



## I VALORI CHE TI PORTI DENTRO

aeroporto di Olbia - Costa Smeralda  
venerdì 29 settembre 2017

Testo medio (2700 caratteri)

I valori che ti porti dentro.

Con questo slogan si è aperto l'evento/conferenza stampa organizzato dal Pastificio Sa Panada s.r.l., tenutosi il 29 settembre negli spazi aeroportuali di Olbia.

L'evento si è sviluppato attraverso l'intervento di alcuni relatori che hanno delineato un percorso evolutivo sul tema "food".

Maria Assunta Fodde (Direttore scientifico museo Art-Port Aeroporto Olbia Costa Smeralda) ha introdotto il tema degli "antichi sapori di Sardegna", anche in ragione della sua recente esperienza, quale curatrice, nell'omonima mostra realizzata e appena conclusasi proprio negli spazi espositivi aeroportuali.

Il primordiale sfruttamento delle granaglie selvatiche autoctone, il successivo addomesticamento nelle varie coltivazioni, fino agli attuali cereali e legumi, hanno aperto l'argomento delle "nuove tendenze alimentari nel mercato internazionale", esposto da Mario Bruzzone (Managing Director di Marketing Projects House). Il dott. Bruzzone, che nei suoi successi professionali di livello internazionale, conta, tra i tanti, il lancio di prodotti quali Ferrero Rocher e Nutella, ha posto l'accento sulle attuali preferenze dei consumatori, sui cibi vegani e sugli ingredienti catalogati come indicati per un buon metabolismo.

La domanda posta dal terzo relatore, Stefano Mameli (Segretario Regionale di Confartigianato Imprese Sardegna), perciò, è apparsa naturale: esiste un prodotto alimentare nostrano che, conservando immutato il suo legame con la

tradizione, possa trovare una sua interpretazione moderna e pertanto affacciarsi efficacemente sul mercato del food nazionale ed internazionale?

La panada è senza dubbio un prodotto che ha questa potenzialità.

Potenzialità che, in verità, già oggi si è trasformata in realtà, perché, come ci spiegano Valentina e Martina Meloni (rispettivamente Communication Manager e Commercial Manager del Pastificio Sa Panada s.r.l. di Oschiri), l'azienda ha già sviluppato un prodotto con queste caratteristiche ed attualmente presente negli scaffali di Eataly, catena specializzata nella selezione, vendita e somministrazione dei migliori prodotti alimentari nazionali.

Proprio da questo canale distributivo arrivano i primi, incoraggianti, entusiastici consensi.

Consensi ampi e condivisi anche dagli ospiti della conferenza che hanno avuto modo di apprezzare, a fine serata, le panadas magistralmente impiattate dallo chef Gianfranco Pulina (proprietario del Ristorante Golden Gate di Bortigiadas e noto per i suoi interventi nella trasmissione Geo di Rai3).

Le Panadas sarde, dunque, si vestono di modernità e con esse si rinnova anche l'immagine dell'azienda fondata da Laura Achenza.

Un'immagine fresca, pulita, a tratti poetica, curata dall'agenzia pubblicitaria "pAint us" per un'azienda determinata ad ampliare i propri orizzonti, pronta ad affermarsi oltre il Tirreno (e chissà, noi ce lo aspettiamo, anche oltre l'Atlantico) facendosi portatrice di ciò che ogni sardo custodisce nel proprio spirito... e ogni sardo che oltrepassa il mare lo sa bene, conosce quale sia quell'ingrediente segreto che contraddistingue il suo popolo, quei valori che si porta dentro.