

Seguici su:

CERCA

SPECIALE VINITALY

I PIACERI DEL GUSTO

VINI E SPIRITI

VIAGGI DI GUSTO

INGREDIENTI DI GUSTO

I VIDEO

CHI SIAMO

adv



# Dalla "ciccia" toscana al gorgonzola passando per la pizza: a Tuttofood trionfano le identità regionali

di Jacopo Fontaneto



▲ Carlo Cracco da Coldiretti a Milano Tuttofood

*La carne di Cecchini, il risotto di Derflingher, gli impasti di Pepe e Sorbillo: a Milano sapori, tradizioni e racconti del cibo spazzano le gastrofilosofie*

10 MAGGIO 2023 AGGIORNATO ALLE 17:14

3 MINUTI DI LETTURA

A **Tuttofood 2023** è protagonista l'Italia dei territori e delle regioni. Un Paese che si siede mille tavole diverse, ognuna



impegnata a difendere le proprie identità, anche con quello che a Milano-megalopoli chiamano storytelling ma che in realtà è il racconto del cibo. Qui in fiera, lo si fa "spizzicando" senza soluzione di continuità, stand by stand. Ed è il modo migliore, forse, di vivere la Tuttofood. Altro che gastrofilosofie: qui c'è il supermacellaio **Dario Cecchini** che racconta come "bucando" la ciccia - pardon, le sue bistecche di Panzano in Chianti - si ottengono quei micro fori che portano il condimento fin nel cuore della carne: oggi ha preparato una tartare da mangiare con le bacchette di legno, risposta tricolore al sushi (qui se ne incrocia pochissimo, peraltro).



▲ Tartare della carne di Panzano firmata Cecchini

Lo chef Enrico Derflinger cucina il **risotto al Gorgonzola** e si difende dalle domande incalzanti del pubblico che ormai lo riconosce come primo chef italiano di casa Windsor: «Ma Re Carlo la mangiava la pastasciutta?». «Certo», risponde paziente. «E William e Harry pure». Firma qualche autografo: molti di più Cannavacciuolo che, quando si sposta, lo insegue in fiera la marea umana del pubblico. Ci sono anche i **maestri della pizza**: Franco Pepe spopola con una versione della "fritta" preparata con erborinato al mirtillo, miele millefiori e tartufo. Gino Sorbillo è da Caputo e, con lo chef Andrea Aprea, evidenzia quanto sia importante partire dalla farina per un prodotto come si deve, «perchè un piatto gourmet deve essere innanzitutto buono».



## Nel giardinaggio naturale non esistono "erbacce"

DI GAETANO ZOCCALI



### Leggi anche

**Ciak, si mangia: quando il cibo finisce sul grande schermo**

**Argentino il miglior grigliatore del mondo, nella top 100 anche sei italiani**

**San Valentino, ristoranti pieni, ma uno su dieci è a cena con l'amante**

### IL GUSTO



Dalla "ciccia" toscana al gorgonzola passando per la pizza: a Tuttofood trionfano le identità regionali

DI JACOPO FONTANETO

**Grana Padano scende in campo a sostegno delle Olimpiadi Milano-Cortina**

DI NICOLETTA MONCALERO



▲ Lo chef Enrico Derflinger

Cracco, invece, è a cucinare da **Coldiretti** e, come lui, i cuochi contadini si alternano ai cooking show: qui, e non solo, c'è un made in Italy che si fa largo per conquistare il mondo, ma guardandosi le spalle dai pericoli che lo minacciano. Italian sounding, cibo sintetico: minacce evidenziate da Ettore Prandini e dal ministro Lollobrigida ne hanno parlato a lungo nel convegno di apertura, poco dopo l'apertura della fiera. Intanto, anche i prodotti di nicchia guardano ai nuovi mercati, come il **Consorzio del Prosciutto di Modena** che sta cercando di conquistare gli Stati Uniti: dieci produttori, ma agguerriti e motivati. Il San Daniele punta sulle verticali e affetta cosce da manuale: c'è spazio per tutti, nella grande Arca di Noè di un made in Italy dalle mille sfaccettature. Di consorzi di tutela ce ne sono ventiquattro in tutto, dal Gorgonzola alla Mozzarella di Bufala Campana, al Parmigiano Reggiano, all'Aceto Balsamico di Modena. C'è anche l'estero, ma in quota minore: solo il 20% dei brand in fiera sono stranieri, 46 i Paesi rappresentati con il debutto di Arabia Saudita, Isole Faroe, Sudafrica e Svezia. I numeri sono quelli di un'impennata che ha visto l'**export italiano crescere del +17%** nel 2022 sul 2021, superando i 61 miliardi di euro in valore. E, archiviata la pandemia, qui in fiera il cibo lo si gode veramente a 360 gradi: senza più paura di nulla.

## 50 Best Restaurants: lo chef icona dell'anno è Andoni Luis Aduriz

DI ELEONORA COZZELLA

## La "guerra" della pizza a metro: diventa De.Co. ma la famiglia di chi la inventò non ci sta

DI ANTONIO VUOLO

[leggi tutte le notizie di Il Gusto >](#)

### Grana Padano scende in campo a sostegno delle Olimpiadi Milano-Cortina

di Nicoletta Moncalero  
10 Maggio 2023



D'altronde, a Tuttofood ci sono padiglioni interi suddivisi per categorie e sono le regioni a farla da padrone. I buyer (che arrivano da 85 paesi stranieri, soprattutto da Stati Uniti e Canada) sudano duro, perché la sfida è proprio questa: i territori si sono strutturati, il mercato è sempre più digitale, on demand e la (sana) globalizzazione dei piccoli numeri può ormai portare il piccolo produttore di burrata sul mercato internazionale di New York. Nelle cucine dei grandi hotel della Big Apple, è di casa anche Cecchini: «Quando mi sono presentato senza suonare la trombetta, che ormai è una firma e dà inizio alla serata, il barman mi ha ripreso. Però è vero, il mondo ha imparato a riconoscere l'Italia in modo capillare». Evviva la ciccia, long live the meat. Ed è sempre più il cibo a fare da traino ai vari angoli del bel Paese, come raccontano Alessandro e Pierpaolo Drago, che lavorano tonno, sgombro e pesce spada in quel di Siracusa: «Un prodotto è l'eco del gusto e dei territori. È l'immagine stampata nel palato che riesce a richiamare a la memoria le emozioni di quanto si è mangiato. Il territorio siracusano è la patria del mare, che si perde in decine di secoli di storia: da Archimede all'acqua di papiro coltivato a Siracusa, che sarà una delle prossime scommesse. Una pianta che, un tempo, era cibo dei poveri e non lo sa nessuno: uno straordinario intreccio tra passato e futuro».



Si ascolta e si assaggia, soprattutto la seconda: perché tra lo speach e lo speck, francamente, la partita si gioca facile, in attesa del sipario finale di giovedì.

E così, tra il Montasio che celebra 250 anni dal primo documento dove ne compare la citazione e il Pecorino Toscano che presenta la sua nuova “carta di identità con l'impronta digitale del QR code”, il sottile filo che lega storia e futuro si fa strada tra il mantra insindacabile del 2023: sostenibilità, sostenibilità, sostenibilità.

Sempre, comunque e dovunque. Ma è un bene, perché il transito del made in Italy verso il futuro passa anche da qui: è uno storytelling - pardon, un racconto - che sembra funzionare piuttosto bene.

---

### Argomenti

I piaceri del Gusto

Eventi

© Riproduzione riservata