

Economia & Lavoro

Ragazzi che fanno fortuna  
cucinando il Molise in Irlanda

*L'idea di Maurizio e Marco: hanno aperto una scuola di gastronomia a Dublino con l'aiuto dello chef Marcello. La frequentano casalinghe e uomini d'affari che, affascinati dai prodotti e dalle ricette della nostra regione, alla fine chiedono di venire in Italia per passare delle vacanze 'di aggiornamento'.*

di **Carlo D'Angelo**

E' nata da un discorso fra amici una delle imprese molisane tra le più innovative e originali. E' nata pensando al Molise, ma guardano fuori, guardando all'Irlanda. Poco più di un anno fa Maurizio Mastrangelo è andato a trovare l'amico Marco Giannantonio a casa, a Ripalimosani, per fargli gli auguri e perché sapeva che l'amico, dopo aver sostenuto l'esame per diventare avvocato, sarebbe ritornato a vivere a Dublino. I due quel giorno, era il primo gennaio del 2005, hanno parlato a lungo: idee, progetti, futuro, lavoro e poi è venuta l'idea di creare un'impresa che abbinasse gastronomia e prodotti tipici alla cultura. Detto, ripensato e fatto. Passate poche settimane l'azienda era già pronta. "Trade & Culture", commercio e cultura, così l'hanno chiamata e l'hanno portata subito a Dublino, insieme con numerosi prodotti tipici della tradizione molisana. L'idea di fondo era quella di puntare sull'agroalimentare, di selezionare dei prodotti, di farli conoscere all'estero e di creare "un flusso di ritorno".



Ma evidentemente sul campo, poi, le cose si sono dimostrate un po' più complicate di quello che poteva sembrare, visto che «ci siamo accorti subito che portare i prodotti non era sufficiente», spiega Maurizio Mastrangelo che è la mente strategica del gruppo. Non poteva funzionare perché mancava qualcosa, mancava la capacità di riuscire a richiamare l'attenzione e la passione degli irlandesi. Non era sufficiente far assaggiare i vini o i provoloni ai ristoratori. E nemmeno bastava presentarli ai clienti, che anche se di buona forchetta continuavano a confondere i pregiatissimi tartufi neri molisani con i cioccolatini ricoperti di cacao.

Ma la soluzione al problema, un po' come l'idea del progetto, è stata tanto semplice quanto efficace: Italian School of Cooking. Una scuola italiana di cucina, in pratica un corso strutturato su più livelli, dove accanto alla scoperta dei prodotti si potesse anche imparare a prepararli e cucinarli. «Una felice intuizione» ammette Maurizio. Nella società, allora, è entrato Marcello Musilli, uno chef che vive a Dublino. Nel maggio del 2005 i tre amici hanno dovuto rifarsi i conti, affittare un locale e comprare una cucina da ristorante e attrezzare una sala dove svolgere le lezioni. Ora da diversi mesi va avanti con successo sempre crescente la scuola che insegna la cultura italiana, che è accreditata dall'Accademia italiana della cucina, e che per tanti irlandesi è una calamita verso l'Italia, il Molise e le sue tipicità.

Venticinque allievi della scuola, la maggior parte manager, sono venuti in Italia lo scorso ottobre. In Irlanda hanno trascorso mesi a degustare vini, hanno sentito parlare dell'Italia, della storia, della bellezza dei paesaggi e alla fine, incuriositi per come si fa una pezza di formaggio e per i sapori evocati da un olio extravergine, hanno scoperto che non era più una semplice questione di gusto. C'era dell'altro. Era nato il bisogno di toccare con mano, di vedere, di scoprire realmente cosa c'è dietro una mozzarella che come la mangi si scioglie in bocca. Volevano capire, per esempio, perché la cucina italiana era così buona e rinomata, e conoscere i posti di cui avevano tanto sentito parlare. Giunti in Molise non solo l'hanno scoperto, ma hanno trascorso momenti indimenticabili durante i quali sono riusciti davvero ad emozionarsi, tanto che al ritorno a Dublino gli amici e i frequentanti del corso hanno sentito i racconti di quello che, senza esagerare, «era stato il viaggio più bello della loro vita».

A maggio sarà il turno di altre trenta persone che, sparsa la voce, non vedono l'ora di arrivare. Maurizio consulente aziendale 36enne, ha base in Italia e si muove fra Isernia e Campobasso, sta già pianificando l'arrivo degli ospiti perché, sostiene, «non bisogna lasciare niente al caso, l'accoglienza deve essere impeccabile». E' questo è un po' il segreto della di Flavour of Italy e della scuola Italiana di cucina «che ci ha permesso di entrare nelle case degli irlandesi e di parlare dell'Italia attraverso la cultura enogastronomica». «L'accuratezza dei menù durante i corsi è minuziosa, e prepariamo al dettaglio qualsiasi cosa, compresa l'animazione, perché abbiamo notato che ci vuole molta cura e passione se si vuole soddisfare ed essere soddisfatti», spiega Maurizio che ricorda i sorrisi e l'allegria dei 25 ospiti i quali, dice, «hanno detto di essere stati trattati da amici e non da turisti». I manager portati in Molise (un gruppo di amici di una società di mutui per la casa), hanno voluto visitare una cantina, un oleificio e un caseificio, ma sono rimasti affascinati anche dalle Fonderie Marinelli di Agnone. Quattro giorni spesi in lungo e in largo in Molise e ora un po' non ne possono fare a meno. Quando riescono, infatti, partecipano alle serate a tema organizzate da Marcello e da Marco nella scuola e in tanti ristoranti italiani di Dublino dove cresce il seme gettato dalla loro società, la Flavour of Italy, e dove periodicamente si svolgono serate a tema sulle tradizioni gastronomiche del Molise e sulle altre regioni d'Italia.

In questo primo anno di attività Maurizio, consulente strategico, Marco, l'amministratore 28enne e Marcello, 35 anni direttore tecnico originario di un comune del Lazio, hanno portato avanti un'iniziativa che già nella fase di avvio ha riscosso notevole successo, che si allarga sempre più e offre nuove e allettanti possibilità di lavoro.

La Regione Piemonte, per esempio, ha affidato alla Flavour of Italy la cura di una mostra promozionale in Irlanda preparata dalla Magnum, che è una delle più illustri agenzie fotografiche del mondo. Mentre la più importante casa vinicola irlandese gli ha chiesto una mano per la promozione dei vini importati dalle varie regioni italiane. Come se non bastasse anche l'Istituto italiano per il commercio estero ha apprezzato il valore commerciale del progetto molisano, diventandone partner; e l'Istituto italiano di cultura (vicario delle ambasciate estere) fornisce il suo supporto alle iniziative proposte dai tre ragazzi e dal loro affiatato staff. Insomma, in poco più di un anno pare proprio che l'idea, nata quasi per caso, per una scommessa o una considerazione, sia stata testata e possa essere ampliata ancora meglio. E ora, a questo punto, tocca spiegare qual è la ricetta per realizzare un progetto vincente partendo proprio dal Molise. «Studiare il proprio territorio e poi guardare ad un mercato che sta fuori dal Molise. Viaggiare, andare fuori, rendersi conto e poi tornare avendo termini di paragone con l'esterno», consiglia Maurizio. «Perché credo che i ragazzi dovrebbero investire di più sulla loro formazione all'estero, mettersi in gioco e puntare su un settore nel quale piace lavorare».