Mer 24 Set, 2025

Successo per i prodotti del nord Sardegna a Milano

Il nord Sardegna si gusta a Milano

Grande successo dei prodotti del territorio nell'evento Rice is live *all'Accademia di Belle arti di Brera*

L’agroalimentare del nord Sardegna conquista Milano. E lo fa su un palcoscenico importante. Quello dell’Accademia di Brera. Come dire: quando l’arte delle tradizioni e delle produzioni trova il giusto connubio con l’arte in senso stretto. Nell’evento "Rice is live" gli imprenditori presenti, una vera e propria task force del gusto, hanno dato prova di quanto i prodotti locali possano essere apprezzati e quanto di fatto possano essere promossi oltre Tirreno in situazioni tutt'altro che convenzionali. Ma per riuscire nell’impresa è necessario essere un gruppo per essere più forti e competitivi. Un pacchetto di mischia del gusto che possa tenere bene sul mercato di per sé stesso tosto e difficile da aggredire riuscendo ad uscire vincitori.

Pasta e vino, proposte di pacchetti turistici, acqua e olio per un'idea meravigliosa: creare uno spazio, filo rosso che leghi tutti gli operatori del settore di un gruppo che cerca il business anche attraverso strade non convenzionali. La cultura e l'arte, per esempio, che possono rappresentare elementi caratterizzanti anche dei saperi che si legano alle produzioni locali. Un'idea progetto sostenuta dalla Camera di Commercio di Sassari, che ha messo a disposizione i voucher fiere ed eventi a beneficio delle imprese che vi hanno preso parte.

Tre giorni di eventi, ed uno nel quale il nord Sardegna ha dimostrato di esserci con grande talento, poi il grande palcoscenico di Milano ha amplificato e non poco il messaggio del made in Sardegna attraverso l'Accademia di Belle Arti di Brera. Tutti entusiasti per le grandi qualità dei prodotti e l'altrettanto eccelsa idea di proporli in un modo innovativo. Una grande composizione, nell'abside della chiesa sconsacrata di San Carpoforo spazio espositivo ufficiale dell'Accademia. Un altare profano, disegnato con maestria da Giovanni Fancello, che ha portato in terra lombarda la sacralità di una terra capace di esprimere grandi saperi e sapori unici. Al punto che anche l'assessore regionale al turismo, Francesco Morandi, presente all'incontro, ha dimostrato grande interesse per una proposta del tutto fuori dagli schemi.

Per un progetto ad ampio spettro che unisca le imprese a tutte le componenti territoriali e che abbia come fine ultimo la crescita del sistema inteso nell’accezione più ampia del termine. Condivisione di conoscenze, strategie e relazioni nell’interesse collettivo. Le imprese devono dialogare con il territorio e sentirsi parte integrante. Occasioni come quella milanese, servono proprio a questo.

"È un avvio di grande impatto per tutti noi - hanno detto gli imprenditori, dieci in tutto, che hanno aggregato a loro anche due reti di imprese - per vedere se siamo in grado di poter competere in contesti importanti. E crediamo che l'esperimento sia riuscito in pieno. Abbiamo dimostrato che siamo in grado di essere una squadra dalle grandi potenzialità e che anche alla prima uscita è stata in grado di stare in campo bene ed uscirne vittoriosa. Certo, si può fare meglio, ma è per questo che siamo insieme, per migliorare la proposta del nostro sistema territoriale di cui fanno parte anche molte altre componenti come ad esempio l'università, ambito imprescindibile per chi vuol fare impresa con prodotti competitivi ed innovativi in grado di ritagliarsi uno spazio nel mercato."

In Lomabardia hanno preso parte a Rice is Live, Antonino Spanu, professore ordinario di Agronomia generale e Coltivazioni erbacee presso il Dipartimento di Agraria dell’Università degli Studi di Sassari e il professor Torquato Frulio, nutrizionista, pronti ad "alimentare" il dibattito prima delle proposte degli chef Gabriele Piga e Fausto Tavera che hanno potuto dare il meglio della loro arte grazie al contributo della Salis salumi, del caseificio Casafadda1886 - della pasticceria Tavera, dell'azienda tessile Le pavoncelle di Lino, del sugherificio Pasella, dell'Acqua Minerale San Martino, dei vini delle Tenute Delogu, del pastificio Tanda & Spada, di Argea di Chessa , della Confraternita del moscato di Sorso e Sennori e reti di imprese, SARDINIA LIMES con le aziende Libra, Touristic Footprint, Anglona Tour, Evento e Visit Sartiglia che ha presentato un interessantissimo stand e SARDINIA ON con la Rete di Aziende Mizar, Scoprisardegna, La Mirò, Asinara 4X4, Shardana, Asinara Avventura, Asinaraland, Offshore Tour, eQuorea e Trenino Catalano.

Stampa in PDF

PDF

Ultima modifica

Mer 22 Ott, 2025