare che? La risposta si intuisce dalle sue parole. L'italiano a Dublino con l'amico/socio quarantacinquenne di Campobasso, Maurizio Mastrangelo, laureato in Economia, partendo da zero ha messo in piedi un busi-

ness legato al made in Italy. Gli inizi, una decina d'anni fa. E oggi *Flavour of Italy Group* fattura oltre 1 milione di euro. Si tratta di una piccola holding che si è sviluppata su varie linee: importazione di prodotti italiani, scuola di cucina, ristorante, catering e agenzia che organizza viaggi foodie in Italia. Misura del successo? Nelle scorse settimane il prestigioso quotidiano *The Irish Times* ha dedicato loro un articolo.

La storia di Giannantonio e Mastrangelo ricorda, certo, quella di altri italiani di nuova generazione che hanno trovato all'estero un posto al sole. Fuga



Un momento della scuola di cucina di «Flavour of Italy»

di cervelli. Ma qui c'è dell'altro. La scelta del paese è inusuale. Giannantonio la spiega così: «Avevo conosciuto l'Irlanda per alcuni stage di inglese per avvocati. Ma ho cambiato rotta. Da una parte, c'era la mia passione per l'enogastronomia. Dall'altra, mi resi conto che l'Irlanda rappresentava un Paese ideale per il settore agro-industriale italiano. Per inciso, il made in Italy di allora a Dublino non era all'altezza dei nostri migliori prodotti». Al debutto, la neonata società importava olio, vino, tartufi e altri prodotti: «Con difficoltà, poiché c'erano canali di distribuzione già

piazzati — spiega Giannantonio —. Abbiamo svoltato proponendo di degustare le nostre specialità. E lì la differenza si vede eccome, credetemi».

Il loro ristorante, «Pinocchio» (in Irlanda tra i libri più venduti), è una «trattoria di lusso» che ha rafforzato il brand. Il suggello del successo coincide, però, con il *Flavour of Italy Travel*. «Con noi — nota Giannantonio — gli irlandesi approdano in Italia estasiati dalle bellezze del territorio e si entusiasmano visitando caseifici, pastifici, frantoi, cantine».

**Marisa Fumagalli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA