

# I big attorno a un tavolo Bologna città del cibo adesso fa gola a tutti

**VALERIO VARESÌ**

IERI, nello scenario tecno-settecentesco dell'oratorio dei Filippini, Bologna «ha riscoperto l'acqua calda». Ha detto proprio così il sindaco Virginio Merola alla platea gremita presentando *City of food is Bologna* che, aldilà del solito anglicismo, significa città del cibo, definizione più attinente per raccontare nostrani e veraci tortellini, lasagne e tagliatelle. «L'acqua calda riscoperta» è l'idea che fare le cose assieme tra istituzioni e mondo produttivo, risulta straordinariamente efficace come dimostra l'esperienza di «Fico». E adesso con questo nuovo marchio, pardon *brand*, si intende fare di Bologna una delle capitali mondiali del cibo. Filone su cui puntare in tempi di crisi visto che si tratta di uno dei pochi settori beneficiati da un andamento anticiclico come ha sottolineato il segretario della Camera di Commercio Giada Grandi. Le potenzialità sono enormi. «L'Olanda esporta il doppio di quello che esportiamo noi nel settore agroalimentare benché l'Italia abbia un'incomparabile superiorità in termini produttivi e qualitativi» rileva il presidente Caab Andrea Segrè. «C'è un ampio margine di miglioramento» chiosa Merola, tale da giustificare un investimento in termini di idee, risorse ed energie intellettuali. Puntare sul cibo alla roulette del futuro prossimo è quindi la migliore delle scommesse. Da ieri c'è anche il sito, [www.cityoffood.it](http://www.cityoffood.it), al quale ci si può riferire per coordinare tutti i contributi e le iniziative atte a promuovere la città del cibo. Alle 120 attività che si susseguiranno tra Bologna e provincia fino al varo dell'Expò milanese, dedicato proprio a «nutrire la terra», non mancherà l'immagine di quella specie di Mandala induista che è il logo recentemente scelto per

rappresentare le Due Torri nel mondo.

Il compito è facilitato dalla popolarità già consolidata, benché confusa, di Bologna alimentare. Duccio Caccioni del Caab ha mostrato come il termine «bolognese» sia abbinato a sproposito a molti prodotti. È nota la pervicacia degli stranieri nel chiedere ovunque gli «spaghetti alla bolognese», ricetta inesistente e indebellabile dai menù internazionali. Con il Parmigiano, declinato in centinaia di versioni dal «Parmesan» al «Parmesao», l'applicazione dell'immagine di Bologna è garanzia ovunque di un marketing di successo. Dunque la mortadella, i tortellini, le lasagne, le tagliatelle fino al gelato, scodellato quasi ovunque dai macchinari Carpijani, possono essere il trampolino per affermare un nuovo filone economico tra cibo e cultura in grado di diventare una risorsa per la città e la regione. «La cultura nutre il pianeta» ha affermato Antonio Danieli della «fondazione Golinelli» che si occupa di ricerca. Ma una delle suggestioni più vive l'ha offerta Giorgio Prosdocimi papà degli orti per studenti: realizzare nelle 3500 terrazze sui tetti di Bologna una grande coltivazione di ortaggi. In tutto 82 ettari capaci di soddisfare il 28% del fabbisogno della città. Chi l'ha detto che terra è bassa come recita un proverbio contadino? Patate e pomodori cadranno dall'alto, ma a chilometri zero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Francesco Ripa di Meana**

«Mangiare bene significa miglior salute  
promuoviamo anche uno stile di vita»



«L cibo è anche salute, dobbiamo fare di Bologna un luogo dove si mangia bene e si promuove uno stile di vita sano. Per questo abbiamo messo a disposizione il nostro Mercato di mezzo, perché non rappresentava più la città e invece deve diventare un luogo di comunicazione per la buona gastronomia».

**Tiziana Primori**

«Porteremo al Mercato di Mezzo  
un pezzo di questa storia comune»



«AL Mercato di mezzo abbiamo voluto portare non soltanto il cibo ma la storia del cibo di Bologna e i protagonisti che la raccontano. Ci saranno le nostre eccellenze e le testimonianze di persone che pensano che fare un prodotto buono è cosa diversa da fare un prodotto qualsiasi».

**Duccio Caccioni**

«Noi città del cibo lo siamo già  
il pericolo sono i luoghi comuni»



«BOLOGNA è già riconosciuta come una città del cibo. Lo diceva l'Artusi e lo dicono oggi molti media stranieri. Ma dobbiamo confrontarci coi luoghi comuni all'estero, con gli spaghetti alla bolognese e con la mortadella prodotta negli Stati Uniti. In provincia ci sono 120 eventi all'anno legati all'alimentazione».



**Hanno detto**

**Virginio Merola**

“Possiamo avere un ruolo di primo piano ma serve consapevolezza e convinzione”



«DOBBIAMO essere consapevoli che Bologna nel mondo del cibo può guadagnare una posizione di rilievo, è un settore importante che può cambiare il volto del Paese e noi vogliamo entrarci con tutti gli strumenti. Stiamo lavorando a una “Food commission” che aiuti chiunque abbia un progetto sul tema».

**Ivano Dionigi**

“A nessuno sfugga questa identità unica qui lavoriamo tutti verso un obiettivo”



«A nessuno sfugga questa identità unica, qui su molti temi amministrazione e istituzioni lavorano insieme come le dita di una mano. L'Università di Bologna ha nutrito per secoli le menti degli studenti e oggi siamo il primo ateneo in Italia e la quarta realtà in Europa per raccolta di fondi europei sull'agroalimentare».

**Andrea Segrè**

“Non è una veloce opera di cosmesi il cibo è da sempre la nostra storia”



«QUESTA storia Bologna ce l'ha dentro, va soltanto ri-narrata, non è un'operazione di cosmesi. Per questo lanciamo il Premio internazionale su cibo e sostenibilità e costruiamo “Eataly World-Fico”, senza andare contro iniziative di altre città. La produzione alimentare è l'unica che non si delocalizza».

Una platea gremita e il gotha cittadino riunito per riuscire a “fare sistema” e lanciare nel mondo il brand “City of food” che ravvivi l'economia e usi il traino dell'Expo milanese. La battuta del sindaco: “Per noi dev'essere un po' la riscoperta dell'acqua calda”

**Duccio Campagnoli**

“La Fiera al solito darà il suo contributo è una sfida che possiamo vincere”



«QUESTO può essere un veicolo molto importante per rappresentare Bologna nel mondo, la Fiera darà il suo contributo, per esempio tramite Eima e Sana. Possiamo vincere questa sfida, con Shanghai e New York ci stiamo già misurando, non c'è bisogno di andare a Milano».

**Giada Grandi**

“Grande opportunità per l'economia ogni turista qui spende volentieri”



«SOLO di cibo ogni turista italiano o straniero che viene nella nostra città spende 34 euro al giorno, facendo acquisti nei negozi del centro. Per questo la Camera di commercio è orgogliosa di partecipare a questa iniziativa, perché il cibo è anche un'importante occasione economica per Bologna».



**IL CONVEGNO**  
Uno dei momenti del convegno organizzato ieri per promuovere Bologna city of food