

X

## Innovazione

LE SFIDE

# Salumi ad alta quota La famiglia Menotti

Sulla Sila, che si spopola, dal 1967 si producono insaccati secondo tradizione  
E dopo la Germania, il Belgio, l'Irlanda, la Francia, ora si punta al Canada

di **Concetta Schiariti**

Lo spopolamento dei paesini ai piedi dell'Altopiano Silano arretra di fronte al lavoro appassionato dei tre giovani fratelli Caligiuri, a capo del Salumificio Menotti di Colosimi in provincia di Cosenza. Con una produzione costantemente in crescita, indirizzano e segnano il passo di quanto l'unicità delle manifatture locali sappia conquistare i mercati internazionali.

«Offriamo una fetta di storia calabrese — spiega con entusiasmo Maurizio Caligiuri — proseguendo la sfida lanciata da nostro padre Menotti. Puntiamo sulla continuità di antiche ricette artigianali, accompagnate dalla rigorosa qualità delle materie prime e dall'innovazione dei certificati processi di lavorazione». Dal 1967, ora coordinata dalla madre Antonia, l'azienda collega la propria produzione di salumi alla spiccata genuinità dei prodotti, espressione di questa terra. Ogni singolo ingrediente fotografa l'identità del territorio da valorizzare e tutelare, attraverso una filiera produttiva innovativa.

«Consapevoli dell'inimitabile segreto di alcune ricette — continua Maurizio Caligiuri — abbiamo voluto preservarle e proiettarle nel futuro, investendo in impianti e processi di lavorazione a garanzia dell'alta qualità alimentare». Un percorso preciso ed impegnativo che è servito ad ottenere una rosa di rigide certificazioni (ISO 9001 - BRC e IFS) che tracciano i contorni della loro carta d'identità aziendale. «Sono il nostro lasciapassare nel mercato — aggiunge —. Del resto, ancor prima di iniziare una trattativa, soprattutto all'estero, mi vengono richieste le certificazioni a tutela della tracciabilità e della qualità del prodotto».

Con lo sguardo al mercato, i salumi Menotti superano, prima di tutto, il



**L'azienda**  
Nella foto Massimo Caligiuri, proprietario dell'azienda di famiglia Menotti

difficile banco di prova regionale. «Può sembrare paradossale — sorride Maurizio Caligiuri che aggiunge — ma è difficile riuscire ad essere scelti dai consumatori calabresi, naturalmente esperti dei nostri antichi sapori. In pratica, significa avere conquistato l'inflessibile parere della giuria tecnica». Nei fatti, gli insaccati e i salati Menotti, organizzati in tre linee produttive, raggiungono la Germania, il Belgio, l'Irlanda, la Francia, la Svizzera ed ora strizzano l'occhio al Canada. «Abbiamo appena superato i rigidi controlli zoosa-

nitari per il mercato canadese — racconta con palese soddisfazione — per i quali abbiamo intrapreso importanti e specifici investimenti».

Seguono l'intera filiera, iniziando dalla severa selezione delle carni fino alla diretta contrattazione commerciale. «Mi piace trattare personalmente la presentazione del mio prodotto — continua Maurizio Caligiuri — perché credo nell'originalità del mio lavoro e nei rapporti diretti con i miei clienti, dal più piccolo al più grande, che sia in Italia oppure all'estero». Con un fatturato di 1,4 milioni di euro ed una crescita costante del 10 per cento, nello stabilimento di mille metri quadrati, posto ai piedi della Sila ad un'altitudine di 900 metri, i salumi Menotti, affumicati naturalmente, nascono da una lenta stagionatura e da un quotidiano ricambio d'aria all'interno delle sue quattordici celle di stagionatura. A coronare l'intera gamma produttiva, oltre la linea tradizionale Menotti e la Dop di Calabria, producono i salumi di Suino Nero di Calabria. Così, offrono al consumatore il sapore forte ed unico di un territorio, che si manifesta a partire dal libero allevamento in campagna del suino, protratto per circa diciotto mesi. Soci fondatori del Consorzio di Tutela dei Salumi Dop di Calabria e membri del Consorzio del Budello Naturale, seguono protocolli di produzione esclusivamente naturali per portare nel futuro le antiche tradizioni. «Rivolgiamo molta attenzione alla tutela della salute alimentare — conclude Maurizio Caligiuri — che passa anche dallo scrupoloso rispetto delle intolleranze. Per questo motivo i nostri salumi sono privi di glutine e di derivati del latte».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LA PARTNERSHIP Besana e Bcp alla conquista della Cina

Un fatturato di 190 milioni di euro con la previsione di superare i 200 milioni di euro nel prossimo triennio, un progetto internazionale di filiera già avviato con successo, ecco i punti di forza di Besana che, nella Banca di Credito Popolare, ha trovato il partner finanziario in grado di sostenere i progetti di sviluppo 2019/2021. Il gruppo di San Gennaro Vesuviano (NA) — fondato dalla famiglia Calcagni, alla guida dell'azienda da quattro generazioni — è leader a livello mondiale nella lavorazione e commercializzazione della frutta secca ed essiccata. Gli investimenti previsti per il prossimo triennio ammontano a più di 10 milioni di euro, che saranno destinati al potenziamento e all'evoluzione tecnologica, ad internazionalizzarsi sempre più. Già da diversi anni Besana guarda infatti al mercato asiatico, con una particolare attenzione verso quello cinese. Un interesse confermato, lo scorso

### L'azienda

Da sinistra, Marcella Netti, corporate director, Riccardo e Vittoria Calcagni di Besana



anno, dalla partecipazione a tre fiere nel Paese del drago. Il piano di crescita per il triennio 2019/2021 prevede il rafforzamento della presenza in Cina attraverso uno specifico progetto di marketing e lo sviluppo di nuovi brand anche con la costituzione della società Besana Hong Kong. All'ampliamento del mercato, si affianca il progetto internazionale di filiera per lo sviluppo integrato e per la valorizzazione della produzione, sviluppato con gli agricoltori del centro Asia e dell'Europa Centrale. Con l'accordo firmato con la Banca di Credito Popolare, l'azienda potenzierà i progetti in atto. «Abbiamo impostato un ambizioso business plan per l'ampliamento del gruppo, volto a dare nuova linfa ai progetti nei quali crediamo molto — afferma Pino Calcagni, presidente di Besana — grazie anche alla fiducia dimostrata dal Credito Popolare, potremo potenziarli e svilupparli al meglio nel prossimo triennio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Un libro, un caso

a cura di **Monica Mattioli**  
momatt@iol.it

### Migliorare gli standard di vita: le teorie di Wald «rilanciano» i valori umani

«Da dove veniamo, che tipo di creatura siamo, cosa ne sarà di noi»? Alle domande fondamentali dell'umanità risponde George Wald, professore a Harvard e premio Nobel per la medicina nel 1967, di cui Add pubblica i testi delle Massey Lectures, un ciclo di sei lezioni radiofoniche trasmesse nel 1970. Armato dei solidi strumenti del biologo e di un'insolita passione, espone la sua «religione laica di scienziato» e fa il punto sull'umanità del suo tempo: «dinosauri» che generano figli che «non possono essere certi di avere un futuro».

Il biologo, amava ribadire, è «uno scienziato che ha a che fare con la vita», deve agire politicamente per



**La copertina**  
«Gas molecole vita»  
George Wald  
Add editore,  
128 pagine,  
12 euro

preservarla: Wald abbraccia con ardore la causa pacifista contro la guerra del Vietnam e supporta campagne per il controllo delle nascite. A distanza di mezzo secolo i problemi definiti dallo scienziato «che sapeva come rendere la biologia interessante, comprensibile e affascinante» - nel 1966 Time lo ha definito «uno dei dieci migliori insegnanti del Paese» - sono ancora attuali: sovrappopolazione, rischio nucleare, conseguenze dell'ineguaglianza e dell'inquinamento, usi e abusi della tecnologia, importanza della diversità. Che fare? Per Wald «migliorare gli standard e la qualità di vita della gente di tutto il pianeta e concentrarsi sui valori umani fondamentali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'Economia

SUPPLEMENTO DEL **CORRIERE DEL MEZZOGIORNO**Anno XIV - N. 3  
€ 0,50 (non vendibile separatamente dal Corriere della Sera)

Direttore responsabile: **ENZO D'ERRICO**  
Redattore capo centrale: **PAOLO GRASSI**  
Vice caporedattore vicario: **VINCENZO ESPOSITO**  
Editoriale del Mezzogiorno srl con socio unico, soggetta a direzione e coordinamento da parte della società RCS Mediagroup S.p.A.  
Presidente: **GIUSEPPE FERRAUTO**  
Amministratore delegato: **ALESSANDRO BOMPIERI**

Sede legale: Vico Il S. Nicola alla Dogana, 9 - 80133 Napoli  
Registrazione al Tribunale di Napoli n. 55 del 26.05.2006  
Redazione, produzione e amministrazione: NAPOLI 80133  
Vico Il S. Nicola alla Dogana, 9 - Tel. 081-760.20.01 -  
Fax 081-580.27.79 e-mail: redaz.na@corriereedelmazzogiorno.it  
Redazione BARI 70122 - Via Marchese di Montrone, 8 - Tel. 080.576.61.11  
Fax 080.527.57.62 - e-mail: redaz.ba@corriereedelmazzogiorno.it  
Internet: www.corriereedelmazzogiorno.it

Responsabile del trattamento dei dati (D.Lgs. 196/2003): **Enzo d'Errico**

© Copyright Editoriale del Mezzogiorno s.r.l. - Tutti i diritti sono riservati.  
Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.  
Stampa: RCS Produzioni S.p.A. - Viale Ciamarra 351/353 - 00173 ROMA

Publicità: Rcs MediaGroup S.p.A. - Dir. Publicità  
Via Campania, 59/C - 00187 Roma - Tel. 06.6882.8692 - 06.6882.8662  
Legale: Tel. 02.2584.6665 - www.rcspubblicita.it  
Publicità locale: Piemme S.p.A. - Centro Direzionale Torre Francesco - Is. B5 - 80143 Napoli. Tel. 081.247.31.11 - Fax 081.247.32.20 - www.piemmeonline.it

Mediterranea S.p.A. - Piazza Aldo Moro, 37 - 70122 Bari  
Tel. 080.548.51.11 - info@mediterraneaaspa.eu - www.mediterraneaaspa.eu  
Proprietà del marchio **CORRIERE DEL MEZZOGIORNO**

RCS MediaGroup S.p.A.  
Distribuito con il **CORRIERE DELLA SERA**  
Direttore responsabile: **Luciano Fontana**