

# «Chef stellati e web, la nostra pasta vola»

Prodotta a Campofilone, la Corona è stata inserita da Forbes tra le cento eccellenze alimentari d'Italia. I produttori: l'e-commerce è il futuro

## Appello della Cna: estendere il periodo di validità del Durc

La Cna Fermo ha raggiunto un importante traguardo nella richiesta di estendere la proroga del periodo di validità del Documento unico di regolarità contributiva (Durc) a garanzia delle imprese del territorio. «Martedì alla Camera dei Deputati è stato fatto un altro passetto avanti in questa direzione – afferma il presidente Paolo Silenzi – che ci permette di essere soddisfatti sì, ma a metà». La Cna spiega che è stato espresso parere favorevole a procedere per la copertura del Durc in occasione del primo provvedimento normativo utile ad estenderne la validità, fino alla data di cessazione dello stato di emergenza e comunque non oltre il 30 aprile prossimo. «Il Durc è una storia di democrazia, nata dalle criticità segnalate delle nostre imprese sul territorio – prosegue Silenzi – che ci stiamo impegnan-



do a risolvere senza essere lasciati soli. Partendo infatti dalla consapevolezza che senza Durc non si incassano pagamenti pubblici e contributi, e senza proroga di validità il tutto diventa impossibile, abbiamo lanciato un grido di allarme a sostegno delle imprese, accolto dall'onorevole Mirella Emiliozzi».

«Abbiamo lavorato e stiamo lavorando – sottolinea Alessandro Migliore, direttore Cna Fermo – per portare a casa un correttivo che sana un 'buco' temporale che sta rendendo la vita impossibile a qualche centinaio di imprese sul nostro territorio e migliaia a livello nazionale». Migliore spiega che la segnalazione e i contatti legati al Durc, sono passati all'associazione nazionale di Cna per tentare la strada dell'emendamento, risultato poi bocciato in Parlamento per carenza di parere ministeriale. «Ora – conferma il direttore – ci sarà un incontro con il ministro Orlando, preceduto da un confronto con il Mef, finalizzato a sistemare un aspetto normativo decisivo per la soluzione del problema, che per alcune imprese è davvero enorme».

Una pasta che vale come un gioiello, che profuma di buono e racconta dell'oro dei campi, delle mani che con sapienza rompono le uova, che custodisce i segreti di un territorio. È finita tra le cento eccellenze italiane riconosciute da Forbes la pasta Corona, prodotta a Campofilone negli stabilimenti di De Carlonis. Unica realtà delle Marche ad essere riconosciuta dalla prestigiosa rivista che parla di lusso, la pasta che porta il nome dell'imprenditrice Tiziana Corona è stata selezionata da cinque esperti tra cui Susanna Tanzi, giornalista esperta del settore luxury, Stefano Cocco, editore della rivista So wine so food, e Luca Gardini, miglior sommelier del mondo per il 2010.

Un prodotto esclusivo, di altissima qualità, curato nel dettaglio fino al packaging, Tiziana racconta l'emozione di trovare il suo nome tra le pagine di Forbes: «Fin dall'inizio abbiamo puntato su un prodotto unico, pasta Corona è nata appena un anno fa pensando proprio al mercato del lusso, ad una produzione limitata ma assolutamente curata. Oggi possiamo dire che si tratta di un prodotto che davvero raggiunge un livello alto, è nei ristoranti stellati, in vendita in boutique del made in Italy e soprattutto all'estero».



Tiziana Corona ha dato il nome alla pasta realizzata negli stabilimenti De Carlonis

L'azienda è profondamente legata al territorio di Campofilone, nel prossimo futuro c'è un progetto grande: «Stiamo allestendo un punto vendita che sarà anche uno show room della pasta Corona, uno spazio per piccoli eventi, per ricevere i nostri partner, con una cucina a vista. Anche qui, un luogo profondamente elegante che abbiamo voluto nel centro di Campofilone. Il nostro è il paese della pasta, ci teniamo a legare la storia

di questo brand a questo territorio che poi è nei prodotti che utilizziamo e che ci consentono di farla conoscere anche fuori Italia». La pasta Corona è apprezza-

### ANCORATI AL TERRITORIO

«Nel centro del paese uno show room per piccoli eventi, per ricevere i nostri partner e con la cucina a vista»

ta nei paesi europei, dalla Germania alla Francia, ma anche in Inghilterra, in America, in Asia. Si vende on line perché l'e-commerce è la nuova frontiera, soprattutto in questi tempi difficilissimi.

«L'anno scorso eravamo nell'area accoglienza del festival di Sanremo, quest'anno non si potrà fare per la pandemia ma ci piacerebbe costruire sinergie con gli chef del nostro territorio, ci sono tanti giovani di talento, vorremmo davvero la pasta Corona fosse simbolo del territorio ad alti livelli», sorride Tiziana, «per molti il riconoscimento di Forbes è un punto di arrivo, per me è un nuovo stimolo a fare sempre meglio, vorrei che la mia pasta venisse riconosciuta come la migliore del mondo. Portiamo in vetrina tutto il fermano, su quelle pagine che ci onorano, insieme ai nostri prodotti vendiamo anche la bellezza di questa terra, il profumo del grano Senatore Cappelli, delle uova rotte a mano una per una, della trafilatura in oro. Speriamo riaprano presto i confini, mi piacerebbe aprirmi al mercato degli Emirati Arabi, speriamo che si possa fare il prossimo Expo e che le eccellenze italiane tornino a volare».

Angelica Malvatani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Pronte le scarpe firmate Fessura e Pepsi

Il calzaturificio di Andrea Vecchiola a marzo apre anche un nuovo punto vendita a Civitanova Marche

Il mese di marzo segna due importanti traguardi per il calzaturificio Fessura di Andrea Vecchiola: la concretizzazione dell'annunciata partnership con il colosso Pepsi attraverso la realizzazione di una capsule collection giovane e frizzante disponibile in negozi selezionati e online (su fessura.com) che debutterà ufficialmente il 13 marzo e, in quella stessa data, l'apertura del nuovo punto vendita a Civitanova Marche, in Piazza XX Settembre, angolo via Conchiglia (che va ad aggiungersi a quello presente nell'outlet village 'Il Castagno', in zona Brancadoro di Casette d'Ete).

Sono tre i modelli della collezione limitata di scarpe sportive firmate Fessura X Pepsi, realizzate con i colori e il brand della Pepsi, esaltando le iconiche silhouette del brand made in Montegranaro: Edge X, l'inconfondibile e iconica scarpa da ginnastica; Reflex, la sneaker che combina stile e benessere; Arrow Tab, altra sneaker che coniuga design e innovazione.

L'importante accordo di licenza globale siglato meno di un anno fa con la multinazionale americana, rappresenta un ulteriore, prestigioso, passo avanti nel percorso di crescita dell'azienda di calzature montegranarose.

Fin da subito, erano stati chiari gli obiettivi che il fondatore Vec-



Andrea Vecchiola ha siglato l'importante accordo di licenza globale meno di un anno fa con la multinazionale americana

chiola puntava a raggiungere: «Creare una collezione di grande impatto per un pubblico giovane, moderno, anticonformista, e raggiungere la massima distribuzione della collezione, nei flagship stores, nelle boutique multimarca, nella piattaforma e-commerce».

La collezione Fessura X Pepsi sarà presente anche nel nuovo

punto vendita monomarca di Civitanova Marche (insieme a collezioni di calzature da uomo, donna e bambino) che si inserisce in una strategia di espansione dell'azienda che prevede l'apertura, nei prossimi due anni, di altre boutique monomarca in Italia e all'estero.

Marisa Colibazzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA