

# “Così venderò i miei formaggi fuori Italia”



## FORMAGGIAIO

Luciano Guidotti, titolare del famoso negozio di formaggi Borgiattino è “Maestro del gusto” da sempre

ERICA DI BLASI

«**F**OODMOOD è senza dubbio un'occasione per allargare la propria rete di vendita». Luciano Guidotti è il titolare di Borgiattino, lo storico negozio di formaggi corso Vinzaglio 29: Maestro del gusto da sempre, ma anche attento imprenditore, parteciperà con una sua postazione al Salone.

### Come funziona FoodMood?

«A chi sceglie di partecipare viene innanzitutto chiesta la disponibilità sui cinque giorni di incontrare i professionisti interessati ai suoi prodotti. Io proprio per sfruttare al meglio quest'occasione ho lasciato l'agenda libera. Sulla base degli impegni reciproci vengono poi fissati degli appuntamenti. Vista la forte

presenza straniera, la Camera di Commercio mette a disposizione di entrambe le parti degli interpreti per comunicare senza problemi».

### Che potenzialità possono avere questi incontri?

«E' difficile da valutare visto che FoodMood è una prima assoluta. Senza dubbio possono esserci sviluppi interessanti. Noi vendiamo i nostri prodotti attraverso il sito Internet: tra i nostri clienti “da fuori” ci sono sia ristoratori, ma per la maggior parte si tratta di privati. Abbiamo richieste dal Lazio, dalla Lombardia. Il nostro obiettivo, oltre quello di puntare sulla qualità, è anche di fare business, toccando magari una fascia nuova di clientela in Italia e all'estero: persone che ancora non ci conoscono, ma che posso-

no apprezzare questi formaggi».

### Su quali clienti puntate?

«Ristoranti o negozi di un certo livello. Si tratta di prodotti di nicchia che hanno per così dire un commercio particolare. Non se li compra il “bar sotto casa”, a meno che non voglia fare un locale particolare, che punti molto sulla qualità».

### Al Salone cosa porterete?

«Parteciperemo con i formaggi d'alpeggio, non più di una decina. Arrivano tutti da piccoli casali: non si trovano nella grande distribuzione. In questo modo mi farò portavoce anche per loro, per i piccoli produttori. Speriamo attraverso FoodMood di stringere accordi, o anche solo collaborazioni, interessanti per gli uni e per gli altri».