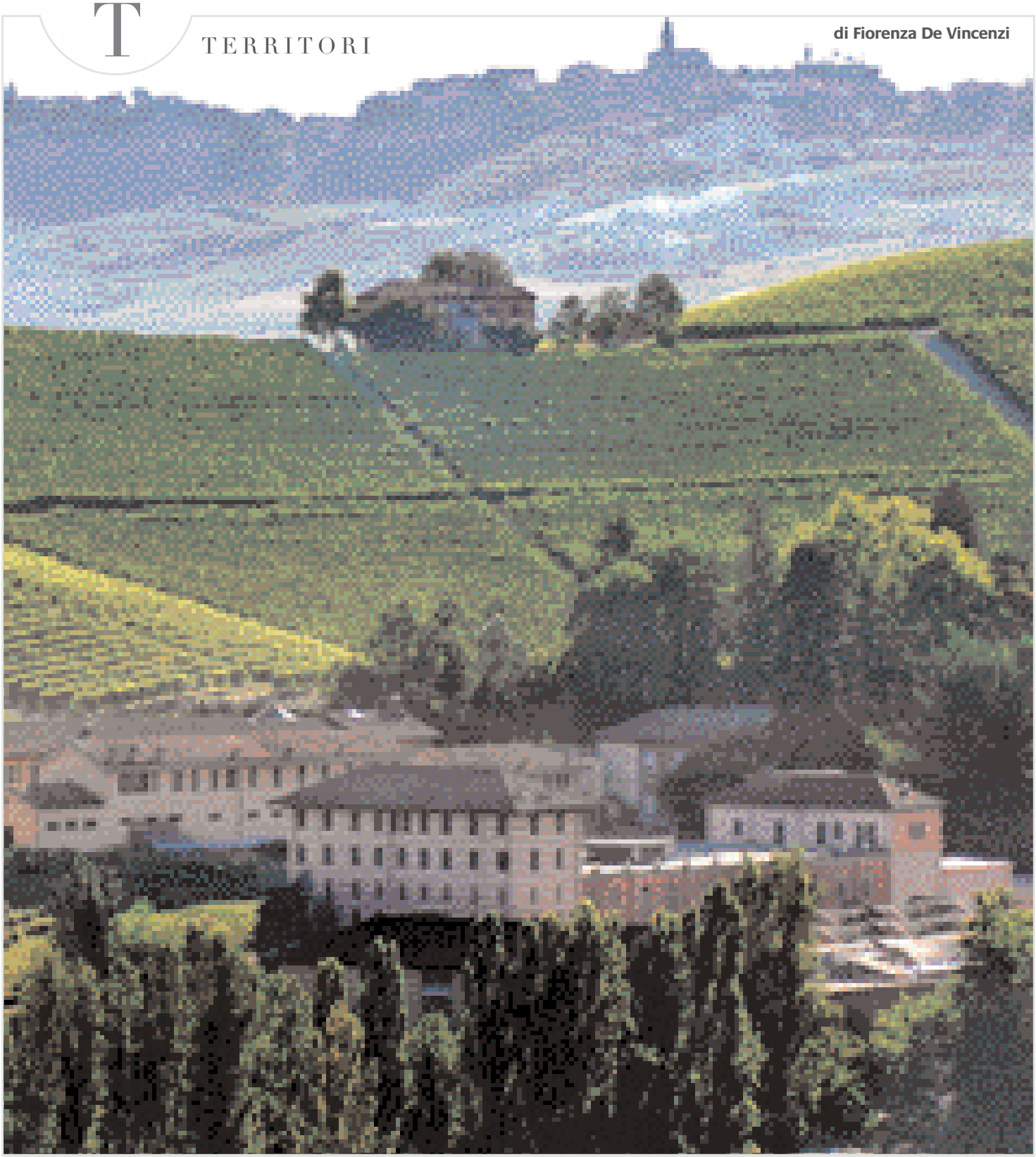
di Fiorenza De Vincenzi



Itinerari piemontesi

Il Piemonte vanta una tradizione enogastromica di eccellenza. Un patrimonio che si sta rivelando sempre più strategico per lo sviluppo turistico della regione

Terra di grandi vini (9 Docg e 45 Doc), il Piemonte vanta anche una ricca produzione casearia, che si concretizza in 9 formaggi Dop, ai quali si aggiungono ben 60 formaggi iscritti al registro dei prodotti agroalimentari regionali, che in tutto ne comprende ben 369.

Nella pagina a fianco: la Tenuta Fontanafredda di Serralunga d'Alba, polo vitivinicolo fin dal 1878 e tutt'oggi sede di una delle più prestigiose cantine del Piemonte, farà da scenario alla X edizione di Biteg, in programma dal 7 al 10 maggio 2009.

Il Piemonte rappresenta un caso davvero interessante di come un'intera regione -che dagli anni Sessanta in poi ha basato fortemente la propria economia sul settore industriale- abbia saputo ritrovare nelle proprie radici -contadine, ma anche storico-culturali- le risorse per reinventarsi e affermarsi a livello mondiale come territorio del gusto. E il fatto che il tutto sia avvenuto nell'arco dell'ultimo decennio, quindi in parallelo con la crisi dell'industria automobilistica, suona come un'autentica parabola.

Colline del gusto

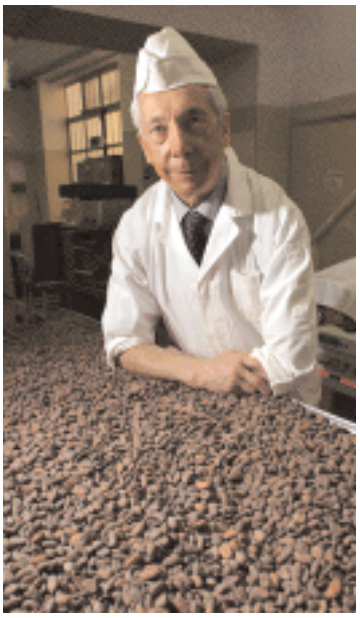
È evidente che a guidare la "rivoluzione verde" piemontese sia stato il mondo del vino, che in virtù delle punte d'eccellenza raggiunte da varie cantine ed etichette ha fatto proseliti in tutto il mondo, generando ricadute positive diffuse anche sull'economia locale dei rispettivi *terroir*. Non a caso tutte le province collinari -Albese, Bassa Langa/Roero, Acquese, Monferrato casalese, Astigiano e Alta Langa- sono state le prime ad attirare un nuovo tipo di turismo internazionale, sì vocato al buon bere e al buon mangiare, ma anche interessato a conoscere il territorio e la cultura di quei prodotti.
Risultato: le Langhe si sono affermate come meta top dell'enoturismo internazionale, al livello o addirittura al di sopra dei distretti toscani (Chianti classico e Montalcino), ma tutto il Piemonte ha trovato nel turismo enogastronomico una risorsa economica importante (65 milioni di euro il fatturato generato nel 2006), che evidenzia trend di crescita significativi. Non a caso il Piano Strategico della **Regione Piemonte** individua nelle produzioni agroalimentari di qualità una potenzialità strategica dello sviluppo turistico dell'intera regione. Che proprio grazie a questo sostegno in molti casi ha saputo valorizzare oltre ai prodotti anche i luoghi che hanno espresso quelle tipicità.

Turismo slow

"Certo a trainare l'immagine del Piemonte come terra fortemente orientata all'enogastronomia di qualità -dichiara **Giuliana Manica**, assessore al Turismo della Regione- ha dato un forte contributo tutta una serie di eventi mediatici, a partire da quelli promossi da *Slow Food* per arrivare alle Olimpiadi Invernali del 2006. Forti di questa expertise, abbiamo deciso di investire sulll'acquisizione del marchio *Biteg*, la borsa internazionale del turismo enogastronomico, che verrà ospitata stabilmente in Piemonte e che intendiamo rilanciare presso i buyer internazionali". Insomma, il circolo virtuoso è destinato ad allargarsi.

I formaggi Dop piemontesi sono nove, ma mentre tre (grana padano, gorgonzola e taleggio) sono in "condivisione" con altre regioni, è sulle Dop esclusivamente piemontesi -castelmagno, bra, murazzano, raschera, robiola di Roccaverano, toma piemontese- che si concentra il programma di promozione coordinato da **Ima Piemonte**. Il piano prevede una campagna stampa articolata in due flight (primavera e autunno) su quotidiani, settimanali e riviste specializzate (cucina e trade) e la distribuzione di materiale informativo presso ristoranti e wine-bar.

Formaggi



È a Torino che nel Settecento venne inventata la solidificazione (concaggio) del cosiddetto "cibo degli dei", che fino ad allora era soltanto una bevanda. E a tutt'oggi il capoluogo piemontese -dove nel 1826, nei pressi di Porta Susa, aprì i battenti **Casa Caffarel**- è la sede storica di alcuni dei più rinomati maître chocolatier d'Italia, da **Peyrano** (vedi foto) a **Guido Gobino**, che nel 2007 ha aperto il suo nuovo negozio a pochi passi dal Museo Egizio. Di qui l'idea della **Provincia di Torino** di proporre il *Ciocopass*, una tessera che a fronte di una spesa di 12 euro dà la possibilità ai turisti golosi di effettuare nell'arco di tre giorni ben 22 degustazioni in circa 40 esercizi convenzionati: caffè storici, pasticcerie e cioccolaterie di ultracentenaria tradizione dove andare a caccia del miglior gianduiotto, assaggiare una serie di praline creative o una fetta di torta, senza dimenticare di provare il tradizionale bicerìn.

Cioccolato

Diffusa in quasi tutto il Piemonte -per il quale rappresenta la voce principale dell'economia agricola- la razza bovina piemontese non solo è tra le più pregiate razze da carne italiane ma, con oltre 334.000 capi iscritti all'albo genealogico, oggi è anche quella con i volumi produttivi più importanti. Si tratta di una razza autoctona, sviluppatasi nell'arco di 30 mila anni, che -grazie al forte impiego di foraggi freschi ed essiccati- dà una carne particolarmente sapida, tenera e povera di grassi. Il cuneese è una delle principali zone di allevamento; non a caso vi si tengono diverse manifestazioni e fiere di rinomanza nazionale: da "Madama la Piemonteisa" a Savignano alla "Fiera del bue grasso" a Carrù e ancora la "settimana della carne" a Cavour.

Razza Piemontese

Per pregio, viene subito dopo il raffinato tartufo bianco d'Alba (*Tuber magnatum pico*), ma grazie al prezzo decisamente più abbordabile -dovuto al fatto che si tratta di un prodotto coltivabile, molto diffuso in tutto il sud del Piemonte- e alla sua versatilità in cucina è presente in molte ricette della tradizione. Parliamo del tartufo nero pregiato (*Tuber Melanosporum Vittadini*), che questa primavera sarà il protagonista dell'iniziativa promossa dall'**Associazione Piemonte Strade del Vino** in collaborazione con la rivista *Barolo&Co*, che ne fa l'ingrediente principe dei menu di 103 ristoranti dislocati lungo le sei Strade del Vino piemontesi.

Tartufi

Parliamo di vini con Massobrio

Paolo Massobrio, giornalista e critico enogastronomico, è presidente del *Club Papillon* e organizzatore della rassegna *Golosaria*. Milanese di nascita, ma alessandrino di origine, ha curato la guida "Dei tesori della campagna. In viaggio nel Monferrato e nella provincia di Alessandria" pubblicata quest'anno dall'ATL di Alessandria.

A cosa si deve l'elevato standard qualitativo di molti vini piemontesi?
Innanzitutto alle condizioni pedoclimatiche: la coltivazione in collina è più costosa, ma consente di raggiungere qualità superiori. Ma va anche detto che, da una decina d'anni, in tutta Italia la viticoltura è passata dall'empirismo alla scientificità. Sono state introdotte le "zonazioni" e abbiamo enologi e tecnici di spicco.

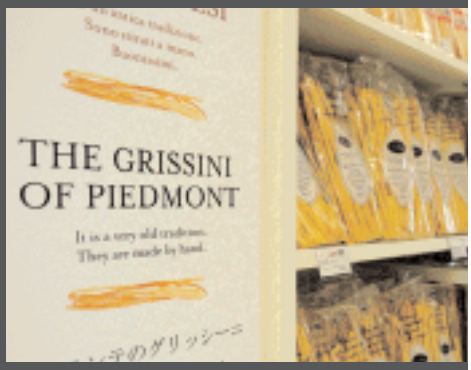
Se il barolo è il re indiscusso, gli altri grandi classici sono sufficientemente valorizzati?
Non tutti. Un caso di successo è quello della Barbera, che ha saputo fare sistema e, grazie anche alla disponibilità di varie fasce di prezzo in grado di soddisfare tutte le tasche, è diventata il prodotto simbolo del territorio. Altri vini come il Dolcetto e il Grignolino faticano a mantenere le quote di mercato perché hanno iniziato tardi la promozione. La causa sta nella proverbiale timidezza dei produttori piemontesi: non sono molto vocati al marketing. Del resto la rivoluzione del vino è partita negli anni Novanta e i manager nelle aziende sono di nuovissima generazione. Un caso in cui la promozione funziona bene è quello dell'Asti spumante: i produttori hanno saputo fare sistema e quindi hanno investito per rinverdire il prodotto.

Qualche vino emergente da segnalare?
Stando sui bianchi, il Timorasso delle Valli tortonesi: nonostante il prezzo elevato sta conquistando le migliori enoteche di tutta Italia. Passando al rosso, direi il Brachetto, che grazie alla nota aromatica è apprezzatissimo. E poi il Ruchè di Castagnole Monferrato: poco conosciuto al di fuori dei confini regionali è invece molto amato dai giapponesi che lo accompagnano al sushi.

Slow Food

Il movimento promosso da **Carlin Petrini** ha inciso sulla produzione e i consumi a livello internazionale. Ma, grazie alla virtuosa collaborazione con gli enti locali, ha prodotto fenomeni di tutto rilevo per il rilancio dell'immagine del Piemonte. Oltre al *Salone del Gusto* di Torino (vedi foto a lato), di tutto rilevo il recupero del complesso architettonico della **Agenzia di Pollenzo** (vedi sotto) che oggi ospita la sede della prima **Università di Scienze Gastronomiche** al mondo, un elegante ristorante, un albergo a quattro stelle e la Banca del Vino.

Eataly



Un altro personaggio piemontese che di recente sta giocando un ruolo di tutto rilievo nel movimento di rilancio dell'enogastronomia di qualità e tradizione di tutta Italia -con un occhio di riguardo a quella della sua regione- è **Oscar Farinetti**, ideatore di **Eataly** -che, nel 2007, ha aperto il primo store di fronte al Lingotto di Torino. Un buon esempio di recupero di archeologia industriale, visto che è andato a ridisegnare quella che era la sede di un'azienda storica torinese: la distilleria **Carpano**, produttrice del mitico *Punt&Mes*. Da ricordare anche che Farinetti, dal luglio 2008, è Ad dell'azienda vitivinicola **Fontanafredda**.