Corte del Dome: l’eccellenza del Made in Italy a portata di Horeca (e non solo)

20240916130349domenicomangiaranoemarcostabile-1e2062c0

Prodotti selezionati, realizzati con materie prime di altissima qualità da piccoli artigiani legati alle tradizioni regionali italiane. È questa la ricetta che ha ispirato la nascita di **Corte del Dome**, selezione di **referenze d’eccellenza della gastronomia italiana voluta da Domenico Mangiarano**, imprenditore toscano ed esperto di marketing, **affiancato in questa avventura da Marco Stabile**, chef patron del **ristorante Ora d’Aria** di Firenze.

Punto di partenza del progetto sono le **referenze portabandiera della cucina toscana**, terra d’origine di entrambi i promotori. Nella proposta del brand trovano, infatti, spazio **una linea di pasta** realizzata artigianalmente con acqua di sorgente delle montagne pistoiesi e grano delle campagne maremmane, e **un assortimento di biscotti** fatti seguendo un metodo tradizionale e utilizzando solo poche materie prime eccellenti, tempi lunghi di lavorazione, senza conservanti e coloranti e dove il cantuccio è protagonista assoluto.

Ma non solo. Nella lista non poteva infatti, mancare **l’olio extravergine di oliva**, da sempre vanto della Toscana. Il tutto condito con il fiore all’occhiello della nuova gamma: **sughi e salse già pronti**, preparati con soli ingredienti toscani, realizzati e messi a punto dallo stesso Stabile.

Obiettivo dichiarato di questo sapiente mix è, dunque, **la valorizzazione dei sapori autentici dei piatti gastronomici toscani**. Ma va detto che il progetto guarda già oltre. *«Vorremmo costruire un’offerta capace di abbracciare le specialità gastronomiche di tutte le Regioni d’Italia»*, afferma Mangiarano. E non si tratta di sola teoria. *«Nel prossimo futuro* – anticipa Mangiarano – p*otremmo valutare l’allargamento dell’attuale proposta anche alla Liguria con l’introduzione del Pesto e della tradizionale pasta locale».*

Dal punto di vista commerciale, **il brand si posiziona su una fascia medio-alta del mercato** e si dirige tanto a una distribuzione specializzata e di nicchia, quanto al canale Horeca. Con, all'orizzonte, un duplice approdo. «*Contiamo di presidiare sia l'Italia sia l'estero*», spiega Mangiarano. Una **strategia espansiva ambiziosa**, dunque, che sarà sostenuta e promossa attraverso la partecipazione ad alcuni eventi fieristici del settore F&B, come pure grazie a video tutorial pensati per aiutare nel corretto ed efficace utilizzo dei prodotti, che verranno distribuiti sui profili social e sui canali digital dell'azienda.

I prodotti di Corte del Dome, disponibili online su **cortedeldome.com**, sono stati **presentati in anteprima** a un pubblico di giornalisti, esperti e appassionati lo scorso 12 settembre **durante un evento ospitato da Barcone Milano**, venue ricercatissima, ormeggiata sulle sponde del Naviglio Grande.