

08 novembre

08/11/2018 La Repubblica (ed. Nazionale)

pag. 59 1

08/11/2018 Corriere di Bologna

pag. 2 2



Bologna Un anno di Fico

Il Parco del cibo più grande del mondo, inaugurato il 15 novembre 2017 a Bologna, giunge al primo compleanno e lo fa con una settimana di appuntamenti, dal 10 al 18 novembre. Lunghissimo l'elenco delle iniziative alle quali si potrà partecipare,

e degli ospiti. Il 10 novembre alle 17.30, Benedetta Parodi presenterà "A pranzo da me" edito da Rizzoli e, il 15 novembre alle ore 18, Massimo Montanari presenterà "Alla bolognese. Dalla città grassa a Fico" (Il Mulino). Il 14 novembre alle ore 19 prima assoluta del film "Da Caab a Fico. Una storia di eccellenza italiana" prodotto da Fondazione Fico e Caab e con

la partecipazione straordinaria di Patrizio Roveri che sarà presente alla serata. Il film, attraverso interviste, documenti, commenti ripercorre la storia del grande parco alimentare ideato dall'agroeconomista Andrea Segrè nel 2012. Un'operazione "alla bolognese" come viene definita per spiegare un'eccellenza tradotta nella sinergia tra pubblico e privato



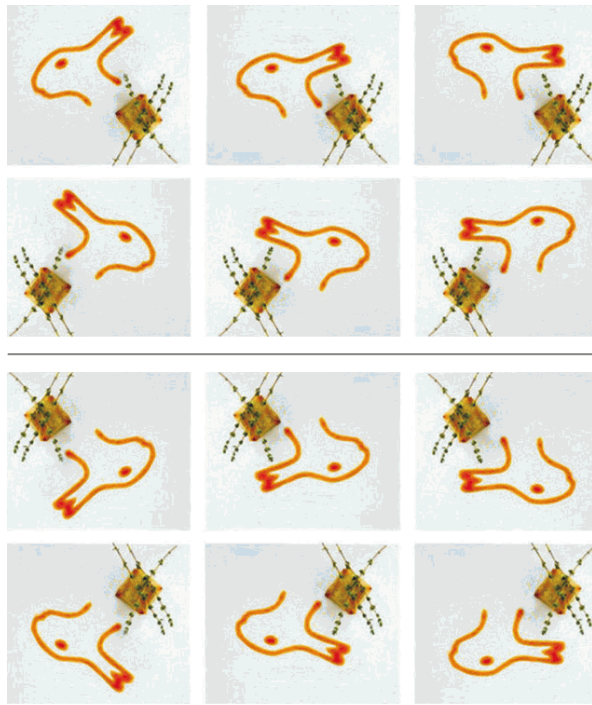
PENTOLE E COPERCHI di Dario Mangano

Metti il fotografo in cucina

Ma non dovevamo parlare di strumenti da cucina? Cosa c'entra ora la macchina fotografica? Va bene che viviamo nella civiltà dell'immagine, che scattiamo migliaia di fotografie condividendole a più non posso, ma dire che la macchina fotografica sia un "accessorio" da cucina è davvero troppo. A ben pensare, sono due i fenomeni culturali che caratterizzano la contemporaneità: la *Gastronomia* (Bompiani) di cui parla Gianfranco Marrone, e la fotobulimia. In un caso si pensa sempre al cibo, nell'altro si fotografa tutto, ivi compreso ovviamente il primo, che mai come ora è stato immortalato. È con il cibo che, in fondo, la parola immortalare trova il suo inveramento. Immortalare le piramidi che sono lì da migliaia di anni non ha molto senso: è certo che ci saranno ancora quando avverrà la nostra dipartita. Ma il brasato sparirà fra pochissimo e l'unico modo per averne memoria è ritrarlo. Eppure la fotografia di cibo non serve a ricordare. O almeno, lo spero. Non saprei che dire se qualcuno mi facesse vedere l'album delle sue polpette, e spero per entrambi che non capiti mai. Molte persone però hanno enormi collezioni di piatti fotografati. Perché? Che senso hanno quelle fotografie? Cosa celebrano? Ci ho pensato molto e l'unica risposta che mi viene in mente è nulla. Perché il problema non è la fotografia ma il fotografare. Ovvero il fatto che con una macchina fotografica in mano finiamo per guardare il piatto in modo diverso. Stiamo più attenti al suo aspetto visivo, certo, al bruno di una doratura o al rosso di un sugo, ma non si tratta soltanto dell'occhio che reclama la sua parte. Perché vedere è prefigurare, pregustare, e può riguardare anche la cremosità di un risotto o la sofficità di un Pan di Spagna. Non è un caso che quando fotografiamo il cibo tendiamo ad avvicinarci molto, a tagliare l'immagine in modo che la luce restituisca spessore alle superfici, tutto affinché la sensazione visiva evochi quella tattile, e insieme contribuiscano a definire meglio quel gusto che in realtà le comprende tutte. È a questo allora che serve la macchina fotografica in cucina, a ricordarci che mangiare è un'esperienza totale, in cui il gioco è tradurre sensazioni in altre sensazioni. Nulla di male allora a lasciare il primo morso all'obiettivo.



Sotto, piatto Picasso
Realizzato nel 2016 dallo chef Josef Youssef svela il lato destro del volto dell'artista (barbabietola rossa). Difficilissimo da individuare, ma una volta che lo avrete notato non vi sembrerà vero di non averlo visto subito



A sinistra, il boccone bifronte di Jastrow
Questo piatto è stato creato dallo chef Josef Youssef per la "Gastrophysics chef table", momento esperienziale aperto al pubblico. L'idea del piatto deriva da un'illusione ottica classica — il bifronte anatra/coniglio — realizzata dallo psicologo statunitense Joseph Jastrow nel 1890. Le persone vedono un'anatra o un coniglio e dopo un po' la percezione passa da uno all'altro. Dal punto di vista gastronomico, essendo il piatto composto sia da anatra sia da coniglio, l'interrogativo è: saprà più di anatra quando si vede l'anatra e più di coniglio quando si vede il coniglio? L'esperimento è in corso in questi giorni, presto i risultati

Gastrofisica

Sa più di anatra o di coniglio?

Colore, forma, ma anche il peso di una bottiglia o la carta di una merendina. Tutti fattori che condizionano il gusto. Come spiega Charles Spence, psicologo di Oxford

di LUCA IACCARINO

Non si mangia solo con la bocca. Ma con gli occhi, le orecchie, il naso, persino con la pelle. La stessa merendina sembra più o meno dolce a seconda del colore della confezione; il medesimo vino più o meno buono in base al peso della bottiglia: non solo lo sostiene, ma l'ha dimostrato Charles Spence, professore di psicologia sperimentale a Oxford, direttore del Crossmodal Research Laboratory — che studia l'interazione tra i diversi sensi — e autore di *Gastrophysics: The New Science of Eating* (Penguin Books, 2017). Questo pomeriggio Spence tiene il seminario "Gastrofisica: la nuova scienza dell'alimentazione" al master in Food Design and Innovation della Scuola Politecnica di Design di Milano (scuoladesign.com) presieduta da Antonello Fusetti.

Professor Spence, con i suoi esperimenti lei dimostra che lo stesso alimento ha un gusto diverso a seconda di quale musica stiamo ascoltando o del colore del piatto su cui è appoggiato. Sono piccole sfumature o differenze sostanziali?

«Gli effetti possono essere limitati — il 5-15 per cento di dolcezza o amarezza — a seconda del colore del piatto, ciononostante sono rilevanti: pensate a un'industria che può aggiungere il due per cento di percezione della dolcezza a un prodotto commerciale solo grazie al colore dell'incartamento».

Oggi terrà una lezione al master in Food Design di Milano. Ci spieghi come una confezione

può modificare la nostra percezione del contenuto.

«Colore e forma della confezione sono molto più importanti di quanto si pensi. L'esempio più semplice è servire un vino da una bottiglia o da una bag-in-box: anche se il vino è lo stesso, nel secondo caso lo apprezziamo di meno. È un fatto che i designer hanno capito da decenni cose cui noi ora diamo spiegazione scientifica. L'aspettativa creata dalla confezione cambia radicalmente l'esperienza che seguirà. Le grandi aziende alimentari sono le prime a studiare questi fenomeni».

C'è un aspetto manipolatorio nei confronti del consumatore? Sono sicuro che talvolta accade. Ma io voglio usare le mie ricerche in modo positivo, per rendere i cibi più salubri: per esempio riducendo gli zuccheri senza che questo venga percepito dal consumatore».

Dunque si può far fare una figura migliore a un vino mediocre?

«Se ne può migliorare la percezione. Il suono del tappo, per esempio, ha un impatto. L'abbiamo dimostrato con un esperimento: abbiamo fatto assaggiare lo stesso vino a un gruppo di persone — esperti inclusi —. Prima facendo sentire il rumore di un tappo a vite e poi il "pop" di un tappo da spumante: il secondo è stato ritenuto migliore dal 5 per cento dei degustatori. E il risultato è sempre il medesimo, anche quando ripeto il test con il pubblico delle mie presentazioni (l'anno scorso lo stesso esperi-

mento è stato eseguito al Festival dell'Innovazione di Settimo Torinese, inverando la previsione, ndr). Ripeto: le aspettative hanno un ruolo fondamentale nella determinazione del gusto.

In un altro test ha dimostrato che lo stesso dessert alla fragola sembra molto più dolce se servito su un piatto bianco rispetto a uno nero.

«È il frutto delle ricerche svolte negli anni con la Alice Foundation in Spagna, con la scuola di Paul Bocuse a Lione, con grandi chef come Heston Blumenthal e Ferran Adrià. Il gusto di una patatina cambia a seconda del rumore che fa mentre la mangi, quello di un vino per il colore dell'etichetta o per il peso della bottiglia. Abbiamo persino scoperto che se un vino o un caffè vengono degustati mentre si toccano carta vetrata o velluto vengono percepiti in modo differente: sono gli stessi esperimenti che facevano Marinetti e i Futuristi in Italia ottant'anni fa».



L'immagine
Charles Spence, psicologo sperimentale dell'Università di Oxford, insieme allo chef Josef Youssef, fondatore del progetto Kitchen Theory che esplora la multisensorialità del cibo. I due collaborano da diversi anni. L'obiettivo è spiegare come suono, colore, forma, luce e sguardo possono influenzare il nostro approccio a un piatto o a un intero menu

Su cosa si concentrano i suoi ultimi studi?

«Ci stiamo divertendo creando illusioni ottiche sul piatto e osservando come queste cambiano l'esperienza gustativa. Con lo chef Josef Youssef di Kitchen Theory a Londra usiamo questi giochi per stimolare chi mangia su temi come la provenienza del cibo o la sostenibilità».

Primo piano | Turismo

Da sapere

● Dieci anni fa l'arrivo in città di Ryanair, oggi la compagnia low cost trasporta su Bologna 3,9 milioni di passeggeri all'anno, quasi la metà del totale dell'aeroporto Marconi

● L'arrivo di Ryanair, insieme all'Alta velocità, ha aperto un decennio che ha rilanciato il turismo in città: le crescita è di oltre il 70%

● Il boom turistico ha messo la città di fronte a nuove sfide. Due i fronti più delicati su cui intervenire: l'eccesso di appartamenti affittati online per periodi brevi, che sta mettendo in crisi il mercato degli affitti, e la trasformazione commerciale del centro

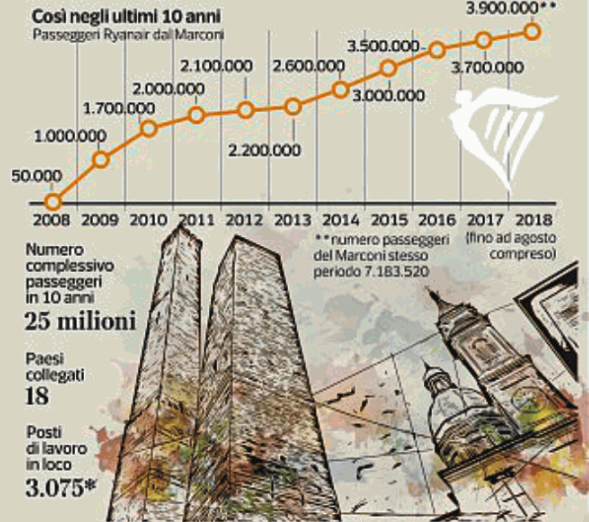
In principio fu Ryanair, poi arrivarono l'Alta velocità, il boom dell'aeroporto Marconi e la nuova strategia pro turismo dell'amministrazione comunale. A dieci anni dal suo arrivo Ryanair, oggi prima compagnia aerea in Italia, festeggia i 25 milioni di passeggeri che hanno transitato dai gate del Marconi. Bologna, invece, fa i conti con un decennio che ha cambiato per sempre il turismo e anche il volto della città. In dieci anni i turisti sono cresciuti di circa il 70%, le presenze (cioè i pernottamenti) hanno registrato qualche punto percentuale in più. E la città si prepara il 2018 superando i 3 milioni di presenze, mentre fa i conti con una mutazione che, dopo aver messo in difficoltà il mercato degli affitti residenziali, sta intaccando anche il tessuto commerciale e artigianale del centro storico.

I numeri del boom

Arrivi (turisti come persone fisiche) e presenze (numero di pernottamenti) sul territorio comunale dal 2008 a oggi

Anno	Arrivi	Presenze
2008	833.488	1.731.217
2009	857.375	1.723.384
2010	928.766	1.896.709
2011	945.256	1.985.358
2012	971.354	2.036.594
2013	1.058.875	2.145.429
2014	1.108.462	2.180.982
2015	1.160.322	2.204.879
2016	1.286.397	2.587.122
2017	1.410.482	2.986.733
2018 (gennaio-settembre)	1.116.148	2.409.206

*Una ricerca condotta da ACI - Airport Council International calcola che ogni milione di passeggeri crea fino a 750 posti di lavoro in loco negli aeroporti internazionali



I 10 anni di Ryanair a Bologna La rivoluzione del turismo

I numeri di un boom senza precedenti. Lepore: merito anche delle nostre politiche



Festa al Marconi

Nour e Francesca, i due fortunati passeggeri premiati ieri agli arrivi per celebrare simbolicamente i dieci anni dal primo volo della compagnia low cost irlandese dall'aeroporto di Bologna

metropolitana lasciano poco spazio ai dubbi e parlano di un decennio che non ha conosciuto battute di arresto. Nel 2008 gli arrivi in città erano 833 mila, le presenze 1,7 milioni. Da gennaio al settembre di quest'anno, invece, sono già rispettivamente 1,1 e 2,4 milioni. «Contiamo di chiudere il 2018 superando i 3 milioni di presenze», scommette l'assessore al Turismo Matteo Lepore. Un obiettivo neanche troppo ambizioso, visto che il 2017 si era chiuso già con 2.986.733 presenze. Ma Ryanair, ci tiene a sottolineare l'assessore al Turismo, è il motore di un «effetto domino» che ha anche altri protagonisti. Praticamente negli stessi giorni in cui la low-cost arrivava iniziavano i primi collegamenti dell'Alta velocità con Milano. Un anno dopo sarebbe arrivata Firenze. «Due micce (il low cost e l'Alta velocità, ndr) che hanno fatto scoccare una dinamica



La proposta al governo Scriverò a Centinaio perché Bologna vuole essere capofila nella regolamentazione delle piattaforme digitali dell'ospitalità

nuova», dice Lepore, sottolineando che dal 2008 il quadro è cambiato. «Non c'è più solo il low-cost, abbiamo sempre più voli intercontinentali e compagnie di bandiera, negli ultimi 4 anni il vero boom è stato quello dei turisti americani e da giugno arriverà il diretto con American Airlines», ricorda l'assessore, che rivendica come le strategie promozionali portate avanti da Bologna Welcome soprattutto sul web siano uno degli elementi del successo turistico: «Insieme al fatto che qui si possono fare ancora esperienze autentiche, perché il nostro centro storico è ancora vero».

Il problema, adesso, sarà mantenerlo tale. I fronti su cui si gioca questa sfida sono innanzitutto due, sottolinea l'ad di Nomisma Luca Dondi. Da un lato gli effetti sul tessuto residenziale della città di piattaforme di ospitalità come Airbnb, che stanno «svuotando» di residenti le zone di

pregio della città (si stima che siano circa 4.000 gli appartamenti ormai convertiti ai soli affitti brevi). Dall'altro l'impovertimento del tessuto commerciale tradizionale, con un appiattimento sulle necessità turistiche: basti pensare che l'anno scorso sono state 95 le nuove attività che hanno aperto nel comparto ricettivo e della ristorazione, magari dove una volta c'erano negozi di vicinato con una storia alle spalle.

«Dobbiamo evitare che l'overtourism ci trasformi come ha fatto con Firenze e Venezia», ammette Lepore, pronto a farsi capofila della richiesta al governo di una proposta di legge per regolamentare le piattaforme digitali dell'ospitalità: «Scriverò al ministro Centinaio, dobbiamo risolvere il problema». Ma molto, sostiene Nomisma, può essere fatto anche da qui: «Sono poco persuasivo che certi fenomeni vadano contrastati con delle imposizioni, servono meccanismi che incentivino utilizzi diversi degli immobili — dice Dondi — come una parziale defiscalizzazione, incentivi o altre modalità che riescano a salvaguardare quella pluralità che altrimenti rischia di essere cancellata».

Francesco Rosano
© RIPRODUZIONE RISERVATA

3 La replica

Fondazione Fico è già cultura del cibo

di Andrea Segrè

«Quando sentite parlare della cucina bolognese fate una riverenza, che se la merita», suggeriva Pellegrino Artusi. Ad Artusi — ma anche ai suoi epigoni, Olindo Guerrini in primis — ho dedicato in questi 20 anni ricerche e pubblicazioni, riverenze appunto, sino a proporre (nella prefazione del libro di Napoleone Neri *A tavola con il dottor Balanzona*, ed. Pendragon) di candidare la Cultura gastronomica bolognese a «Patrimonio Culturale Immateriale Unesco». I presupposti sono consolidati: storici, culturali e scientifici, innanzitutto. Bologna: la Grassa — nel senso di conviviale, ricca, stimolante, dai tempi di Plinio a oggi —; e, come sappiamo, Bologna la Dotta, per

la tradizione umanistica e scientifica che dona al cibo un valore aggiunto: quello di salutare e sostenibile. Conciliare la Grassa e la Dotta è obiettivo del parco agroalimentare più grande del mondo, Fico, Fabbrica Italiana Contadina ma anche dell'Innovazione e della Conoscenza. Dove non vige una cultura dei «taglieri» avulsa da quella dei «saperi», ma si punta a percorrere palato e stomaco, cuore e testa dei commensali per consapevoli «magnazze» (quelle menzionate da Paolo Formica nell'editoriale sul *Corriere di Bologna*) al passo con i tempi, con l'occhio al futuro. Penso a Robert Puglisi, grande star del «future food», capace di dialogare con le questioni epocali. Ricercatore a Stanford University, ha messo a punto squisiti burger vegani che concorrono a risposte concrete sul tema globale della sottoalimentazione. Lo abbiamo premiato a Fico tre settimane fa nell'ambito di Bologna Award 2018, invitando la città alla degustazione dei suoi burger. Tutta una «magnazza»? Chiediamolo a Sunita Narain, direttore del CSE di New Delhi, il Centro per la Ricerca Scientifica e Ambientale che si occupa del cibo in rapporto all'impatto

ambientale, alla salubrità e sostenibilità della produzione agricola. È una delle 100 più autorevoli figure del mondo secondo *Time*, sarà a Fico il primo dicembre per ritirare Bologna Award 2018, istituito da CAAB e Fondazione FICO. Vogliamo restare in Italia? Parliamone con Dévelo, l'associazione di studenti della Facoltà di Agraria dell'Università di Milano. «Coltivano» l'agroecologia, motivo della menzione speciale assegnata quest'anno sempre da Bologna Award. Al pubblico di Fico, nell'arena centrale, hanno raccontato i progetti innovativi di produzione agroalimentare esportati ad Haiti per formare i contadini afflitti dalla piaga delle aflatoxine. Sono solo tre esempi, ma Fondazione FICO produce quotidianamente contenuti, progetti e percorsi legati alla sostenibilità e all'educazione alimentare, fruibili gratuitamente: in 12 mesi ha organizzato 250 eventi, offrendo oltre 500 ore di formazione gratuita, costruendo un network al quale afferiscono, fra gli altri, la FAO e il ministero dell'Ambiente, oltre alle principali istituzioni del territorio, dalla

Regione Emilia-Romagna al Comune di Bologna, Città Metropolitana, Camera di Commercio, Bologna Welcome, Università di Bologna, Last Minute Market, Future Food Institute. Per questo è importante e strategico che Fico diventi il punto baricentrico del sistema agroalimentare italiano: dal punto di vista della ricerca e della innovazione, inclusa quella imprenditoriale. Educazione alla sostenibilità, educazione al consumo, sostegno all'innovazione produttiva agroalimentare. Non chimere, ma iniziative del nostro quotidiano. Tutta una «magnazza»? Parliamone dal 13 al 16 novembre, con gli eventi dedicati al primo anno del Parco. Guardando il film di Movie Movie che racconta, per la voce di Patrizio Rovessi, come la città abbia rigenerato un asset pubblico. O sfogliando *Alla bolognese*, il libro curato da Massimo Montanari per Il Mulino. O, ancora, ragionando di dieta mediterranea applicata alle tradizioni locali il 16 novembre, Giornata Mondiale di questo stile di vita riconosciuto dall'Unesco come patrimonio mondiale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA