

BOLOGNESE SAUCE? «MAI». «BELLISSIMO»

il dibattito sull'idea dell'assessore lepore

Bolognese sauce?

Mai. Bellissimo

E tu da che parte stai? Vota il sondaggio

Lo chef Marco Fadiga

Giuro che se passa questo brand brucio il certificato di residenza

Marco Fadiga

Marco Fadiga senza dubbio lo chef bolognese con pi esperienze all'estero. uno che ha sempre saputo guardare lontano. Molto lontano. Una voce fuori dal coro. Una voce colta e divertente. Alla quale piace provocare. Ma sempre e comunque con tante idee. Proprio per provocazione ha collezionato nel mondo, tra Praga e Bogot, le peggio porcherie industriali in scatola contenenti spaghetti alla bolognese. Liofilizzati e non, dice ridendo. Li ha esposti nel suo locale come cimeli di guerra e ha servito anche per un lungo periodo degli spaghetti alla bolognese (buonissimi) nel cartoccio asiatico che si vedeva nei telefilm di Kojak.

Risposta della clientela bolognese?

Ironia poca.

Cosa pensa dell'idea di esportare il brand degli spaghetti alla bolognese?

Per cinquant'anni ci hanno additato a noi - mi passi il termine - creativi: vietato fare questo, vietato fare l'altro. E ora vogliono esportare un'immagine che a Bologna non esiste. Non ho parole.

Mi scusi Fadiga, ma quelle che le chiediamo sono proprio delle parole.

Beh, se passa questo brand, giuro, vado a Palazzo d'Accursio e brucio il mio certificato di residenza davanti all'ufficio del sindaco.

Lei ha qualcosa contro gli spaghetti alla bolognese?

Ovviamente no, ma dipende da....

Ecco il punto: dipende dalla qualit. Le parole qualit, bont, latitano troppo spesso dai discorsi sul cibo.

Sfonda una porta aperta. A casa gli spaghetti con il rag ce li mangiamo tutti. Come anche i tortellini alla panna o al burro di Normandia. Dipende solo dalla materia prima con la quale viene realizzato il tutto.

Perch secondo lei si parla sempre poco di qualit del cibo, ma si sta invece pi attenti se la ricetta quella depositata o a simili sciocchezze? Gli aggettivi buono e cattivo si sentono poco.

Non si parla di qualit, perch qui a Bologna siamo tronfi, diamo per scontato che quello che viene proposto qui sia sempre il meglio.

Il cibo anche politica secondo lei?

S, e sa perch ce l'hanno tanto con gli spaghetti in questa citt secondo me?.

No, ce lo dica.

Perch gli spaghetti sono simbolo del Sud, del Meridione. Perch nessuno attacca la gramigna e le mezze maniche quando vengono servite con il rag?.

Helmut Failoni

Il pubblicitario Giorgio Sandri

Idea ottima, ma a una condizione: che qui si preparino i migliori

Giorgio Sandri

Giorgio Sandri, 69 anni, pubblicitario dal '66, vicepresidente dell'agenzia Armando Testa, ma lei gli spaghetti alla bolognese li ha mai mangiati?

Io? Almeno un migliaio di volte. Ogni volta che vado all'estero e ho voglia di pasta ordino

spaghetti alla bolognese. Si trovano ovunque.

L'assessore al marketing Matteo Lepore vuole sfruttare questo brand e quello della bolognese sauce nonostante sotto le Due Torri queste ricette non siano mai esistite. Da pubblicitario, le sembra una buona idea?

Non buona, ottima, ma a un patto.

Quale?

Le faccio un esempio: se io sono di Dallas, di Pechino, di Hong Kong, ho gi mangiato un sacco di volte gli spaghetti alla bolognese. Se vengo a Bologna, per, mi aspetto di mangiare i migliori spaghetti alla bolognese della mia vita. E invece non li trovo, al massimo i ristoratori storcono il naso e mi propongono le tagliatelle. Assurdo.

E quindi?

E quindi bisogna convocare i grandi chef della citt e convincerli a lavorare sulla ricetta. Bisogna che si inventino qualcosa, magari modificandola un po' per creare finalmente anche in citt gli spaghetti alla bolognese.

Per molti sarebbe una bestemmia...

Beh, tanti anni fa era una bestemmia anche il tortellino alla panna. A me personalmente non piace, ma bisogna anche sapere andare incontro alle aspettative dei clienti. Avere un marchio famoso in tutto il mondo e non sfruttarlo assurdo.

Argomento collegato: le piace la citt del cibo che Comune e Eatly vogliono realizzare al Caab?

un'idea fantastica. Con Oscar Farinetti di Eatly ci ho lavorato 8 anni (quando Farinetti era a capo della catena di distribuzione Unieuro, ndr). Per lui con Tonino Guerra realizzammo la campagna sull'ottimismo. Farinetti un genio: se dice che a Bologna si pu fare, parla da imprenditore e avr fatto due conti.

Perch il mercato del cibo mai come ora diventato un business di successo?

Perch non godiamo da anni, il mondo non gode pi. Il telegiornale una sfilza di notizie deprimenti e la crisi del 2008 non pi finita.

Si mangia per reazione?

Si mangia per gratificarsi. E ci si gratifica con il cibo. Per questo il fast food ha lasciato spazio allo slow food.

Pierpaolo Velon