

A Firenze torna Taste, vetrina internazionale del gusto made in Italy

Alla Fortezza da Basso

Dal 3 al 6 febbraio

Silvia Pieraccini

Quando nacque a Firenze 16 anni fa da un'idea di Davide Paolini, Taste era un piccolo salone di nicchia che contava 120 produttori artigianali interessati a far conoscere le proprie specialità alimentari fuori dai confini locali e regionali. Oggi Taste è diventata una vetrina completa dell'alto agroalimentare made in Italy, dove piccole e medie aziende del settore vanno per trovare compratori internazionali e per presentare prodotti premium o in edizione limitata.

Una boutique di sapori che si sta rivolgendo sempre più a professionisti e operatori del settore (e sempre meno al pubblico), in arrivo da una cinquantina di Paesi. La 17esima edizione di Taste, in programma alla Fortezza da Basso dal 3 al 6 febbraio organizzata come sempre dalla società Pitti Immagine (la stessa della fiera di moda Pitti Uomo), vedrà 664 aziende espositrici provenienti da tutte le regioni italiane. Si va dal formaggio stagionato dalla crosta nera del caseificio centenario Bella Lodi, massima espressione della Dop Grana Padano, al laboratorio veronese Brio Gluten free bakery che sforna biscotti e lievitati senza glutine; dalla pancetta arrotolata stagionata per 300 giorni della chiantigiana Antica

Macelleria Falorni ai tè profumati di fiori della fiorentina La Via del tè; dai tartufi di aziende toscane come Savini o come Stefania Calugi ai prodotti a base di lupini dell'abruzzese Cinquina; dalla pasta all'albumina priva di colesterolo di Metodo Massi alla carne Wagyu fullblood allevata non in Giappone ma nell'azienda veneta Ca' Negra, unica certificata in Europa. Seguendo lo spirito di Pitti Immagine, il salone mescola gli stand degli espositori con mostre e progetti speciali - come i pollai domestici dell'azienda Giannoni&Santoni che dialogano col produttore di uova Paolo Parisi - o come i dibattiti sui colori che incidono sulle scelte alimentari o sul vino in anfora. E fuori dalla fiera, sparsi in città, fioriscono una cinquantina di eventi culinari inseriti nel cartellone 'Fuori di Taste'.

«L'Ice sta finanziando piani di ospitalità importanti dedicati a distributori, importatori, department store e singoli negozianti - spiega Raffaello Napoleone -. Non vogliamo fare concorrenza alle grandi fiere del cibo, ma vogliamo avvicinare i nostri espositori ai grandi mercati internazionali». La differenza con gli altri saloni italiani è legata alla selezione dei produttori, assicurano gli organizzatori. L'anno scorso ci furono più di 10mila visitatori, di cui seimila compratori (tra questi 600 provenienti da 50 Paesi esteri).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Visitatori sempre più
professionisti
e operatori del settore
e sempre meno
consumatori diretti**

