

Bologna punta sul cibo per scavalcare la crisi “Così diventeremo la city of food d'Europa”

Il Comune: “Una commissione per moltiplicare le iniziative e coordinarle”

MARCO BETTAZZI

BOLOGNA cerca di reinventarsi come città del cibo. Anzi, più internazionale: come “City of food”, nome del nuovo progetto presentato ieri in Comune che sarà una sorta di regia unica di tutte le iniziative che riguardano l'alimentazione, per cercare di rifondare l'immagine della città su uno dei punti forti della sua tradizione. Guardando naturalmente all'Expo di Milano e cercando anche strade nuove, come la futura creazione di una “Food commission” che, almeno secondo le intenzioni di Palazzo d'Accursio, dovrebbe nascere sul modello della “Film commission” per la produzione di cinema. «La penso come una struttura operativa che diventerà il primo interlocutore per

chi vuole presentare progetti sull'argomento», spiega l'assessore Matteo Lepore, convinto che quello del cibo sia «un tema chiave per il posizionamento di Bologna a livello internazionale».

Lo fa in un momento di fermento per il settore sotto le Due Torri. C'è Fico, il parco di Eataly che sta partendo al Caab, c'è la rinascita del Mercato di mezzo nel centro storico, ma ci sono soprattutto i mercati e i tanti prodotti che nei secoli hanno reso ricca e «grassa» la città. Un settore che solo di export vale 337 milioni di euro per gli alimentari prodotti nell'industria della nostra provincia, e 472 milioni di euro di produzione degli agricoltori, con 9.700 imprese agricole e 851 industrie alimentari.

Dietro al marchio “City of food” ci stanno Comune, Caab,

Camera di commercio, Bologna welcome, Università di Bologna, Bologna Fiere, Fondazione Alma Mater e Fondazione Marino Golinelli. La promozione arriverà dal nuovo brand, che potrà essere usato dalle iniziative legate al cibo, dal manifesto “Bologna città del cibo” (che sarà presentato lunedì 24 alle 16 all'Oratorio San Filippo Neri) e da un programma di marketing territoriale per promuovere tutti gli eventi o i progetti legati a questo mondo. A fornire i fondi, spiega Lepore, sarà la tassa di soggiorno; sostegno arriverà anche da Bologna welcome, l'ultima creatura della Camera di commercio. Mentre il Caab lancia la prima edizione del premio internazionale su cibo e sostenibilità, che per il 2015 sarà consegnato all'interno dell'Ex-

po di Milano. «A Bologna ci sono tante iniziative sul cibo, che vanno valorizzate», sottolinea il presidente di Caab Andrea Segrè.

Qualche progetto però, oltre a Fico e Mercato di mezzo, c'è già. La Camera di commercio sta infatti lavorando sulla creazione di consorzi dei principali prodotti tipici, per esempio tortellini e salumi, sul modello di quello della mortadella. «Dobbiamo mettere insieme imprese e prodotti per creare volumi che consentano di sostenere i costi e andare all'estero», spiega il presidente della Mercanzia Giorgio Tabellini. Mentre l'Università di Bologna lancerà prima dell'estate il progetto “Piazza, bella piazza”, finanziato dalla Fondazione del monte, che prenderà forma con un'installazione interattiva sul mondo e la storia dei mercati da collocare in un luogo ancora da decidere.

L'industria alimentare bolognese esporta beni per 337 milioni di euro





CAPITALE CON GRIFFE

Ieri il marchio di Bologna città del cibo, martedì sera il logo del Mercato di Mezzo che aprirà all'inizio di aprile (foto a sinistra) e mentre si progetta Fico parte l'operazione ristoranti al mercato delle Erbe

www.ecostampa.it

LA CITTÀ E L'ECONOMIA

Bologna punta sul cibo per scavalcare la crisi
 "Così diventeremo la city of food d'Europa"
 Il Comune: "Una missione per moltiplicare le iniziative coordinate"

ILLUMINIAMO SAN PETRONIO
 dal 20 al 23 Marzo 2014 | ore 9-20
 in Piazza Re Enzo

PRODUZIONE E VENDITA DI PANE E CRESCENTE BOLONGHESE PER FINANZIARE LA NUOVA ILLUMINAZIONE DI SAN PETRONIO A CURA DELLA SOCIETÀ COOPERATIVA "BOLONGHESE E CONF. COMMERCIO ASSOCI. BELLUNA"

Vetro, granito, pizze e botteghe
 il mercato di mezzo rivede la luce

Esiste, un sito per i negozi d'artigianato
 "In rete con noi alla conquista del pubblico"