

The Italian Mood

**L'italianità: un "mood"
tutto da riscoprire**

1 Maggio 2015. I riflettori del mondo illuminano Milano, dove l'EXPO 2015 — centodieci anni dopo l'Esposizione Universale di Milano del 1906 — è occasione principe per presentare le peculiarità di ogni regione del mondo e rilanciare le ricchezze del nostro Paese, spesso raccolte e veicolate nel mondo dal motto del "Made in Italy".

Ma l'Italia non è celebre unicamente per la forza del suo manifatturiero e per la qualità dei beni che produce: l'Italia è uno stile di vita, un modo di relazionarsi alla routine quotidiana, un vero e proprio "mood" italiano che agisce da collegamento e sfondo a ogni manifestazione della cultura e del tempo libero. Che si tratti di cibo gourmet, buon vino, arte o lusso, le caratteristiche del "mood" italiano sono componenti fondanti di quello che ci distingue e ci fa eccellere sulla scena mondiale. Analizzare queste sfumature e imparare a comprenderle: ecco l'obiettivo che si propongono queste pagine e i numeri che seguiranno. E il nostro viaggio si apre proprio con l'EXPO e il ristorante di Identità Expo guidato dallo chef alessandrino Ribaldone, per poi soffermarsi sui gioielli italiani, considerare l'importanza del sistema imprenditoriale italiano e ritornare al buon cibo e al buon vino uniti, perché no, a quell'arte che il mondo ci invidia.

Essere italiani è più di un fatto anagrafico, è una caratteristica imprescindibile alla base del nostro rapporto con il mondo: è un "mood" appunto. E noi ne saremo con gioia i vostri accompagnatori.

Guido FARA

"Spaghetto Milano 2015":

la firma di Andrea Ribaldone su uno dei piatti simbolo di Identità Expo

Per sei mesi il cibo sarà l'argomento di discussione numero uno a Milano e nel mondo, con Expo 2015, dedicato proprio alla nutrizione. E all'interno dell'Esposizione Universale ci sarà una cucina che lavorerà tutto il giorno per mostrare ai visitatori quanto di buono e di sano esiste in Italia,

nalista gastronomico Paolo Marchi la cui missione è quella di valorizzare la cucina d'autore, italiana e non solo, all'insegna del binomio qualità e innovazione. Tra i protagonisti oltre 200 grandi chef che, in un interessante e articolato calendario di eventi, a rotazione proporranno le proprie creazioni; il ruolo di executive chef è stato affidato



Uno degli spazi ideati per "Identità Expo"

per mettere in mostra tutte le peculiarità della penisola, il nostro "Made in Italy" insomma. Si tratta dei fornelli di "Identità Expo", non un semplice temporary restaurant ma, ogni giorno per sei mesi, un format che nasce dall'esperienza di Identità Golose, il congresso di cucina internazionale ideato dal gior-

ad un alessandrino, Andrea Ribaldone, il cuoco che ha completamente rinnovato il ristorante I Due Buoi all'interno dello storico spazio dell'hotel Alli Due Buoi Rossi di Alessandria.

Andrea Ribaldone sogna una cucina italiana che possa "fare sistema": ecco allora l'occasione-

(Continua da pagina 1)

perfetta con Expo 2015. Una unione di culture, di territori, di storia e di peculiarità geografiche che saranno riprodotte in ogni piatto e in ogni singolo ingrediente utilizzato. Dietro alle sue creazioni c'è "il rispetto per la materia prima, per i singoli sapori, la ricerca maniacale degli ingredienti e, insieme, tecnica, creatività e sperimentazione". Spesso con la combinazione di ingredienti e sapori inattesi che rendono merito e giustizia alla tradizione della cucina italiana, e del nome che porta, ma con quel pizzico di sperimentazione e innovazione che non "ingabbia", ma rappresenta lo "stile" italiano.

E qual è il piatto emblema - per eccellenza - di italianità nel mondo? Gli spaghetti.

Andrea Ribaldone e tutta la sua brigata, spronati e "stuzzicati" dallo stesso Paolo Marchi, hanno pensato ad un piatto "simbolo d'Identità", proposto per tutto il periodo di Expo: **Spaghetti Milano 2015**. "Spaghettoni di Felicetti, qualità e artigianalità tutta italiana, condito con una crema che nasce dal piatto tipico lombardo, il risotto alla milanese (con lo zafferano)" racconta in anteprima Ribaldone. Il risotto mantecato viene frullato a crema e allungato con il brodo, "così che lo spaghetti - come si dice in cucina - bagni le labbra". Si aggiunge poi un ragù di ossobuco, altro simbolo di Milano, cucinato in bianco e



Lo chef Andrea Ribaldone, executive chef del Ristorante "Identità Expo".

si finisce con delle "gocce di salsa gremolata" composta da un trito di prezzemolo e aglio con scorza di limone e arancio, profumi agrumati dell'Italia mediterranea. "Si finisce il tutto con il midollo passato alla plancia". "Un piatto goloso - racconta lo chef Ribaldone - che racchiude in sé tutta l'italianità. Quelli che presenteremo sono piatti riconoscibili della nostra nazione e tradizione culinaria, ma che portano sempre la 'firma' di un grande chef". La tradizionale golosità italiana, rivisitata con "fantasia" per una cucina

mondiale come quella di "Identità Expo".

Giulia Boggian

“ **E qual è il piatto emblema - per eccellenza - di italianità nel mondo? Gli spaghetti.** ”

”

Cusi: le radici profondissime dell'arte orafa

La storia del Gioiello italiano si sviluppa in un percorso lunghissimo; basta pensare ai ritrovamenti archeologici, risalenti agli Etruschi o a quelli degli scavi di Pompei e delle aree limitrofe raggiunte dalla eruzione del Vesuvio, per restare colpiti dalla bellezza e dalla diffusione degli ornamenti preziosi.

Un'altra fonte copiosa di documentazione sul gioiello e la sua evoluzione ci viene offerta dalle arti figurative che prendendo ad esempio i mosaici Ravennati o le figure femminili di Boldini come tutta la ritrattistica sfarzosa delle numerose signorie e corti del nostro paese esemplificano una vastissima tipologia di gioielli. Sappiamo infatti che una delle prerogative dei gioielli, sia per i metalli che le gemme è la possibilità di essere trasformati, smontati e ricreati, e che le vicende storiche, guerre, saccheggi, ruberie hanno distrutto una quantità di oggetti che però restano documentati nell'arte.

Questo breve cenno al passato vuol solo essere un omaggio e una testimonianza di una espressione di artigianato e di arte orafa che ha radici profondissime ed ha permesso all'Italia del ventesimo secolo di divenire il primo Paese del Mondo nel mercato della gioielleria ed oreficeria so-

prattutto per l'elevata qualità accoppiata alla creatività elegante. È inutile che mi soffermi ad elencare e caratterizzare i distretti orafi in quanto a ben guardare in ogni centro si trovavano (e forse si trovano ancora) realtà, magari piccole, ma ricche di abilità tecnica ed inventiva: espressioni artigianali di grande valore.

Se ci spostiamo al tema delle gemme che di questo mondo rappresentano la parte più affascinante, dobbiamo considerare che il nostro Paese offre pochissimi materiali di qualità gemmifera (corallo a parte) e tutto deve essere importato dall'estero. Ritengo che in questo momento diventi fondamentale l'apporto del gemmologo: per lavorare e vendere bene occorre acquistare be-

ne e soprattutto conoscere quello che si acquista. Lo sviluppo della gemmologia è nato soprattutto per iniziativa di alcuni operatori appassionati (ed il pensiero non può non andare a Gianmaria Buccellati, recentemente scomparso, che fu tra i fondatori dell'Istituto Gemmologico Italiano), ma si fa sempre più urgente la diffusione della conoscenza approfondita sui materiali gemmologici e sui trattamenti per migliorare i gioielli prodotti e tutelare i consumatori.

Dott. Rinaldo Cusi

Presidente dell'Associazione Italiana Gemmologi



La filiera tessile costituisce senza dubbio uno dei punti di forza del manifatturiero made in Italy e, conseguentemente, la sua ripresa può costituire un valido punto di partenza per una più generale ripartenza dell'economia del nostro Paese, in particolare per quelle filiere che, insieme ad essa, costituiscono il più ampio "sistema moda" italiano. Continuiamo oggi il nostro approfondimento a riguardo intervistando Luca Giusti, presidente Unionfiliera, Associazione delle Camere di Commercio per la valorizzazione delle filiere del Made in Italy.

Trasparenza è la vostra parola d'ordine, il consumatore deve sapere non soltanto che cosa mangia ma anche ciò che indossa.

La richiesta di una sempre maggiore trasparenza anche nella filiera moda è la conseguenza naturale della globalizzazione dei mercati. Il consumatore, messo di fronte ad una moltitudine di offerte, comincia a porsi domande che vanno oltre l'estetica e la qualità del prodotto e riguardano anche l'impatto sociale ed ambientale del capo che acquista.

Per questo tipo di consumatore,

è più sufficiente offrire un buon prodotto, occorre anche comunicare con chiarezza ulteriori informazioni: dall'origine all'assenza di sostanze nocive, al rispetto delle persone e dell'ambiente. Ben 240 aziende con il coinvolgimento di oltre 1.400 fornitori dei principali distretti italiani hanno aderito a TFashion. Un risultato estremamente positivo perché vuol dire che, nonostante la crisi, le imprese hanno intercettato i cambiamenti del mercato e stanno investendo su strumenti, come la tracciabilità TFashion, di qualificazione dell'intera filiera moda.

Luca Giusti: "Il made in Italy è il futuro del nostro manifatturiero"

Dott. Giusti, secondo i dati Istat la produzione di tessuti italiana è cresciuta e il Centro Studi di Sistema Moda Italia prevede un andamento positivo. La ripresa della filiera del tessile può rappresentare il punto di partenza per la ripresa dell'intera economia italiana?

La crisi che le imprese hanno affrontato e da cui ancora non sono del tutto uscite è stata una crisi strutturale e non solo congiunturale. Questo ha comportato un rimodellamento della filiera e, purtroppo, la chiusura di molte aziende che non hanno saputo o non hanno potuto vincere questa dura sfida. La cosa importante, comunque, è che non si siano perse le competenze, cioè quelle capacità artigianali, creative e tecniche che hanno consentito al nostro made in Italy di affermarsi nei mercati internazionali.

la trasparenza delle informazioni è fondamentale perché fa la differenza tra l'acquistare o meno un prodotto.

La "trasparenza" è diventata, di conseguenza, un'esigenza per le aziende che vogliono conquistare il mercato e la tracciabilità del prodotto è la risposta a questa nuova esigenza. Per questo stiamo investendo, da alcuni anni, sul progetto TFashion: il sistema di tracciabilità volontario delle Camere di Commercio italiane, che attraverso un'etichetta consente di comunicare al consumatore la storia del prodotto.

Una sola etichetta che contiene più informazioni, un vero e proprio passaporto del prodotto?

Esatto! TFashion racconta la storia del prodotto andando oltre gli obblighi di informazione previsti dalla legge.

Oggi, per restare competitivi, non

E' più importante valorizzare o tutelare il made in Italy?

Il made in Italy va tutelato e ben vengano tutte le misure normative volte alla difesa delle nostre aziende da fenomeni di concorrenza sleale.

Ma non ci possiamo limitare a questo: la vera sfida è andare oltre la tutela e costruire un sistema innovativo e sempre più efficace di valorizzazione del made in Italy. Con TFashion le Camere di Commercio vogliono promuovere nel mondo una filiera moda italiana più etica, autentica e trasparente per essere al fianco di quelle imprese e di quegli imprenditori che hanno intrapreso percorsi innovativi di sviluppo mostrando, al tempo stesso, attenzione al contesto in cui operano. Questo made in Italy va difeso ma anche sostenuto e valorizzato perché rappresenta il futuro manifatturiero del nostro Paese.

Dardanello: il fare impresa nel DNA degli Italiani

L'arte dell'intraprendere è nel DNA degli italiani. Per questo possiamo contare su un'imprenditorialità diffusa in ogni angolo del nostro Paese. Praticamente con oltre 6 milioni di imprese, ne abbiamo una ogni 10 abitanti. Il nostro è dunque un modello imprenditoriale fortemente ancorato ai saperi e alla cultura dei territori da cui trae origine e forza. Una cultura fatta di qualità, genialità, tradizione, innovazione

che tutti ci invidiano e che nessuno potrà mai imitare. E' per questo che dalla manifattura all'artigianato, dall'agricoltura di qualità al turismo continuiamo a "produrre all'ombra dei campanili cose belle che piacciono al mondo" come ha detto Carlo Maria Cipolla. E che nessuno, quindi, potrà mai davvero imitare. Proprio nei territori stiamo vedendo i primi spiragli di una possibile ripresa. Il nostro tessuto imprenditoriale riprende a crescere, mettendo a segno alla fine del 2014 un saldo tra aperture e chiusure nei Registri camerali di poco superiore alle 30mila unità: più del doppio di quello del 2013. E il più alto dal 2010. Così anche l'occupazione comincia a muoversi. Per il primo trimestre del 2015, il nostro Sistema Informativo Excelsior ha intercettato infatti un punto di ripresa del mercato del lavoro.



Sono infatti 8.400 i posti di lavoro aggiuntivi che le nostre imprese hanno programmato di creare entro la fine di marzo. Si tratta di segnali che vanno alimentati dal basso, sostenendo le economie territoriali come le Camere di commercio hanno sempre dimostrato di saper fare: semplificando il dialogo tra pubblica amministrazione e mondo imprenditoriale, tutelando e valorizzando la filiera del Made in Italy nel mondo, facilitando l'accesso al credito delle Pmi, riducendo i tempi della giustizia italiana attraverso l'uso degli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie, promuovendo l'imprenditorialità e la formazione del capitale umano. E come saremo ancora capaci di fare. Perché sono certo che Governo e Parlamento punteranno su di noi, realizzando una riforma del Sistema camerale che sappia rafforzarne il ruolo

di presidio permanente sui territori a sostegno delle Pmi. Così potremo continuare a essere anche nel futuro a tutti i livelli una vera "casa delle imprese e degli attori del mercato" al servizio delle economie locali.

Ferruccio Dardanello

Presidente Unioncamere

The Italian Mood

Editore

Vega Plus srl

Via Wagner 2

15121 Alessandria (AL)

C.F. e P.I. 02444620062

Testata registrata al Tribunale di Alessandria al n. 29/2014.

Direttore Responsabile

Guido Fara

Lo stile del vino italiano



È possibile individuare e analizzare lo stile del vino italiano, di un paese cioè che con la vite e il vino vanta una storia millenaria? Certo per me, che questo stile lo studio da tutta la vita, la sfida è stimolante, ma mi appare anche riduttiva: l'Italia è uno dei paesi che vantano il maggior numero di vitigni autoctoni (cioè nati o vissuti da molto tempo nello stesso territorio). Ne possiede circa 2.000, 350 dei quali coltivati, per cui nel mondo è seconda soltanto alla Georgia, patria della viticoltura.

Quasi un pontile proiettato sul Mediterraneo, il territorio dell'Italia è ricchissimo di biodiversità ed ecosistemi. Nel corso dei secoli la selezione delle varietà autoctone vi è stata condotta con l'impegno esasperato di una società contadina che basava l'economia familiare e sociale su quanto si

produceva nel territorio. Scegliendo nel tempo i prodotti migliori sono stati così tramandati fino a noi quei frutti che oggi rappresentano la nostra ricchezza. E' questo il motivo per cui lo stile dei vini italiani è molto diverso rispetto a quelli internazionali perché la loro eccellenza deriva da territori unici e ben definiti. La loro capacità di trasferire storia e cultura oltre a piacere, gusto e profumi, è la caratteristica che ci permette di prendere le distanze dall'omologazione.

I vitigni autoctoni traggono il loro temperamento dalle intense caratteristiche delle zone in cui hanno la loro origine, e questo mi permette di definire in modo provocatorio lo stile del vino italiano con questa metafora: "C'è più differenza fra un Barolo di Castiglione Falletto e uno di Monforte che non tra un vino argentino e

uno cileno". Però i produttori italiani dovrebbero impegnarsi per garantire una qualità costante e uno stile impeccabile: ogni regione e ogni varietà devono essere immediatamente comprensibili per il consumatore, affinché quest'ultimo possa avere le idee chiare sulla bottiglia che sta per comprare.

Autenticità, legame con il territorio e diversità sono importanti punti di forza: è dunque il caso di concentrare l'attenzione più sul territorio che lo produce che non sul vino, per arrivare a riconoscere le molecole che fanno la qualità! Sono molecole peculiari, quelle che i vitigni autoctoni hanno in dotazione, e occorre studiare per capire come vadano vinificate affinché sappiano esprimersi coniugando armonia e piacevolezza.

La diversità che in Italia le zone

La repubblica del mattarello

Parlato, mangiato, promosso, spettacolarizzato, sfruttato, decantato... Oggi il cibo è protagonista assoluto, almeno nella parte di mondo che ha la fortuna di averne (a volte anche troppo: al punto che uno dei cardini di Expo sarà incentrato sugli sprechi: come evitarli, come azzerarli, come riutilizzarli). Ma che il cibo oggi sia un indiscusso protagonista, per il nostro Paese non è affatto una novità. La ritualità del sedersi a tavola, il desco familiare, il pranzo della domenica, le donne che preparano da mangiare, i profumi che escono impudichi dalle finestre sul far della sera, le credenze dallo sportello cigolante che nascondono biscotti fatti in casa o profumate salsicce, i vetri

delle cucine appannati dal vapore di pentole che borbottano da ore sui fornelli fanno parte del vissuto di tutti. Fast food, finger food, food spazzatura e consumo dei pasti in piedi (o peggio, camminando) sono consuetudini che stanno avanzando al galoppo, ma in Italia c'è sempre stata almeno una pastasciutta a stopparli; e ci sarà sempre un sugo "fatto a modo mio" a sconfiggere un cheeseburger. Dobbiamo continuare a credere nella stagionalità, perno di civiltà culinaria, come fosse una dea: suggerita da una terra che è sempre stata buona con noi, non cediamo al fascino torbido delle fragole a dicembre (o delle melanzane a febbraio, poco cambia). Un pomodoro sa dire molte cose a chi ha la pazienza di

ascoltarlo, ma d'estate si spiega meglio. Pensiamo il cibo legato a doppio filo alla tradizione: guai smettere di sfogliare quaderni vergati da nonne lontane, dalle incerte grafie ormai sbiadite, veri o immaginari che siano. È lì la nostra forza. È nella repubblica del matterello il nostro italian cooking style.

Gloria Brolatti

Gloria Brolatti è giornalista, scrittrice e foodblogger presso www.emoticibo.com

Emoticibo
EMOZIONI RICETTE
E ALTRE GLORIOSITÀ

ad alta vocazione trasferiscono ai vini ha contagiato e contaminato anche i vitigni internazionali: si parla ormai dello Chardonnay delle Langhe, del Pinot Nero dell'Alto Adige, dello Syrah dell'Umbria, del Sauvignon del Friuli e dell'Alto Adige, differenti ma non per questo inferiori ai più blasonati cugini d'oltralpe. Ed è incoraggiante il fatto che negli Stati Uniti e in Inghilterra gli amanti del vino si stiano dedicando sempre più intensamente alla ricerca di varietà d'uva e di regioni di produzione sconosciute ai più: è un interesse che li porterà inevitabilmente ad apprezzare le varietà europee più antiche e meno note.

Tutti conoscono i vitigni autoctoni come il Nebbiolo in Piemonte e il Sangiovese in Toscana che hanno generato storicamente la fortuna dei loro produttori, molti

addetti ai lavori conoscono il Nerello mascalese della Sicilia, il Vermentino o il Montepulciano mentre altri vitigni come il Magliocco e il Toccarino in Calabria e il Cesanese nel Lazio stanno iniziando la loro ascesa nell'immaginario collettivo.



Oltre a significare atteggiamento, condotta, modo di fare e comportarsi, Stile significa anche buongusto, classe, eleganza, distinzione e signorilità. Aniché di stile del vino italiano, forse è venuto il momento di parlare del vino italiano espressione di Stile. Dipende solo da chi lo fa: prodotto con uve rare, diverse da quelle internazionali, in località dense di storia e di suggestione, ogni vino italiano può essere davvero unico. E allora gustarlo diventa un'esperienza memorabile.

Donato Lanati

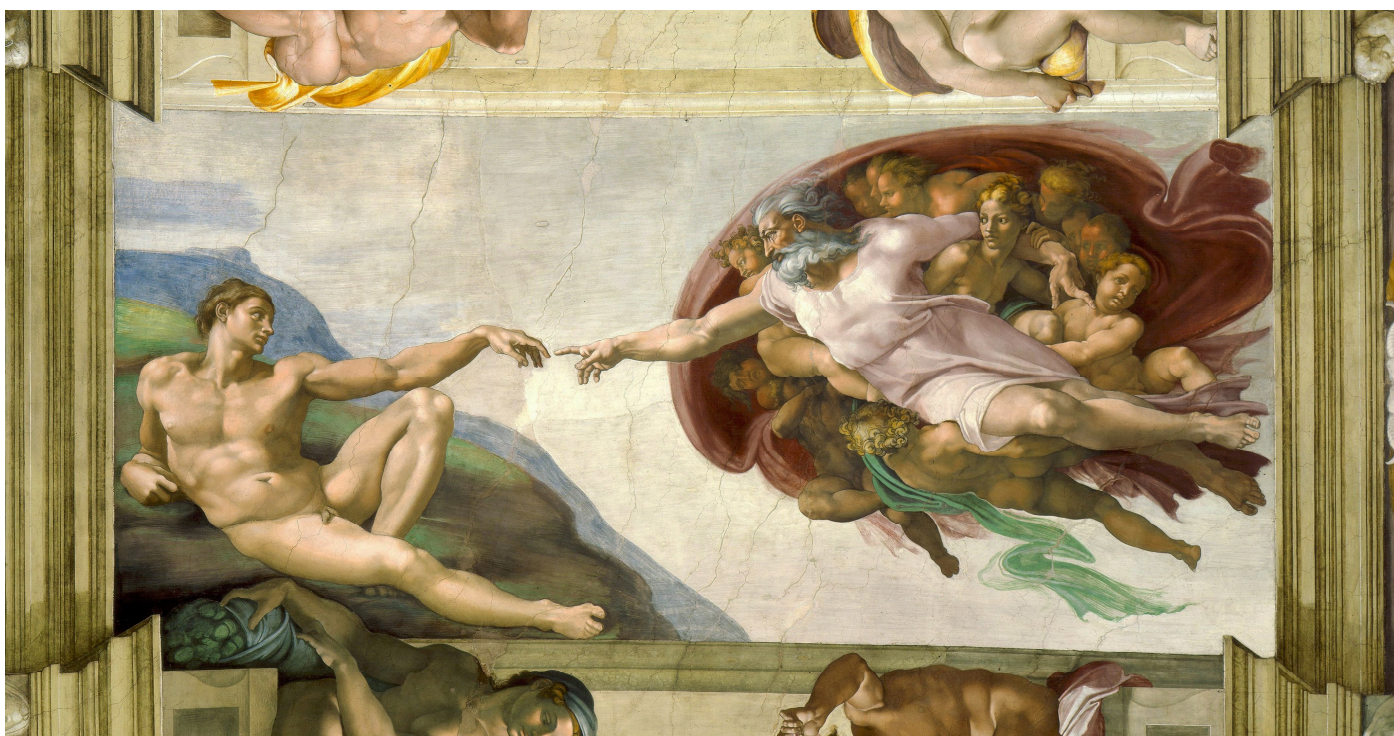
Donato Lanati (foto) è enologo e titolare della società Enosys (vista della sede nella pagina precedente)

L'arte elemento fondante dell'Italian Mood

L'apertura del rinnovato Museo Egizio suggerisce una considerazione e una proposta. L'Italia è di certo la terra della bellezza, della buona cucina, dell'eleganza, del gioiello e di ciò che nel mondo

re d'arte che popolano i nostri musei, la nostra terra, anche in angoli sconosciuti e remoti, non posso evitare il mio entusiasmo e l'incanto che ogni volta si ripete di fronte a impareggiabili miracoli dell'umana creazione. Ma

che l'arte sia strumento di stimolo a conoscere questa nostra incomparabile nazione capace di servire di esempio nel mondo ma credo anche che sia incentivo a valorizzare i tesori artistici che si celano ovunque nella no-



significa fascino e venustà. Mi trovai a parlare, in un ciclo di incontri universitari negli Stati Uniti, della Cappella Sistina dopo la ripulitura e il restauro e mi soffermai sul significato dell'atto di suprema volontà e comando che, in un'alba immota, da Dio si trasmette come scintilla di vita a ridestare l'ancor tiepido e incerto primo uomo, abbandonato nell'inconsapevolezza del proprio splendore virile. So bene che quando mi lascio andare al commento delle incredibili ope-

grande stupore mi suscitò la notizia che un nutrito numero del pubblico di quella conversazione venne, nell'estate, a verificar di persona il mio intervento. Anche questa, anzi, soprattutto questa è e deve essere Italia, abbandonati inutili campanilismi polemici che tanto rallentano e frenano le iniziative di questo nostro popolo creativo e fantasioso. Introdurre l'arte nell'italian mood sono convinta che sia non solo proposta valida, ma anche produttiva. Sono certa

stra terra e che si fanno belli di cornici di incantevole splendore naturale. Tra l'altro questo potrebbe sollecitare ad una maggior valorizzazione delle nostre potenzialità, ad una assidua rivalutazione dei nostri ineguagliabili tesori, al recupero e riscoperta del nostro territorio, proprio come è avvenuto per lo spettacoloso Museo Egizio di Torino capace di far più splendida e più degna questa già bella e misteriosa città.

Silvia Martinotti