



NAPOLI

# Il nuovo Moccia apre in aeroporto

Federica Belvedere

L'insegna napoletana famosa per le sue mitiche pizzette ha cambiato proprietà ma non gli artigiani che l'hanno resa celebre. Il nuovo corso prende avvio a Capodichino, ma, processi e preparazioni sono sempre quelli di una volta

**Rilanciare l'attività andando oltre i confini regionali, ma conservando i valori della tradizione. Questo l'obiettivo della nuova proprietà di Moccia**

**A**ll'aeroporto internazionale di Napoli *Moccia* apre uno store nell'area *land side*: oltre 100 metri quadrati dedicati al meglio della pasticceria e rosticceria napoletana, dal babà al crochè di patate. La celebre insegna partenopea, nata nel 1936 ([www.moccia1936.it](http://www.moccia1936.it)), inaugura così il suo nuovo corso a un anno dalla chiusura della sede storica nel centro della città coincide con la cessione del marchio: nell'agosto 2016, infatti, è stato acquisito da A Cento Spa, la holding campana che gestisce diversi marchi di ristorazione in franchising in Italia e all'estero, tra cui il più noto *Fratelli La Bufala Pizzaioli Emigranti*. È un giro di boa importante per l'insegna tanto amata dai napoletani che cambia proprietà ma non tradizione e maestranze. La holding ha infatti acquisito insieme al marchio tutti gli artigiani custodi di antiche ricette e artefici di quei prodotti -fra tutti la mitica "pizzetta"- che hanno fatto di *Moccia* un vero e proprio cult a Napoli.

Una storia che inizia nel 1936 con Giuseppina Moccia e che prosegue negli anni con i suoi figli Vincenzo, Antonio e Pasquale Romano e poi con i suoi nipoti. In ottant'anni di storia Moccia ha cresciuto generazioni di napoletani: era tappa



obbligata per le paste della domenica, per il caffè al mattino, per la pastiera pasquale e per quella che è diventata il simbolo dell'insegna: la pizzetta. Non una pizza qualsiasi, ma un prodotto unico per ricetta, dimensioni e gusto: una pizza di pochi centimetri di diametro, snack perfetto per la pausa pranzo, consumato in piedi, al banco. Negli anni, molti hanno provato a imitarla, ma la pizzetta di Moccia è sempre stata qualcosa di irripetibile, che metteva in fila adolescenti, professionisti in giacca e cravatta, mamme e bambini.

Il progetto di A Cento Spa è rilanciare con nuovi capitali l'insegna storica, conservando i valori di tradizione e identità, con occhi puntati anche oltre il confine regionale e nazionale. "L'operazione di acquisto del marchio Moccia, in linea con la filosofia aziendale di *Fratelli La Bufala*, è finalizzata a valorizzare, nel solco della tradizione, in ambito nazionale e internazionale, le eccellenze che il nostro territorio è capace di esprimere -dice Paolo Aruta, amministratore delegato di *Fratelli La Bufala*- Lo sviluppo del marchio è e sarà caratterizzato dalla ferma intenzione di preservare i processi, gli ingredienti e le preparazioni dei prodotti *Moccia* partendo dall'esperienza di coloro che hanno lavorato nella storica sede e preservandone l'arte". 

