

ENOGASTRONOMIA

In un manifesto la buona cucina dell'Emilia-Romagna

Una sorta di "codice etico" aperto a chi fa ristorazione di qualità annunciato in anteprima a "Identità Golose" di Milano e presentato ufficialmente alla rassegna riminese "Sapore"

ANTONIO APRUZZESE

Una degustazione durante "Identità Golose" nello spazio della Regione Emilia-Romagna.

Dall'uso dei prodotti tipici tradizionali e di altissima qualità nasce una ristorazione che si lega a doppio filo con il territorio e l'identità culturale dell'Emilia-Romagna. Parliamo di un'arte che qui ha sempre avuto grandi maestri, arricchita dalla professionalità di chi serve un piatto esclusivo e dalla sua capacità di esaltare emozioni e valori, oltre che sapori unici. Alcune regole auree della miglior tavola sono state riassunte in un "manifesto della buona cucina" emiliano-romagnolo. Parliamo di regole che ammet-

tono solo prodotti agroalimentari di alto profilo, che non rinunciano alla trasparenza sulla loro origine e all'autenticità dei menù tipici e locali. C'è poi la forte relazione con il territorio e la sua storia, la sostenibilità - che si traduce nell'impiego di prodotti di prossimità - la biodiversità e le produzioni autoctone. E non ultimo un servizio professionale e competente che si sposa con il carattere conviviale e ospitale della gente.

Sono solo alcuni dei questi principi che hanno plasmato il manifesto per il quale l'Assessorato regionale all'Agricoltura ha scelto come sede di lancio "Identità Golose" (30 gennaio-2 febbraio), congresso internazionale della cucina d'autore, dove l'Emilia-Romagna era la regione ospite.

Il manifesto e i suoi contenuti dovrebbero tradursi in un simbolo grafico, in un *lay-out* originale e probabilmente anche in una serie di *gadget* a disposizione degli ospiti di ristoranti e alberghi. «Non sarà però un nuovo marchio, ma piuttosto un codice "etico" e di principi, a cui cuochi e ristoranti potranno aderire volontariamente. E lo faranno con un videoclip sul sito *web* che è in fase di realizzazione», commenta **Valentino Bega**, dirigente del Servizio Valorizzazione delle produzioni, che stima in circa 150-200 i cuochi che in una prima fase sottoscriveranno il manifesto.

Nella tre giorni milanese, la Regione Emilia-Romagna e l'assessorato Agricoltura, in *partnership* con l'Unioncamere regionale e la collaborazione dei Consorzi di valorizzazione e dell'Enoteca di Dozza Imolese, ha messo a punto un calendario di incontri e degustazioni, curate in accordo con l'associazione "Chef to Chef" che riunisce i cuochi "stellati" da Rimini a Piacenza: fra gli altri erano presenti celebrate firme dei "fornelli", come Massimo Bottura, Igles Corelli e Paolo Teverini. Lo scopo era proprio quello di dare un forte impulso al tema della ristorazione, dove l'Emilia-Romagna con il suo ricco paniere di Dop e Igp (trenta) gode di una *lea-*



dership assoluta. «Non vorrei essere nei panni della regione che sarà la nostra ospite nell'edizione del 2011», ha detto **Paolo Marchi**, giornalista e patron della manifestazione, sottolineando l'alto standard di qualità che la cucina emiliano-romagnola è in grado di offrire.

LA COLLABORAZIONE CON UNIONCAMERE

“Identità Golose” non era solo una semplice vetrina, ma un progetto che è parte della collaborazione avviata con uno specifico protocollo di intesa tra Unioncamere Emilia-Romagna e l'assessorato regionale all'Agricoltura per la promozione dell'agroalimentare. «Il cibo è anche cultura e questa terra può contare da questo punto di vista su un patrimonio unico di tradizioni enogastronomiche - ha spiegato il presidente di Unioncamere, **Andrea Zanlari**. «La presenza ad una manifestazione sempre in crescita, che raccoglie il *gotha* della ristorazione mondiale, mette al vertice la nostra regione e ne certifica la grande qualità alimentare che si contraddistingue per saper coniugare tradizione ed innovazione».

Per Zanlari la valorizzazione della nostra cucina è anche un modo per promuovere la capacità ricettiva del nostro territorio, anch'essa di spessore e attenta al consumatore. «Il settore agroalimentare è un banco di prova - ha concluso il presidente di Unioncamere - che prova l'efficacia della collaborazione operativa tra sistema camerale e Regione anche per accompagnare le imprese sui mercati internazionali».

Insomma il buon cibo è un elemento identitario, che ha sua spendibilità incondizionata, un *brand* che si può vendere anche sul piano turistico. Lo dimostra l'iniziativa “Emilia-Romagna è un mare di sapori” che unisce all'edizione autunno-invernale, rivolta ad albergatori e ristoratori (di cui “Sapore” è solo uno dei momenti) un cartellone di eventi estivi per i turisti e a cui si sta già lavorando.

LA RISTORAZIONE SULLE “STRADE”

La presentazione ufficiale del manifesto avviene proprio in questi giorni, durante “Sapore” (Rimini 21-24 febbraio, dove è rappresentata l'intera catena del *food*), all'interno di un convegno previsto per martedì 23 febbraio. Nella città romagnola la Regione sarà presente con uno stand di 80 metri quadrati e un *format* del tutto identico a quello di Sana: degustazioni, prodotti tipici, libri e laboratori del gusto, oltre a costituire un punto di riferimento per le delegazioni (nord ed est Europa, più la Russia) che prenderanno parte ad un *workshop* sui vini regionali nel-



Foto Dell'Aquila

l'ambito di “Deliziando”, progetto che, invece, lavora sulla promozione del sistema agroalimentare di qualità sui mercati esteri.

Se il turismo enogastronomico è uno dei motori che alimenta l'attrattività dell'Emilia-Romagna, allora la valorizzazione della ristorazione passa anche e soprattutto dalle 15 “Strade dei vini e dei sapori”, che puntano a fare della buona cucina uno



Foto Dell'Aquila

dei punti di forza della loro proposta. L'impegno finanziario della Regione qui è già consistente: ci sono 2 milioni e 700 mila euro nel Psr 2007-2013 (Asse 3, Misura 313). Ora però sulla base della legge 23/2000 sta per partire un nuovo bando che metterà a disposizione 400 mila euro per rilanciare la buona cucina tradizionale lungo questi itinerari, ma anche per potenziare punti informativi e segnaletica; saranno premiate in primo luogo le aziende sinergiche fra le varie “Strade”. Risorse importanti, ma ancor più rilevanti sono gli investimenti che saranno capaci di movimentare, previsti in circa un milione di euro. ■