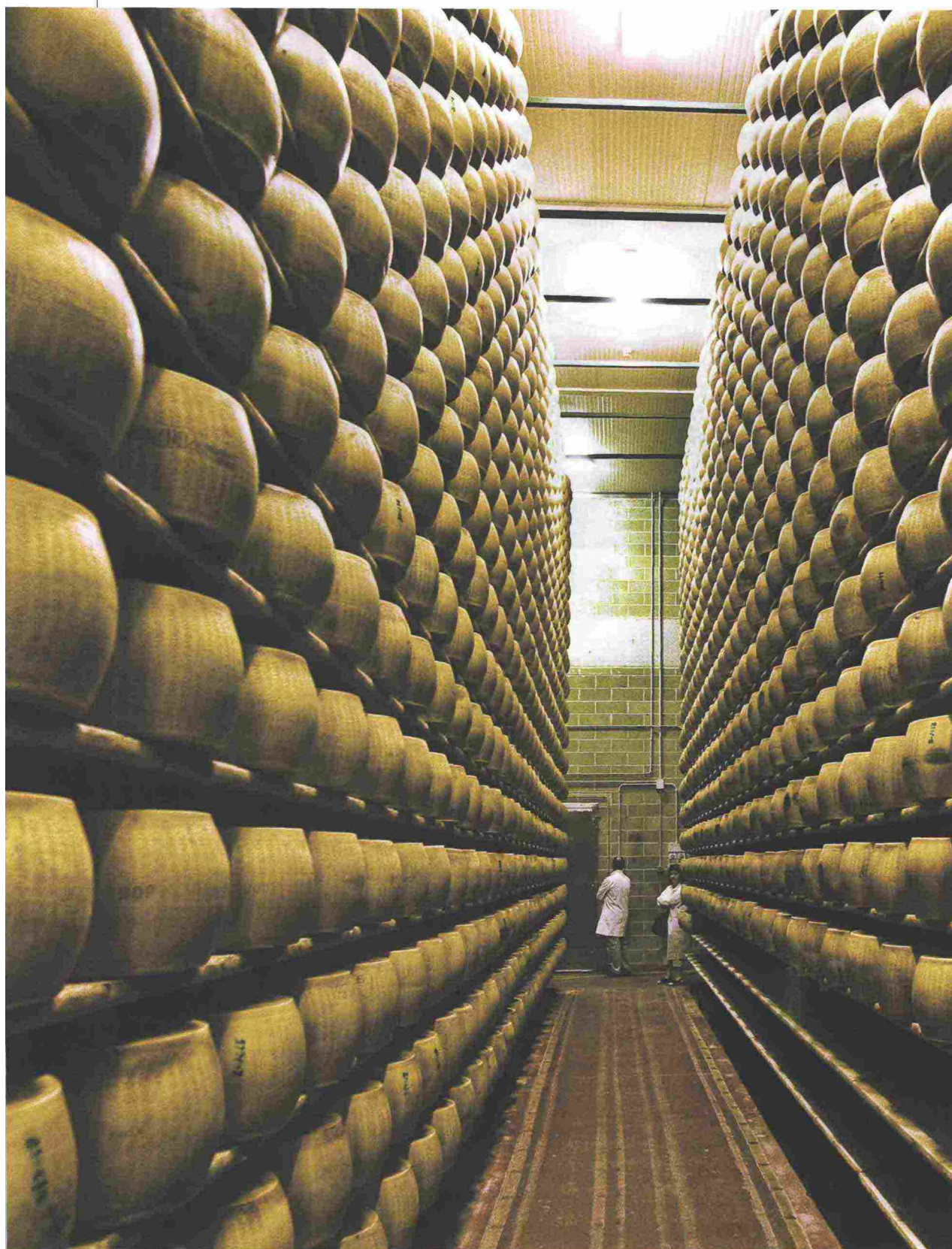


14 L'ITALIA CHE VINCE EMILIA-ROMAGNA



CIBO IN GRAN FORMA

17 prodotti Igp, 18 Dop, 25 miliardi di fatturato, prima regione italiana per export nell'alimentare. Il segreto: grandi imprese e piccole aziende unite in cooperative.

Che i prodotti dell'Emilia-Romagna fossero da esportazione, lo avevano già dimostrato due noti artisti locali. Uno è l'attore bolognese Stefano Accorsi, partito con la pubblicità del Maxibon sulle spiagge romagnole e finito a Parigi a sposare Laetitia Casta. L'altro è il cantautore riminese Samuele Bersani che in una canzone si chiedeva «Hai mai pensato a esportare la piadina romagnola?».

Ecco, poiché in Emilia-Romagna arte, buon cibo e godere della vita vanno sempre insieme, ci hanno pensato sì a esportare la piadina lavorando per farla diventare prodotto Igp. Ma è scoppiata la guerra. L'Associazione per la valorizzazione della piadina romagnola, Confesercenti Cesena e Slowfood e dall'altra parte il Consorzio promotore della piadina stessa si sono contesi la ricetta pretendendo ciascuno che la sua fosse quella originale. E quando l'intesa su «la piadina romagnola inclusa la variante alla riminese» sembrava fatta, l'azienda Crm di Modena (fuori dalla

zona geografica indicata) ha bloccato la registrazione con un ricorso al Tar.

La piadina vuole essere il 18esimo prodotto Igp della regione insieme con zampone, aceto balsamico, agnello del centro Italia, cotechino, pera, ciliegia di Vignola e fungo di Borgotaro, ma si deve discutere se il marchio vada concesso soltanto alle piadine prodotte artigianalmente. Si vedrà. Di certo, la piadina sarebbe una nuova ricchezza che va ad aggiungersi a un paniere, quello dell'agroalimentare emiliano-romagnolo, che da solo vale qualcosa come 25 miliardi (dato 2013 compresa industria delle bevande) e nei primi tre mesi dell'anno ha spinto in avanti il suo export ancora del 5,4 per cento confermandosi la prima regione italiana per vendite all'estero nel settore.

Il segreto? Grandi imprese e quelle piccole riunite in cooperative. Tradizione ma soprattutto orgoglio di tale tradizione, che oltre agli Igp vanta 18 prodotti dop, tra cui marchi importanti come Grana padano, Parmigiano reggiano, prosciutto di Parma, culatello di Zibello, ancora Aceto balsamico di Modena, lo squacquerone, la coppa piacentina, i salamini alla cacciatora. Se poi a questo aggiungiamo la presenza sul territorio di aziende come Parmalat, marchio globale dei latticini e derivati, o Barilla il gioco è fatto. Sulle grandi aziende si innesta infatti quel filone di ricerca che ha fatto della sostenibilità e della salute alimentare il suo cavallo di battaglia. Un esempio? Barilla, che nel 2013 ha aumentato ancora il suo fatturato globale del 2,5 per cento, svolge un importante ruolo propulsivo attraverso il suo Center for food and nutrition, Parmalat da anni

Depositi di formaggio

Forme di Parmigiano reggiano in un deposito per la stagionatura. Il Parmigiano è uno dei prodotti Dop (denominazione di origine protetta) più importanti dell'Emilia-Romagna.

16 L'ITALIA CHE VINCE EMILIA-ROMAGNA



Dal prosciutto al pomodoro

Lavorazione del prosciutto di Parma e, sotto, Dario Squeri, diventato leader nella fornitura di polpa di pomodoro per le pizzerie del mondo, fino alla Thailandia.



**«Ci siamo inventati» racconta Squeri
«una polpa di pomodoro speciale
studiata per fare le pizze».**

studia gli effetti dei cibi e dei prodotti benefici sulla salute e la svedese Tetra Pak, che ha sede in provincia di Reggio Emilia, non soltanto si è distinta come l'azienda dove gli stagisti si inseriscono e vengono pagati meglio, ma traina la filiera della sostenibilità anche nell'imballaggio. Settore, quello del packaging, che proprio in Emilia-Romagna vanta i migliori player mondiali. E non è finita.

Prendiamo il caso della Parmareggio di Modena (280 milioni di fatturato), che partendo da un prodotto tipico come il Parmigiano reggiano si è inventata di tutto: «Fummo i primi a indicare sulla confezione la stagionatura, pratica che oggi è diventata un must» racconta l'amministratore delegato Giuliano Carletti. E da lì non si sono più fermati: sono arrivate le sottilette di Parmigiano, i formaggini di Parmigiano e adesso persino gli snack (con grissini annessi) già pronti per la merenda sana dei bambini. L'innovazione però passa ovunque, persino dalle patate. A Budrio, in provincia di Bologna, ha infatti sede la Pizzoli spa, l'azienda che oltre a produrre «selenella», la patata al selenio, si è inventata anche Iodi, quella allo iodio (attraverso un sistema di irrigazione arricchita) e Patasnella: la chip surgelata che si cuoce in forno ed è

uguale alle patatine fritte. Quante mamme si sono chieste come sia possibile? «Nulla di alterato» risponde l'amministratore delegato Nicola Pizzoli. «Le patate replicano semplicemente il procedimento delle nostre nonne: una brevissima "scottatura" di fritto, pochissimi minuti, e poi si congela. La cottura verrà ultimata dal forno». Insomma, gusto intatto ma meno assorbimento di grassi.

«È evidente che la food valley ha tutto ciò che le serve per crescere ancora» commenta l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni. «Tradizione e industria, entrambe incamminate sulla strada della qualità, della genuinità e della sostenibilità. Insomma, il trend internazionale che attraversa il settore e che ci conferma il buon dato sull'export, che ha raggiunto nel 2013 i 5 miliardi e 471 milioni di valore. Ed è possibile crescere ancora». Il come, Rabboni lo spiega spingendo perché venga organizzato un migliore gioco di squadra a livello nazionale, questo soprattutto per contrastare le numerose contraffazioni alimentari e barriere doganali che penalizzano i nostri prodotti». Un esempio positivo dei risultati che questa azione mirata potrebbe produrre «è l'accordo appena sottoscritto con il Canada, che ha introdotto in quel paese il riconoscimento dei prodotti Igp e Dop europei». Per il prosciutto di Parma per esempio (9 milioni di cosce prodotte per un giro d'affari di 1,5 miliardi) non è cosa di poco conto e «altre opportunità potrebbero aprirsi con l'accordo di libero scambio che si sta predisponendo tra Usa e Ue oltre naturalmente a Expo 2015, in occasione del quale stiamo già lavorando a una serie di eventi commerciali legati alle fiere Cibus, Cibus Tech e Sana, e a un



Pasta sostenibile

La Barilla con il suo Center for food and nutrition contribuisce a migliorare la qualità del cibo e della sua produzione. Sotto, l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni.



«La food valley ha tutto ciò che le serve per crescere ancora» sostiene l'assessore regionale all'Agricoltura Rabboni.

bando che finanzia iniziative per attrarre buyer stranieri».

In Emilia-Romagna c'è anche un mondo da scoprire che va oltre i grandi marchi. Quanti sanno che la regione è la prima per produzione di pere in Italia? E che il Lambrusco è il vino che cresce di più all'estero? E che Piacenza è seconda soltanto a Foggia per la produzione di pomodoro da sugo? E qui è il terreno di Pomorete, un network verticale di imprese nato un anno e mezzo fa e rappresenta oltre 500 milioni di fatturato. Riunisce tutto ciò che è pomodoro: dallo studio del terreno alla coltivazione, dalla trasformazione all'inscatolamento. E funziona. «Abbiamo capito che occorre aumentare i volumi, esportare. Quindi puntare sulla qualità del prodotto e avere dimensioni tali che ce lo consentissero: così è nata la rete di vari imprenditori nel settore del pomodoro», spiega il presidente Dario Squeri, uno che da Piacenza è diventato il leader mondiale nella fornitura di polpa di pomodoro alle pizzerie del mondo, Thailandia compresa. «Il nostro segreto? Ci siamo inventati una polpa speciale proprio per la pizza».

Insomma, un visione «glocal» che ricorda le intuizioni sciamaniche di Alce Nero, mitico sciamano pellerossa cugino di Cavallo Pazzo. Che c'entra con l'Emilia-Romagna? Perché ad Alce Nero si ispira l'azienda omonima in provincia di Bologna, noto marchio nel settore dell'alimentazione biologica e naturale. «Diceva Alce Nero: la terra è l'unico bene di cui disponiamo e noi abbiamo fatto della salute, della sostenibilità, del recupero di antichi grani e sane tradizioni la nostra missione» spiega l'amministratore delegato Lucio Cavazzoni. Risultato? Ben 55 milioni di fatturato per 52 dipendenti. ■

E ALLE PORTE DI BOLOGNA SPUNTA UN FICO DA EXPO

Si chiamerà Fico: Fabbrica Italiana contadina e sarà una sorta di Expo permanente per raccontare l'eccellenza della nostra produzione agricola e agroalimentare. In pratica un luogo dove capire, imparare, recuperare e valorizzare le tradizioni e i prodotti che sono alla base dell'eccellenza italiana del settore. L'intuizione di realizzare un grande parco didattico alle porte di «Bologna la grassa», rinforzandone il brand, è venuta al preside della facoltà di Agraria dell'università del capoluogo emiliano **Andrea Segré** e ha trovato subito la piena adesione di **Oscar Farinetti**, fondatore di Eataly. «Fico avrà casa all'interno del Caab, il mercato ortofrutticolo di Bologna, finalmente dando una piena utilizzazione agli spazi ancora sprecati» spiega Segré. «Saremo pronti per l'inaugurazione nell'autunno del 2015, ma riusciremo ad avviare non poche sinergie con l'Expo di Milano». Il Fico come un Expo permanente in miniatura? Anche. «Ci aspettiamo turisti, studenti, persone interessate alla cultura del food, la stessa che cercheranno poi nei prodotti da acquistare all'esterno con maggiore consapevolezza. Spiegheremo la differenza e l'importanza di semi, prodotti e filiere nazionali mostrando anche una piccola parte di produzione». Il Parco agroalimentare si snoderà su una superficie di 40 mila metri quadrati, avrà ricezione turistica, ristorazione, parte espositiva e si calcola che darà lavoro a 5 mila persone direttamente e ad altre 1.350 indirettamente. Altri 3.500 posti deriveranno dalle attività di accoglienza, filiera agricola trasporti e logistica. Per la realizzazione sono già stati messi a disposizione 40 milioni di euro, raccolti nel giro di tre mesi grazie all'adesione di realtà associative e industriali del territorio. A Eataly, infatti, si sono presto unite Coop Adriatica, Confcommercio, Ascom, Camera di commercio e Unindustria di Bologna, Confartigianato Assoimprese di Imola e Bologna, Banca Intesa Sanpaolo, l'ente di previdenza dei lavoratori dell'agricoltura, Monrif Group e Unendo energia. L'elenco continua con Emibanca, Fondazione Carisbo, Carimonte Holding, Nute partecipazioni, Coop Reno, Finanziaria bolognese e cooperativa Saca. «Tutto il territorio ha capito l'importanza e la bellezza del progetto» dice Segré «ma il fundraising continua anche all'estero».