



## "PETIT TOUR" LUNGO I SENTIERI D'ITALIA

Si è svolto, al teatro Keiros di Roma, il primo di una serie di appuntamenti mensili, dedicati alla "piccola grande provincia italiana" tra letteratura, musica ed enogastronomia. A cura di Francesco Ventimiglia, l'evento ha esplorato il territorio della Calabria Citeriore, e sul palcoscenico si sono alternate parole e musica che hanno espresso identità e forza, cultura e arte di un'Italia che sa ancora sognare, costruire e generare ricchezza materiale e immateriale. Dopo l'esibizione del gruppo musicale Taranta Nova - che ha riproposto in forma moderna canti e musiche d'un tempo, utilizzando strumenti originali della tradizione pastorale e contadina -, l'attrice Caterina Venturini ha citato brani letterari, aforismi e versi legati a questo angolo del Sud, accompagnata al pianoforte da Valentina Ventimiglia. La parola, quindi, all'enogastronomia, attraverso i prodotti - limoni, vino, pasta, liquirizia - di aziende che hanno saputo valorizzare eccellenze gastronomiche del territorio. Ad iniziare dal Borgo federiciano di Rocca Imperiale, rappresentato dal Sindaco Ferdinando Di Leo, un paese dove si coltivano profumatissimi limoni Igp, per proseguire con le aziende di cui prodotti sono ambasciatori del made in Italy anche all'estero. Tra questi, gli Amarelli di Rossano, che dal 1500 si dedicano alla lavorazione della liquirizia; i Greco di Cariati, ambasciatori di un nuovo modo di produrre olio e vino, coniugando scrupolo artigianale e tecnologie avanzate. E poi i fratelli Pisani (Pisani&Pasta) i cui diversi formati di semola hanno affascinato famosi chef nazionali e stranieri; Luigi Adinolfi che ha portato l'antica ricetta familiare dell'amaro alle olive sulla tavola italiana,

con un'attenta opera di ricerca e promozione; per finire con i Vignaioli del Pollino, di Frascineto, dove la cantina di Natale Braile propone rossi, rosati e bianchi corposi e profumati. I prodotti sono stati offerti in degustazione e in omaggio al folto pubblico.

## A BOLOGNA LA FABBRICA ITALIANA CONTADINA

"Una casa stabile per custodire, raccontare e tramandare una delle risorse più vitali dell'economia italiana: il cibo", l'ha definita l'ideatore e Presidente del Centro Agroalimentare di Bologna, Andrea Segrè. "Un luogo immenso e gioioso dove la bellezza del settore agroalimentare italiano verrà presentata e narrata dalla terra fino al suo arrivo nel piatto e nel bicchiere" ha affermato Oscar Farinetti, che ne sarà il "regista". Ecco la Fabbrica Italiana Contadina, presentata ufficialmente a Milano, e che aprirà ai visitatori italiani e stranieri nel 2015, anno dell'Expo. Gli oltre 80.000 metri quadrati a disposizione saranno articolati in aree specifiche fra coltivazione, produzione, ristorazione, studio, ricerca, didattica e commercializzazione. Con stalle, acquari, campi, orti, officine di produzione, laboratori, banchi serviti, *grocery*, ristoranti: un vero "itinerario della produzione e del gusto".



## GRAZIE ALL'EXPORT

Come ha sottolineato Coldiretti su dati Istat, nel 2013, il comparto alimentare ha contribuito sempre di più al sostegno dell'economia italiana, grazie all'export. Le esportazioni del wine & food hanno toccato il record di 33 miliardi di euro rappresentando l'8,6% di quelle totali del Belpaese, contro un export complessivo dell'Italia che, invece, nell'anno, per il Centro Studi Confagricoltura, è diminuito dello 0,1%. Certo, c'è ancora l'enorme problema dell'"Italian Sounding" e della contraffazione, che sottrae ai produttori di vero made in Italy oltre 60 miliardi di euro all'anno, di cui 24 in Europa, 26 in nord America e 10 nel resto del mondo. Se si riuscisse a contrastarlo, almeno un po', i prodotti agroalimentari italiani potrebbero essere una leva competitiva determinante per far uscire l'Italia dalla crisi.

## IL MANIFESTO DELLA SAGRA AUTENTICA

Alcuni ricercatori universitari hanno pubblicato uno studio sulle feste di piazza a partire dal lavoro svolto 3 anni fa per la stesura del Manifesto della sagra autentica. In sintesi, i sette punti del Manifesto dichiarano che: la sagra è parte integrante dell'identità storica di una comunità e di un paese; il cibo, il consumo collettivo e rituale di determinati prodotti carichi di

valori simbolici è il motore propulsore della sagra; la sagra non ha finalità speculativa, ma è un veicolo di valorizzazione del territorio e della comunità; la sagra promuove forme di socializzazione e sviluppo collegate alla cultura del cibo locale; la sagra deve svolgersi in un periodo limitato di tempo, deve essere legata a cicli di produzione e consumo e non può avere durata superiore ai sette giorni; la sagra è organizzata e gestita da associazioni senza scopo di lucro, che, in concorso con altri soggetti portatori di interesse a livello territoriale, operano con continuità allo sviluppo e alla promozione della stessa attraverso un comitato; la sagra deve rispettare il proprio territorio, facendo attenzione all'impatto ambientale e curando in particolare strutture, uso di detersivi biologici e smaltimento dei rifiuti. Per fare il punto sugli ultimi sviluppi e per capire quali siano le dinamiche in corso riguardanti le sagre, la loro organizzazione e il loro impatto sul territorio, l'Università di Macerata sta organizzando, per maggio, un convegno, nell'ambito di Unifestival, la manifestazione annuale universitaria dedicata all'approfondimento degli argomenti trattati a lezione e organizzata congiuntamente da docenti e studenti. Sempre sul tema delle sagre e feste di piazza, sta per essere pubblicato dalla casa editrice Routledge il libro, scritto a quattro mani dai ricercatori universitari Alessio Cavicchi e Cristina Santini, dal titolo "Food and Wine Events in Europe. A Stakeholder Approach". L'idea del volume è nata proprio dal lavoro di elaborazione del Manifesto della sagra autentica. Per la stesura sono stati coinvolti i migliori ricercatori a livello mondiale sul tema dei "food and wine events" per capire come siano gestite le relazioni tra i vari soggetti in Italia e all'estero.

a cura di  
**SILVIA DE LORENZO**