

FOODTALK

LA PIZZA VA PREPARATA MA ANCHE VENDUTA BENE

In un mondo in cui il cibo è spesso considerato unicamente come materia per lo stomaco, fa piacere leggere qualcosa che ce lo fa inquadrare anche da altri punti di vista. Anche se non vogliamo diventare pizzaioli. Parliamo di *Pizza (re)connection. Visioni futuristiche e strategie innovative per pizzaioli ultramoderni*, libro da poco uscito per Dario Flaccovio Editore, collana «Accadde Domani FuTurismo» di **Giusy Ferraina**, consulente marketing e comunicazione, project manager, direttrice del magazine Radio-Food.it, giornalista per Pizza e Pasta Italiana, Identità Golose, Gambero Rosso, La MadaTravelfood e varie guide di settore. Il testo, molto brillante e decisamente originale, è un'approfondita analisi della pizza (un tema focus dell'autrice) all'interno dell'offerta ristorativa italiana: secondo la **Ferraina**, la pizza è la vera e grande promessa della somministrazione italiana (e non solo), il pizzaiolo è un mestiere sempre più gettonato e dunque vanno scongiurate la visione «provinciale» di questo ruolo e l'applicazione conformista di format prestabiliti o mode passeggiere. L'autrice analizza, ancora, la pizza com'è declinata oggi, secondo le più recenti tendenze gastronomiche, infine muove a farsi vera e propria guida commercial-gastronomica con consigli e strategie per coloro che vogliono essere i pizzaioli ultramoderni (ma il libro parla anche ai «semplici» amanti della pizza). Secondo l'autrice, in passato i tempi non erano del tutto maturi, ma oggi è arrivato il momento di parlare anche di «come fare business e impresa con e attraverso la pizza» e di come deve essere pensato al meglio un progetto costruito intorno a questo piatto. Va detto: di certo la pizza non patisce un vuoto editoriale. Si scrive tanto di pizza, dalla storia all'antropologia passando per i ricettari, da quelli tematici a quelli d'autore, passando poi per quelli tematici d'autore, insomma la letteratura sulla pizza non è immensa: di più. Ma la **Ferraina** si è posta l'obiettivo di colmare una lacuna secondo lei notevole, proponendosi come tefedora di una bussola utile per orientarsi tra le tendenze della pizza contemporanea e trasformare una pizzeria in un'impresa di successo: oggi un pizzaiolo non può essere solo un artigiano del gusto, deve trasformarsi in imprenditore, comunicatore e innovatore. Interessante.

