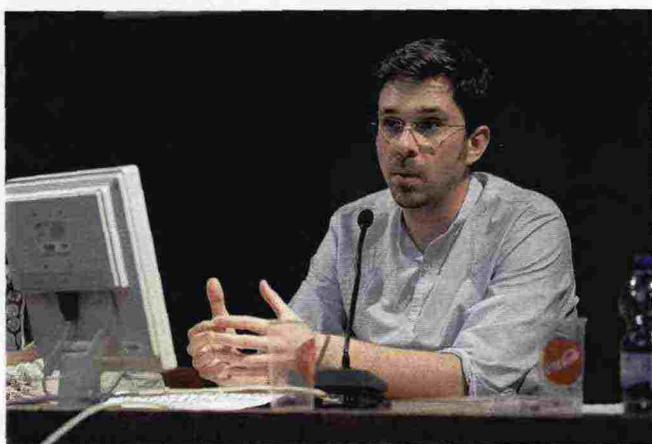


Speciale Viaggi Bologna

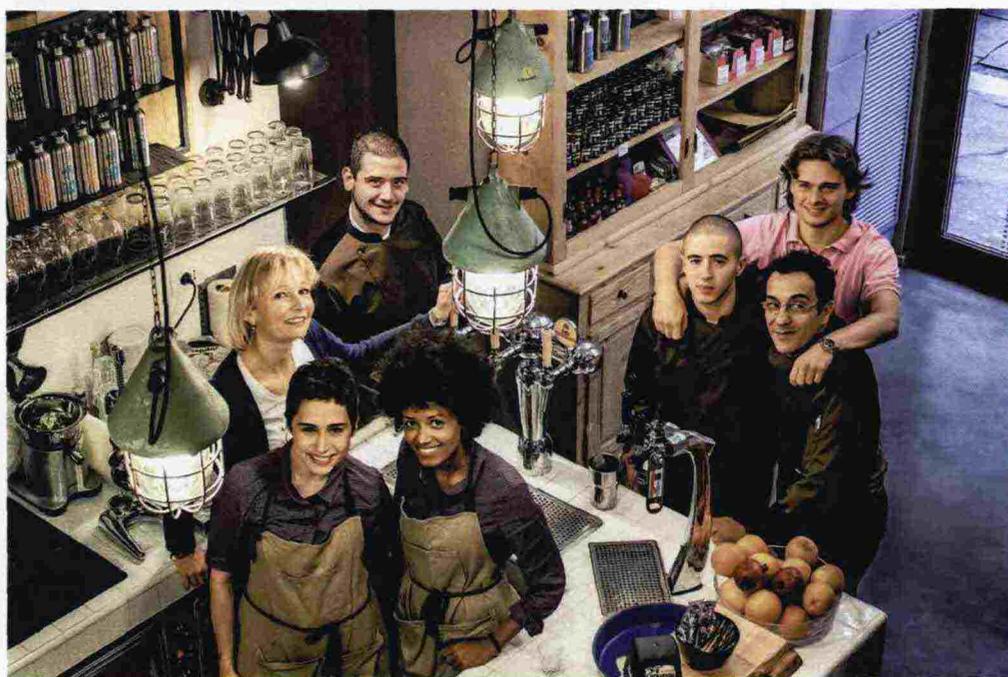
Dove cibo è cultura

La Fabbrica Italiana Contadina aprirà in tempo per l'Expo, con l'aiuto di Farinetti. Proliferano locali innovativi, start up, mercati, risto-librerie. La dotta torna capitale del mangiar bene

DI ANDREA RINALDI



Basta una passeggiata in centro per accorgersi che qualcosa, anzi molto, è cambiato a Bologna. E non si tratta del tempo, dell'aria di primavera che mette appetito. La città emiliana, piuttosto, si sta riscoprendo orgogliosamente "grassa". L'aria che tira invita, per esempio, a non perdersi una capatina nella zona di fianco a piazza Maggiore, dove si può placare la fame a pranzo e a cena scegliendo tra una decina di ristoranti uno più singolare dell'altro, nella cosiddetta "food alley" di via Orefici o tra le botteghe su più piani del vicino, neonato, Mercato di Mezzo. Anche l'aperitivo si celebra in nuovi locali dentro un altro mercato del centro che sta cambiando faccia, quello delle Erbe, e vede le giornate allungarsi ben oltre la chiusura delle bancarelle di ortaggi. E, tra una birra e un po' di pesce, inevitabilmente si finirà a parlare delle grandi novità in tema di cibo a cui stanno lavorando le istituzioni cittadine.



LO STAFF DI WELL DONE. IN ALTO: MATTEO LEPORE. NELL'ALTRA PAGINA: NUOVO MERCATO DI MEZZO

A cominciare da Fico, la Fabbrica Italiana Contadina che sorgerà in tempo per l'Expo 2015 all'interno del Centro agroalimentare di Bologna (Caab), alla periferia della città. Una maxi operazione da oltre 90 milioni di euro, che con l'aiuto di Oscar Farinetti e Eataly trasformerà questo asset cittadino in un grande parco con campi coltivati, ristoranti e punti vendita per raccontare tutta la filiera alimentare, o cosa succede «dal forcone alla forchetta», come ha sintetizzato il suo ideatore, il professor Andrea Segrè, già inventore del Last minute market contro lo spreco alimentare. «Settantamila metri quadri di mercato ortofrutticolo erano troppi, quindi io ho iniziato un percorso verso la sostenibilità. A ottobre di

Foto: P. Righi - Meridiana Immagine



E la Germania importa

Se le idee a Bologna non mancano, è perché c'è materia prima su cui lavorare. Così buona che la vogliono pure oltre i confini cittadini. I dati rilevati dal centro studi di Intesa San Paolo evidenziano come l'export del settore alimentare sia in continua crescita negli ultimi tre anni. L'anno appena trascorso si è chiuso con 368,9 milioni di euro tra alimenti e bevande venduti oltreconfine: una crescita del 9,4 per cento rispetto ai 337,1 milioni del 2012. Balzo quasi a doppia cifra se si guarda ai valori del 2011. I più richiesti all'estero sono frutta e ortaggi, anche lavorati (51 milioni nel 2013, +7,1 per cento), mentre quelli che crescono di più sono i prodotti da forno (11,8 milioni, +49,3 per cento), seguiti da oli (3,9 milioni, +25,4 per cento) e granaglie (4,2 milioni, +22,1 per cento). Il Paese che importa di più da Bologna è la Germania: 92,2 milioni di euro il venduto. Secondo la Camera di Commercio, poi, nel secondo trimestre 2013 ad aumentare per numero sono state proprio le imprese alimentari più piccole, da zero a cinque addetti.

Non pago, il professor Segrè ha accorciato le distanze con l'Expo bandendo l'International Sustainability & Food Award 2015, il premio per chi si sia distinto per progetti di rilievo nella campo della sostenibilità in campo agroalimentare.

due anni fa, con il consiglio di amministrazione e il direttore Alessandro Bonfiglioli, abbiamo elaborato un progetto per spostare il mercato di cento metri e valorizzare il resto», spiega Segrè: «Bologna è "la grassa", è cibo. Ce ne eravamo dimenticati, ma abbiamo ripristinato il connubio».

L'operazione costa 90 milioni e vi hanno aderito il Caab e investitori locali come Coop adriatica, Eataly, Unindustria Bologna, Intesa San Paolo. I lavori potrebbero cominciare già a giugno, ma il nuovo parco è stato accolto nel più bolognese dei modi: con le proteste degli attivisti Foglia di Fico che puntano il dito contro la speculazione edilizia. Fico darà lavoro a cinquemila persone e punta a raggiungere cinque milioni di visitatori all'anno e un fatturato, a regime, tra gli 80 e gli 86 milioni. Massimo Bottura, trisrellato chef della Francescana di Modena, sarà il direttore creativo dei ristoranti e sta già lavorando ai 100 piatti della tradizione italiana. «Il compito di Farinetti è portare un marchio che ha un grande valore, Eataly, e la sua capacità di gestione e marketing per far conoscere Fico». Non a caso, il secondo nome di Fico è "Eatalyworld".

ta alla manifestazione mondiale è la nascita del patto tra Comune, Ateneo, Fiera, Camera di Commercio e Fondazione Marino Golinelli per promuovere internazionalmente un'identità di Bologna legata al meglio della sua tradizione alimentare: "Bologna città del cibo". Il suo braccio operativo è la "Food commission", come racconta Matteo Lepore, 34 anni, assessore comunale al Marketing urbano: «Segue il principio della Film commission, ovvero mettere il territorio a disposizione di chi vuole investire nel cibo a Bologna, che voglia proporre eventi o nuovi locali. Molti giovani stanno riqualificando il Mercato di Mezzo e quello delle Erbe: l'obiettivo della Food commission è affiancarli e lanciare il messaggio che siamo una città in grado di aiutare chi fa questa scommessa».

Con la Camera di Commercio, inoltre, "Bologna città del cibo" sta lavorando alla valorizzazione di marchi di origine controllata, mentre il Comune lancerà una rete di spazi per accelerazione di imprese di innovazione digitale e con missioni connesse al cibo. «L'altro fronte è l'internazionalizzazione: abbiamo scoperto di avere talenti emigrati all'estero che ▶

Speciale Viaggi

Ci vuole leggerezza

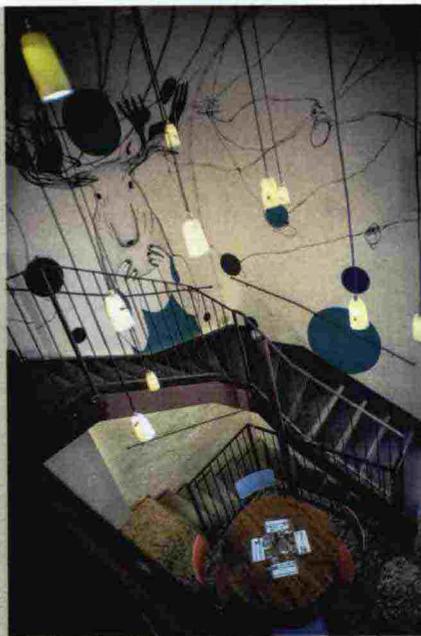
Nato in Calabria nel 1986, laurea in Economia e marketing a Bologna con una tesi sul "Restaurant marketing" e Davide Oldani, Matteo Aloe è lo chef di Berberè, ristorante-negozio che abbina cibi poveri a pizze a base di farine particolari, lievitate con pasta madre e idrolisi degli amidi. È appena tornato da uno stage al Noma di René Redzepi, ristorante di Copenaghen numero uno nella The World's 50 Best restaurants, celebre per le sue sperimentazioni.

Aloe, come si fa a innovare in una città così gelosa delle tradizioni culinarie?

«Con la qualità degli ingredienti. I bolognesi sanno mangiare bene perché hanno una tradizione importante e fanno bene a difenderla perché fantastica. Ma non bisogna cadere nell'errore di difendere sempre l'immagine della tradizione».

Quali sono i totem da cui partire per dare aria nuova alla cucina bolognese?

«Sicuramente sfoglia, tortellini, lasagne, tagliatelle sono l'emblema della città. E i salumi vanno difesi dall'attacco dell'industrializzazione che ha appiattito il gusto. Il concetto di osteria poi è bellissimo, ma non può essere replicato così come 50 anni fa perché oggi risulta finto. Un'osteria nuova fa orari flessibili, con l'oste giovane che conosce bene il cibo e il vino, magari biologico. Tutto oggi, deve essere più leggero: il locale negli arredi, il cibo nei condimenti».



hanno avviato spazi gastronomici e li stiamo contattando uno per uno perché vogliamo che diventino ambasciatori all'estero di Bologna "città del food"», aggiunge Lepore.

Un altro dei grandi fiori di questa primavera bolognese è appunto il Mercato di Mezzo. Di fianco a piazza Maggiore, proprio dietro al palazzo che dal 1242 ospitò la corporazione dei Salaroli, l'11 aprile, dopo sei anni, ha riaperto quello che è un vero e proprio tempio della ristorazione su tre piani, in cui Coop adriatica ha investito 5,6 milioni: nove punti "eat in" e "take away" divisi tra eccellenze locali e nazionali, nei suoi 740 metri quadri. Sopra tutti svetta la pizzeria di Eataly con 50 posti a sedere, illuminata da un tetto di vetro.

Un luogo del ristoro che fa da contraltare alla movimentata "food alley" di via Orefici, lì vicino, dove i vecchi negozi hanno lasciato il passo a particolarità tutte da mangiare. La risto-libreria Ambasciatori di Coop e Eataly ha visto affacciarsi i gelati di Stick House, i sandwich di Tramezzino.it, i vini francesi di Fleur du Vin; e nel prosieguo di via Carparie, l'anno scorso, ha aperto un terzo locale anche la pizzeria Altero, quella cara a Lucio Dalla.

Poco dopo è sorto Well Done, hamburgeria gourmet con carni e birre a chilometro zero. Non si vedeva da un po' un fermento del genere, tant'è che a Pasqua ha riaperto lo storico RosaRose, locale della movida anni Novanta frequentato da Abatantuono, Salvatores e Albanese. L'altra grande zona che, sempre in centro, è già rinata, è il Mercato delle Erbe, un comune mercato coperto per ortaggi e carne. Quando chiudono le bancarelle comincia l'aperitivo raffinato a base di pesce al neonato Banco 32; di fuori aspettano la Pescheria San Gervasio con il fritto al cartoccio e le sue bottiglie di vino bianco, oppure il Bar Senzanome gestito da ragazzi sordomuti, e ancora il bistro Via con me.

Tanti altri locali però hanno alzato la saracinesca in città e dalla clientela promettono di non essere le solite meteore. Cu-

E ora anche un Museo COLLOQUIO CON FABIO ROVERSI MONACO DI ANDREA RINALDI

È un dato di fatto che Bologna "la grassa" stia riscoprendo la sua vocazione gastronomica. Ma questa ondata non sta forse insidiando il primato culturale delle Due Torri? Lo abbiamo chiesto a Fabio Roversi Monaco, due volte rettore dell'Università bolognese, oggi presidente dei musei di Genus Bononiae.

Presidente Roversi Monaco, quali sono i punti di forza della cultura del cibo che Bologna non sapeva avere?

«Semmai su cui non ha puntato. Sono i cibi che derivano dai campi, che si traducono in piatti semplici ma di grande qualità. Una cultura che segue la via Emilia».

A Bologna le imprese giovanili flettono meno che in tutta la regione. Questi giovani hanno finalmente trovato un modo e un motivo per emergere?



«Da questo punto di vista c'è stato uno sviluppo in positivo. E lo si vede chiaramente nei nuovi ristoranti, nei luoghi dell'aperitivo. Credo che questo sia uno degli strumenti con cui la disoccupazione sia stata alleviata in questa città. A Bologna l'animazione è tornata forte e il merito è anche di questi giovani».

È vero che sta pensando anche a un museo del cibo?

«Nel Museo della storia, dove sono illustrate le vicende della città nell'arco di 2.500 anni, il ramo del cibo è stato trattato in modo riduttivo, così ho chiesto al professor Angelo Varni di sistemare questa lacuna. Nell'arco di un mese sarà pronto il documento.

Il suo spazio potrebbe essere nella torre al centro del Museo, mentre un'altra parte, sui prodotti e sulla terra da cui provengono, dovrebbe avere luogo in Fico, con un'ampiezza 15 volte più significativa».



**I LUOGHI
CONVENZIONALI
MUOIONO, MA A
BOLOGNA C'È
UN FERMENTO
INCREDIBILE. HA
COSE BUONE E
NUOVA VIVACITÀ
CREATIVA**

rano ogni dettaglio, soprattutto il marketing con tanto di presentazioni rivolte ai media locali: è successo per la Gourmeria di via Urbana, il Cappello Rosso di via de' Fusari e i cibi slow della bottega-pizzeria Berberè in zona universitaria. Non è un caso dunque se il masterchef Bruno Barbieri si ripromette di aprire un suo ristorante in città e Sandro Veronesi di Calzedonia vuole portare il suo Signorvino in piazza Maggiore. Sarà una coincidenza che Coldiretti, Camst e Fondazione 2000 si siano messi a fare corsi di cucina per 17 giovani disoccupati nella casa del popolo Corazza? In cattedra lo chef Mario Ferrara dello Scaccomatto di via Broccaindosso.

Cen'è abbastanza, insomma, per ipotizzare una vera e propria riconversione della città più "dotta" della Penisola. «Qui, come nel resto d'Italia, tutto quello cui eravamo ancorati si sta indebolendo e non sappiamo cosa succederà», spiega Michele Trimarchi, docente di Economia della cultura all'università del capoluogo emiliano, che aggiunge: «Bologna ha un problema di identità mai affrontato: rimane una città nostalgica, non studia come costruire il suo futuro. Non è un caso che tra le tante identità che si possono rimettere in circolo ci sia "la grassa". In questi anni sono morte persone come Dalla, Raimondi, Freak Antoni, che rappresentavano una certa "Weltanschauung bolognese": bisognerà smettere di contemplare quello che si è stato e domandarsi cosa fare del futuro. Da apocalittico dico che nulla sarà come prima, però "finalmente!"». Fatto sta che le librerie chiudono e i cinema sono in cassa integrazione. «Muoiono luoghi convenzionali, ma Bologna è un luogo di fermento incredibile, sta registrando sotto traccia vivacità creative forti. Bologna ha cose buone per cucinare una nuova cultura e per non perpetuare elementi un po' stanchi. Il problema è cercare nuove sinergie», conclude il professore.

Dunque, il cibo sotto le Due Torri sta ritornando a essere piacere, business e opportunità. Pure per il mondo delle start up, in tante ora a sedersi a tavola. E il caso dei portali per pranzi a domicilio Sgnam.it e Cosaordine, o di You Can Group, che oltre a sviluppare il format di Well Done ha dato corpo a progetti come Soul Factory, che punta a trasformare la pausa pranzo nella mensa aziendale in qualcosa di motivante e curioso per i dipendenti. Il gelato fai da te di Titto, invece, dopo tre anni veleggia sui 12 negozi e ha portato sugli scaffali il suo latte.

Non bisogna infine dimenticare i tremila orti urbani dati in concessione ai residenti dal Comune e i dieci farmers market settimanali: il più famoso è ospitato nel cortile della Cineteca (la fondazione conosciuta nel mondo per i celebri restauri di capolavori come "C'era una volta in America"), che dal 28 maggio trasformerà il mercoledì da giorno di compere a mo-

ANDREA SEGRÈ. NELL'ALTRA PAGINA: BERBERÈ

mento di aperitivo e socializzazione. Lucio Cavazzoni, presidente di Alce Nero, una spiegazione per questa rinascita ce l'ha. Il suo consorzio di Monterenzio, che dal 1978 commercializza prodotti bio di agricoltori, nel 2013 ha visto il fatturato salire a 50 milioni e 700 mila euro (+11 per cento). «In un mondo di materie prime banalizzate, Bologna raccoglie e recupera frammenti del passato e li unisce alle innovazioni del cibo. I grandi esperimenti come Fico e Berberè vanno nella direzione di offrire un cibo diverso con forti contenuti innovativi», sostiene. Cavazzoni ci crede, infatti ha assunto un nuovo manager per aggredire con i suoi prodotti il Far East, e sta lavorando per portare in città Jonathan Safran Foer, autore del bestseller vegano "Se niente importa. Perché mangiamo gli animali?" (Guanda editore, traduzione di Irene Abigail Piccinini). Insomma, Bologna la "grassa" all'occorrenza è pure vegetariana. ■

Taccuino goloso

Ambasciatori

via Orefici 19,
tel. 051/0952820
www.eataly.it/blog/
negozi-italia-bologna

Banco 32

via Rizzoli 23/c
e via San Gervasio 3/a,
tel. 051/269522

Berberè

via Petroni 9,
tel. 051/705715
www.alceneroberbere.it

Cappello Rosso

via de' Fusari 9,
tel. 051/261891
www.alcappellorosso.it

Fleur du Vin

via Orefici 7,
tel. 051/0974450,
www.fleurduvin.it

La Gourmeria

via Urbana 5,
tel. 051/6446183
www.lagourmeria.it

Mercato delle Erbe

via Ugo Bassi 23-25,
tel. 051/230186
www.mercatodelleerbe.it

Mercato della Terra

via Azzo Gardino 65b
tel. 328/1396004
www.mercatidellaterra.it

Mercato di Mezzo

Via Clavature 12
Pescheria San Gervasio:
via Belvedere 13d,
tel. 051/262189

Pizzeria Altero

via Caprarie 3,
tel. 051/234758
www.pizzaltero.com

RosaRose

via Clavature 18b,
tel. 051/0282382

Scaccomatto

via Broccaindosso, 63
tel. 051/263404 www.
ristorantescaccomatto.com

Stick House

via Orefici 11/a, www.
stickhousesrl.com/bologna

Titto

via Goito 12,
tel. 051/0412817 www.titto.it

Tramezzino.it

via Orefici 4,
tel. 051/4126295,
bologna.tramezzino.it

Via con me

via San Gervasio 5d,
tel. 051/267420

Well Done

via Caprarie 3/c,
tel. 051/0284823
www.welldoneburger.com

Foto: F. Caulli, R. Serra - Iguana Press, P. Cerroni - Imagoeconomica