

L'Emilia-Romagna mette il mondo a tavola

Da Bologna a New York, in occasione della prima Settimana della cucina italiana nel mondo: protagonisti i prodotti tipici della regione. **Obiettivo: crescere ancora sul mercato Usa**

Promuovere le eccellenze enogastronomiche regionali; spingere su export e internazionalizzazione; rafforzare la lotta alla contraffazione e alle barriere, commerciali e non, che ancora ostacolano l'ingresso del *made in Italy*. Il tutto in un mercato strategico per l'Emilia-Romagna quale quello statunitense.

Esportazioni record negli States

Con questi obiettivi si è svolta a New York la missione istituzionale della Regione, nell'ambito della prima Settimana della cucina italiana nel mondo, voluta dal ministero degli Affari

esteri e della cooperazione internazionale, in collaborazione con quelli dell'Agricoltura, dello Sviluppo economico e dell'Istruzione.

Gli Stati Uniti sono il secondo mercato in assoluto (dopo la Germania) per il food emiliano-romagnolo, ma il primo se si considera l'area extra-Ue, con un andamento delle esportazioni che nei primi sei mesi del 2016 ha sfiorato il +9%, dopo un 2015 da record (+28,5).

Da qui la scelta di concentrare le proprie iniziative nel Paese a stelle e a strisce. «Parlano emiliano-romagnolo molti dei prodotti enogastronomici più apprezzati nel mondo, simboli della nostra terra e del suo saper fare», ha ricordato il presidente della Regione **Stefano Bonaccini**

A cura della
REDAZIONE

Le Mariette di Casa Artusi, ovvero l'arte della sfoglia fatta come una volta. Al centro l'assessore regionale all'Agricoltura Simona Caselli



INVESTIMENTI, CONTRASTO ALLE IMITAZIONI, PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY

Sicurezza alimentare, protezione di marchi, esportazioni. Questi i temi al centro degli incontri che il presidente della Regione, Stefano Bonaccini, ha avuto con la *Food and drug administration*, l'Agenzia alimentare americana, e con buyer e investitori presso la sede newyorkese dell'Ice, l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Accordi con la grande distribuzione, fiere, campagne sui media, e-commerce e attività di *incoming* in Italia, ma anche *educational* per i consumatori e uno slogan «*Buy authentic Italian, get more*», che sottolinea il valore aggiunto del vero *made in Italy*. **Maurizio Forte** direttore di Ice New York ha illustrato la strategia di promozione dell'agroalimentare italiano negli Usa. Un faccia a faccia molto concreto che è servito anche per ascoltare le esigenze degli investitori: esportare in Usa infatti significa doversi confrontare con cinquanta mercati diversi ed è dunque molto importante selezionare gli Stati in cui si vuole andare, capirne le caratteristiche e studiarne la legislazione.

Al centro dell'incontro con **Donald Prater**, della *Food and drug administration*, i temi della sicurezza e dell'educazione alimentare, della sostenibilità dei processi produttivi e della tutela dei prodotti italiani, di cui le eccellenze enogastronomiche emiliano-romagnole rappresentano una voce molto importante.

La Food Valley è uno dei tre brand turistico-imprenditoriali su cui la Regione indirizza le proprie politiche di attrattività e internazionalizzazione. Una voce, quella dell'export, molto importante per l'Emilia-Romagna con un valore complessivo di 55,3 miliardi di euro nel 2015 che supereranno i 56 alla fine del 2016. Le esportazioni agroalimentari valgono circa 5,7 miliardi di euro (+6,2% nel 2015 e +2,8% nei primi sei mesi del 2016).

In alto, il presidente della Regione Stefano Bonaccini con Donald Prater (Food and drug administration). Sotto, Bonaccini e Massimo Bottura, chef dell'Osteria Francescana di Modena, incontrano il pubblico newyorkese

che ha guidato la delegazione emiliano-romagnola, composta anche dai Comuni di Bologna e di Parma (quest'ultima nel 2015 città creativa della gastronomia Unesco), Fico Eataly World (il grande polo del cibo e della biodiversità dal campo alla tavola, che sorgerà nel capoluogo regionale nel 2017), Casa Artusi, i Consorzi di tutela e l'Enoteca regionale dell'Emilia-Romagna. «Siamo qui per crescere ancora, aiutando



Fotoreporter

le nostre imprese ad andare all'estero, attraendo investimenti e turisti, spingendo su ricerca e innovazione, combattendo le contraffazioni e proteggendo i nostri marchi. Tutto – ha sottolineato Bonaccini durante il taglio del nastro – per creare sviluppo e nuova occupazione».

Dop e Igp in vetrina a Eataly Downtown

Il Parmigiano Reggiano, il Prosciutto di Parma, gli Aceti Balsamici, la Piadina Romagnola, il Cotechino Modena, la Mortadella Bologna, il Sale di Cervia. E, ancora, le paste ripiene e i grandi vini che nascono lungo la via Emilia: dalle Malvasie dei Colli piacentini, ai Lambruschi dell'Emilia, al Pignoletto, al Sangiovese e



Fotoreporter



L'inaugurazione della Settimana dell'Emilia-Romagna a Eataly Downtown, New York. Da sinistra, l'ad di Fico Tiziana Primori, il presidente della Regione Bonaccini, l'assessore all'Agricoltura Caselli e lo chef Riccardo Agostini

Fotoreporter



Il presidente della Regione Bonaccini con Massimo Bottura e l'ambasciatore italiano a Washington Armando Varricchio

Fotoreporter

all'Albana di Romagna. Sono solo alcune delle eccellenze che dal 16 al 20 novembre sono state al centro del calendario di attività promozionali nell'aula didattica e nel ristorante Osteria della Pace ospitati dai nuovi spazi di Eataly Downtown a New York. Eccellenze già oggi molto

apprezzate dai consumatori Usa, ma spesso confuse con i prodotti di imitazione. Da qui l'importanza di degustazioni guidate che, con l'aiuto dei giornalisti Riccardo Costa e Francine Segane, dei rappresentanti dei Consorzi e dell'Enoteca regionale, hanno



Sotto,
i tre chef stellati
Riccardo Agostini,
Igles Corelli
e Alberto Bettini
(da sinistra)

Fotoreporter



Fotoreporter



Fotoreporter

AL VIA NEL SEGNO DI BOTTURA, IL RE DEI CUOCHI

A tenere a battesimo la prima Settimana della cucina italiana nel mondo il re degli chef **Massimo Bottura**, il patron dell'Osteria Francescana di Modena, miglior ristorante del mondo 2016, secondo la classifica *The World's 50 Best Restaurants*, considerata una sorta di Oscar della gastronomia. È stato infatti proprio il pluristellato cuoco modenese ad allestire a Villa Firenze, la residenza dell'ambasciatore Armando Varicchio a Washington, la cena che ha dato il via al calendario di iniziative newyorkesi. Un menù ispirato direttamente all'Emilia-Romagna, i cui prodotti e tradizioni culinarie trovano in Bottura una continua e originale reinterpretazione. **Stefano Bonaccini**, nel duplice ruolo di presidente della Regione e della Conferenza delle Regioni, ha definito Bottura «il miglior ambasciatore nel mondo della cucina italiana e dell'Emilia-Romagna, prima regione in Europa per numero di prodotti la cui origine e denominazione protetta vengono certificate dalla Ue». Bottura e Bonaccini sono stati anche animatori a Eataly di un dialogo con il pubblico sulla cucina innovativa e della tradizione.

permesso di accendere i riflettori sui rigorosi processi produttivi che contraddistinguono i 44 prodotti Dop e Igp dell'Emilia-Romagna. Processi che fanno la differenza e che sono la principale garanzia di qualità, salubrità e tipicità, dalla terra alla tavola. E, per spiegare usi e abbinamenti in cucina, le degustazioni guidate di Iglesias Corelli, Alberto Bettini e Riccardo Agostini, dell'associazione Chef to Chef. Si è partiti con il Parmigiano Reggiano Day, e poi via, cinque giorni per conoscere storie e segreti di prodotti che, in un mercato mondiale sempre più globalizzato, hanno il pregio di essere inscindibilmente legati a un territorio e di presentare caratteristiche nutrizionali e organolettiche uniche e irripetibili. «La qualità dei nostri prodotti, delle materie prime così come delle tecniche di produzione, è la nostra carta



vincente nel mercato globale – ha spiegato l'assessore regionale all'Agricoltura **Simona Caselli** – la dimensione internazionale è fondamentale per essere sempre più competitivi e come Regione stiamo lavorando con determinazione in questa direzione. Facendo gioco di squadra insieme al mondo produttivo e agendo come sistema Paese».

Se Pellegrino Artusi sbarca sul web

Tra le iniziative newyorkesi anche il primo *hackathon* internazionale dedicato alla cucina delle feste, sulle orme di Pellegrino Artusi, l'autore, nato a Forlimpopoli, de *La Scienza in cucina e l'arte di mangiare bene*. Il tema è stato al centro di un incontro alla New York University, cui hanno partecipato, oltre a Bonaccini e Caselli, anche il console generale d'Italia **Francesco Genuardi**, **Gianni Riotta**, editorialista de *La Stampa* e professore alla Princeton University, e per Casa Artusi **Monica Fantini** e **Andrea Segrè**. Appuntamento dunque a Forlì il 28 e 29 gennaio e a New York il 18 e 19 febbraio, con una vera e propria maratona informatica che coinvolgerà esperti di tutto mondo per individuare nuove forme di comunicazione per la cucina della tradizione italiana. Da un ambasciatore dell'Ottocento a un'ambasciatrice dei giorni nostri. Stiamo parlando

di Marcella Hazan, profonda conoscitrice della gastronomia tricolore ed emiliano-romagnola e una vera autorità oltreoceano. Nata a Cesenatico, ha vissuto negli Stati Uniti, dove ha pubblicato con successo libri di cucina italiana, mantenendo uno stretto legame con la sua terra d'origine.

Il figlio, **Giuliano Hazan**, chef italo-americano e anch'egli esperto della gastronomia tricolore, in un dialogo con Andrea Segrè si è cimentato con entusiasmo in una simbolica sfida con l'Artusi per il pubblico di Eataly Downtown. ■

FABBRICA ITALIANA CONTADINA PRESENTATA OLTREOCEANO

Un ettaro e mezzo di campi e allevamenti, con le principali cultivar dell'agricoltura italiana e le razze animali autoctone; 40 "fabbriche" dove si realizzeranno i più importanti prodotti alimentari del made in Italy; 25 ristoranti, 9mila metri quadrati di mercati e botteghe; 10 aule didattiche, 3 km di percorsi educativi. Sono i numeri di Fico Eataly World, la Fabbrica italiana contadina che aprirà i battenti a Bologna nel 2017 e che a New York è stata presentata alla stampa internazionale. «Non un parco tematico – ha spiegato il sindaco **Virginio Merola** – ma un luogo dove toccare con mano come si produce, come si alleva, come si trasforma il cibo e come lo si gusta».

Un grande investimento sul cibo che non verrà replicato altrove. «Sarà solo a Bologna – ha spiegato il patron di Eataly **Oscar Farinetti** – per una serie di ragioni, Bologna è la capitale di una regione che è la migliore per biodiversità e prodotti di eccellenza, ha la più antica università del mondo ed è perfetta logisticamente».