

# Siamo petali della rosa nord-ovest food

Con uno occhio  
a Milano Expo 2015

occorre pensare in grande alle produzioni agro-alimentari e alle suggestioni turistiche per un pubblico più grande.

Ad un convegno svoltosi a maggio al Parco Tecnologico Padano di Lodi è stata posta una problematica molto interessante: il futuro della macroregione Nord Ovest relativamente al cibo, tra cultura e tradizione, creatività, ricerca, innovazione. Già la proposizione è interessante, ma soprattutto lo diventa nella prospettiva del 2015, quando a Milano si svolgerà la grande Expo universale. L'area in questione da sola copre il 30-35% del totale delle esportazioni italiane in campo agroalimentare, pari a 22 miliardi di euro all'anno.

Di macroregioni si parla da tempo, ma finora è rimasto tema da convegni e da economisti creativi; oggi la questione è davvero centrale, mentre esplodono le richieste dei Comuni frontalieri, che dal Veneto vogliono trasferirsi in Trentino Alto Adige oppure dal Piemonte alla Valle d'Aosta. Mercedes Bresso, presidente del Piemonte, ha gettato il sasso nello stagno governativo, rivendicando anche alla sua e nostra regione condizioni di statuto speciale. Nel momento in cui si discute di concreto federalismo regionale, attorno al quale sta probabilmente nascendo la più pratica soluzione ai dubbi sul bipolarismo politico (prove tecniche di scambio di consensi tra centrosinistra e Lega nord), il nord ovest, come per altri versi il nord est, ritorna di grande attualità economica.

Del resto in questi anni sono cresciute le forme di collaborazio-

ne tra Regioni: Piemonte e Liguria forse non riescono a risanare definitivamente lo schifo ecologico di Cengio in Val Bormida, ma sicuramente realizzeranno nelle pianure alessandrine il disimpegno logistico per il porto di Genova; Piemonte e Lombardia ragionano seriamente di trasporto veloci ed efficienti, ma soprattutto di integrazione per i servizi aeroportuali, di compensazioni tra le grandi imprese produttive e commerciali, mentre le due capitali (Milano e Torino) sperimentano collaborazioni sul piano degli spettacoli e delle manifestazioni promozionali.

## Milano-Torino 50 minuti Asti-Alba 15 minuti

Molto è cambiato (e soprattutto cambierà nei prossimi anni) sotto i campanili, grazie a diversi modi di pensare, all'emergenza di un inedito e irrituale modo di amministrare le città, alla maggior conoscenza e influenza dell'economia globalizzata, e anche alla rapidità dei collegamenti. È intuitivo che scendendo al di sotto di un'ora la distanza ferroviaria tra centro di Torino e centro di Milano, non è più così illogico pensare di vivere in una delle due capitali e incontrarsi a cena nell'altra come assistere ad uno spettacolo o partecipare ad un incontro.

La constatazione è risultata lampante ad astigiani ed albesi, storicamente poco propensi a fre-

quentarsi, attraverso l'apertura della nuova strada veloce, che collega le due città con soli 15 minuti di percorrenza: è molto più facile, poco costoso e poco rischioso incontrarsi e fare economia insieme tra le due capitali piemontesi del vino e del gusto.

Con un semplice passaggio generazionale, con un occhio ad internet e l'altro alla convenienza di fare affari insieme, possono cadere anche le barriere più tradizionali, da un giorno all'altro. Ecco perché hanno ragione amministratori ed economisti che a Lodi hanno prospettato la massima integrazione della "Food valley" italiana, costituita da Piemonte, Liguria, Lombardia, Emilia-Romagna.

Il Ministro alle Politiche Agricole Paolo De Castro ha sottolineato come spesso la filiera produttiva e distributiva dell'agroalimentare risulti inadeguata da un punto di vista produttivo e come questo ci penalizzi sui mercati del mondo. "Il problema è nostro – ha affermato il Ministro – non tanto di chi all'estero spaccia per made in Italy prodotti che in realtà non sono nostri o di chi soddisfa una domanda comunque crescente del mercato con prodotti di scarsa qualità. La domanda c'è – ha concluso De Castro – Occorre organizzarsi per soddisfarla".

È talmente elevata la specializzazione di produzione agro-alimentare e la concentrazione di grandi marchi tra Piemonte, Lombardia



*In questa pagina due scorci del nuovo quartiere espositivo di Fiera Milano.*

ed Emilia (vino, riso, carne, latte, formaggi, prosciutti, salumi, dolci, farine, pasta, prodotti da forno, cioccolato, nocciole, frutta e ortaggi speciali, grappe, liquori) che sarebbe sciocco non cominciare a lavorare insieme, traguardando le esperienze innovative e di collaborazione all'Expo del 2015 a Milano.

Così tra l'altro sarà sempre più vero che non ci si deve contrapporre per le scelte di localizzazione, come quando la città di Torino ha cercato di porsi in alternativa a

Milano per l'Expo universale prossima. Ad un'ora di distanza e con l'aeroporto internazionale a metà strada non c'è motivo di competere ma soltanto di collaborare, così come sarà importante l'appuntamento dei primi 150 anni dall'unità d'Italia (2011) quando Torino sarà la piazza principale delle manifestazioni celebrative, così come è un'opportunità comune a tutto il nord ovest la ricca dote olimpica degli impianti sportivi sulla neve delle montagne piemontesi.

## La rosa delle 7 meraviglie attorno a Milano

Così sarà importante per le coline del vino (dal Monferrato alle Langhe, passando per Astesana e Roero) lavorare per accogliere in cucina e in cantina gli ospiti di Milano Expo 2015. I cittadini del mondo non si spaventano di due ore di percorrenza per raggiungere le eccellenze territoriali, che circondano la metropoli milanese. A *Barolo & Co.* piace pensare che queste eccellenze siano sette, come le meraviglie dell'antichità. L'immagine che ne discende è una raggiera di percorsi, tutti attorno al baricentro milanese, anzi i sette petali di una rosa affascinante. In senso orario sono a nord i laghi prealpini, e poi il gioiello Dolomiti, quindi l'impareggiabile Venezia (anche se è perla del nord-est insieme alle montagne già citate), a sud il Po navigabile (almeno da Pavia verso la foce lungo la valle più gustosa d'Italia), le trionfanti colline del vino, i musei di Torino, la valle d'Aosta.

I responsabili di questi sette territori dovranno essere pronti a sfruttare appieno la lunga stagione dell'Expo, sperimentando una metodologia e dei percorsi, che resteranno sempre validi, anche in futuro, per i cittadini e gli ospiti della grande Milano futura.

Ma torniamo alla questione alimentare del nord-ovest, di questo grande articolato distretto produttivo, rappresentativo della cultura gastronomica italiana. Certo non è l'unica riserva naturale del cibo nazionale, ma se si escludono il pesce di mare, il sale, gli agrumi e pochissime altre specialità, la macro-regione del nord-ovest è davvero la culla della qualità alimentare nazionale: dalla filiera del divin porcello alle carni bovine di pregio, dalla cultura dell'olio extravergine di oliva ligure e garde sano con il suo vasto indotto, quasi tutti i grandi formaggi italiani,



#### **Piemonte**

- 1 Asti o Asti Spumante  
Moscato d'Asti
- 2 Barbaresco
- 3 Barolo
- 4 Brachetto d'Acqui o Acqui
- 5 Gattinara
- 6 Ghemme
- 7 Gavi
- 8 Albugnano
- 9 Barbera d'Alba
- 10 Barbera d'Asti
- 11 Barbera del Monferrato
- 12 Boca
- 13 Bramaterra
- 14 Canavese
- 15 Carema
- 16 Colli Tortonesi
- 17 Collina Torinese
- 18 Colline Novaresi
- 19 Colline Saluzzesi
- 20 Cortese dell'Alto Monferrato
- 21 Coste della Sesia
- 22 Dolcetto d'Acqui
- 23 Dolcetto d'Alba
- 24 Dolcetto d'Asti
- 25 Dolcetto delle Langhe Monregalesi
- 26 Dolcetto di Diano d'Alba
- 27 Dogliani (Dolcetto di Dogliani)
- 28 Dolcetto di Ovada
- 29 Erbaluce di Caluso o Caluso
- 30 Fara
- 31 Freisa d'Asti
- 32 Freisa di Chieri
- 33 Gabilano
- 34 Grignolino d'Asti

- 35 Grignolino del Monferrato Casalese
- 36 Langhe
- 37 Lessona
- 38 Loazzolo
- 39 Malvasia di Casorzo
- 40 Malvasia di Castelnuovo Don Bosco
- 41 Monferrato
- 42 Nebbiolo d'Alba
- 43 Piemonte
- 44 Pinerolese
- 45 Roero
- 46 Rubino di Cantavenna
- 47 Ruché di Castagnole Monferrato
- 48 Sizzano
- 49 Valsusa
- 50 Verduno Pelaverga o Verduno

#### **Liguria**

- 1 Cinque Terre e Cinque Terre Sciacchetrà
- 2 Colli di Luni
- 3 Colline di Levante
- 4 Golfo del Tigullio
- 5 Riviera Ligure di Ponente
- 6 Rossese di Dolceacqua o Dolceacqua
- 7 Val Polcèvera

#### **Lombardia**

- 1 Franciacorta
- 2 Valtellina Superiore
- 3 Botticino
- 4 Capriano del Colle
- 5 Cellatica
- 6 Garda Colli Mantovani
- 7 Lambrusco Mantovano
- 8 Lugana

- 9 Oltrepò Pavese
- 10 San Colombano al Lambro o San Colombano
- 11 San Martino della Battaglia
- 12 Terre di Franciacorta
- 13 Valcalepio
- 14 Valtellina

#### **Emilia-Romagna**

- 1 Albana di Romagna
- 2 Bosco Eliceo
- 3 Cagnina di Romagna
- 4 Colli Bolognesi
- 5 Colli Bolognesi Classico Pignoletto
- 6 Colli di Faenza
- 7 Colli di Imola
- 8 Colli di Parma
- 9 Colli di Rimini
- 10 Colli di Scandiano e di Canossa
- 11 Colli Piacentini
- 12 Lambrusco di Sorbara
- 13 Lambrusco Grasparossa di Castelvetro
- 14 Lambrusco Salamino di Santa Croce
- 15 Pagadebit di Romagna
- 16 Reggiano
- 17 Reno
- 18 Romagna Albana Spumante
- 19 Sangiovese di Romagna
- 20 Trebbiano di Romagna

Fonte: La Mappa dei vini DOC e DOCG (Enoteca Italiana, Siena).

una grande competenza sulle paste e sulle paste ripiene, una forte porzione di vini pregiati, di tanta parte degli spumanti, di grappe e di liquori artigianali, per finire alle frutta e agli ortaggi di tante denominazioni protette, senza dimenticare la vasta area dei dolci.

## La tavola più ricca d'Italia

La storia ha coltivato tante eccellenze zonali, esaltando nicchie pregiate e producendo denominazioni protette e marchi ormai riconosciuti, dimostrandosi particolarmente generosa nella Valle Padana, ma anche nelle vallate alpine e liguri. Ora tutti questi territori del gusto debbono imparare a lavorare insieme, indipendentemente se

si tratta di agricoltura, artigianato o industria, ciascuno apportando al paniere generale le proprie qualità e anche le proprie varietà esclusive.

Questo non soltanto per finalità turistiche, visto che volentieri i gastronomi visitano i territori produttori di gusto, ma soprattutto a fini di vendita. È essenziale che si affermino, anche nella comunicazione commerciale, le denominazioni di origine protetta, soprattutto se queste hanno dato vita ad autentici distretti specializzati, come l'area del Parmigiano-Reggiano, come l'area del vino piemontese, del riso pregiato, di particolari competenze orticole o frutticole.

La collaborazione aguzza l'impegno e consente ai più volentero-

si di progredire, c'è ancora spazio per la creatività innovativa e soprattutto valorizzare la cultura gastronomica, che si estrinseca soprattutto nella ristorazione. Questa attività rende ricco e irripetibile il territorio del nord-ovest, ogni cucina il suo stile e ogni paese la sua identità tipica.

Agli amministratori regionali e locali il compito di trainare questo discorso di macro-regione specializzata nel cibo di qualità, un'identità unica al mondo; se l'unione fa la forza, la proposta di Mercedes Bresso al governo (date dei privilegi regionali anche al Piemonte) avrà maggiori opportunità di successo se rivendicate da tutte e quattro le Regioni: più speciale e specializzata di così...

## Olio DOP: lo capisce solo per il 5%

Acronimi come DOC, DOCG ma anche DOP e IGT hanno ormai da tempo raggiunto un buon livello di notorietà. Ma se si chiede agli italiani cosa differenzia un prodotto certificato da un altro che non lo è, allora il discorso cambia radicalmente. A fronte di un ottimo 90% di intervistati che ha sentito parlare della sigla DOP, solo una sparuta minoranza, il 5%, è in grado di spiegare il valore aggiunto che questa sigla dovrebbe dare al prodotto sul quale è apposta.

E' quanto emerge da un sondaggio commissionato dal Consorzio Olio DOP Chianti Classico, presentato a Firenze, presso la Gipsoteca dell'Istituto dell'Arte di Porta Romana.

*"Si tratta di dati interessanti, sui quali è necessario riflettere – sostiene Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio Olio DOP Chianti Classico – Siamo il Paese che conta il maggior numero di prodotti certificati, a testimonianza di una tradizione e di una storia che non conoscono eguali, in questo campo. Eppure abbiamo le idee assai confuse su cosa sia esattamente la certificazione e quale valore rappresenti per il consumatore".*