

# Nasce Bologna Città del cibo

## «Regia unica per tutti i progetti»

Nel patto Comune, Ateneo, Mercanzia, Fiera e Fondazione Golinelli Lepore: i soldi della tassa di soggiorno nella nuova food commission

Una «food commission», fatta a immagine e somiglianza delle «film commission», per promuovere la cultura del cibo di Bologna nel mondo e per far entrare le Due Torri nell'Olimpo del «made in Italy». È a questo che ha pensato l'assessore al Commercio e alla Promozione della città Matteo Lepore, insieme agli altri soggetti partner di ExBo, per far conoscere Bologna «La Grassa» all'estero in vista dell'Expo2015 e per farla diventare a tutti gli effetti «City of food», la città del cibo. Per la prima volta verrà quindi sfruttato in maniera ufficiale il nuovo logo dinamico (e multicolor) pensato per dare un'identità unitaria a Bologna attraverso i suoi diversi punti di forza.

Alle porte ci sono la riqualificazione del Mercato di Mezzo e, soprattutto, la realizzazione di Fico al Caab, molti ristoranti bolognesi si sono già riuniti nell'associazione «Tour tlen», la Carpigiani ha dedicato un museo al gelato, l'Università riesce a raccogliere finanziamenti europei nell'agroalimentare: insomma, è il momento,

secondo l'amministrazione, di cogliere al volo questo fermento che ruota attorno al cibo e trasformarlo in un volano per l'economia locale. «Se le film commission sono pensate per dare risorse e servizi a chi decide di realizzare una produzione cinematografica in un territorio — ha spiegato ieri Lepore — la struttura operativa della food commission diventerebbe il primo interlocutore per chi vuole presentare un progetto sul cibo». Di qualunque natura: basta avere una buona idea.

Lunedì nell'Oratorio San Filippi Neri i soggetti coinvolti nel progetto «Bologna city of food», ovvero il Comune, l'Alma Mater, il Caab, la Camera di Commercio, la Fondazione Marino Golinelli e BolognaFiere, illustreranno i progetti di Bologna la città del cibo e renderanno pubblico il manifesto costitutivo di questo nuovo patto per la promozione delle Due Torri nel mondo. Un progetto ambizioso (e condiviso) per cui il Comune ha deciso di utilizzare gli introiti provenienti dalla tassa di soggiorno.

Ma ci metterà del suo (in termini di risorse) anche la Camera di Commercio. «Il punto — ha detto ieri il presidente della Mercanzia, Giorgio Tabellini — è prendere i prodotti e le aziende, unire attività, risorse e determinazione, e creare volumi che consentano di sostenere i costi e andare all'estero». Il progetto quindi potrà contare sul supporto di Bologna Welcome «che è un puledro tenuto alla briglia che sta per partire», l'ha definito ieri Tabellini.

«È una bella scommessa per la città — ha detto anche il presidente del Caab Andrea Segrè — considerando che a Bologna c'è una serie enorme di iniziative in corso sul cibo, che vanno solo valorizzate». Tra quelle in cantiere anche un premio internazionale dedicato all'incontro tra cibo e produzione sostenibile che verrà conferito nel 2015 in concomitanza con l'Expo, «un modo per accendere i riflettori su Bologna e sul parco alimentare targato Eataly World» che aprirà i battenti a novembre dello stesso anno.

Proprio l'Alma Mater, che a detta del prorettore alla Ricer-

ca Dario Braga «è la quarta realtà europea per raccolta di finanziamenti legati all'agroalimentare», in vista dell'Esposizione di Milano ha creato una «task force» che si sta occupando di tutte le azioni rivolte all'Expo e che lì sarà presente con il progetto «Piazza bella piazza».

Il Comune per ora non intende comprare uno spazio all'Expo2015. «Gli strumenti per essere presenti all'Expo — spiega Lepore — ci saranno comunque, ma il nostro obiettivo è quello di portare i visitatori dell'Expo sotto le Due Torri e soprattutto quelle 1.000, 2.000 persone strategiche tra investitori, imprenditori e giornalisti a cui faremo anche vedere i cantieri di Fico in costruzione».

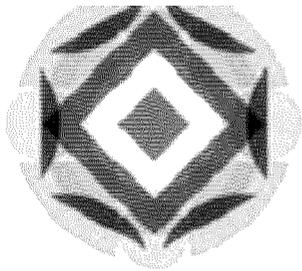
A «Bologna city of food» darà il suo contributo anche la Fondazione Golinelli, che proprio oggi presenterà la sua edizione della Scienza in piazza dedicata quest'anno alla «food immersion» per stare in linea con i nuovi progetti dedicati alla cultura gastronomica.

**Daniela Corneo**

daniela.corneo@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Il debutto del brand



# City of food is Bologna

Il (discusso) «brand» Bologna, il logo multicolor che cambia la sua forma in base alla parola che si inserisce, seguita sempre dall'espressione «è Bologna» (ma in questo caso is), ha fatto il suo debutto ufficiale con il progetto «Bologna city of food» per promuovere la città nel mondo per la sua cultura (e ricerca) gastronomica

## L'Alma Mater all'Expo

Anche L'Università sarà a Milano l'anno prossimo con un progetto dal titolo «Piazza bella Piazza»

## Da sapere



## I luoghi comuni

### Quei falsi miti nel mondo



Dagli spaghetti bolognese (un esempio nella foto dal sito di Marco Fadiga) ai tortellini serviti in tutte le salse: il mito di Bologna «La Grassa» e della nostra cucina nel mondo è consolidato, ma spesso non coincide affatto con quanto si trova effettivamente sulle tavole dei bolognesi. Anche per evitare questi (e nuovi) falsi gastronomici, il Comune si è messo alla guida di un progetto per prendere il controllo del brand Bologna

## La strategia Expo 2015, Fico: tutte le sfide

Il nuovo «parco» del cibo Fico, il Mercato di Mezzo ormai riqualificato, l'associazione «Tour ten» che riunisce i ristoratori bolognesi, il museo del gelato di Carpigiani e soprattutto Expo 2015: sono questi i nuovi progetti e le sfide che aspettano Bologna nell'ambito della gastronomia. Da qui parte il progetto «Bologna city of food» per fare delle Due Torri una delle città protagoniste del made in Italy in tutto il mondo

