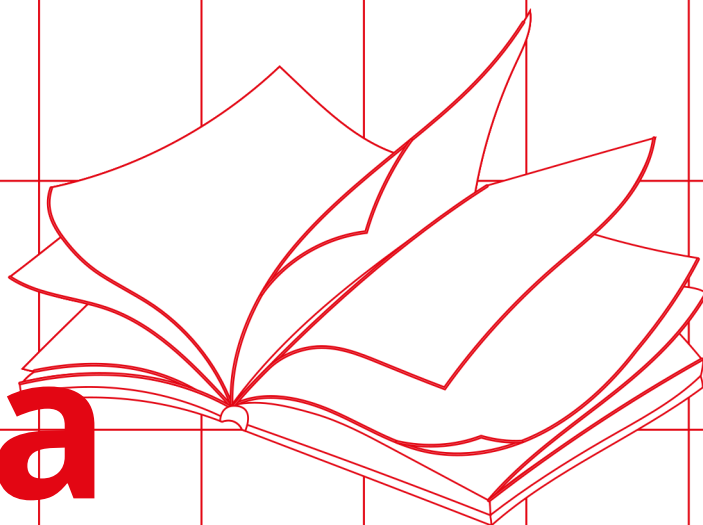
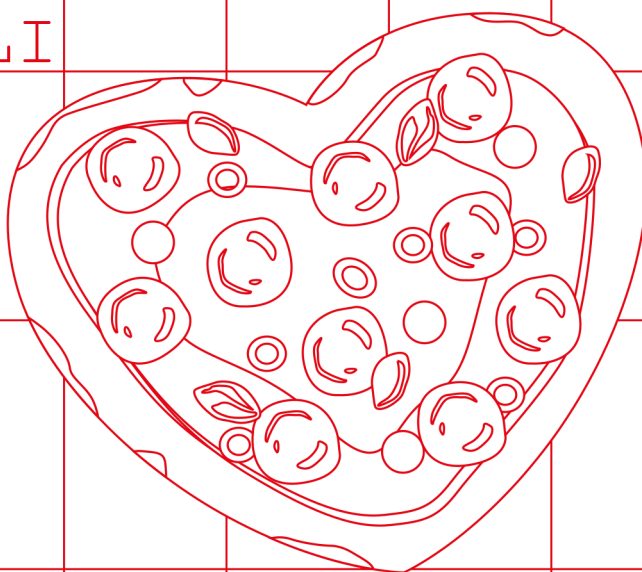




# P i z z a (re)connection

PARLARE DI PIZZA  
AI PIZZAIOLI

Giusy Ferraina racconta  
il suo primo libro con Antonio Puzzi





**E così hai scritto un libro...**

Così pare. Fino a qualche giorno fa, quando avevo visto solo il mockup della copertina, neppure ci credevo. Sembrava una di quelle fake news che girava sul web.

**Ma perché c'è bisogno di un nuovo libro a tema "pizza"? Che cos'ha di diverso?**

Secondo me, questo è "il libro che non c'era". Ci sono tanti libri che parlano di pizzaioli, poi ci sono le guide e ci sono anche volumi sulla storia e sull'antropologia della pizza, come tu sai bene. Ma non c'era nessun libro che parlasse

del marketing della pizzeria, nonostante ci siano state, invece, diverse pubblicazioni sul marketing della ristorazione

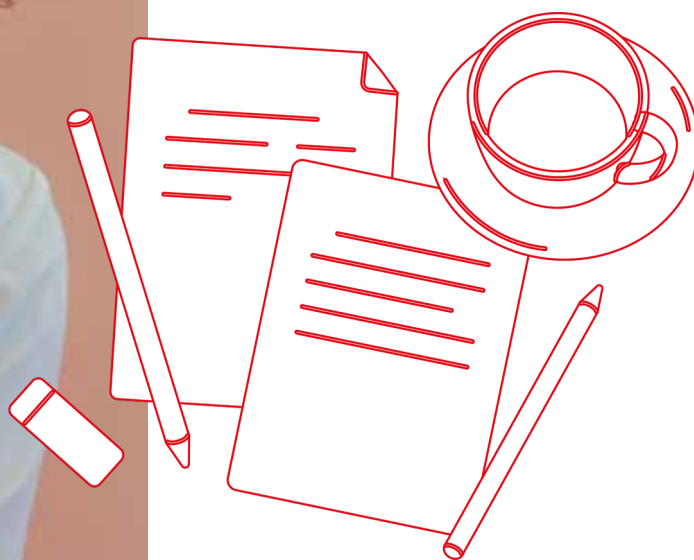
**Come ti è venuta quest'idea?**

È un'illuminazione che ho avuto al Campionato Mondiale della Pizza di Parma dove, da qualche anno, sono una giurata. Mi sono accorta che, tra le tante pizze che venivano presentate, c'era la

volontà di esprimere qualcosa, di cavalcare una tendenza ma spesso in modo errato, poco personale e facendo una copia incolla sterile. Ho capito che c'era bisogno di una guida, di strumenti per aiutarli a farlo al meglio.

**Nel tuo libro dedichi una parte importante alla sostenibilità.**

Credo sia il tema del presente e del futuro. Non possiamo pen-



**Quindi i pizzaioli comunicano bene.**

Sì e no. Non si può generalizzare: si confonde spesso la *brand identity* con il *personal branding*, attività che dovremmo tenere ben distinte, per evitare che i potenziali clienti si fidelizzino al pizzaiolo più che al suo prodotto.

**C'è, dunque, bisogno di formazione anche su questo.**

In Italia, il problema della formazione esiste. Ci sono tante possibilità di formarsi e tanti contenuti su cui farlo: l'offerta del mercato delle scuole è tanta e varia, a partire dalla Scuola Italiana Pizzaioli, la prima istituzione nata a questo scopo ormai più di quarant'anni fa.

sare di far crescere ancora di più questo mondo della pizza se non abbiamo una visione ben chiara di dove vogliamo arrivare e, soprattutto, di quanto sia importante concentrare la nostra attenzione sulla salvaguardia delle risorse del pianeta. Vi sono esempi validissimi, che provo a raccontare: le attività per contenere gli sprechi, le app che consentono di vendere a prezzi irrisori l'invenduto per non farlo finire in pattumiera e dei progetti bellissimi, come quello del "Pizzaiolo del Cambiamento" promosso da "Le 5 Stagioni" che

credo siano di fondamentale importanza per la crescita sana di questo settore.

**E tu credi che tutto questo interessi al cliente finale?**

Ne sono più che sicura. C'è sempre più gente che si interessa non solo al prodotto che finisce in tavola ma anche a tutto quello che c'è dietro una pizzeria. Lo storytelling digitale ha consentito a tante persone di "saperne di più" sulla pizza e sui pizzaioli e questo è sicuramente un bene.



E, poi, ci sono i corsi offerti dalle associazioni di categoria che vanno dagli impasti ai *topping*, alla comunicazione. La questione vera è, però, legata al fatto che ancora oggi non è la maggioranza a seguire questi corsi ma una parte consapevole di artigiani che fa la differenza.

*E che sono quelli che entrano in Guida...*

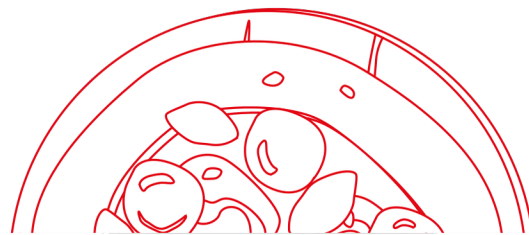
Guarda, una delle cose che più mi fa riflettere è quando incontro i

pizzaioli e la loro prima richiesta è: "Ma tu puoi farmi entrare in questa - o quella - Guida?". La mia risposta è sempre la stessa: "Tu pensa a lavorare bene, poi i risultati arriveranno".

*Ma a te è mai capitato di entrare in una pizzeria che non era segnalata da alcuna guida e trovarla meglio di altre presenti?*

Eh, tante volte. E direi: per fortuna! Spesso, poi, riesco anche a se-

gnalarle e a inserirle nell'edizione successiva. Ma quel che è complesso da raccontare a chi fa questo mestiere artigianale e ricco di passione è che una guida racconta solo una visione del mondo, apre una finestra su un certo tipo di proposta. E non è detto che anche se lavori bene quello spazio sia quello giusto per te e per il tuo pubblico.



*Chiudiamo con la tua pagina preferita: il ruolo delle donne in pizzeria.*

Sì, come sai ne parlo spesso ovunque mi capiti. Credo che se ne parli fin troppo poco, nonostante la loro presenza sia costante da sempre nella storia di questo settore. Solo negli ultimi anni, però, stanno conquistando la scena, andando a occupare posti di rilievo in un mondo che è ancora decisamente a trazione maschile.

*Cosa dovrebbe fare il pizzaiolo del futuro?*

Formarsi. E non smettere mai di fare questo lavoro con la passione che ha contraddistinto questo settore negli anni.

# ABOUT /

**Giusy Ferraina**, redattrice di "Pizza e Pasta Italiana", è ideatrice e conduttrice del podcast "Capriciosa, storie di pizza e cucina" e collabora con alcune tra le più importanti testate italiane di gastronomia, tra cui *Gambero Rosso* e *Identità Golose*. È altresì consulente di comunicazione e marketing.

**Il libro *Pizza (re)connection***, edita da "Dario Flaccovio Editore" per la collana *Accade Domani FuTurismo*

diretta da **Nicoletta Polliotti** si propone di fotografare il panorama pizza odierno in tutte le sue sfaccettature, esplorando nuove frontiere, tecnologie, innovazioni e sfide che attendono questo prodotto. Nel libro figurano interviste a protagonisti del mondo pizza, come Antonio Pace (Presidente Associazione Verace Pizza Napoletana), Carlo Passera (Identità Golose) e Domenico Maria Jacobone (giornalista e consulente, esperto di processi di innovazione in aziende agroalimentari ed enogastronomiche). La prefazione è di Antonio Puzzi.

Giusy Ferraina



# Pizza (re) Visioni futuristiche connection

Prefazione di  
Antonio Puzzi

Guida strategica per il mondo pizza: anticipare esigenze di consumo e tendenze, trasformare le pizzerie in luoghi di condivisione, utilizzare nuovi strumenti e format, per distinguersi e raccontarsi con successo

