

FIASCONARO

LA DOLCE SICILIA ESTERO E LUSO

Dagli Usa all'Australia, si espande l'azienda
che ha rivisitato il panettone. «Difendiamo l'italianità»

**«Con Dolce & Gabbana
c'è molto di più
di una semplice
collaborazione, c'è
una sintonia di intenti
e di progettualità»**

di ISIDORO TROVATO

L'innesto è quasi sempre il segreto del successo di gusti e sapori nuovi. Succede in natura, ma anche in cucina. La storia di **Nicola Fiasconaro**, nato a Castelbuono, un paesino sulle Madonie, in provincia di Palermo, ha origine proprio da un innesto: le tecniche imparate dal padre pasticciere si fondono con quelle di Terecio Busnelli, maestro della pasta acida, che trasferisce a Nicola i segreti per realizzare il panettone. Il dolce, simbolo iconico della milanesità, conquista **Fiasconaro**, che nel 1988 avvia la prima produzione di duemila panettoni artigianali ispirandosi alla rivisitazione del dolce in chiave madonita. Un nuovo innesto dunque fa nascere il primissimo panettone **Fiasconaro**: il Mannetto, realizzato con la rinomata manna, resina estratta dal frassino delle Madonie.

«Da allora è iniziata una cavalcata travolgente — ricorda **Nicola Fiasconaro** — ma insieme ai miei fratelli abbiamo fatto in modo che l'azienda poggiasse su un patrimonio di valori che è rimasto inalterato nel tempo: l'artigianalità, l'attenzione alle materie prime, mettere le persone al centro e operare per la massima valorizzazione delle eccellenze del territorio siciliano».

Giunta alla terza generazione, l'azienda **Fiasconaro** è un'eccellenza del made in Italy, con un fatturato 2021 di oltre 32 milioni di euro — in aumento del 52% rispetto

al periodo pre-pandemia — e una crescita del 20% su tutti i principali mercati. L'azienda è presente in 60 Paesi e l'incidenza delle esportazioni ha raggiunto il 27% sul fatturato complessivo. Fra i mercati trainanti spiccano Stati Uniti, Canada, Europa, Australia, affiancati da Paesi in forte crescita come Grecia, Bulgaria, Turchia, e Romania. «L'appeal del gusto italiano è sempre più forte in giro per il mondo — afferma il pasticciere siciliano —: dobbiamo difendere le peculiarità dei nostri sapori e delle nostre ricette perché il ritorno economico dall'estero è assicurato. Il nostro export cresce di anno in anno non solo per i dolci delle ricorrenze (panettoni e colombe) ma anche per tutto il patrimonio dolciario che la nostra tradizione si porta dietro. Per questo motivo mi piace molto il termine sovranità utilizzato dal nuovo governo per sostenere il made in Italy».

I riconoscimenti internazionali hanno spinto la diffusione delle creazioni dolciarie «made in Madonie»: non a caso nel 2016, a Londra, il panettone «King» ha ottenuto un importante riconoscimento internazionale: la Stella d'Oro al Great Taste Awards, uno dei più prestigiosi premi nel panorama del «Food and Beverage» dell'intero Regno Unito.

A partire dal 2018, poi, è arrivata la collaborazione che non ti aspetti: Dolce&Gabbana e la storica pasticceria siciliana si sono uniti per

celebrare il dolce natalizio tipico degli italiani: il Panettone. Un'unione che ha il sapore di autentica artigianalità, che sigilla l'amore per la Sicilia con tutte le sue tradizioni ma soprattutto diventa veicolo di conoscenza in tutto il mondo. «Con Dolce & Gabbana c'è molto di più di una semplice collaborazione — spiega **Fiasconaro** — c'è un sintonia di intenti e di progettualità. Lo



ro portano i nostri prodotti nelle vetrine di tutto il mondo dando visibilità ai prodotti siciliani, alla sicilianità e al made in Italy migliore. Da tempo stiamo lavorando anche a dei “disciplinari gastronomici” che possano proteggere le ricette della tradizione italiana e preservarle da imitazioni e alterazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

