



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Dipartimento di Studi Umanistici

Corso di Laurea Triennale in Lingue e Culture Moderne

Curriculum “Lingue per l’impresa”

Classe L-11

**LA PROMOTION
DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES SARDES
PAR LA CCIF-LYON :
LE CAS DES « MALLOREDDUS »**

Relatore:

Chiar.mo Prof. Vittorio Fortunati

Tesi di Laurea di:

Federica Idone

Matricola n. 503979

Anno Accademico 2025 – 2026

À ceux qui m'ont guidée, même dans les moments les plus compliqués.
À ceux qui sont partis, mais qui néanmoins demeurent dans mon esprit.
À ceux qui me comblent par leur présence dans cette existence.

« Les étoiles sont éclairées pour que chacun puisse un jour retrouver la sienne »
Antoine de Saint-Exupéry, *Le Petit Prince* (1943)

Table des matières

Introduction	1
Chapitre 1.....	3
Is Malloreddus	3
1.1 De quoi s'agit-il ?	3
1.1.1 Étymologie.....	4
1.1.2 Anecdotes	4
1.2 Mode de préparation	5
Chapitre 2.....	7
La CCIF-Lyon.....	7
2.1 L'institution	7
2.1.1 Domaine opérationnel.....	8
2.2 Activités de promotion des produits agroalimentaires sardes	9
Chapitre 3.....	11
Le cas des « Malloreddus »	11
Préambule	11
3.1 Villages « Passione Italiana » et bien plus.	11
3.2 Foires et salons B2C et B2B.....	12
3.3 Projet Erasmus+ Fontanil	14
3.4 Les réseaux sociaux	15
Conclusion	16
Riassunto in italiano	18
Annexes.....	20
Annexe 1	20
Annexe 2	20
Annexe 3	20
Annexe 4.....	21
Annexe 5.....	21
Annexe 6.....	22
Sources.....	23
Bibliographie	23
Sitographie	24

Introduction

Il existe une forte connexion entre la France et l'Italie dans le domaine commercial et économique. Les produits italiens les plus demandés et exportés sur le territoire français appartiennent aux secteurs suivants : équipement, métallurgie, automobile, mobilier, vestimentaire et agroalimentaire. En ce qui concerne plus spécifiquement l'agroalimentaire, on peut constater des différences au niveau de la consommation entre ces deux pays. Cependant, des aspects communs existent et on pourrait affirmer que ces derniers sont de quelque façon liés à des facteurs historiques, culturels et géographiques.

Durant ces dernières années en particulier, les Français ont modifié leurs habitudes alimentaires. Ils sont en effet de plus en plus intéressés par le *bio*, car ils sont plus attentifs à leur santé et à l'écologie. La propagation de cette tendance nous suggère partiellement pourquoi ils sont attirés par l'authenticité que l'on trouve dans la gastronomie italienne.

Entre 1957 et 1960 l'Hexagone a connu une vague de migration d'Italiens pour des questions économiques ou politiques. La plupart d'eux venaient de Sardaigne, je peux en voir un exemple concret dans ma famille, puisque pendant cette période mes grands-parents avaient déménagé dans les Hauts-de-France, où il était facile de trouver un emploi dans les mines et dans les métiers de la construction. La présence sarde à l'époque était remarquable surtout en Île-de France, en Lorraine, en Provence-Alpes-Côte d'Azur et également dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. On peut alors supposer que cet événement historique a entraîné une diffusion des traditions culinaires sardes, qui ont été probablement transmises jusqu'à nos jours dans diverses parties de la nation.

Il y a quelques années, j'ai eu mon premier contact direct avec la France, pays pour lequel j'ai eu un vrai coup de cœur. Depuis, j'ai commencé à envisager un avenir différent de celui que j'avais imaginé auparavant et j'ai alors décidé de poursuivre mes études de langues. Lorsque j'ai postulé afin d'obtenir une période de mobilité internationale dans le cadre du programme Erasmus+ Traineeship, je souhaitais pouvoir me former, en obtenant de nouvelles compétences, m'enrichir du point de vue culturel, en ayant l'opportunité d'interagir avec d'autres cultures et évoluer, devant m'adapter à un milieu et à des circonstances différentes par rapport à celles que j'avais pu expérimenter précédemment.

La Chambre de Commerce Italienne pour la France de Lyon a attiré mon attention, puisqu'avant toute chose, je voudrais travailler dans un contexte international et en même temps je trouve passionnant de pouvoir contribuer au développement des relations franco-italiennes. En conséquence, cet endroit m'a semblé être le lieu idéal pour mener des activités de recherche intéressantes afin de rédiger ce mémoire de licence.

Pendant ces mois d'Erasmus j'ai eu l'opportunité d'acquérir de précieuses connaissances dans le domaine des échanges économiques entre la France et l'Italie et du développement commercial à l'étranger. J'ai travaillé spécialement dans le secteur de la promotion du « Made in Italy » et parmi mes tâches, il y avait l'organisation de nombreux projets et la participation à des événements. Tout cela en les documentant par la prise de photos et vidéos. De plus, je me suis aussi occupée de la mise à jour des données et de la gestion des réseaux sociaux de la Chambre.

Le choix de faire une analyse de la promotion des produits agroalimentaires sardes par la CCIF-Lyon, en me focalisant sur ces pâtes typiques, est née du souhait de valoriser mes origines lors de cette expérience professionnelle. Avant de prendre part à ce projet je me suis posé principalement trois questions. Premièrement, en pensant à ce que l'on peut trouver dans la cuisine sarde, je me demandais si les « malloreddus » sont assez connus en France. Deuxièmement, en faisant référence aux campagnes de promotion de la Chambre de Commerce Italienne de Lyon, il m'intéressait de savoir dans quelle mesure elles sont performantes et quels peuvent être les meilleurs moyens de réveiller l'intérêt des Français dans l'optique de faire apprécier davantage l'agroalimentaire de Sardaigne.

Dans la première partie de mon mémoire, j'en introduirai le sujet principal : « is malloreddus ». Ensuite, j'examinerai plus dans les détails l'institution où j'ai eu la possibilité de faire ce passage à partir du 21 octobre 2024 jusqu'au 24 janvier 2025. Au sein des sujets que j'aborderai d'une manière plus exhaustive, il y aura les multiples activités de lancement menées, dont je ferai notamment un examen des résultats obtenus. Pour conclure, je répondrai aux questions que je m'étais posées en m'appuyant sur les données que j'ai collectées : à travers ce que j'ai pu observer dans cet encadrement du travail, grâce aux entretiens que j'ai réalisés et pour terminer par un questionnaire que j'ai conçu à cette fin.

Chapitre 1

Is Malloreddus

1.1 De quoi s'agit-il ?

Il s'agit d'un type de pâtes à la fois fraîches et sèches, idéal pour être consommé avec de la sauce, car celle-ci adhère facilement à leur surface rayée et rustique. C'est l'un des produits les plus ancestraux et renommés de la gastronomie sarde, dont la réalisation à la main est apprise de manière héréditaire, tout comme d'autres traditions, en essayant de s'opposer à une époque où l'industrie prend le dessus. À ce sujet, il est fort possible que beaucoup de monde ait déjà croisé cet aliment au moins une fois, en fouillant dans les rayons des supermarchés en Italie, où l'on peut trouver des lots de différentes marques comme *La Casa del Grano*, *Barilla*, et *Cellino*, qui sont entre les plus connues. Ici, le choix est vaste en termes de formes et de saveurs. Dans le premier cas, on commence de la version classique, jusqu'aux formats petit, moyen, grand, fin et long. En ce qui concerne les parfums, outre le safran traditionnellement utilisé¹, il existe désormais des variétés à la tomate, aux épinards et au blé complet qui donnent un côté plus original à l'assiette.

Au présent ils sont connus surtout sous le nom de gnocchetti sardes, mais dans chaque partie de la Sardaigne, il y a différentes façons de les mentionner et de les produire. En effet, on trouve aussi les appellations ci-après : « cigiones », « ciciones » ou « ciocioneddos » aux alentours de Sassari, « macarones caidos » vers Logudoro, « macarones cravaos » dans la circonscription de Nuoro, « cassulli » sur le territoire de Carloforte et pour terminer, « chiusoni » en Gallura. Néanmoins, la dénomination la plus répandue est « malloreddus », comme dans le Campidano, puisqu'ils sont issus de cette aire géographique².

¹ Voir p. 6, paragraphe 1.2 Mode de préparation.

² Voir p. 5, paragraphe 1.1.2 Anecdotes.

1.1.1 Étymologie

L'origine du mot « malloreddu », n'est pas encore certaine, mais il existe différentes hypothèses à ce sujet. Selon une majorité d'experts, ce terme viendrait du sarde « mallòru »³, qui signifie taureau, auquel est ajouté le suffixe indiquant un diminutif « eddu »⁴, lui donnant la signification de petit taureau. Cette étymologie trouve son explication dans la fantaisie de nos ancêtres qui nommaient les pâtes selon la forme. Dans ce cas, ils ont certainement pensé à la poitrine d'un petit taureau en raison de l'aspect rond et strié. Autrement, vu qu'à l'origine, les « malloreddus » sont fabriqués en traînant de petits morceaux de pâte sur une surface striée⁵, il semblerait qu'il y ait une métaphore avec le taureau qui traîne une pierre lors du battage. Dans le cadre d'une autre étude, ce vocable dériverait du verbe en langue sarde « mallai »⁶, qui signifie écraser, tout comme il arrive dans le cas de la production artisanale⁷. Avec la prononciation typique de la variante linguistique du sarde parlée dans le Campidano on serait arrivé au mot actuel. Sur la base d'une dernière logique, on remonte aux termes akkadiens « malû »⁸ qui a la signification de gonflé ou rempli et « ellu »⁹ qui serait associé au divin. En assemblant ces composantes, on aboutirait au concept de gonflement sacré. Il est possible d'associer cette connotation au fait qu'autrefois la farine était produite avec grand effort, en broyant à la main pierre contre pierre : il s'agissait dès lors d'un bien précieux.

1.1.2 Anecdotes

Selon des études, au Moyen Âge, ce type de pâtes était déjà très apprécié dans le bassin méditerranéen, où les échanges commerciaux étaient florissants. Le point le plus intéressant réside dans le fait que leur apparition remonterait même à avant le retour de Marco Polo en Italie en 1295. Pour étayer cette position, Massimo Alberini, dans son

³ Spano G., Paulis G, *Vocabolariu Sardu-Italianu*, Nuoro, Ilisso, 2004, p. 330.

⁴ Candia A. et al., *Arrègulas po ortografia, fonètica, morfologia e fueddàriu de sa Norma Campidanese de sa Lingua Sarda*, Quartu Sant'Elena, ALFA EDITRICE, 2009, p. 115.

⁵ Voir p. 5-6, paragraphe 1.2 Mode de préparation.

⁶ Rubattu A., *Dizionario universale della lingua di Sardegna*, Sassari, EDES, 2ème édition 2006, p. 1000.

⁷ Voir p. 5-6, paragraphe 1.2 Mode de préparation.

⁸ Black J., George A., *Postgate N., A Concise Dictionary of Akkadian (5)*, Wiesbaden, Harrassowitz Verlag, 1999, p. 194.

⁹ Ivi p.70.

ouvrage *Storia del pranzo all'italiana*¹⁰ renvoie à un acte testamentaire datant du 2 février 1279 et rédigé par le notaire Ugo Scarpa à Gênes. Ce document répertorie les biens laissés aux héritiers par le soldat Ponzio Bastone et dans ce patrimoine figure « una bariscella piena de macaronis »¹¹. Selon cet historien de la cuisine italienne, il s'agirait très probablement de gnocchetti, semblables aux « malloreddus » qu'on connaît aujourd'hui. Cette théorie est confirmée par le fait qu'il était courant en Sardaigne de désigner les pâtes par le terme « macarrones ». Il existe d'ailleurs un autre témoignage à ce sujet. Dans son interprétation du *Pentamerone*¹², Benedetto Croce explique que les macaronis n'avaient autrefois aucun lien avec la cuisine napolitaine ; en effet, ils étaient souvent considérés comme originaires de l'île et plus précisément de Cagliari. Comme le mentionne également un document officiel de la région Sardaigne¹³, l'auteur associe les « malloreddus » au plat servi à Cendrillon lors d'un banquet.

1.2 Mode de préparation

Selon la tradition, la préparation des gnocchis sardes est réalisée à la main. Pour commencer, la semoule de blé dur, fréquemment dans la variété « Cappelli »¹⁴, est mélangée avec de l'eau et du sel. Après avoir travaillé la masse obtenue pour la rendre homogène, il faut la laisser reposer pendant une demi-heure pour qu'elle reste plus moelleuse. Ensuite, la pâte est étirée pour former des bandes d'environ un centimètre d'épaisseur, qu'il faut couper en cubes de moins de deux centimètres de long. On atteint donc l'étape la plus importante, celle où la forme est donnée. À ce stade, surtout dans le passé, les cubes de pâte étaient pressés contre le fond d'un panier en paille, « su chiliru »¹⁵. Au fil des ans, cet outil a été remplacé par des éléments encore plus faciles à utiliser. En effet, il est commun de frotter la pâte sur une petite planche en bois striée, « sa

¹⁰ Alberini M., *Storia del pranzo all'italiana*, Milano, Rizzoli, 1966.

¹¹ Ivi p. 43.

¹² Basile G.B., *Lo cunto de li cunti. (Il Pentamerone). Testo conforme alla prima stampa del 1634 – 36. Con introduzione e note di Benedetto Croce, vol. I*, Napoli, Trani pei tipi del Cav. V. Vecchi, 1891, p. 85.

¹³ Scheda Identificativa dei prodotti tradizionali della Regione Sardegna (art.8 Decreto Legislativo n. 173/98, art. 2 Decreto Ministeriale n. 350/99).

¹⁴ Cette lignée de blé a été obtenue en 1915, grâce au mélange de la variété Rieti et d'un blé tunisien et il a été nommé en hommage au Sénateur du Royaume d'Italie, Raffaele Cappelli (1848-1921). – Pinna G. P., *Storia della cucina sarda e oristanese*, Oristano, E.P.D'.O., 2012, p. 74.

¹⁵ Spano G., Paulis G., *Vocabolariu Sardu-Italianu*, Nuoro, Ilisso, 2004, p. 181.

tauledda »¹⁶ ou d'employer des machines soit manuelles, soit électriques. Ils existent également d'autres méthodes artisanales pour obtenir des résultats presque similaires, qui nécessitent l'utilisation d'une râpe ou d'une fourchette. Au terme de ce processus il est possible de consommer les pâtes tout de suite, sinon elles sont posées dans un panier saupoudré de semoule, dans un endroit frais et sec, pour les manger le lendemain ou les faire sécher à l'air pendant deux jours si on veut les conserver.

Avec le temps, la méthode de fabrication des pâtes a aussi évolué : au XIXe siècle, les premières usines de pâtes sardes ont vu le jour dans les villes, mais elles étaient encore strictement artisanales. À partir du XXe siècle, la production s'est concentrée dans des fabriques, désormais entièrement industrielles. Dans ce contexte, différents procédés apparaissent et il est possible de les résumer dans la description qui va suivre. Tout d'abord, le blé est tamisé, puis transformé à l'aide de machines automatisées en une pâte qui est ensuite tréfilée en fonction des démarches à faire. Ces dernières dépendent du résultat souhaité, donc en fonction de la forme, d'une pâte fraîche ou sèche. Dans ce dernier cas, on passe au séchage, puis à l'emballage. À ce jour, où la plupart des gens mènent une vie intense, il n'est pas toujours possible de trouver le temps de faire des pâtes maison et c'est pourquoi on a tendance à se tourner aussi vers ces produits.

Les « malloreddus » ne sont pas seulement importants d'un point de vue culinaire, mais aussi d'un point de vue culturel et historique, car il s'agit du plat traditionnel le plus cuisiné en Sardaigne depuis des siècles. Il est fréquent d'utiliser le safran pour les colorer, ou pour en aromatiser leur assaisonnement, comme dans le cas de la sauce la plus employée, celle « alla Campidanese »¹⁷. Étant donné qu'il s'agit d'une épice précieuse, elle apporte une valeur ajoutée, symbolisant la richesse et la joie. C'est pourquoi ce genre de repas est souvent dégusté lors des occasions importantes, comme dans les mariages, les kermesses et les fêtes. Malgré cela, ces gnocchis sont également présents dans les assiettes les plus ordinaires, en raison de leur adaptabilité.

¹⁶ Ivi p. 420.

¹⁷ Sauce faite avec saucisse fraîche au fenouil, tomates, ail, oignon, Cannonau ou un autre vin rouge, huile d'olive extra vierge, sel et une pointe de safran. Azzimondi E. et al., *Ricette di Sardegna*, Seggiano di Pioltello, Slow Food, 2020, p. 57.

Chapitre 2

La CCIF-Lyon

2.1 L'institution

La loi italienne n° 518 du 1er juillet 1970¹⁸ occupe une place centrale dans la constitution des Chambres de Commerce Italiennes à l'Étranger, dites également CCIE. En effet, c'est à partir de la promulgation de ces dispositions qu'elles peuvent être reconnues à travers un décret du Ministère du Développement économique de l'Italie, sur avis conforme du MAECI¹⁹, si elles répondent aux critères établis.

Fondée en 1987 et reconnue par le gouvernement italien la même année, la CCIF-Lyon se dresse au cœur de la Presqu'île, au sein de la capitale de la gastronomie française. De surcroît, afin de pouvoir fournir ses services sur une plus grande partie du territoire français, deux bureaux de représentation ont été ouverts depuis 2024, l'un situé à Paris et l'autre à Strasbourg. C'est une institution à but non lucratif régie par la loi 1901, qui fait partie des 86 chambres de commerce italiennes du réseau *Assocamerestero*²⁰, présent dans 63 pays à travers le monde. Son appellation en toutes lettres ou sous forme de sigle est celle officiellement attribuée à ces associations conçues dans des pays tiers, en faisant allusion à la nation et à la ville où se situe le siège social. Comme ceci le laisse déjà supposer, il s'agit d'une entité bilatérale, car elle est née de l'association libre d'acteurs italiens et locaux qui souhaitent prendre part au développement des relations économiques et commerciales entre ces deux réalités voisines. On peut aussi la définir comme biculturelle, en raison de son ancrage évident vis-à-vis de la mère patrie et d'autre part de son intégration dans le pays qui l'accueille. La présence semi-officielle de l'État italien est visible dans la synergie entre ses autres institutions à l'étranger et la Chambre. À ce sujet, cette dernière entretient des rapports de collaboration aussi avec le réseau

¹⁸ Riordinamento delle camere di commercio italiane all'estero. (GU Serie Generale n.182 del 21-7-1970).

¹⁹ Ministère des Affaires étrangères et de la Coopération internationale.

²⁰ Association des CCIE et d'Unioncamere (1901), créée dans la seconde moitié des années quatre-vingt. Unioncamere.gov.it, *Assocamerestero*, 14 janvier 2022, <https://www.unioncamere.gov.it/sistema-camerale/societa-del-sistema-camerale/assocamerestero>. Sapelli G., *Tra identità culturale e sviluppo di reti. Storia delle Camere di commercio italiane all'estero*, Soveria Mannelli, Rubettino, 2000, p. 80-81-216.

diplomatie-consulaire et culturel, notamment dans sa circonscription administrative et plus fréquemment dans la ville située au confluent du Rhône et de la Saône²¹. Dans cette optique, il est souvent possible d'observer des coopérations avec le Consulat Général d'Italie, l'Institut Culturel Italien et la Société Dante Alighieri de Lyon. Étant membre de Fedecara²², en 2016 elle a fondé l'Italia Club, qui est une antenne d'affaires, permettant encore une fois de créer des liens internationaux. Lors d'un entretien le Secrétaire Général, Annibale Fracasso di Torrepaduli a affirmé: « nous sommes présents depuis 30 ans à Lyon car cette ville est la porte d'entrée de la France pour nous les Italiens. L'Italia Club est né à Lyon pour pouvoir rapprocher les relations économiques entre les entreprises italiennes et françaises » (Fraisie, 2025)²³. En effet, cette position stratégique joue un rôle très important dans l'efficacité des missions qui sont accomplies.

2.1.1 Domaine opérationnel

Ce domaine est très vaste, car les tâches réalisées sont multiples, mais il est possible d'identifier quelques mots clés, dont : *promotion*, *affaires* et *écosystème économique durable*. J'ai en premier lieu saisi *promotion* comme mot-clé, puisque faire connaître le « Made in Italy » est un facteur extrêmement significatif pour les CCIE, comme l'indique la loi n° 56 du 2005²⁴. Cette dernière, d'ailleurs, les désigne comme tiers promoteurs à l'étranger, tout comme l'Agence ICE et l'ENIT SpA. La CCIF-Lyon opère dans ce secteur de manière très active à travers l'organisation tout au long de l'année de villages, foires et salons et aussi en se chargeant des projets « True Italian Taste », « Ospitalità italiana » et « Passione italiana ». Ce qui transparaît dans chacun d'entre eux, c'est la volonté de sensibiliser davantage les Français aux excellences italiennes, notamment dans le milieu agroalimentaire, en limitant en même temps le phénomène de l'italian sounding²⁵. La notion d'*affaires* est souvent évoquée, car par le biais de la mise

²¹ Lyon.

²² Fédération des Clubs d'Affaires et des Chambres de Commerce binationales de la région Auvergne-Rhône-Alpes. CATALOGO SERVIZI ED. 2024.

²³ Lyondecideurs.com, *Italia Club : des réunions business au service des relations diplomatiques*, 17 octobre 2025, <https://lyondecideurs.com/2025/10/les-decideurs/reseaux/italia-club-des-reunions-business-au-service-des-relations-diplomatiques/>.

²⁴ Assocamerestero.it, *Le Camere*, 17 juin 2025, <https://www.assocamerestero.it/camere>.

²⁵ Ce qui semble italien, mais qui ne l'est pas. Treccani.it, *Italian sounding*, 2018, [https://www.treccani.it/enciclopedia/italian-sounding_\(altro\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/italian-sounding_(altro)/).

en relation des entrepreneurs, ceux-ci ont plus facilement la perspective de travailler les uns pour les autres et se crée ainsi un large réseau d'adhérents. Un autre aspect essentiel réside dans la mise à disposition des services d'assistance, de formation et de consultation avec lesquels les entreprises sont aidées dans leur lancement, soit en France, soit en Italie. La position géographique de la Chambre lui permet d'avoir le regard tourné vers les marchés des deux côtés, qui sont ainsi analysés en détail ; de plus, le fait qu'elle dispose d'une certification ISO 9001 garantit une certaine qualité des prestations mises en place. La consolidation d'un *écosystème économique durable* est encouragée par différentes initiatives. Premièrement, en valorisant l'image du « bel paese »²⁶ et en mettant en avant le potentiel des communautés italiennes, afin d'attirer les opérateurs, les touristes et les investisseurs vers et depuis l'Italie. Deuxièmement, étant un partenaire dans la coopération européenne. À ce sujet, elle a pris part au programme COSME pour le développement des PME²⁷ et elle offre des opportunités de formation dans le cadre de l'Erasmus+, permettant aux étudiants comme moi d'accéder à de précieuses connaissances professionnelles. Il est possible de voir dans ces activités, la recherche d'un équilibre entre croissance, égalité sociale et gestion responsable des ressources, valeurs exprimées aussi dans l'Agenda 2030 de l'ONU, qui définit le programme du développement durable.

2.2 Activités de promotion des produits agroalimentaires sardes

Afin de répandre l'exportation internationale des produits de l'île, dont ceux du secteur agroalimentaire, le Président du Conseil régional de la Région autonome de Sardaigne, à l'époque Renato Soru, a promulgué la loi régionale du 2007, art. 24, paragraphe 13. Celle-ci prévoit des mesures couvrant différents domaines d'action, y compris des collaborations avec les Chambres de Commerce. Cela dit, il est connu que cet organisme caméral travaille avec et pour la Sardaigne dans le but de réussir à atteindre cet objectif. À ce sujet, chaque année sont organisés plusieurs manifestations où l'on peut trouver des exposants sardes qui emportent en France non seulement leurs marchandises, mais aussi la passion pour leur travail. J'ai pu constater ce fait principalement dans le cas

²⁶ Ce terme veut indiquer l'Italie.

²⁷ Petites et moyennes entreprises.

d'un exposant que j'ai eu l'occasion de rencontrer pour la première fois au Salon de la Gastronomie qui s'est tenu à Bourg-en-Bresse en novembre 2024. Je me réfère à Monsieur Deiana de la société « Bentu Estu ». Lorsque je l'ai interviewé ce jour-là, je lui ai demandé pourquoi ils avaient décidé de travailler avec la CCIF de Lyon. Lui, avec un grand sourire m'a répondu : « parce que c'est une institution reconnue par l'Italie, ils organisent de belles choses dont rencontres, séminaires, conférences, participation d'entreprises italiennes à des événements B2C et B2B²⁸. Nous les avons également connus parce qu'ils collaborent beaucoup avec la Région Sardaigne, un exemple est le Salon Mondial du Tourisme. Il s'agit d'un organisme sérieux, qui offre des services et surtout nous accompagne dans l'organisation de notre présence à des événements comme celui-ci, il serait plus difficile de tout faire par nous-mêmes ». ²⁹ Comme le démontrent ses mots, il est évident que les deux organismes susmentionnés entretiennent une coopération fructueuse. Parmi les adhérents de la Chambre figure aussi quelqu'un qui représente la fierté des Sardes en Auvergne-Rhône-Alpes. Connus sous le nom de Chef Lello, Antonello Cabras régale surtout cette région avec son savoir-faire culinaire. Participant souvent aux événements il contribue aux activités de promotion menées. Parmi les nombreuses collaborations, certaines existent également dans le domaine du journalisme. Le magazine *Direction Italie* et le guide touristique *Petit Futé*, qui publient également des articles sur la gastronomie sarde, revêtent une valeur considérable. En clôturant ce chapitre, voici quelques-uns des projets concrétisés au cours des dernières années : Workshop Agroalimentaire « Gusta la Sardegna »³⁰, qui a vu aussi la participation du « Salumificio Campidanese Su Sartizzu », l'un des candidats idéaux pour le projet Erasmus+ Fontanil³¹ dont j'ai défini les bases. Plan de promotion touristique « Brand Sardegna », pour lequel a été mis en place un eductour³², auquel ont été invités des opérateurs provenant de l'hexagone. Conférence « Découvrez la Sardaigne »³³ qui est terminée avec la dégustation des spécialités sardes auprès du restaurant « Fratelli ». Rendez-vous avec la presse

²⁸ Voir p. 12-13, paragraphe 3.2 Foires et salons B2C et B2B.

²⁹ Voir p. 21, Annexe 5.

³⁰ Paris, 19 janvier 2015.

³¹ Voir p. 14-15, paragraphe 3.3 Projet Erasmus+ Fontanil.

³² Tour éducationnel en Sardaigne.

³³ Lyon, 12 décembre 2017.

française à l'occasion du SMT 2022³⁴, dédié à la présentation et à la valorisation de l'offre touristique et gastronomique de la Région autonome de Sardaigne. Événement « Alla scoperta di un mondo chiamato Sardegna »³⁵, souhaité également par le Cipnes, organisme chargé de la mise en œuvre du programme de marketing territorial « Insula - Sardinia Quality World ». Étant donné que le parrainage en ligne est très efficace, la Chambre met régulièrement à jour ses réseaux sociaux permettant d'atteindre un large public, en diffusant des informations sur ses activités.

Chapitre 3

Le cas des « Malloreddus »

Préambule

Avec la présence des épiceries comme « Domo de Jana » et « COFI », il est plus courant de trouver ce genre de produit dans la circonscription lyonnaise, mais bien sûr aussi ailleurs en France. Cela n'est toutefois pas assez, c'est pourquoi la Chambre agit sur plusieurs fronts afin d'accroître sa notoriété et sa consommation. Ce chapitre abordera cet aspect.

3.1 Villages « Passione Italiana » et bien plus.

Selon le calendrier fixé annuellement, des événements en plein air, d'une durée moyenne de quatre jours sont proposés sur les plus belles places de certaines villes françaises. Ceux-ci sont exclusivement consacrés au « Made in Italy » et il s'agit d'une opportunité pour les producteurs italiens de s'adresser directement au public français pour la vente. Pendant le déroulement des opérations, les titulaires des espaces concernés, les exposants et dans certains cas aussi des artistes sont contactés. Le règlement, les devis, l'emplacement des différents stands et le déroulé comprenant les horaires et les différentes activités quotidiennes réalisées par chaque partie sont fixés bien à l'avance. Les stagiaires

³⁴ Paris, 17 mars 2022, Salon Mondial du Tourisme.

³⁵ Lyon, 23 juin 2022.

s'occupent principalement de dresser la liste des représentants italiens présents et du déroulé. Lorsque l'événement approche, ils discutent avec les propriétaires des différents stands pour vérifier que tout se passe bien. Ensuite, il arrive qu'ils se rendent sur place pour documenter l'événement à travers des photos et des vidéos qui doivent aussi être téléchargés dans la collecte de données de l'institution. Ajoutons que les tâches accomplies peuvent varier en fonction des nécessités du personnel de la Chambre. Cette démarche est également liée à la promotion des « malloreddus », puisqu'il y a aussi des exposants sardes aux différentes éditions qui les vendent.

3.2 Foires et salons B2C et B2B

Contrairement aux manifestations décrites dans le paragraphe précédent, il s'agit ici d'une gestion d'espaces clos. Dans ce contexte, la CCIF-Lyon s'occupe de l'organisation du pavillon italien ou de la collective italienne. La phase préparatoire est décisive puisqu'elle assure près de 60 % de ses résultats et elle est similaire à celle décrite dans le cas des villages. La foire est généralement un événement commercial de grande portée qui présente des produits et des services à un large public, tandis qu'un salon dispose le plus souvent d'un champ d'action plus restreint, de fait il peut s'adresser à un public de niche ou professionnel. B2C et B2B sont des acronymes venant de l'anglais, utilisés pour indiquer deux modèles de commerce différents dont les principales divergences résident dans la clientèle et les stratégies de marketing. B2B veut signifier « Business to Business », c'est-à-dire que dans ce contexte existent des relations entre entreprises ou professionnels. Alors que B2C a la signification de « Business to Consumer » et les clients sont représentés par des consommateurs individuels. Dans le cadre de la promotion des produits agroalimentaires, ces pâtes typiques sardes ont été présentés à plusieurs reprises lors de divers salons et foires. Je vais rapporter certains de ces épisodes dans les lignes qui suivent.

En général, cette CCIE soutient la Région autonome de Sardaigne lors de sa présence aux différentes éditions du Salon Mondial du Tourisme qui se tiennent à Paris. Ce grand événement annuel fait partie de la catégorie des salons B2C et il est un point de repère pour les passionnés de voyage et les professionnels du secteur touristique. D'habitude on y trouve notamment un stand de la Sardaigne visant principalement à promouvoir le tourisme sur l'île. En 2022, parmi les différentes actions proposées, un

service de déjeuner et une animation œnogastronomique ont été prévus. À ce sujet, le 18 mars 2022, des gnocchis sardes accompagnés d'une crème de poireaux et de poutargue ont été servis. L'année suivante, avec la collaboration de la société « Sardis », des pâtes « Malloreddos bio » et des boîtes avec de la sauce « Campidanese » ont été offerts. Dans les deux cas il a été fourni une assistance en mesure de permettre l'optimisation de l'accueil des visiteurs professionnels et particuliers.

Dans la première partie de mon stage s'est tenu le 33ème Salon de la Gastronomie de Bourg-en-Bresse. Il s'est déroulé à l'Ainterexpo du 8 au 11 novembre 2024, rassemblant près de 140 exposants. Il s'agit d'un salon B2C, concernant les produits des terroirs régionaux et internationaux. Un pavillon italien, appelé village « Passione Italiana » a de même été installé et, comme je l'avais déjà mentionné, un stand sarde était présent sur le site. Il représentait la société coopérative de production « Bentu Estu ». Cette dernière s'occupe de la vente exclusive de produits typiques sardes. Parmi les plus populaires, figuraient notamment les fromages, la charcuterie, le vin « cannonau », le pain « carasau » et les « malloreddus ». Ces derniers étaient disponibles sous différents formats et bien visibles sur leur emplacement. *La Casa del Grano*, *Tanda e Spada* et *Sini* faisaient partie des marques distribuées. Le choix était vaste et compte tenu de la qualité des produits, toujours plus recherchés, en particulier par les Français, il était difficile qu'ils repartent les mains vides.

D'autres années la CCIF-Lyon a collaborée en vue de l'organisation du Sirha, salon B2B dédié au secteur de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation, qui se tient tous les deux ans en France et attire des exposants du monde entier. Pour ce qui concerne l'édition 2025 elle ne s'est occupée que de la soirée « Benvenuti a Lione » du 22 janvier, qui a eu lieu chez Mapièce et a vu aussi la coopération d'autres entités importantes. Cependant, j'ai également eu la possibilité d'être au Sirha avec les membres de la Chambre le jour 23 janvier. À cette occasion j'ai pu assister à et documenter l'inauguration du Pavillon Italien, Hall 2.2. Au cours de la journée on s'est rendu aussi dans le stand de l'épicerie COFI, où j'ai pu observer que parmi les produits exposés il y avait également les gnocchetti sardes de la marque *Rummo*. Dans ce cas il y a eu vraiment une petite référence à ce produit, toutefois, même de petites initiatives comme celles-ci sont importantes dans des événements d'une telle ampleur.

3.3 Projet Erasmus+ Fontanil

Au cours de la dernière période du stage, on m'a aussi confié ce projet, sur lequel j'ai travaillé avec beaucoup de soin et encore une fois, cela a été une formidable occasion de coopération internationale. Le CFA le Fontanil³⁶ souhaitait organiser un programme Erasmus+ en Sardaigne destiné à quelques-uns de ses étudiants et formateurs. En outre, la création de partenariats entre cet établissement et des instituts similaires dans le sud de l'île étaient souhaités. Cela afin de favoriser des périodes de formation des étudiants français en Italie et vice versa. Le travail a démarré sur certains éléments à proposer et une réunion a été programmée avec Didier François, le Président et Nicolas Jacob, le Directeur du Fontanil, afin de discuter de différents points. Parmi ceux-ci figurait la décision du lieu exact et des jours prévus pour la réalisation de cette initiative. Il a été décidé que cela se déroulerait dans la localité de Cagliari, tandis que pour les dates, il y a eu dans un premier temps quelques hésitations, car il fallait tenir compte des jours fériés et des périodes scolaires qui varient entre la France et l'Italie. Deux périodes ont été jugées appropriées, l'une allant du 28 avril au 2 mai et l'autre du 5 mai au 10 mai. Toutefois, la deuxième option bénéficiait d'une préférence. En collaboration avec le Chef Lello, je me suis occupée de trouver des lieux où organiser des activités liées à la pâtisserie, la boulangerie, la boucherie, la cuisine et la restauration et je les ai contactés. Parmi eux figurait l'entreprise « Sendas », qui se consacre aussi à la fabrication de pâtes fraîches. En discutant avec un responsable, il a été envisagé d'organiser une visite sur place et un atelier sur les « culurgiones », les « malloreddus » et la « fregula ». Au cours de la préparation du dossier de travail j'ai également eu l'occasion d'échanger avec Jean-Philippe Donadille, Coordinateur des projets internationaux du Fontanil. Cela a été avantageux des deux côtés, car nous avons pu obtenir de meilleurs résultats grâce à cette collaboration réactive. Je n'ai pas pu suivre l'avancement du projet jusqu'à son terme, mais j'ai pu en définir les lignes directrices, car à la fin de ma période de mobilité, des confirmations supplémentaires étaient nécessaires. Malgré cela, j'ai eu des retours confirmant sa réussite. En plus des initiatives prévues, le séjour a certainement été

³⁶ Centre de formation pour apprentis en alternance, spécialisé dans les métiers de l'alimentation et de la restauration, situé dans le département de la Savoie, en Auvergne-Rhône-Alpes.

l'occasion pour goûter des spécialités locales et les gnocchetti sardes ont également réussi à se faire apprécier.

3.4 Les réseaux sociaux

Plusieurs réseaux sociaux sont utilisés à des fins informatives, tels que « Facebook », « Instagram » et « LinkedIn ». Malheureusement, il n'existe pas de rubrique avec des publications périodiques uniquement dédiées à la promotion du monde agroalimentaire sarde. Néanmoins, pendant la période de mon stage j'ai eu l'occasion de diriger et créer une petite vidéo consacrée à la cuisine régionale italienne, avec la participation du Chef Antonello Cabras. Le but principal de cette publication était de promouvoir les « malloreddus ». De plus, il s'agissait de faire connaître une autre recette typique de l'île, différente de la version classique et signalée aussi par l'exposant sarde Emanuele Deiana lors d'une des interviews auxquelles il a bien voulu se prêter. Dans ce cas a été adoptée une sauce à base d'artichauts et d'or de Sardaigne, c'est-à-dire la poutargue. Selon les données que j'ai collectées, ceux qui connaissent les gnocchetti sardes les ont principalement vus ou dégustés avec la sauce « alla Campidanese »³⁷. À cette occasion, d'autres produits d'une importance fondamentale ont également été mis en avant. Le 16 janvier 2025, je me suis rendue au Lello Lab', le laboratoire culinaire du chef situé à Caluire-et-Cuire, et j'ai réalisé plusieurs prises de vue et enregistrements pendant qu'il travaillait. Ensuite, je me suis occupée du montage vidéo en sélectionnant les images que j'ai trouvées les plus intéressantes, en ajoutant une musique qui pouvait représenter la singularité du plat, mais aussi son lien avec la tradition. Pour exprimer ce concept, je ne pouvais pas faire un meilleur choix que celui de la pièce musicale « Oltre il confine » de Andrea Pisu³⁸, puisqu'elle comporte l'utilisation des launeddas, instrument sarde, tout en brisant les codes traditionnels. En dernier lieu, après avoir obtenu le feu vert et différentes instructions, je me suis chargée de la diffusion de la vidéo. Ce projet a également été passionnant, car c'était la première fois que je m'occupais d'un montage vidéo de ce niveau, cela m'a permis d'apprendre de nouvelles techniques.

³⁷ Voir p. 6, paragraphe 1.2 Mode de préparation.

³⁸ Artiste qui représente fièrement le sud de la Sardaigne et a aussi coopéré avec la Chambre en vue de l'édition 2022 du Salon Mondial du Tourisme qui s'est tenu à Paris.

Conclusion

Je commence par une remarque préliminaire : le marché français occupe une place significative pour la Sardaigne. Dans l'hexagone, le pouvoir d'achat est plus élevé, il est ainsi plus facile de proposer des produits sardes qu'en Italie. De plus, ils sont moins faciles à trouver et les acheter, pour les Français, peut être également un moyen de se souvenir des bons moments passés en vacances. Il y a plus de demande de ces derniers, car de nombreux Italiens, et en particulier les Sardes, se rendent régulièrement dans l'île pour y faire leurs achats, parce qu'ils estiment que les prix sont augmentés de manière excessive à l'étranger. Cette situation a été constatée aussi bien dans le cas de la société « Bentu Estu » que dans celui de l'épicerie « Domo de Jana »³⁹. Malheureusement, l'exportation entraîne de nombreuses dépenses et il n'y a pas d'autre alternative pour les vendeurs que d'agir sur les tarifs. Avant mon départ pour Lyon, j'étais convaincue que les produits agroalimentaires sardes n'étaient pas très connus en France, ou qu'ils l'étaient surtout auprès des Italiens qui y résident. Revenant sur le scénario migratoire mentionné dans l'introduction de ce texte⁴⁰, j'ai pu observer une forte influence italienne et notamment sarde, bien plus importante que je ne l'aurais imaginé, mes hypothèses étaient donc erronées, puisque les Français les apprécient beaucoup⁴¹, surtout pour leur goût et leur authenticité. D'après les recherches que j'ai menées, sur un échantillon de 135 personnes, 49,6 % savent de quoi il s'agit⁴² et 97 % d'entre elles pensent qu'ils ne sont pas suffisamment connus⁴³.

Toujours selon les données que j'ai recueillies, il en est ressorti que 51,1 % des personnes interrogées connaissent les « malloreddus »⁴⁴, ceci essentiellement puisqu'ils viennent d'Italie, sinon grâce aux relations avec des Italiens, aux voyages et aux épiceries fines. Lors d'une rencontre avec le Chef Lello, il a largement confirmé cela, en ajoutant des éléments complémentaires. À cette occasion, il m'a fait part du fait que ces pâtes sont connues principalement pour trois raisons. Avant toute chose, on les trouve aussi chez

³⁹ Voir p. 21 -22, Annexes 5 et 6.

⁴⁰ Voir p. 1, Introduction.

⁴¹ Voir p. 20, Annexe 2.

⁴² Voir p. 20, Annexe 1.

⁴³ Voir p. 20, Annexe 3.

⁴⁴ Voir p. 21, Annexe 4.

Monoprix, une chaîne de supermarchés français très connue. J'ai vérifié moi-même cette théorie et j'en ai effectivement trouvé trois marques: *Barilla*, *La Molisana* et *Luana Belmondo*. Deuxièmement, il s'agit d'un type de pâtes qui s'adapte à différentes recettes. En troisième lieu, comme il a déjà pu apparaître, la Sardaigne est devenue une destination touristique privilégiée par le Français et l'un de ses plats les plus populaire est celui-ci.

Les campagnes de promotion de la CCIF-Lyon sont très efficaces. L'un de leurs points forts est de toucher une grande partie de la communauté lyonnaise, mais aussi des personnes venant du reste de la France et de différentes régions d'Italie. Ce qui m'a le plus impressionnée lorsque j'ai eu la possibilité de faire partie de l'équipe de la Chambre, est le fait de travailler sur des projets liés à différents domaines, ce qui permet de renforcer les liens précieux entre les deux pays. Je trouve que c'est une noble cause, même si souvent elle est difficile à gérer. En effet, il y a beaucoup de matériel à traiter et la recherche de l'excellence dans chaque service fourni est telle qu'il n'est pas toujours possible d'élaborer des projets ciblés pour faire connaître les produits agroalimentaires provenant de tout le territoire italien. Comme le montrent les chiffres déjà évoqués, les connaissances sont très étendues dans le cas que j'ai étudié spécifiquement, mais il serait souhaitable de toucher encore plus d'acteurs. Il reste donc encore beaucoup à faire dans le cadre promotionnel. Afin d'obtenir de meilleurs résultats, différentes méthodes peuvent être adoptées. J'avais plusieurs idées à ce sujet, mais j'ai pensé qu'en interrogeant directement les gens à travers mon questionnaire, je pouvais obtenir une vision plus réaliste. Toutes les propositions avancées sont intéressantes et valables, mais je vais présenter ici celles qui ont été le plus exprimées. Tout passe par la communication, ainsi, il serait pertinent de créer plus de contenu sur les réseaux sociaux, dans la presse ou à travers des émissions à la télé, en proposant diverses recettes. Il serait aussi envisageable la mise en place de plus des dégustations et ateliers de cuisine avec la participation d'ambassadeurs liés à la Sardaigne, organisées lors des salons professionnels comme le Sirha ou d'autres manifestations, mais aussi dans les épiceries fines italiennes et les restaurants. Pour terminer, des avantages pourraient être obtenus grâce à l'augmentation des intermédiaires entre la France et la Sardaigne et en encourageant la création de rayons découverte dans les supermarchés où les produits et leur provenance devront être bien visibles. Étant donné que cette CCIE cherche constamment à améliorer ses prestations, il y a de fortes chances que les initiatives ci-dessous soient prises en considération.

Riassunto in italiano

La Francia e l'Italia intrattengono da tempo relazioni economiche e commerciali molto solide, caratterizzate da una forte presenza di prodotti italiani sul mercato francese, in particolare nel settore agroalimentare. Pur presentando differenze nei consumi alimentari, i due Paesi condividono numerosi elementi legati alla storia, alla cultura e alla vicinanza geografica. Attratta dal contesto interculturale e dal ruolo nelle relazioni economiche bilaterali, ho scelto di svolgere un Erasmus+ Traineeship e di effettuare attività di ricerca tesi presso la Camera di Commercio Italiana per la Francia di Lione. La scelta di analizzare in questo elaborato la promozione dei prodotti agroalimentari sardi ed in particolare dei “malloreddus” nasce dal desiderio di valorizzare le mie origini in occasione di questa esperienza professionale. Prima di avviare il progetto, mi sono posta principalmente tre domande: quanto è conosciuta questa specialità in Francia? Con quale efficacia le campagne promozionali della CCIF-Lione riescono a valorizzare i prodotti sardi e in che modo si potrebbero ottenere maggiori riscontri positivi nei consumatori francesi? Per rispondere a tali quesiti mi sono basata su osservazioni dirette, interviste e un questionario dedicato.

I “malloreddus”, conosciuti soprattutto come gnocchetti sardi, sono una delle paste più emblematiche della gastronomia sarda. Le origini della loro denominazione sono dibattute, ma il fattore che accumuna le varie ipotesi è quello linguistico. La loro presenza nella storia culinaria dell'isola è attestata anche da fonti risalenti al XIII secolo, prova di una tradizione longeva e profondamente radicata. Con il tempo, la produzione è passata da un metodo interamente manuale all'industrializzazione moderna e oggi sono diffusi in tutta Italia grazie a vari marchi.

La CCIF-Lione, fondata nel 1987, è un'associazione senza scopo di lucro riconosciuta dallo Stato italiano e parte della rete Assocamerestero. Le sue attività sono riconducibili a tre dimensioni chiave: la promozione del “Made in Italy”, il supporto allo sviluppo del business internazionale e l'impegno verso un ecosistema economico sostenibile, in linea con l'Agenda 2030. Tra le iniziative più rilevanti rientrano “True Italian Taste”, “Ospitalità Italiana” e “Passione Italiana”. La Camera coopera attivamente con la Regione Sardegna per la promozione dei prodotti agroalimentari sardi, questo attraverso diverse attività. In questo contesto, negli ultimi anni sono stati realizzati

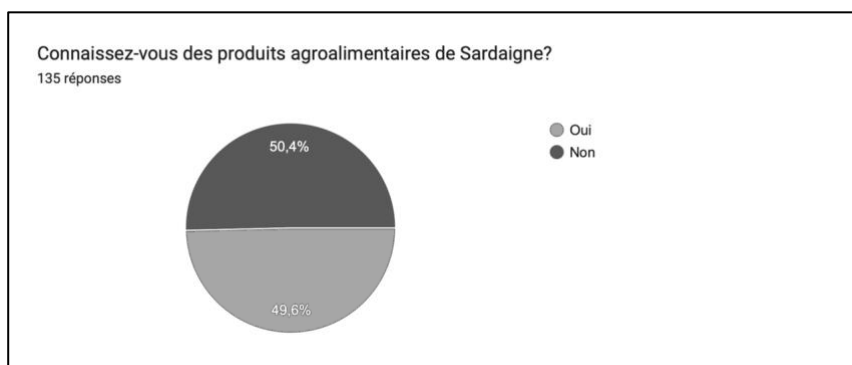
numerosi progetti, anche con la partecipazione di aziende come “Bentu Estu” e di figure di riferimento come Antonello Cabras, noto come Chef Lello.

Per via della presenza di negozi specializzati in alimentari italiani sul territorio francese, prodotti come i “malloreddus” sono più facilmente reperibili. Ciò, aimè, non è sufficiente e perciò la CCIF-Lione lavora su più fronti. Per questo, vengono organizzati vari eventi. Tra di essi figurano i villaggi “Passione Italiana”, allestiti in piazze prestigiose di varie città francesi. Inoltre, viene curata la presenza italiana in occasione di fiere e saloni professionali (B2B) e al grande pubblico (B2C). Un’ulteriore iniziativa significativa è stata la realizzazione di un progetto per il CFA le Fontanil, che desiderava la nascita di cooperazioni con degli istituti alberghieri in Sardegna, al fine di favorire la mobilità internazionale. Diversi canali social vengono impiegati a scopo divulgativo, ma non esiste una rubrica dedicata esclusivamente alla promozione dell’agroalimentare sardo. Nonostante ciò, ho potuto realizzare e diffondere, un breve video con la partecipazione dello Chef Lello, con l’obiettivo di promuovere i “malloreddus” tramite una ricetta meno conosciuta. In questo modo è stata valorizzata questa pasta tipica e altri ingredienti di notevole importanza.

In Francia, il maggiore potere d’acquisto agevola la proposta di prodotti sardi. Questi risultano più richiesti dalla clientela francese rispetto a quella italiana per via dei costi legati all’esportazione, che rendono i prezzi più elevati. Inizialmente avevo la convinzione che la gastronomia sarda fosse poco conosciuta in Francia, invece, ho potuto constatare una sua diffusione abbastanza marcata. Inoltre, le ricerche da me svolte hanno dimostrato un apprezzamento significativo da parte dei francesi, che riconoscono gusto e autenticità dei prodotti agroalimentari dell’isola. Difatti, il sondaggio da me condotto su 135 persone rivela che quasi la metà di queste li conosce e la grande maggioranza ritiene che non siano abbastanza noti. In particolare, oltre la metà sa cosa siano i “malloreddus”.

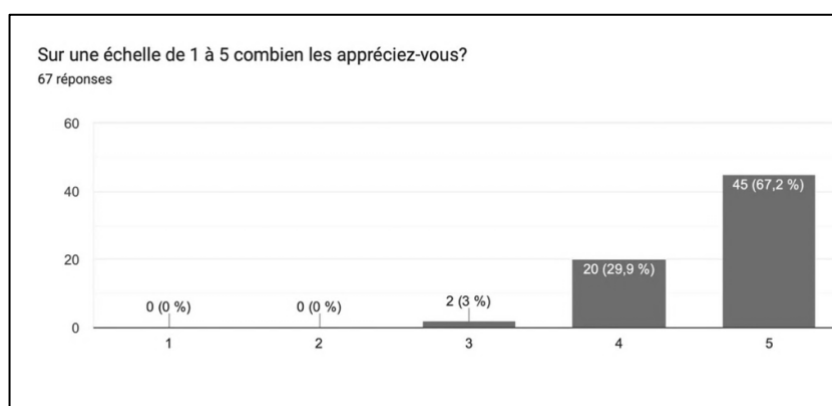
Le campagne promozionali della Camera risultano efficaci nel raggiungere sia attori francesi che italiani, ma permangono margini di miglioramento. I dati raccolti mostrano un interesse crescente da parte dei consumatori, nonostante ciò, evidenziano anche la necessità di una comunicazione più mirata e continuativa. La promozione dei “malloreddus” e, più in generale, della gastronomia sarda richiede strategie più strutturate, contribuendo a rafforzare il legame tra Sardegna e Francia. Le condizioni per favorire un ulteriore sviluppo di quest’ultimo sono presenti.

Annexes



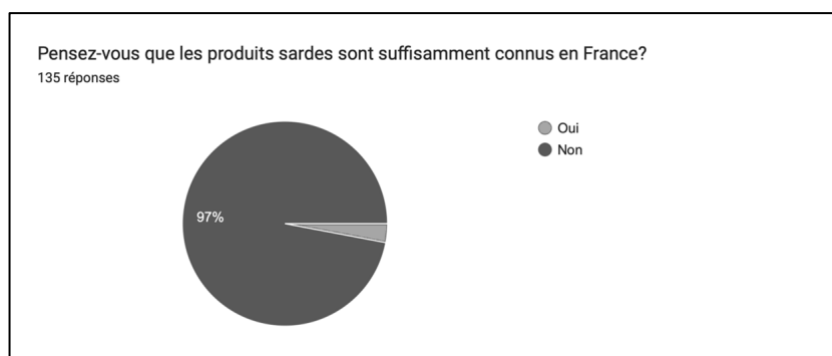
Annexe 1

Ce diagramme circulaire montre que 49,6 % des personnes interrogées connaissent l'agroalimentaire de Sardaigne, tandis que les 50,4 % restants ne le connaissent pas.



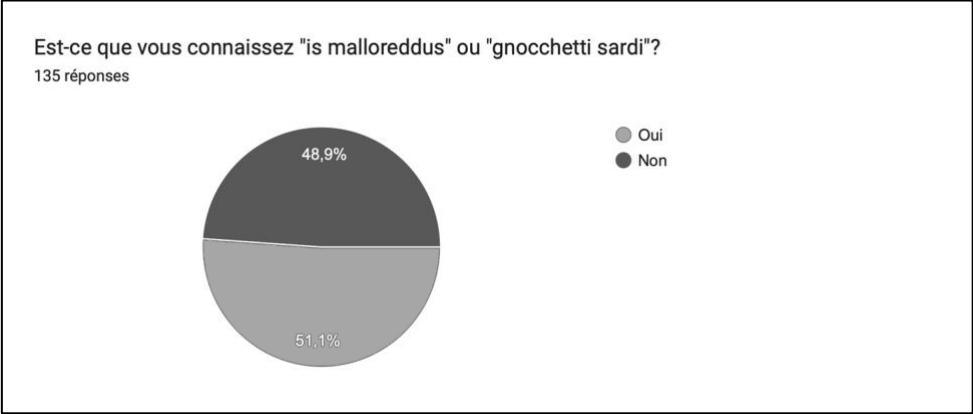
Annexe 2

Le graphique à colonnes ci-dessous montre le niveau d'appréciation des aliments provenant de la gastronomie sarde. Cela concerne 49,6 % des 135 personnes interrogées qui ont répondu positivement à la question précédente.



Annexe 3

Comme le montre le graphique, 97 % des personnes pensent qu'il y a une connaissance insuffisante des produits déjà mentionnés en France.



Annexe 4

Les données disponibles montrent à quel point les « malloreddus » sont connus en France. Sur 135 personnes, 51,1 % savent de quoi il s’agit, tandis que les 48,9 % restants non.

INTERVISTA SOCIETÀ "BENTU ESTU" - Sig. Emanuele Deiana (Espositore di prodotti sardi) – 33ème Salon de la Gastronomie à Bourg-en Bresse - 08/11/24 1) Mi piacerebbe parlarle in breve della vostra società, di cosa si occupa, etc... 2) Questa è la prima volta che parteciperete a quest'evento? 3) Cosa vi ha spinto a aderire al Salone della Gastronomia 2024? 4) Avendo preso parte ad altri eventi in Francia che riscontri ci sono stati? 5) Come mai si è orientato verso la Francia e magari non altri paesi? 6) Per quale motivo avete pensato di collaborare con la CCIF di Lione? 7) Quali prodotti vendete principalmente? 8) I francesi apprezzano i prodotti sardi? 9) Generalmente sono richiesti più da francesi o da italiani? 10) Cosa vi piacerebbe trasmettere rappresentando in questa occasione la "Sardegna"? 1) Si tratta di una cooperativa sociale, di tipo produzione-lavoro. Abbiamo una sede in Sardegna, a Sinnai (un paese a 15 km da Cagliari) e una sede in Francia. Siamo in possesso della partita IVA francese, ma risiediamo in Sardegna, dove finiti gli eventi ci fermiamo per ripartire alla prima occasione. L'azienda è nata nel 2014 e si occupa soprattutto di promozione, distribuzione e vendita di prodotti sardi all'estero (in particolare in tutto il territorio francese). Lavoriamo prevalentemente con le Camere di Commercio Italiane all'estero di Marsiglia e di Lione, che sono le più importanti e conosciute di Francia. In questa occasione ci troviamo a questo evento grazie alla CCIF-Lione. Le Camere di Commercio si occupano di organizzare la nostra presenza, poi noi ci spostiamo ed esponiamo i prodotti. Non eravamo presenti al Salon Mondial du Tourisme 2023, ma quest'anno probabilmente ci saremo ed andremo ad esporre con la regione Sardegna. In Italia lavoriamo pochissimo, invece in Francia partecipiamo alle fiere internazionali (come quella dell'agricoltura di Parigi) e ai villaggi italiani, esponendo per 5/6 giorni in particolare nelle piazze principali delle città più importanti della Francia: Bordeaux, Reims, Lille, Lyon, Metz, Avignone, Grenoble, Toulouse, etc... (Andiamo via da qui martedì, andiamo ad allestire a Tolosa, mercoledì iniziamo un nuovo evento lì e poi ritorniamo in Sardegna. Siamo in Francia da settembre e abbiamo partecipato agli eventi di Strasburgo, Lione, Marsiglia, etc...Un evento dopo l'altro. > è venerdì) Siamo divisi in due squadre e così riusciamo a coprire il nostro mercato. 2) È la prima volta che partecipiamo al Salon de la Gastronomie di Bourg-en-Bresse, ma è da circa vent'anni che siamo espositori di prodotti sardi in Francia. 3) Prima di tutto c'è di mezzo la CCIF-Lione e questo è già qualcosa di positivo. Inoltre, c'era anche della curiosità, non essendoci mai stati abbiamo voluto provare. 4) Ci sono stati riscontri piuttosto positivi. Rispetto all'Italia, in Francia c'è un più alto potere di acquisto e troviamo ci sia un buon mercato. Inoltre, ci sono degli ottimi collegamenti aerei e navali Sardegna-Francia anche piuttosto economici, ciò facilita la conoscenza dei prodotti, del territorio e dunque ci agevola poi alla vendita perché gran parte dei visitatori e dei clienti riconoscono i prodotti che magari hanno visto in estate. 5) - I francesi hanno un buon potere d'acquisto; - C'è una certa conoscenza della lingua acquisita nel tempo; - Gli alimenti italiani sono sempre molto graditi dai francesi, poi quelli di nicchia come sono anche quelli della Sardegna lo sono ancora di più; Viene facile commercializzare e proporre prodotti sardi in Francia più che in Italia, anche perché c'è meno difficoltà a reperire i prodotti, inoltre ci sono molti sardi emigrati in Francia, soprattutto verso Metz (c'erano molte miniere) e in Provenza (lavoravano come muratori).	6) Perché è un'istituzione riconosciuta dall'Italia, organizzano delle belle cose (incontri, seminari, conferenze, partecipazione di imprese italiane ad eventi B2B, B2C). Li abbiamo conosciuti anche perché collaborano molto con la Regione Sardegna a cui danno dei servizi (un esempio è il Salon Mondial du Tourisme). Si tratta di un ente serio, offre servizi e soprattutto ci accompagna nell'organizzazione della presenza in eventi come questo (fare tutto da soli sarebbe più difficile). 7) Vendiamo solo prodotti tipici sardi, soprattutto formaggi (voce più importante perché la Sardegna è il produttore più grande di formaggi in Europa) salumi, vino Cannonau, prodotti da forno (tra cui pane carasau e malloreddus). Per i salumi abbiamo una novità: salame e prosciutto di pecora. Commercializziamo prodotti di altre imprese, nonostante ciò, nascono come birrifici, ma spesso non lasciano vendere alcolici, perché magari ci sono altri birrifici...Dipende da dove andiamo. 8) Sì, i francesi apprezzano moltissimo i prodotti sardi. In un primo momento si presentano con un po' di diffidenza, però poi entrano in sintonia e acquistano tranquillamente. 9) Sono richiesti più dai francesi, perché molti italiani (in particolare i sardi) vanno periodicamente in Sardegna ed acquistano lì. Per loro aumentiamo troppo i prezzi, nonostante ciò, per via dell'esporto si devono affrontare molte spese e dunque non c'è alternativa (spese dei viaggi, spazio per l'esposizione, alloggio, cibo etc...). Per i francesi acquistare prodotti sardi può anche rappresentare un modo per ricordare dei bei momenti trascorsi in vacanza. Un altro fattore risiede nel fatto che sono sempre più attenti al "bio" e gli alimenti sardi lo sono in natura anche se non ci sono delle etichette particolari, un esempio è il mirto. 10) La genuinità e la semplicità dei prodotti che abbiamo sul banco. In giro si vedono sempre più cose elaborate. In Sardegna si privilegia la semplicità e questa caratteristica è apprezzata dai francesi. Un esempio è che sono stati abituati a mangiare il formaggio "col pepe", in un primo momento possono essere scettici, quando però scoprono il formaggio "al naturale" ne sono molto soddisfatti. Il "bio" per loro vale molto di più che in Italia, è un valore aggiunto, per questo non fanno neanche storte per i prezzi. Spero che il "bio" arriverà presto anche in Italia.
---	---

Annexe 5

Entretien réalisé par moi-même lors du stage Erasmus+ à la CCIF-Lyon.

INTERVISTA "LELLO LAB" - Chef Antonello Cabras (socio della CCIF-Lione) - 06/12/24 1) Essendo socio della CCIF-Lione, è a conoscenza delle varie attività di promozione che vengono effettuate per far conoscere i prodotti sardi ai francesi? 2) Ha in qualche modo contribuito alla réclame della Sardegna in occasione del Salon Mondial du Tourisme 2022? 3) Quali sono i marchi del "malloreddus" più conosciuti? 4) Conosce delle aziende sarde che esportano i loro prodotti in Francia? 5) È possibile effettuare un video o un evento che metta in evidenza i malloreddus con una ricetta diversa da quella tradizionale? 6) I "malloreddus" sono conosciuti in Francia? 7) In che zona sono maggiormente apprezzati? 8) Vengono graditi più dagli italiani o dai Francesi? 9) Ci sono diversi ristoranti sardi in zona? 1) Sì, la Camera di Commercio italiana per la Francia di Lione organizza varie attività di promozione del "Made in Italy", tra cui pranzi con prodotti tipici e operazioni presso eventi come il SMT. 2) In quell'occasione no, ma ero presente nel 2022 al Salon Mondial du Tourisme de Paris. Ho supportato lo Chef della regione Sardegna per quanto riguarda la traduzione delle ricette dei masterclass. 3) -Casa del Grano, la marca più conosciuta e di qualità, anche se industriale (ci sono diversi formati: classici con semola, zafferano, integrali, pomodoro, zafferano e spinaci); -Cellino; -Rummo; -De Cecco; -Barilla; -Garofalo; -Pastifici artigianali; 4) Non personalmente. A Lione è presente un'épicerie fine sarda che si chiama "Domo de Jana", loro potrebbero avere informazioni a riguardo. 5) Sì, è possibile. Ci organizzeremo per gennaio. 6) I "malloreddus" sono conosciuti in Francia, soprattutto per tre ragioni: -Non si tratta solo di pasta fresca, viene venduta anche sottoforma di pasta secca e si trovano anche da Monoprix (un supermercato francese molto conosciuto). -È un tipo di pasta adattabile a diverse ricette. -Molti francesi ormai trascorrono le vacanze in Sardegna e uno dei piatti che viene maggiormente proposto sono i malloreddus. Per questo motivo, quest'ultimi sono noti anche grazie al turismo. 7) Vengono apprezzati in tutta la Francia, perché sono versatili, facilmente reperibili ed è possibile consumarli sia come primo piatto che come accompagnamento. Inoltre, i francesi consumano più pasta rispetto a noi anche se non si direbbe. 8) Dipende dalla ricetta che si propone. Vengono graditi principalmente da italiani che sono stati in Sardegna o da sardi e per quanto riguarda i francesi, loro li apprezzano come qualsiasi tipo di pasta perché non hanno delle preferenze particolari, non hanno pregiudizi. 9) A Lione c'è soltanto "Domo de Jana", un'épicerie fine che cucina i prodotti che vende per promuoverli e anche per far conoscere la cultura e i sapori della Sardegna. A Parigi conosco due ristoranti sardi di qualità: - "Il Fico": 31 Rue Coquillière, 75001 Paris; - "Isola Sarda Paris": 16 R. Bréquet, 75011 Paris;	INTERVISTA "DOMO DE JANA" - Sig. Laurent Uras (restaurant/épicerie fine à Lyon) - 08/12/24 1) "Is malloreddus" rientrano fra i vostri prodotti più venduti? 2) Quali sono quest'ultimi? 3) Avete più clienti italiani o francesi? 4) I francesi gradiscono i prodotti sardi? 5) Conoscete delle aziende che esportano "Is malloreddus" in Francia? 6) Aumentate i prezzi rispetto ai prodotti di base, per quale ragione oltre al fatto che sono rari e di qualità? 7) Come mai avete scelto di aprire qui la vostra attività? 1) No, però piacciono molto a chi li conosce. 2) I salumi (tra cui il gusciale), i formaggi, i vini, il pane carasau, anche la bottarga perché c'è una tradizione anche in Francia (soprattutto a Martigues) e i carciofi spinosi sardi. In realtà viene venduto di tutto, poi dipende dalla clientela. 3) Più francesi che italiani. I sardi vengono soprattutto a partire dal momento in cui non hanno più i loro prodotti (quando vanno in vacanza li acquistano in Sardegna ad un prezzo inferiore). Infatti, in Francia il prodotto italiano è in questo caso quello sardo costa molto di più. C'è un grosso problema di concorrenza tra la nostra attività e le épiceries italiennes che hanno prodotti che si trovano più facilmente (dunque a costi inferiori). Da "Domo de Jana" ci sono prodotti rari, che vengono dalla Sardegna, a volte le persone non lo capiscono che queste sono alcune delle ragioni per cui i costi aumentano. Si tratta di prodotti buoni, genuini e particolari. C'è stata anche una collaborazione con il panettiere francese che lavora di fronte alla boulangerie "Délices d'Anges": è stato realizzato con la farina Cappelli "su moddizosu" (un tipo di pane del campidano) ed è stato acquistato molto perché ha un sapore che i francesi non conoscono. 4) A loro piacciono moltissimo, anche se a volte cercano di riadattare le ricette in base ai loro gusti (chiedono spesso l'olio piccante da mettere sulla pizza o il parmigiano da aggiungere alla pasta con la bottarga). Si sono resi conto che si tratta di prodotti di qualità, che durano tanto e ciò li soddisfa. "Domo de Jana" ha come obiettivo principale quello di far apprezzare la cucina sarda anche nella regione Auvergne-Rhône-Alpes, pure per questo oltre alla vendita, ci dedichiamo alla ristorazione, proponendo così delle vere e proprie degustazioni della nostra derrata. 5) Diverse aziende effettuano questo tipo di attività, tra i marchi che vendiamo ci sono: -Selel -Pastificio Sale di Dorgali -Araj (ora non collaboriamo più con loro) -Puddu: legato alla produzione del pomodoro, la casa è "Antonella"(è qualcosa di molto importante, perché è un prodotto pregiato il pomodoro) -Tanda e Spada (noi per i malloreddus allo zafferano) Sono tutti artigianali, ma la distribuzione resta più industriale nel caso di "Puddu" e di "Tanda e Spada". 6) Il trasporto costa molto. Si è obbligati ad aumentare i prezzi per via delle spese che si affrontano, ma già in Italia si spende abbastanza perché si tratta di prodotti buoni. La maggior parte delle épiceries hanno gli ingrossi e i prodotti sono praticamente sempre gli stessi. Questi tipi di prodotti avranno sempre dei prezzi più bassi rispetto a quelli che si trovano qui. Si è fatta una determinata scelta tra i prodotti e il trasporto per avere un'offerta dedicata al prodotto sardo e metterlo in risalto. Si tratta di qualcosa di speciale, perché non viene fatto da nessuno in zona. 7) La scelta che è stata fatta è di tipo personale. Io sono nato e cresciuto a Lione, con delle origini sarde. Quando ero più giovane cercavo i prodotti sardi, ma facevo fatica a trovarli e siccome non c'era un negozio dedicato ad essi, sognavo di aprirne uno. Mia moglie viene dalla Sardegna, entrambi abbiamo avuto la volontà di aprire questa impresa familiare affrontando varie difficoltà. [Come soci ci sono mio padre e mio fratello e nel fine settimana mio figlio viene ad aiutarci.]
INTERVISTA SOCIETÀ "BENTU ESTU" - Sig. Emanuele Deiana (Espositore di prodotti sardi) - 29/11/24 - 11/01/25 1) I "malloreddus" sono conosciuti in Francia? 2) A Bourg-en Bresse ho visto che vi dedicavate anche alla vendita di malloreddus, si tratta di un prodotto che viene consumato più da italiani o da francesi? 3) Quest'anno ci sarà l'occasione di mettere in evidenza questo prodotto sardo in collaborazione con la CCIF-Lyon? 4) Come avete avuto questa idea? 5) Quali sono le marche di malloreddus più vendute in Francia? 6) Oltre alla ricetta tradizionale dei malloreddus alla campidanesa lei ne conosce altre? 7) La bottarga è conosciuta anche nel territorio francese? 1) Sì, alcuni li comprano anche per curiosità, ma sono conosciuti in Francia soprattutto grazie al turismo, che è in incremento per via dei collegamenti diretti ed economici che sono attualmente messi a disposizione per far conoscere la Sardegna e "Is malloreddus" fanno parte dei primi piatti tipici che vengono proposti. Come collegamenti aerei troviamo: Cagliari-Paris Beauvais; Cagliari-Parigi Charles de Gaulle ; Cagliari-Bordeaux; Cagliari-Nantes; Cagliari-Carcassonne; Olbia-Lione; Olbia-Marsiglia; Olbia-Lilla; Alghero-Lione Alghero-Marsiglia; Come collegamenti navali ci sono: Porto Torres-Tolone Golfo Aranci-Nizza Porto Torres-Marsiglia (con scalo in Corsica) I collegamenti navali hanno incentivi da parte della regione Sardegna per poter promuovere "Isola". Porto Torres-Tolone (compagnia Corsica Ferries) per noi è un ottimo collegamento, perché riduce notevolmente i costi di viaggio. 2) Si tratta di un prodotto consumato più da italiani, perché fa parte del nostro patrimonio alimentare ed è più facilmente reperibile (si trova anche sotto il nome di "gnocchetti sardi" con la Barilla). Come se non bastasse, la maggior parte dei turisti sono italiani (vengono soprattutto dalla Lombardia) come prodotto dunque è comunque più conosciuto in Italia, nonostante sia aumentato il turismo francese. Ultimamente però è facile trovare i malloreddus pure in Francia, si possono acquistare anche al supermercato "Monoprix". 3) Sì, abbiamo deciso di allestire un doppio stand, per proporre i malloreddus cucinati da noi sul momento. Probabilmente mostriamo come realizzare la pasta, per poi passare a come viene cucinata e alla degustazione. Oltre a dedicarci alla vendita vorremmo far conoscere maggiormente le tradizioni sarde. A partire dal Villaggio "Passione Italiana" che si terrà a Dijon dal 15 al 23 marzo inizieremo a realizzare questo interessante progetto e lo porteremo avanti anche nei moltissimi eventi in cui parteciperemo in tutta Francia. 4) Abbiamo visto dei colleghi che cucinavano prodotti italiani nelle Fiere e secondo noi non lo facevano bene, ma nonostante ciò i francesi, incuriositi compravano subito. Abbiamo pensato che utilizzando il nostro savoir-faire potremmo proporre i sapori della nostra terra con successo. 5) Tra le marche più vendute in Francia ci sono: a) Barilla; b) Casa del Grano (compromesso tra pasta industriale e artigianale); c) Tanda e Spada (pastificio bio); d) i Cagliaritari; e) Sini;	I malloreddus freschi si possono acquistare più in Sardegna, in Francia si trovano generalmente sottoforma di pasta secca. 6) Sì, oltre ai malloreddus "alla campidanesa" conosco una ricetta che mette in risalto anche altri prodotti sardi importanti: i carciofi spinosi e l'oro di Sardegna (la bottarga). Parlo dei malloreddus carciofi e bottarga, realizzati con aglio, olio e prezzemolo. 7) La bottarga è conosciuta anche in Francia ed è venduta a periodi. A Martigues, verso Marsiglia fanno la bottarga di tonno, in Sardegna invece viene fatta di muggine che è più pregiata.

Annexe 6

Entretiens réalisés par moi-même lors du stage Erasmus+ à la CCIF-Lyon.

Sources

Bibliographie*

- Alberini M., *Storia del pranzo all'italiana*, Milano, Rizzoli, 1966.
- Azzimondi E. et al., *Ricette di Sardegna*, Seggiano di Pioltello, Slow Food, 2020.
- Basile G.B., *Lo cunto de li cunti (Il Pentamerone). Testo conforme alla prima stampa del 1634 – 36. Con introduzione e note di Benedetto Croce, vol.I*, Napoli, Trani per i tipi del Cav. V. Vecchi, 1891.
- Black J., George A., Postgate N., *A Concise Dictionary of Akkadian (5)*, Wiesbaden, Harrassowitz Verlag, 1999.
- Candia A. et al., *Arrègulas po ortografia, fonètica, morfologia e fueddàriu de sa Norma Campidanese de sa Lingua Sarda*, Quartu Sant'Elena, ALFA EDITRICE, 2009.
- Collectif Petit Futé, *Sardaigne*, Saint-Just-la-Pendue, Le Petit Futé, 2018.
- Dessì C., *Sardegna a tavola*, Olbia, Edizioni R.Balzano, 1985.
- ENIT, *Destination Sardegna*, Novara, Istituto geografico De Agostini, 2003.
- Pinna G. P., *Storia della cucina sarda e oristanese*, Oristano, E.P.D'.O., 2012.
- Rubattu A. *Dizionario universale della lingua di Sardegna*, Sassari, EDES, 2^a edizione, 2006.
- Sapelli G., *Tra identità culturale e sviluppo di reti. Storia delle Camere di commercio italiane all'estero*, Soveria Mannelli, Rubettino, 2000.
- Spano G., Paulis G., *Vocabolariu Sardu-Italianu*, Nuoro, Ilisso, 2004.

* Plusieurs documents officiels m'ont été généreusement fournis par la Chambre de Commerce Italienne pour la France de Lyon.

Sitographie

- Assocamerestero.it, *Le Camere*, 2025, <https://www.assocamerestero.it/camere>.
- Assocamerestero.it, *Who's Who*, 2025, https://www.assocamerestero.it/sites/default/files/contenuto_redazione/whos_who_2025_web.pdf.
- Associations.gouv.fr, *La loi 1901 et la liberté d'association*, (s.d.), <https://www.associations.gouv.fr/la-loi-1901-et-la-liberte-dassociation>.
- Baroque.it, *Storia della pasta*, (s.d.), <https://www.baroque.it/cucina-barocca/storia-della-pasta-e-del-pomodoro.html>.
- Blog.imprentas.eu, *Parla come mangi: le parole del cibo sardo, ecco i malloreddus e la loro curiosa etimologia*, 2025, <https://blog.imprentas.eu/2025/06/03/parla-come-mangi-le-parole-del-cibo-sardo-ecco-i-malloreddus-e-la-loro-curiosa-etimologia/>.
- Botteega.it, *Gnocchetti sardi: non solo malloreddus*, (s.d.), <https://www.botteega.it/gnocchetti-sardi/>.
- Botteega.it, *Malloreddus: farli in casa e cucinarli*, (s.d.), <https://www.botteega.it/malloreddus-fatti-in-casa/>.
- Ccielyon.com, <https://www.ccielyon.com/fr/>.
- Costasmeralda.it, *I malloreddus, sapore tipico di Sardegna*, 2023, <https://www.costasmeralda.it/articolo/i-malloreddus-sapore-tipico-di-sardegna/>.
- Ditzionariu.nor-web.eu, *Magliài*, (s.d.), <https://ditzionariu.nor-web.eu/it/faeddu/magliài>.
- Erudit.org, *Revue Internationale d'Action Communautaire n.21*, 1989, <https://www.erudit.org/fr/revues/riac/1989-n21-riac02273/1034084ar.pdf>.
- Esteri.it, *Camere di Commercio Italiane all'Esteri*, (s.d.), <https://www.esteri.it/it/diplomazia-economica-e-politica-commerciale/diplomaziaeconomica/rapporti-con-il-sistema-camerale/camere-di-commercio-italiane-allestero/>.
- Etnografia.it, *La pasta sarda, ieri e oggi e...*, 2013, <https://www.etnografia.it/2013/06/11/la-pasta-sarda-ieri-e-oggi-e/>.

- Filesregionesardegna.it, *Elenco prodotti agroalimentari tradizionali*, 2017, <https://files.regione.sardegna.it/squidex/api/assets/redazionali/24b3925f-91ef-4438-bf20-9cdc3cf7b3d9/7.-schede-categoria-paste-fresche-e-prodotti-della-panetteria-della-pasticceria-della-biscotteria-e-della-confetteria.pdf>.
- Gastronomie.ainterexpo.com, *Homepage*, 2024, <https://gastronomie.ainterexpo.com>.
- Gazzettaufficiale.it, <https://www.gazzettaufficiale.it>.
- Infomercatiesteri.it, Francia, 2025, https://www.infomercatiesteri.it/public/ime/schede-sintesi/r_68_francia.pdf.
- Insulasardinia.com, *Eventi Insula*, 2025, <https://www.insulasardinia.com/it/eventi-insula>.
- Istitutoalberini.edu.it, *Massimo Alberini*, (s.d.), <https://www.istitutoalberini.edu.it/pagine/massimo-alberini>.
- Lacasadelgrano.com, *Malloreddus*, (s.d.), <https://www.lacasadelgrano.com/is-malloreddus/>.
- Lacasadelgrano.com, *Perché gli gnocchetti sardi si chiamano malloreddus*, (s.d.), <https://www.lacasadelgrano.com/perche-gli-gnocchetti-sardi-si-chiamano-is-malloreddus>.
- Lacanas.it, *Il simbolo pasta*, 2012, <https://www.lacanas.it/novas/2012/il-simbolo-pasta/>.
- Leggiregionali.regione.sardegna.it, *Legge regionale 29 maggio 2007, n. 2*, <https://leggiregionali.regione.sardegna.it/legge-regionale?data=29-5-2007&numero=2>.
- Leporogres.fr, *Un chef sarde débarque chez Fratelli*, 2017, <https://www.leprogres.fr/rhone-69-edition-lyon-metropole/2017/12/16/un-chef-sarde-debarque-chez-fratelli>.
- Linguasarda.com, *La sconfitta di Ello, Ellus*, (s.d.), <https://linguasarda.com/la-sconfitta-ello-ellus/>.
- LinkedIn, *Salumificio Campidanese Su Sartizzu di Fois Barbara*, (s.d.), <https://www.linkedin.com/company/salumificio-campidanese-su-sartizzu-di-fois-barbara/?originalSubdomain=it>.

- Lyondecideurs.com, *Italia Club : des réunions business au service des relations diplomatiques*, 2025, <https://lyondecideurs.com/2025/10/les-decideurs/reseaux/italia-club-des-reunions-business-au-service-des-relations-diplomatiques/>.
- Mangiarebuono.it, *I malloreddus alla campidanese*, (s.d.), <https://www.mangiarebuono.it/i-malloreddus-alla-campidanese/>.
- Metaldetectorworld.forumfree.it, *Breve storia dei malloreddus*, 2013, <https://metaldetectorworld.forumfree.it/?t=65130698>.
- Mfr-Fontanil.fr, <https://www.mfr-fontanil.fr>.
- Newsasso.fr, *Étiquette: chambre de commerce italienne de Lyon*, (s.d.), <https://newsasso.fr/sujet/chambre-de-commerce-italienne-de-lyon/>.
- Nuovogiornalenazionale.com, *Gli ecosistemi economici*, 2025, <https://www.nuovogiornalenazionale.com/index.php/articoli-recenti/economia/21555-gli-ecosistemi-economici.html>.
- Regionesardegna.it, *Direttive di attuazione*, 2007, https://www.regione.sardegna.it/documenti/1_73_20070926100541.pdf.
- Regionesardegna.it, *Renato Soru*, 2022, <https://www.regione.sardegna.it/ricerca/soru-renato>.
- Sardinie4me.cz, *La storia del Malloreddus*, (s.d.), <https://www.sardinie4me.cz/historie-malloreddus/?lang=it>.
- SARP.it, *Come viene prodotta la pasta?*, 2022, <https://www.sarp.it/news/come-viene-prodotta-la-pasta/>.
- Starbooksblog.blogspot.com, *2076 Malloreddus - Gosetti della Salda*, 2014, <https://starbooksblog.blogspot.com/2014/02/2076-malloreddus-gosetti-della-salda.html?m=1>.
- Sunuraghe.it, *Novembre, una parola sarda al mese: M come Malloreddus*, 2017, <https://www.sunuraghe.it/2017/novembre-una-parola-sarda-al-mese-m-come-malloreddus>.
- Treccani.it, *Italian sounding*, 2018, [https://www.treccani.it/enciclopedia/italian-sounding_\(altro\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/italian-sounding_(altro)/).
- Unioncamere.gov.it, *Assocamerestero*, 2022, <https://www.unioncamere.gov.it/sistema-camerale/societa-del-sistema-camerale/assocamerestero>.

Ringraziamenti

La stesura di questa tesi rappresenta allo stesso tempo il capolinea e il punto di partenza in una parte di questo magnifico viaggio che è la vita. Ho condensato nel contenuto delle pagine precedenti anni di duro lavoro, caratterizzati da amore, sacrifici e imprevisti e mi sento in dovere di esprimere la mia gratitudine verso coloro che hanno contribuito maggiormente alla realizzazione di tale elaborato, nonostante un pensiero vada a chiunque mi abbia affiancata in modo costruttivo.

In primo luogo, ci tengo a ringraziare la Camera di Commercio Italiana per la Francia di Lione per aver creduto nel mio potenziale e per avermi dato la possibilità di svolgere un periodo di formazione, senza la quale non ci sarebbe la mia tesi di laurea. A questo riguardo ringrazio il Presidente, Dott. Igor Stambouljan e in particolar modo il mio tutor, nonché il Segretario Generale, Dott. Annibale Fracasso di Torrepaduli, la Dott.ssa Sala e la Dott.ssa Giglio. Inoltre, sono grata a Giorgia, Arianna e Oumayma per aver condiviso con me questa esperienza.

Ringrazio lo Chef Lello, Domo de Jana ed Emanuele Deiana per avermi dedicato il loro tempo fornendomi informazioni importanti per le mie ricerche e il loro affetto.

Dedico un ringraziamento speciale al Relatore di questa tesi, il Professor Vittorio Fortunati. Prima di tutto, per la cura e la passione con la quale mi ha trasmesso i suoi insegnamenti e per di più, per la disponibilità e professionalità dimostrata anche in quest'occasione.

Sono immensamente grata ai miei genitori e a mio fratello per avermi sostenuta da sempre e per esserci in ogni circostanza, raggiungere questo obiettivo sarebbe stato impossibile senza di voi.

Un grazie di cuore alle mie amicizie più strette. Mi riferisco a Michela, che pur essendo lontana mi è sempre vicina e a Marta, che ho incontrato dopo tanti anni ed è stato come se non ci fossimo mai perse di vista.

Durante gli Erasmus effettuati presso l'Université Paris Nanterre ho avuto l'occasione di conoscere persone davvero speciali, tra cui: Ana Cláudia, Ana, Lucie, Zoé e Sofia. Grazie per il sostegno apportato e per la vostra amicizia.

Tra i bei legami instaurati più recentemente, desidero menzionare Marta, il cui contributo è stato fondamentale per coronare un mio sogno. A tal proposito, vorrei ringraziare il Console Generale, Dott.ssa Chiara Petracca, per l'opportunità di collaborare con il Consolato Generale d'Italia a Lione, il Vice Console, Dott.ssa Maria Rosaria Rapuano e tutto il personale, per me fonte d'ispirazione.

Non posso esimermi dal ringraziare l'Università di Pavia, tutti i professori incontrati in questo percorso, l'Ufficio Immatricolazioni di UniPV e soprattutto Francesca e Federica, per avermi accompagnata nella mia crescita.

In conclusione, ringrazio me stessa per non essermi mai arresa e per aver lottato con tenacia persino di fronte agli ostacoli più difficili da superare. Le pagine più belle sono ancora da scrivere.

Remerciements

La rédaction de ce mémoire de licence représente à la fois la fin et le début d'une étape de ce magnifique voyage qu'est la vie. J'ai recueilli dans le contenu des pages précédentes des années de travail acharné, marquées par l'amour, les sacrifices et les imprévus et il me semble important d'exprimer ma gratitude envers ceux qui ont contribué davantage à la réalisation de cet ouvrage, même si mes pensées vont à tous ceux qui ont été impliqués de manière constructive.

Tout d'abord, je tiens à remercier la Chambre de Commerce Italienne pour la France de Lyon d'avoir vu mon potentiel et de m'avoir donné l'opportunité d'effectuer une période de formation, sans laquelle je n'aurais pas pu finaliser ce projet. À ce propos je remercie le Président, M. Igor Stamboulia et en particulier mon mentor, c'est-à-dire le Secrétaire Général, M. Annibale Fracasso di Torrepaduli, Mme Sala et Mme Giglio. Je suis également reconnaissante d'avoir pu partager cette expérience avec Giorgia, Arianna et Oumayma.

Je remercie le Chef Lello, Domo de Jana et Emanuele Deiana de m'avoir consacré du temps, en me fournissant des précieuses informations. Je les remercie aussi pour leur affection.

Je tiens à remercier sincèrement mon directeur de mémoire, le Professeur Vittorio Fortunati. Premièrement, pour la passion et le soin avec lesquels il m'a transmis ses enseignements et d'autre part pour la disponibilité et le professionnalisme dont il a fait preuve encore une fois.

Je suis infiniment reconnaissante envers mes parents et mon frère pour leur appui constant et leur présence en toute circonstance. En effet, cette étape majeure n'aurait pas pu aboutir sans vous.

Un grand merci à mes amies les plus proches. Je pense à Michela, qui, même à distance, est toujours là pour moi, et à Marta, que j'ai retrouvée après tant d'années, comme si nous ne nous étions jamais quittées.

Pendant mes Erasmus effectués à l'Université Paris Nanterre, j'ai eu la chance de connaître des personnes extraordinaires, comme: Ana Cláudia, Ana, Lucie, Zoé et Sofia. Merci pour votre soutien et pour votre amitié.

Parmi les liens tissés plus récemment, je tiens à mentionner Marta, dont la contribution a été essentielle pour réaliser un de mes rêves. À ce sujet, je souhaite remercier le Consul Général, Mme Chiara Petracca, de m'avoir permis de collaborer avec le Consulat Général d'Italie à Lyon, ainsi que le Vice Consul, Mme Maria Rosaria Rapuano et tout le personnel, source d'inspiration pour moi.

Je ne peux m'empêcher de remercier l'Université de Pavie, tous les professeurs rencontrés pendant ce parcours, le Bureau des inscriptions UniPV et surtout Francesca et Federica de m'avoir accompagnée dans mon épanouissement.

Pour terminer, je me remercie moi-même de n'avoir jamais abandonné et d'avoir lutté avec persévérance, malgré les obstacles les plus difficiles à surmonter. Les plus belles pages restent encore à écrire.

