

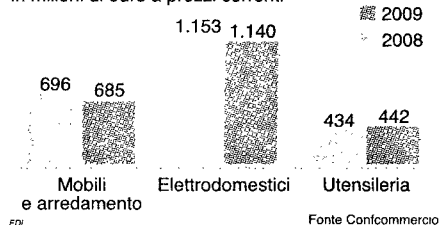
Rapporto

Se la cucina racconta la storia e la cultura di un Paese

Da quella povera del primo Novecento alla nascita del mito degli chef una mostra, organizzata per il Macef, ripercorrerà tutto il Ventesimo secolo attraverso il cibo. L'ha voluta Angelo Ballarini, ad dell'omonima azienda all'avanguardia nella produzione di pentole. «Il 70% è per l'export». I progetti per Cina e India

Arredo casa: i consumi per Natale

In milioni di euro a prezzi correnti



BETTINA BUSH

Milano

Angelo Ballarini quando parla di prodotto non ama sottolineare termini come eccellenza o qualità. Li ritiene inflazionati, e preferisce piuttosto parlare di cultura, entrando nei dettagli. Forse anche per questo ha deciso di realizzare insieme a Richard Ginori per il Macef l'evento curato dall'architetto Gianfranco Gasparini (responsabile immagine dell'azienda), "Una mostra lunga un secolo", la storia dell'evoluzione della cucina nella società italiana del XX secolo, per conoscere cultura e tradizioni attraverso il cibo, anche perché l'azienda si è specializzata in pentole antiaderenti, che rappresentano il 70% del mercato italiano. L'attività in realtà era partita nel 1889 con una gabbia per uccellini, per poi passare ai primi utensili per la cucina, alle caffettiere, ai tegami, trasformando la produzione artigianale in industriale.

Nel percorso espositivo della mostra si parte dalla cucina del primo Novecento, povera a base di vegetali e farinacei, tipica dell'Italia rurale. Poi si fa qualche incursione in quella

originale dell'arte futurista che si fonde con tutti gli aspetti della vita quotidiana, e che sarà ripresa dalla Nouvelle Cuisine. Non poteva mancare la cucina delle trattorie, strettamente legate al territorio e ai piatti regionali. Il passo successivo è rappre-

sentato dall'arrivo, con il benessere, di frigoriferi e supermercati, che danno spazio ad una cucina più varia che, successivamente si spettacolarizza, con il trionfo degli chef, personaggi pubblici e carismatici. Alla fine ecco la cucina contemporanea, quella dei nostri giorni, punto d'incontro tra storia, e innovazione, rappresentata da "In Palmo di Mano", la nuova casseruola della Ballarini, che appare in tavola servita da una mano di legno, simbolo dell'inconfondibile saper fare italiano, filo rosso della mostra.

«Quando penso al Made in Italy — sottolinea Angelo Ballarini ad dell'omonima azienda fondata nel 1889 dal bisnonno — non mi riferisco solo a tutto ciò che viene fatto nel nostro paese, ma a quello che un oggetto rappresenta: cultura, storia, design, innovazione e gastronomia, che sono anche i valori che rafforzano i nostri prodotti, le pentole antiaderenti». È Ballarini riesce a vendere bene questi messaggi se si pensa che l'azienda che ha fatturato nel 2008 80

milioni di euro, esporta il 70% di quello che produce: «Siamo presenti in Germania con un filiale da tre anni, copriamo un po' tutta l'Europa, la Russia, i Paesi Baltici, gli Stati Uniti, il Medio Oriente e in Cina e India stiamo dedicando a dei progetti che hanno per titolo "I Love cooking". Siamo presenti nei grandi punti vendita con dei set gastronomici, le nostre scatole tematiche che vendono prodotto, ricetta e ingrediente insieme. Abbiamo cominciato con "I Love Pasta", per unire tre asset importanti: strumento, ingrediente e sapere, unendo tre eccellenze per una partnership vincente (pentola, pasta di un ottimo marchio e ricetta di una rivista prestigiosa), perché non vendiamo solo un oggetto ma la sua storia e la sua funzione».

Al Macef Ballarini sarà presente anche con un nuovo progetto, dell'azienda per l'azienda, con undici nuove linee per il mondo della ristorazione, chiamato "Ballarini Professionale". La crisi non sembra aver toccato

l'azienda nata in provincia di Mantova, leader nel settore che è rimasta fedele al territorio d'origine e che produce ancora tutte le sue pentole a Rivarolo Mantovano, senza perdere di vista le risorse umane: «Crediamo nell'innovazione e investiamo circa il 7% in ricerca e sviluppo — sottolinea Ballarini — usiamo tecnologie uniche di stampaggio, ci rivolgiamo a designer italiani e creiamo sempre oggetti finalizzati al loro utilizzo. Da anni crediamo nell'eccellenza tecnologica e produttiva, che si ottiene solo con un aggiornamento costante senza dimenticare il rapporto ottimale tra prezzo e qualità. Punta a un prodotto che deve avere una qualità assoluta, deve essere innovativo e unico, ma soprattutto rispondere alle esigenze del consumatore, insomma prima pratico, e poi bello. Negli anni siamo sempre stati coerenti nel seguire la stessa strategia che ci ha permesso risultati brillanti anche in tempi di crisi come questo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In arrivo undici nuove linee per il mondo della ristorazione

Spazio alla ricerca e alla tecnologia e giusto rapporto tra prezzo e qualità

