

Il 21 marzo alla Cantalupa

Parata di stelle gastronomiche per un superpranzo a scopo benefico

Una parata di stelle (gastronomiche) per un evento che unisce il meglio della tavola alla solidarietà "vera e trasparente". È quanto promette "La Primavera del Gusto", manifestazione benefica che ogni anno coinvolge l'alta cucina a favore della ricerca scientifica pediatrica e che dal 2004 ad oggi ha raccolto oltre un milione di euro. Un traguardo non da poco, raggiunto grazie all'impegno della onlus "Il Gusto per la Ricerca", fondata da Massimiliano e Raffaele Alajmo insieme al dottor Stefano Bellon.

Giunta alla settima edizione, la manifestazione quest'anno sarà ospitata dai fratelli Cerea e la brigata di cuochi sarà come sempre d'eccezione. Alla Cantalupa di Brusaporto, domenica 21 marzo, alle 12, accanto a Chicco e Bobo Cerea si ritroveranno Massimiliano Alajmo de "Le Calandre" di Rubano (Pd); Annie



I fratelli Bobo e Chicco Cerea con Massimiliano Alajmo (al centro)

Feolde, Italo Bassi e Riccardo Monaco dell'Enoteca Pinchiorri di Firenze; Pino Cuttaia del ristorante "La Madia" di Licata (Ag); Gianluca Fusto, maître chocolatier; Paolo Lopriore de "Il Canto dell'Hotel Certosa di Maggiano" di Siena e Mauro Uliassi del ristorante "Uliassi" di Senigallia (An). Non mancheranno

le ostriche di Mauro Lorenzon dell'Enoteca La Mascareta e l'asta di beneficenza, condotta dal "Gastronauta" Davide Paolini, nel corso della quale saranno battute le giacche autografate degli chef, abbinata a particolari oggetti di valore. Come il cronografo Aquatimer Automatic donato da IWC oppure un prezioso

gioiello brevettato dall'oreficeria Serafino Consoli, un giro in circuito su macchine storiche e una giornata in compagnia di un ispettore della Guida Michelin. «È il terzo anno che partecipiamo all'evento - commenta Chicco Cerea - e lo facciamo ben volentieri, sia per la finalità più che meritevole sia per la trasparenza assoluta dell'iniziativa». L'offerta minima di partecipazione è di 650 euro per sostenitore. Per il 2010 la somma raccolta andrà interamente a favore della Fondazione Città della Speranza, al Dipartimento di Pediatria dell'Azienda Ospedaliera di Padova "Salus Pueri" e alla "Casa di Padre Aldo" di Bergamo, una comunità di accoglienza per mamme e bambini disagiati gestita dalla fondazione Exodus di Don Mazzi. Le prenotazioni possono essere effettuate telefonando al numero 334-7810509.

Sabato 13 e domenica 14 A Bagnatica e Cazzano raccolta fondi per l'Admo

Sabato 13 e domenica 14 marzo si svolgerà su tutto il territorio nazionale la manifestazione dell'Admo (Associazione Donatori Midollo Osseo) "Una colomba per la vita", per ridare slancio alla ricerca di nuovi potenziali donatori di midollo osseo, molto spesso l'unica speranza di guarigione per i malati di leucemia e di altri tumori del sangue. In provincia di Bergamo l'appuntamento è nelle piazze di Bagnatica e Cazzano Sant'Andrea dalle 8 alle 12. I volontari Admo saranno a disposizione per chi vorrà acquistare, con un'offerta minima, una colomba, simbolo della pace e in questo caso anche della speranza. Il ricavato sarà interamente devoluto ai progetti di sensibilizzazione e alle strutture medico-sanitarie impegnate nella lotta contro la leucemia, i linfomi, il mieloma e le altre neoplasie del sangue. I due giorni saranno anche un'occasione per incontrare nuovi potenziali donatori e trasmettere il valore del salvare una vita, soprattutto in questa fase storica - in particolare dal 2005 - nella quale i giovani tendono ad avvicinarsi meno alla donazione e molte persone, per ragioni di età (si può donare fino a massimo 55 anni), stanno uscendo dal registro nazionale dei potenziali donatori. Per conoscere le altre piazze dei comuni coinvolti in Lombardia: www.admo-lombardia.org

Dalla Regione

Pane e gelato, un disciplinare per le produzioni eccellenti

Un disciplinare per individuare le imprese artigiane lombarde di qualità e di eccellenza nei comparti della produzione del pane e del gelato. Lo ha varato la Direzione Generale Artigianato della Regione nell'ambito di un più ampio programma di valorizzazione dei prodotti artigianali lombardi che ha già portato alla redazione di quattro regolamenti nei settori del legno, dei metalli preziosi, dei metalli comuni e delle fibre tessili. Il provvedimento definisce un insieme di regole, caratteristiche, tecniche di lavorazione e ingredienti che identifichino le aziende che realizzano prodotti ad alto contenuto di manualità in cui siano presenti il richiamo alla tradizione, l'attenzione all'innovazione, l'aggiornamento professionale e il legame con le nuove generazioni. In particolare, i disciplinari di produzione individuano - sia per il settore Panificazione che per le Gelaterie - quattro diverse categorie di artigianato distinte a seconda delle peculiarità delle produzioni: artigianato artistico, artigianato tradizionale, artigianato tipico e artigianato innovativo. Le imprese artigiane che rispettano i requisiti elencati nei disciplinari potranno richiedere - con procedura a sportello - il riconoscimento di "Eccellenza artigiana lombarda" istituito con apposito Elenco Regionale. Le imprese riconosciute acquisiranno priorità di accesso alle iniziative regionali dedicate alla promozione dell'artigianato di qualità ed eccellenza. Ancora da definirsi le date di apertura dei termini per la presentazione delle domande che verranno indicate sui siti: www.artigianato.regione.lombardia.it; www.art-is.it.

I gelatieri puntano sulla promozione

Arriva la primavera e il gelato torna protagonista. Lo fa con la campagna "Gelateria di Fiducia", il progetto del comitato gelatieri (Co.gel) dell'Ascom per la promozione dei prodotti artigianali di qualità. Un'iniziativa centrata sulla comunicazione che di anno in anno rinnova immagine e messaggio per richiamare l'attenzione dei consumatori sul valore del gelato realizzato ogni giorno fresco e con materie prime selezionate.

Quest'anno lo slogan è «Dolcemente genuino. Il gelato artigianale: una freschezza di piacere» a ricordare che quello tra salubrità e gusto non è un accostamento impossibile, ma trova un'ottima sintesi proprio in un cono o in una coppetta. Oltre alla comunicazione istituzionale tramite inserzioni, vetrofanie, volantini e locandine, la campagna offre agli aderenti la possibilità di promuovere sulla stampa a condizioni agevolate il proprio punto vendita, convenzioni con fornitori di prodotti e servizi e l'organizzazione di due eventi diventati ormai abituali in Bergamasca. Si tratta di "La merenda non si paga", fissata nella settimana dal 12 al 16 aprile, manifestazione che vedrà le "gelaterie di fiducia" distribuire buoni validi per un cono gratis ai bambini delle scuole dell'infanzia ed elementari della provincia e della "Festa del nonno", che in occasione della ricorrenza nazionale del 2 ottobre regalerà un gelato ai nonni: due appuntamenti per far conoscere la produzione ai nuovi clienti, gratificare con un gesto di attenzione in più quelli già affezionati e coinvolgere idealmente ogni fascia di età.

«Per questa edizione - spiega il presidente provinciale del Co.gel Ascom, Massimo Bosio - è stata ridotta sensibilmente la quota di adesione delle gelaterie, uno stimolo a partecipare per migliorare la visibilità e la promozione del settore. La campagna - prosegue - insiste sulle peculiari caratteristiche del gelato artigianale, preparato ogni giorno con ingredienti semplici come

Riparte la campagna "Gelateria di Fiducia" del Co. gel Ascom che richiama l'attenzione dei consumatori sul valore del prodotto artigianale. Bosio: «Ridotta la quota di adesione, uno stimolo per gli operatori a partecipare per migliorare la visibilità del settore». Tornano anche gli omaggi ai bambini e ai nonni



latte e zucchero e per questo alimento sano e gustoso per tutti e in tanti momenti della giornata. Un concetto - evidenza - che non è comunque del tutto acquisito dal consumatore, che spesso non conosce la grande differenza che passa tra un prodotto artigianale e uno industriale o resta legato ad abitudini consolidate senza prendere in considerazione, ad esempio per la merenda dei bambini, la possibilità di sostituire con un bel gelato, meno calorico e più nutriente, uno snack confezionato».

«Gelateria di Fiducia ribadisce il messaggio - aggiunge Bosio - e quest'anno dà agli associati l'opportunità di presentare la propria attività, la storia e le specialità, dimostrando che il gelato artigianale non è un prodotto omologato, ma offre gusti e sensazioni differenti a seconda di chi lo propone». Quanto ai consumi, il settore continua ad essere influenzato dalla stagionalità, mentre la crisi non si è fatta sentire. «È un comparto che ri-



Massimo Bosio

sente soprattutto dell'andamento meteorologico - dice il presidente - e la scorsa stagione è stata positiva da questo punto di vista, tanto che possiamo parlare anche di una leggera crescita, stimabile in qualche punto percentuale, dei consumi. La crisi economica è stata avvertita poco, pro-

tabilmente perché il costo di un gelato non è eccessivo e in tasca si trova sempre qualche moneta per concedersi uno sfizio goloso».

Dal canto loro le gelaterie si presentano alla clientela con un'attenzione sempre maggiore alla qualità e genuinità dei prodotti "premium", ossia dei gusti tradizionali come il cioccolato, la nocciola, il fiordilatte «dove la selezione degli ingredienti e l'accuratezza della lavorazione - afferma Bosio - non mancano. Un po' più lento è il percorso verso l'innovazione, anche se qualche novità si affaccia come le monoporzioni o il gelato sullo stecco, per altro più frutto delle proposte dell'industria delle forniture che creazioni originali dei gelatieri». È su questo aspetto che Bosio lancia la provocazione: «nella gelateria dovrebbe accadere un po' come nella ristorazione, dove c'è sperimentazione e ricerca che è da stimolo e fa crescere tutto il settore». I dettagli della campagna Gelateria di Fiducia sono illustrati nella comunicazione inviata dal Co.gel alle gelaterie bergamasche. Le adesioni sono aperte fino al 20 marzo (per informazioni tel. 035 213030).

