

RICERCA AZZALI: «BISOGNA CAPIRE COSA SALVARE DEL PASSATO». MOSCONI: «LO STATUS QUO NON BASTA PIU'»

# La Food valley del futuro

Presentato a Palazzo Soragna uno studio che raccoglie 35 contributi scientifici per «rielaborare» il rapporto tra cibo, territorio e cultura

**Armando Orlando**

■ Tra le innumerevoli stampe antiche che adornano il piano nobile di palazzo Soragna, sede dell'Unione Parmense degli Industriali, ce ne sono un buon numero che illustrano i particolari tecnici di certe costruzioni o macchine, mentre altre riproducono i busti dei duchi Farnese. Tecnica e storia. Giusto il binomio da cui prende le mosse il volume «Cosa intendiamo per Food Valley?» curato dal professor Carlo Quintelli dell'Università di Parma.

Studio che raccoglie 35 contributi scientifici elaborati da 56 docenti e ricercatori del nostro Ateneo in occasione del First Food Valley Symposium, con un corredo fotografico in forma di quattro racconti per immagini realizzati da Paolo Simonazzi, Enrico Bedolo, Giuliano Ravazzini e Gigi Montali.

Una ricerca, portata avanti con il contributo dell'Upi, che cerca di rispondere alla domanda che, in tempi di crisi, tutti si pongono: da dove si può ripartire? «Credo che libri come questo siano l'occasione per reintrodurre il dibattito sul tema della crisi di contenuti della nostra cultura, del nostro modo di essere quello che siamo - dice in avvio del suo intervento Cesare Azzali, direttore dell'Upi - Il Paese, con scarsissima convinzione, si appresta ad affrontare un momento difficile. Bisogna cercare di capire quali cose del passato è possibile recuperare, in particolare quelle che ci hanno consentito di crescere. L'agricoltura è una. Però è afflitta da vecchie, nel senso



che chi vi si dedica è sempre più anziano. Basti dire che, tempo fa, un premio caseario è stato riconosciuto ad una lavoratrice di colore. Credo che non bisogna perdere il contatto con i prodotti perché si perderebbe la conoscenza».

Per Quintelli è necessario puntare sul rapporto tra cultura del cibo e luogo di produzione per confermare la validità di un mercato che «si fida» della provenienza. In sintesi, dobbiamo capire chi siamo e cosa sappiamo fare. «Quando Fernand Braudel scrisse il suo saggio sull'identità della Francia - ha spiegato Quintelli - applicò una metodologia che noi abbiamo voluto seguire: la plu-

ralità degli apporti costruisce l'identità. Nel caso della Food Valley ci troviamo di fronte ad una singolarità di prodotti che compongono una pluralità di offerte che esprime dal marchio Food Valley tornano ad essere singolarità. Facendo riemergere, io credo, la concretezza delle cose, la capacità di manipolarle e restituendo sostanza e capacità attrattiva allo slogan Food Valley». Per Franco Mosconi del dipartimento di Economia «lo status quo non basta più, serve coraggio», tenendo conto però che i distretti agroalimentari di Parma rappresentano 850 milioni di euro in esportazioni. «Mi pare che, per cominciare, la base sia ottima», ha chiosato.

Vanni Codeluppi è un sociologo dei consumi con cattedre a Modena e Reggio. «Il libro - dice - è un lavoro di ricognizione prezioso e non tanto praticato altrove». L'ultimo a prendere la parola è Luciano Tona, direttore didattico di Alma la Scuola Internazionale di Cucina Italiana. «Nasco cuoco e mi sento cuoco - racconta seguendo il filo di un paradosso - Leggendo questo libro mi sono reso conto di quanto poco sia stata considerata la mia professione in questo territorio. La Food Valley è legata alla storia della trasformazione artigianale per la creazione di prodotti da servire in tavola così come sono. Però tutti, in Italia e fuori, ricordano Cantarelli che fu un maitre sublime e un divulgatore impareggiabile di quanto di eccellente questa terra sapeva produrre. È giunta l'ora che qualche grande cuoco decida di fare la sua parte».

LIBRO DOMANI IN EDICOLA CON LA GAZZETTA

## Non solo orecchiette A tavola nella terra del grano e dei trulli

Il volume sarà in vendita a 6,80 euro più il prezzo del quotidiano

■ Orecchiette alle cime di rapa. Probabilmente è questo il primo piatto a cui si pensa quando si parla di cucina pugliese. Un peccato; perché se è vero che è la più conosciuta, è vero anche che la tradizione gastronomica in Puglia è molto ricca e vanta numerose ricette altrettanto gustose e tipiche.

Per scoprirle sarà in edicola a partire da domani il settimo volume della collana dedicata alla cucina regionale italiana, edita da Gribaudo e realizzata da Daniela Guaiti. Un viaggio tra ingredienti, prodotti tipici, usanze e curiosità, alla scoperta della terra dei trulli, dove i boschi verdi si alternano alle scogliere scoscese del Gargano, le distese di grano alle spiagge dello Ionio.

Una cucina semplice, in cui convivono i sapori di terra e di mare, in cui abbondano formaggi e verdure, pane e pesce (la Puglia è il primo produttore nazionale di grano duro), verdura e pasta (accompagnata dalle classiche cime di rapa o dal sugo di ricotta forte, di polpo, al ragù, sempre insaporiti da un tocco di aglio peperoncino). Una cucina a tratti povera, ma gustosa e leggera, in cui i sapori sono esaltati dall'abbinamento con i vini locali, come il Primitivo di Manduria, il Lizzano Doc, il Nardò e il Salice Salentino. È il caso della tiella (il tegame tipico) di riso patate e cozze, preparate con cipolle e pomodori, aglio e pecorino grattugiato,



In edicola il libro sulla Puglia.

da accompagnare ad un bicchiere di Nero di Troia. O ancora dei calzoni pugliesi, da farcire con il caicavallo, ricotta, prosciutto, melanzane, zucchine, ma anche baccalà, uva passa, e da servire con un Brindisi Rosato. E le pittule, dette anche «pettole», deliziose frittelle che si possono arricchire con patate bollite, cavolfiore, baccalà, alici salate o cozze, oppure preparare dolci, e poi abbinare ad un bicchiere di Brut Don Piero.

Un tipico formato di pasta, ricavato da un impasto di semola di grano e acqua, sono i cavatelli, preparati in molti modi diversi. Famosi i cavatelli con i ceci, ma anche conditi con il sugo di polpo, o con fave novelle e pancetta, oppure con la «ruchetta», ovvero la rucola, preparati con il sugo di pomodoro oppure con un soffritto di aglio e acciughe salate. Ma la cucina pugliese è rinomata anche per i suoi dolci. Su tutti le «cartellate», spirali di pasta, fritte, immerse nel vin cotto caldo o nel miele - e poi cosparse di mandorle grattugiate, cannella e chiodi di garofano. Il volume dedicato alla Puglia sarà in edicola con la Gazzetta di Parma a 6,80 euro più il prezzo del quotidiano. ♦ **Lu.**

Inserzione a pagamento

## LIBERALIZZAZIONE DEL COMMERCIO: È VERA LIBERTÀ ?

La totale assenza di regole non aiuta i consumi e non crea sviluppo

Il Governo ha scelto la strada della liberalizzazione selvaggia del Commercio consentendo l'apertura delle attività 24 ore su 24, festivi e domeniche compresi: un'impostazione che non ha riscontro in nessuno dei Paesi europei.

Questi provvedimenti non miglioreranno i servizi, non aumenteranno l'occupazione, non faranno crescere i consumi.

Le conseguenze delle liberalizzazioni saranno pesanti anche sul piano sociale: tutti i lavoratori, dipendenti e autonomi, hanno diritto al riposo e al tempo libero.

Il Commercio è un elemento strategico per lo sviluppo del territorio: una totale assenza di regole favorisce solo il degrado delle nostre città e rischia di spegnerle.

### CHIEDIAMO:

#### Ai Governo

- di intervenire sull'Iva e bloccare ogni ulteriore aumento
- di alleggerire gli oneri burocratici per le nostre imprese

#### Alla Regione Emilia Romagna

- di intervenire presso il Governo per continuare a garantire l'equilibrio della rete commerciale regionale
- di promuovere un'intesa sulle aperture domenicali tra Pubbliche Amministrazioni e Rappresentanze di imprese e lavoratori
- di aprire un confronto sugli strumenti urbanistici per accompagnare le nostre imprese nel processo di liberalizzazione in atto

#### Ai Comuni

- di promuovere politiche coordinate per le aree urbane che valorizzino il ruolo del Commercio
- di favorire la qualificazione delle città senza aumentare la pressione impositiva sulle nostre imprese (IMU, Tassa di soggiorno, addizionali, tariffe)
- di non adottare provvedimenti penalizzanti per la rete commerciale delle città, come gli inutili blocchi del traffico

**Le nostre città sono e devono continuare ad essere il cuore della crescita economica e sociale.  
Non servono nuove liberalizzazioni: servono politiche di sviluppo per le nostre imprese.**

Le Ascom e la Confcommercio dell'Emilia Romagna per la crescita sostenibile del Terziario

  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
EMILIA ROMAGNA