

...In un momento in cui l'abuso del Made in Italy è davvero arrivato alle stelle, credo siate riusciti a centrare un obiettivo importante: trasformare una "semplice" confezione di pasta in un prodotto che stimola l'assaggio e il consumo consapevole. Già. Il consumo consapevole: il punto di debolezza delle produzioni alimentari italiane. Puntare, come avete fatto, sull'origine della materia prima, sulla territorialità del grano e dell'arte pastaria, penso siano le carte vincenti per una rinnovata azione di marketing. Mai come in questo momento, infatti, c'è bisogno di capire appieno ciò che arriva sulle tavole. Partendo proprio dal prodotto più consueto e "normale" quale è la pasta. Bravi!

Luca Borghi