

Emilia-Romagna | Aspettando l'Expo

A Bologna nascerà Fico Eataly World,
la cittadella della gastronomia

Una Disneyland tutta da gustare

Un grande parco agroalimentare dove esprimere le eccellenze della produzione nazionale. Ma anche valorizzare la tradizione e le tipicità locali. E fare cultura alimentare. Protagonisti del progetto da 40 milioni di euro sono Andrea Segrè, agronomo, economista e attuale presidente del Centro agroalimentare di Bologna, il vulcanico presidente di Eataly Oscar Farinetti e lo chef modenese più premiato al mondo Massimo Bottura

di Arianna De Micheli

24 OUTLOOK - MAGGIO/GIUGNO 2014



Ottantamila metri quadrati per raccontare l'eccellenza dell'agroalimentare italiano attraverso la ricostruzione delle principali filiere produttive. Questo nelle intenzioni dei suoi artefici è Fico, acronimo di Fabbrica Italiana Contadina con marchio Eataly World. Che aprirà i battenti nel 2015 a Bologna. Un viaggio, a detta di chi per primo lo ha immaginato, alla portata di qualsiasi tasca («perché il cibo, seppur di elevata qualità, deve essere "pop"») che inizia con il raccolto nei campi e si conclude a tavola con i sapori tradizionali della no-

stra terra reinterpretati da mani sapienti. Le tappe intermedie? I laboratori didattici, emblema di una cultura del cibo intesa come materia di studio soprattutto per i giovanissimi, e la vendita di prodotti 100 per cento made in Italy. Scuola e supermercato, ristorante e svago. Cinquemila nuovi posti di lavoro, sei milioni di visitatori già attesi il primo anno.

Un progetto ambizioso anche nella scelta dell'art director culinario, ruolo ancora tutto da definire ma con un'unica certezza, un interprete d'eccezione: Massimo Bottura, fi-



FICO EATALY WORLD IN CIFRE

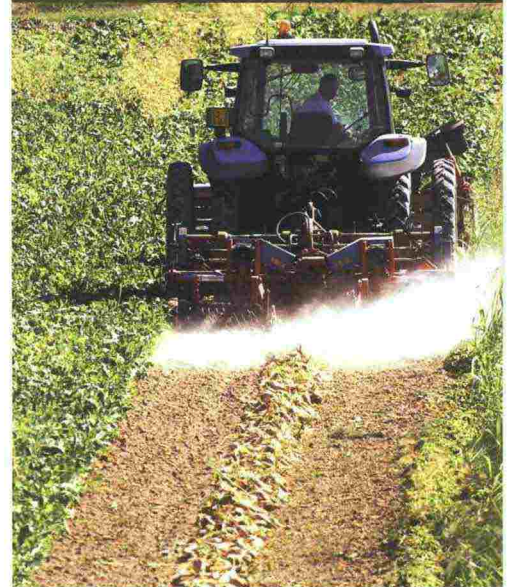
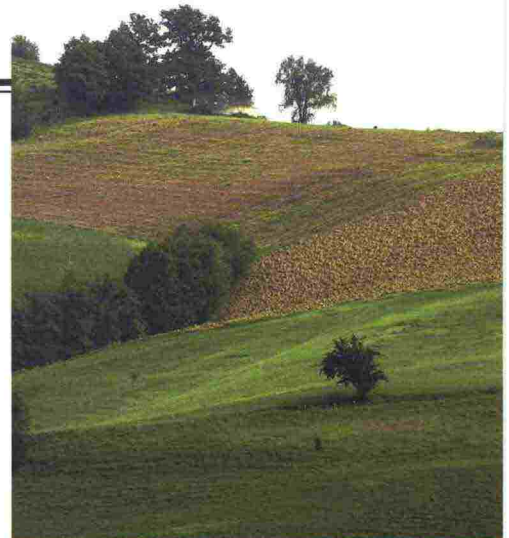
80.000 metri quadrati complessivi. • **10.600** dedicati alla ristorazione
 • **2.000** ai laboratori didattici e di ricerca • **9.300** alla commercializzazione
100.000 metri quadrati di impianto fotovoltaico: sarà il più grande d'Europa
 Il progetto offrirà **5.000** nuovi posti di lavoro (1.340 gli addetti, 3.550 l'indotto)

L'inaugurazione è prevista per la primavera del 2015, per sfruttare la grande occasione dell'Expo di Milano: si prevedono **6** milioni di visitatori

40 milioni di euro i fondi raccolti da **20** gli investitori che hanno permesso di avviare la start up del progetto Fico: tra loro ci sono Unindustria Bologna, Coop Adriatica, la Camera di Commercio, Banca Intesa San Paolo, EmilBanca, Fondazione Carisbo, Carimonte Holding, Monrif Group, Ascom Bologna e Confartigianato Imola e Bologna. Intanto il fundraising prosegue sul piano nazionale e internazionale: hanno dichiarato interesse alcuni fondi asiatici (come il cinese The Link)

Il Fondo Immobiliare Pai, per la realizzazione di Fico, avrà una durata di **40** anni e un ammontare compreso tra **95** e **400** milioni di euro.

Sarà sottoposto alla vigilanza di Consob e di Banca d'Italia





Emilia-Romagna | Aspettando l'Expo

La cittadella del gusto Fico Eataly World (acronimo di «Fabbrica Italiana Contadina») aprirà tra un anno a Bologna; un viaggio che inizia con il raccolto nei campi e si conclude a tavola con i sapori tradizionali reinterpretati da mani sapienti. Ma ci saranno anche i laboratori didattici, il rapporto con scolari e studenti, per fare cultura alimentare e gastronomica. «Fico non sarà una semplice vetrina. Vogliamo promuovere il reale valore del cibo», spiega l'ideatore del progetto, l'agronomo Andrea Segrè. «Occorre impegnarsi sulla commercializzazione delle tipicità. Il brand? È la stessa Bologna, storica culla del gusto»

glio illustre di Modena (forse il più illustre dopo Enzo Ferrari e Luciano Pavarotti) che, non pago di tre stelle Michelin, nello stesso giorno in cui il regista Paolo Sorrentino conquistava l'Oscar a Los Angeles veniva incoronato premio Nobel a Stoccolma. Bottura ha pensato di lasciarsi coinvolgere perché sa che la forza di Fico va cercata nell'assenza di paragoni. Se oggi, infatti, il sogno è superbo, l'anno prossimo sarà una realtà unica al mondo. «Questo luogo immenso e gioioso avrà un cognome, Fico e un nome, Eataly World. E avrà una casa, il Caab, Centro agroalimentare di Bologna» spiegava in occasione del lancio pubblicitario del progetto Oscar Farinetti, vulcanico imprenditore del gusto. Il presidente di Eataly non è l'ideatore di Fico, ma certo ne rappresenta motore e carburante. La pensata geniale è però del professore Andrea Segrè, agronomo, economista e attuale presidente del Caab. Senza di lui Fico non esisterebbe neppure sulla carta. «Oscar Farinetti è la prima persona che ho pensato di contattare», racconta Segrè. «Ci siamo incontrati il 30 novembre 2012. La sua

I numeri | Il valore dell'industria alimentare tra Emilia-Romagna e Modena

Secondo il più recente rapporto (2013) di Unioncamere Emilia-Romagna l'industria alimentare e delle bevande, nonostante abbia risentito della recessione (le famiglie consumano il 7,3 per cento in meno) ha saputo cogliere l'opportunità offerta dai mercati esteri. Nei primi nove mesi del 2013, a fronte di un fatturato in calo dello 0,9 per cento, le vendite oltreconfine sono infatti aumentate dell'1,6 per cento. La produzione, insieme agli ordini, ha subito invece un calo nell'ordine della medesima percentuale (-1,6 per cento). A fine settembre le aziende attive risultavano 4.953, il 10,2 per cento dell'industria regionale (lo stesso dato del 2012). Nel complesso durante il 2013 le esportazioni dell'Emilia-Romagna sono apparse in crescita (+2 per cento, equivalenti a 37,8 miliardi di euro), tanto che la regione, insieme a Piemonte, Veneto e Marche, risulta tra le più dinamiche del Paese. In particolare spicca la performance del settore agroalimentare con un +7,5 per cento verso l'estero. Più problematico il panorama della provincia di Modena evidenziato dall'indagine congiunturale sul terzo trimestre 2013 firmata da Camera di Commercio, Confindustria Modena e Cna. Nel terzo trimestre 2013 il settore alimentare nostrano ha infatti beneficiato di

un'inversione positiva del trend produttivo (+5,2 per cento). In lieve aumento anche il fatturato, +0,6 per cento. Restano invece al palo gli ordini interni, fermi a +0,1 per cento, mentre gli ordini esteri hanno subito un cura dimagrante di 3,4 punti percentuali (performance peggiore rispetto a quella regionale). In ogni caso, la vocazione agricola fa di Modena una delle prime province per produzione lorda vendibile della regione Emilia-Romagna. Un territorio capace di promuovere una filiera di alta qualità e attento alla tutela della tipicità. Cinque le principali tipologie produttive proprie del settore agro-zootecnico nostrano: allevamento dei suini, coltivazione di pere e ciliegie, produzione di uve da vino e di latte. In termini di superficie coltivata il paesaggio agricolo risulta dominato dagli insediamenti zootecnici e dalle coltivazioni foraggere e cerealicole (le prime con quasi il 48 per cento della superficie coltivata e le seconde con il 34 per cento). Il solo comparto agricolo conta 14.000 addetti e quasi 10.000 imprese. E se il food made in Italy è presente ovunque nel mondo il merito è anche delle 1.202 aziende artigiane modenesi del settore alimentare, l'1,3 per cento del totale.

adesione al progetto è stata immediata». Significa forse che Fico sarà la versione all'ennesima potenza di uno store targato Eataly? «No», puntualizza il professore. «Eataly è una straordinaria vetrina dove comprare e mangiare ma senza l'opportunità di toccare con mano la filiera. Chi visita Fico potrà invece vedere l'intero ciclo di produzione, ad esempio, della pasta, con il campo di grano duro coltivato a rotazione, il mulino e la macina».

Ribattezzata la Disneyland del cibo, la Fattoria Italiana Contadina merita il massimo dell'attenzione. Non prima però di averne messo a fuoco i principali protagonisti: il professore, l'imprenditore, lo chef. Dell'art director culinario, sebbene molto ci sia da aggiungere, abbiamo già accennato. Dell'industriale, nato ad Alba nel 1954, tutti sembrano sapere tutto. Tranne forse che il suo vero nome di battesimo è Natale. Dopo aver trasformato Unieuro, supermercato fondato dal padre Paolo, in una catena di grande distribuzione specializzata in elettronica, nel 2006 Farinetti fonda a Torino Eataly, «il più grande mercato del mondo dedicato ai cibi e alle

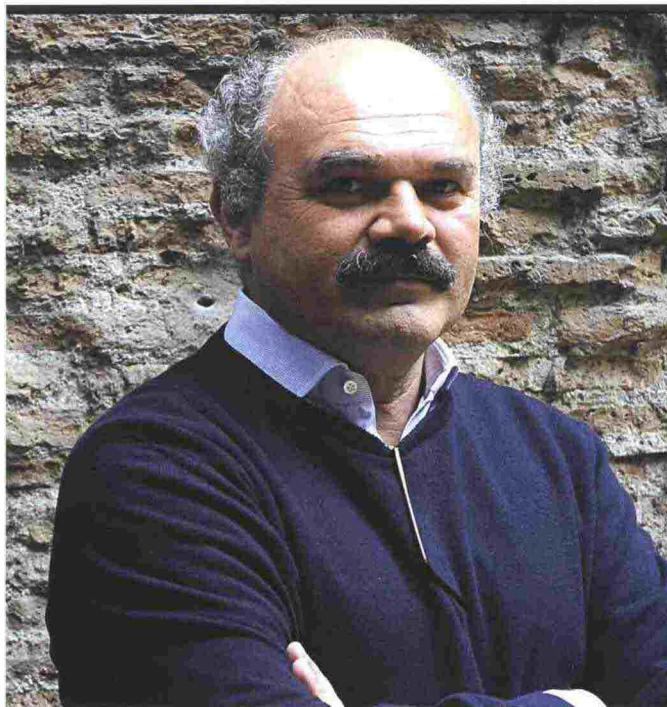


Sopra, l'agronomo e presidente del Caab Andrea Segrè.

Sotto: il presidente di Eataly Oscar Farinetti, e lo chef modenese pluripremiato Massimo Bottura

bevande di alta qualità». Con filiali in Giappone e negli Stati Uniti, Eataly mira oggi a quotarsi in Borsa. Anche se, in proposito, è il suo stesso presidente a frenare: «La quotazione azionaria non è obiettivo a breve termine. Sappiamo di dover diventare ancora più globali».

Professore ordinario di politica agraria



Emilia-Romagna | Aspettando l'Expo

Curiosità | Nuovo appeal tra i giovani

È molta la fiducia riposta dai giovani nell'agroalimentare italiano. Un settore non immune da difficoltà che però sembra l'unico, o quasi, in grado di garantire una prospettiva di lavoro in equilibrio tra creatività e spirito imprenditoriale. Soprattutto nella nostra regione. A dimostrarlo è anche l'incremento di iscrizioni alle facoltà di Agraria e Veterinaria di Bologna del 33,7 per cento. Un rinnovato «amore per la terra» e i suoi frutti che non riguarda solo gli universitari ma anche l'esercito di giovanissimi che, terminata la scuola media, deve decidere quale strada imboccare. La scelta, importante e spesso non facile, oggi sembra premiare il comparto dell'italian food, gettonato

da un adolescente su quattro. Il 23 per cento degli iscritti al primo anno delle scuole secondarie superiori tecniche e professionali italiane ha infatti optato nel 2013-14 per un percorso di studi legato all'agricoltura e all'enogastronomia. Tanto che a Castelfranco, comune in provincia di Modena, l'indirizzo enogastronomico dell'Istituto di istruzione superiore Lazzaro Spallanzani ha registrato la cifra record di 139 iscritti. Ossia oltre il 73 per cento in più rispetto all'anno di inaugurazione (2011). Ma non c'è solo l'entusiasmo. L'88 per cento degli italiani chiede infatti che l'università si adegui ai tempi. E dunque proponga un corso focalizzato sulla valorizzazione del made in Italy.

internazionale e comparata all'Università di Bologna, Andrea Segrè, per quanto conosciuto, da un punto di vista mediatico è forse il meno esposto. È il deus ex machina di Last Minute Market, spin-off dell'Università di Bologna che, trasformata in vera e propria realtà imprenditoriale, dal 2003 recupera lungo tutto lo Stivale beni invenduti o non commercializzabili. Beni poi ridistribuiti ad associazioni di volontariato e a enti caritativi. Nel 2011 Segrè diventa presidente del Centro agroalimentare di Bologna, già applaudito due anni prima come antidoto contro la crisi. Ma la realtà è ben diversa. Tanto che, per il cattedratico, il Caab si rivela un problema non indifferente. Con un fatturato annuo di 400 milioni di euro, cifra al di sotto delle aspettative, e 34 aziende grossiste (ridotte poi a 19), il gigantesco mercato ortofruttilicolo è una sfida persa. Anche il suo impianto fotovoltaico del valore di 22,5 milioni di euro, che per metratura (100.000 metri quadrati) in Europa non teme rivali, oggi non aiuta a migliorare la situazione.

L'area in via Paolo Canali che ospita il Caab, ora in procinto di essere trasferito in spazi più adeguati, è occupata solo al 60 per cento. Uno strazio di risorse davvero insostenibile per il creatore del primo Osservatorio nazionale riservato agli sprechi, che ha fatto proprio una missione prioritaria della lotta allo scialo alimentare. Segrè corre ai ripari e nel 2012 coinvolge Oscar Farinetti, a cui propone un'idea vincente. Un progetto dai grandi numeri in sintonia con le esigenze del Co-

«Solo chi non fa non corre rischi», commenta il presidente di Eataly Oscar Farinetti. «Erano anni che pensavo a un progetto simile. Che potrà garantire nuovi posti di lavoro non solo nell'agroalimentare ma anche nel turismo. In Emilia porterò la consapevolezza di quanto la cultura alimentare italiana sia amata ovunque»



mune di Bologna, proprietario del Caab all'80 per cento, e dunque promosso dal primo cittadino Virginio Merola, pronto a cedere a Fico gli spazi di via Canali. Per sempre? No, per 40 anni. Poi si vedrà. La strategia presuppone di puntare al business che in questi ultimi anni ha sempre più appeal. L'italian food, e sfruttare a proprio vantaggio la profonda nostalgia collettiva per una Belle Époque perduta da un pezzo e oggi recuperata nella sua espressione economica più conosciuta: l'esposizione universale. Fiera delle meraviglie ecosostenibile, l'Expo di Milano è il tentativo di dare un calcio alla crisi che unisce però una speranza più ampia, se si vuole credere al titolo della manifestazione «Nutrire il pianeta, energia per la vita», in pratica la promessa di un mondo migliore.

Perché dunque non sfruttare il clima di

fervida attesa che circonda l'evento clou del 2015? Con il valore aggiunto di un tempo indeterminato, Fico Eataly World aprirà quindi i battenti a ridosso dell'Expo, vetrina da prima pagina che mira a rilanciare il nostro Paese nel panorama dei competitor internazionali. E questo grazie a Milano, città industriale e industriosa per antonomasia, scelta non a caso come simbolo del «saper fare» tricolore. I numeri fanno ben sperare. Anche se ancora sono in evoluzione: 143 nazioni partecipanti (forse a conti fatti saranno 137, comunque sempre sette in più rispetto alle previsioni) e un investimento pubblico che è passato dagli oltre due miliardi iniziali a 1,3 miliardi di euro. Cogliere al volo l'occasione di far parte di questo maxi evento è coerente con la premessa che sta alla base della Fattoria Italiana Contadina. Ovvero utilizzare nel mi-

gior modo possibile quello che già esiste. In questo caso, enormi spazi che non sarà difficile riconvertire e una produzione di indubbia qualità condita da professionalità eccellenti. Il più è pronto. Ma non tutto. «Fico non sarà una semplice vetrina. Il suo obiettivo è "fare cultura" e promuovere il reale valore del cibo. Contiamo di coinvolgere studenti di ogni età provenienti da ogni parte d'Italia. Questo progetto», aggiunge Segrè, «vuole essere di stimolo a chi regge le sorti del nostro Paese. Il settore agroalimentare italiano esporta 33 miliardi di euro ma ha tutte le carte in

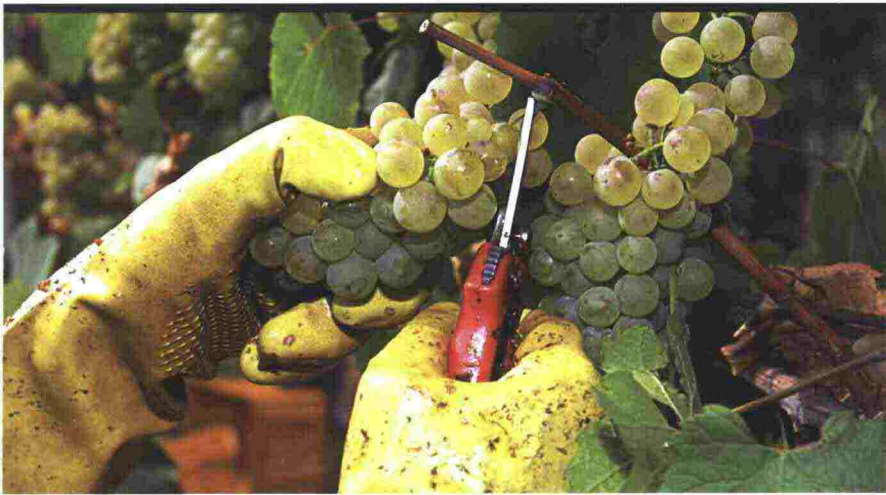
na dose di coraggio. Ecco quindi che entra in scena Farinetti che in quanto a coraggio gareggia con il più fiero leone. Il rischio di deludere? È messo nel conto. «Solo chi "non fa" non corre rischi. Qui la posta in tavola è alta e si traduce nell'aumentare l'indotto dei lavoratori, tra cui moltissimi giovani, e nel donare nuova linfa al turismo e all'artigianato votato al cibo di qualità. Sono dunque pronto ad assumermi l'onere del rischio. Anche perché», rivela l'imprenditore, «erano anni che pensavo a un progetto simile. Quando Andrea Segrè mi ha invitato al Caab e mi ha reso par-

il territorio avverrà anche in termini di occupazione. Non solo per quanto concerne i lavoratori diretti ma anche per il numero di posti di lavoro generato dall'indotto».

Una volta arruolato l'imprenditore piemontese, convincere altri investitori pare sia diventato un gioco da ragazzi. Anche se stiamo parlando di 40 milioni di euro, tanto vale infatti Fico EatlyWorld in questo momento. Merito di un ricco team di sostenitori che, oltre a Farinetti contempla molti imprenditori, senza contare enti, associazioni e gruppi finanziari: tra gli altri l'associazione degli industriali di Bologna (Unindustria Bologna) e il colosso cooperativo Coop Adriatica insieme ad altre realtà del commercio e dell'artigianato (Coop Reno, Ascom Bologna, Confartigianato di Imola e Bologna, Gruppo Società artigiano), la Camera di Commercio cittadina, Monrif Group, editore del «Resto del Carlino», e un pool di banche e gruppi finanziari (Banca Intesa San Paolo, EmilBanca, Fondazione Carisbo, Carimonte Holding, Fibo Finanziaria Bolognese).

Il progetto sembra inoltre avere destato l'interesse di alcuni investitori asiatici di grosso calibro, tanto che i rappresentanti del fondo immobiliare The Link di Hong Kong sono volati a Bologna per un sopralluogo. In tempi in cui nel Belpaese ogni cosa va a rilento e i progetti spesso si perdono nel limbo, nel caso di Fico il passaggio dalla carta al «quasi fatto» è stato oltremodo repentino. Gli imprevisti sono però annidati dietro ogni angolo. «La burocrazia italiana è un ostacolo di cui bisogna tener sempre conto», ammonisce Farinetti. «Per questo confidiamo con forza nell'aiuto del Comune di Bologna, maggiore azionista del Caab. È però altrettanto fondamentale che i bolognesi prendano coscienza delle qualità e potenzialità del loro territorio. Sono infatti loro i primi che ci devono credere».

A questo punto una domanda è d'obbligo. Oltre ad attirare turisti da ogni parte del globo, la Fattoria Contadina avrà qualcosa da offrire anche a tutte quelle famiglie italiane che, logorate dalla quotidiana lotta per la sopravvivenza in questi anni di crisi, hanno rinunciato non soltanto al superfluo ma anche a un salubre svago? «Assolutamente sì», ga-



regola per offrire una performance assai migliore. Possibile che una nazione come l'Olanda vanti una quota export di 70 miliardi di euro e noi solo la metà? Qualcosa non funziona. Non serve stigmatizzare le imitazioni se poi noi per primi lasciamo che si diffonda in casa nostra il "Parmesao" diventando così imitatori di noi stessi. Dobbiamo focalizzare il nostro impegno sulla commercializzazione delle tipicità. Fico in tal senso rappresenta un'occasione unica. Il brand? C'è già. È la stessa Bologna, storica culla del gusto. Mettendosi in gioco sul piano internazionale la città potrà riconquistare la propria identità, oggi forse un po' appannata».

Ma perché questo accada occorre trovare le risorse. «Soldi pubblici non ce ne sono», ammette Segrè. «Servono finanziatori privati lungimiranti meglio se dotati di una buo-

tece della sua idea ho subito capito che tra noi la sintonia era totale. Sono convinto che Bologna sia il luogo ideale per trasformare in realtà un'idea tanto ambiziosa». Marchio Eatly a parte, quanto e che cosa ci sarà di Farinetti in Fico? «In Emilia porterò la consapevolezza di quanto la cultura alimentare italiana sia amata ovunque. Una consapevolezza in grado di nutrire qualunque progetto legato alla conservazione e alla salvaguardia della nostra sorprendente biodiversità. Vantiamo un numero esponenziale di eccellenze e dobbiamo condividerle con il mondo. È necessario farle diventare accessibili sia ai visitatori italiani sia ai turisti stranieri. Il vantaggio sarà in primo luogo culturale. Pensate ad esempio alle migliaia di bambini che potranno scoprire le meraviglie dell'agroalimentare italiano. Ma il ritorno per

Emilia-Romagna | Aspettando l'Expo

Riconoscimenti | A Massimo Bottura il Nobel della gastronomia

Lo scorso marzo mentre Hollywood celebrava con l'Oscar il trionfo di Paolo Sorrentino e della sua «La grande bellezza» come miglior film straniero, Stoccolma rendeva omaggio allo chef modenese di fama internazionale Massimo Bottura, vincitore del White Guide Global Gastronomy Award 2014, il Nobel della gastronomia giunto alla sua ottava edizione. Prima di lui il premio Nobel del gusto è andato colleghi del calibro del catalano Ferran Adrià e del danese di origini macedoni René Redzepi, vertici indiscussi della cucina mondiale.

Così Stoccolma motiva il riconoscimento a Bottura: «Per il continuo reinventare una delle cucine più amate del mondo (l'italiana) e per la sua elevazione a nuove dimensioni e prospettive da esplorare e godere. In costante dialogo con la ricca tradizione della cucina italiana, Massimo Bottura ha sviluppato un'arte culinaria straordinaria, che copre una vasta gamma di espressioni: dall'apparentemente

semplice all'intellettualmente complesso. Riprogettando radicalmente la dimensione del pasto, secondo quello che dovrebbe e potrebbe essere, arricchendolo di storia e futuro. Bottura ha avuto un ruolo dominante nell'evoluzione gastronomica italiana».

Nato a Modena nel 1962, Massimo Bottura è anima e cuore dell'Osteria Francescana di Modena, tre stelle Michelin e vent'anni da festeggiare nel 2015. Lo stesso anno in cui aprirà i battenti Fico Eataly World, l'enorme parco agroalimentare di Bologna di cui lo chef nostrano, chiamato in causa dal presidente di Eataly Oscar Farinetti, sarà art director culinario. Lo chef modenese si è classificato tra i primi tre nella lista «The World's 50 Best Restaurants Awards» (i 50 migliori ristoranti secondo la rivista inglese «Restaurant» sponsorizzata dalla San Pellegrino). Profondamente legato alle proprie origini, Bottura è il primo degli ambasciatori delle eccellenze del nostro territorio, che non ha mai smesso di promuovere.

rantisce col fervore Farinetti. «Il cibo è lo svago degli svaghi e quando impariamo a conoscerlo ne godiamo infinitamente meglio. Fico rappresenta un modo per investire bene il proprio tempo. L'obiettivo è non solo valorizzare l'immenso patrimonio agroalimentare italiano ma anche metterlo alla portata di chiunque. Se ogni visitatore ripartisce con la consapevolezza di quanto è buona e bella la nostra cultura alimentare potremo affermare di avere già raggiunto un ottimo risultato».

Consacrare Fico all'altare dell'eccellenza sarà anche compito di Massimo Bottura che lo stesso presidente di Eataly ha voluto al proprio fianco in questa nuova avventura. «Stimo moltissimo Massimo e sono onorato che abbia deciso di far parte del progetto. È forse lo chef più importante e conosciuto al mondo. Motivo per cui mi auguro che i punti ristoro interni a Fico possano trarre beneficio dalla sua influenza. E che quindi, senza alcun indugio, ne sposino lo stile. Uno stile unico perché intelligente e curioso. E soprattutto sempre attento alla tutela della biodiversità italiana e rigoroso nella scelta di materie prime partorite dal territorio».

Che Massimo Bottura lavori solo con i

Fico avrà un art director di livello assoluto: il modenese Massimo Bottura. «Stimo moltissimo Massimo», conferma Farinetti «e sono onorato che abbia deciso di far parte del progetto. La sua cucina è innovativa ma anche attenta alla tutela della biodiversità italiana e rigorosa nella scelta di materie prime del territorio». A lui è stato chiesto di comporre la lista dei 100 piatti italiani più famosi nel mondo

migliori prodotti, di cui molti del proprio «orto di casa», è scritto nelle sue creazioni. Il successo planetario non sembra infatti avere indebolito l'incrollabile fedeltà alle proprie radici dichiarata dallo chef pluristellato, anzi quel successo è proprio dovuto a questo legame. Chef che, a detta di Farinetti, pare stia rielaborando per il parco agroalimentare bolognese i 100 piatti italiani più famosi nel mondo. Il diretto interessato non conferma né smentisce. La sensazione è che Bottura debba ancora prendere confidenza con un ruolo il cui copione è in fase di stesura. Restiamo comunque con-

vinti che tra le braccia della «vecchia signora coi fianchi un po' molli» (Bologna vista da Francesco Guccini) la cultura gastronomica nostrana saprà offrire il meglio di sé.

Nell'attesa di ulteriori succose notizie, ecco qualche delucidazione in merito al Parco agroalimentare italiano (Pai), fondo immobiliare nato per supportare il business plan di Fico. Costituito nel capoluogo emiliano lo scorso marzo e gestito dalla società Prelios, il fondo, il cui consiglio di amministrazione è composto dai soggetti investitori (istituti di credito, fondazioni, privati) e da un comitato consultivo, sarà seguito in ogni suo passo dall'occhio vigile di Consob e Banca d'Italia. Il Fondo immobiliare per la realizzazione di Fico avrà durata di 40 anni e un ammontare compreso tra 95 e 400 milioni di euro. I proventi diretti per gli investitori non deriveranno dalla fatturazione delle attività produttive ma dal valore intrinseco del fondo stesso.

«Non c'è amore più sincero di quello per il cibo», dettò ai posteri George Bernard Shaw. Innamorata sincera e con un passato irreprensibile in questo campo, Modena, dove il settore agroalimentare nel secondo trimestre 2013 è risultato in crescita del 5,2 per cento, non può che tifare per Fico. ●