

I ravioli varesini sbarcano in America

Pubblicato: Lunedì 4 Luglio 2011



Diciamocelo: la cucina varesina, tra tutte quelle locali italiane, non è che brilli per fama. Non ha particolari spunti di originalità nè eccellenze produttive particolari, tranne qualche prodotto di nicchia.

Un fenomeno però sta sbancando i banchi dei supermercati, al di là della nostra stessa percezione: quello del raviolificio Scoiattolo, che punta sulla pasta fresca – soprattutto ripiena – di qualità. Il marchio sta scalando le classifiche di categoria a velocità vertiginosa: ora è secondo solo a Giovanni Rana, dopo avere appena scavalcato la **Buitoni**. E, dulcis in fundo, sta per sbarcare negli Stati Uniti, grazie ad una serie di accordi appena siglati: il primo appuntamento Usa è la fiera **Fancy Food Show di Washington**, in programma dal 10 al 12 luglio 2011.

Ma tutto questo cosa c'entra con Varese? C'entra, altrochè: perché stiamo parlando di un'azienda di Lonate Ceppino e di una famiglia numerosa e unita che vive nel Varesotto.

«Io facevo il rappresentante di pasta e ravioli – racconta il capostipite **Umberto Belletti (foto sopra)** – mia moglie è emiliana e fa ancora ora dei tortellini meravigliosi . All'idea di mettere una azienda in proprio, ci siamo arrivati perché la pasta che rappresentavo non andava mai bene. Allora mia moglie ha detto: “Perché non proviamo a farli noi? E così abbiamo cominciato **con i Di Caro e i Guerra (i cognomi dei due generi ndr)**, usando una macchinetta per i tortellini dell'epoca di **Anita Garibaldi...**».

Ora l'azienda è riuscita a rendere industriale la trafilatura al bronzo, ma i ravioli al brasato sono ancora fatti con un gran pentolone dove ribolle il brasato vero, cucinato con la ricetta della nonna.

All'inizio, i clienti erano soprattutto gli spacci aziendali e gli ambulanti. «Clienti che gestivo tutti io – continua Belletti – La prima catena di supermercati che ci ha dato fiducia è stata l'Iper di Varese. Dopo sono andato a **Brembate, Seriate** e poi è cominciato tutto».

Un percorso di qualità imposto al contrario, prima piccoli punti vendita e poi la grande distribuzione: «Stiamo diversificando i prodotti con nuovi gusti – spiega **Massimiliano Di Caro**, giovanissimo rappresentante (ha 23 anni) della terza generazione e direttore marketing dell'azienda – come quello alle patate, rosmarino e parmigiano, o come quello al prosciutto crudo, miele e formaggio di capra. Tutti ingredienti presenti per davvero e nelle quantità necessarie. E all'assaggio si sente».

In **America** sbarcheranno con delle novità importanti, come la pasta biologica. «**Nell'Europa del nord** – continua Di Caro – c'è il mercato più interessante per questi prodotti in quanto sono molto attenti agli ingredienti. La linea biologica, col marchio “stile di vita”, sta infatti conquistando l'Europa prima ancora che il nostro Paese».

Rimane un dubbio: come pronunceranno gli americani la parola scoiattolo?

Stefania Radman

stefania.radman@varesenews.it