



Accademia del Tartufo nel Mondo

The World Truffle Academy

La perfezione italiana nel mondo

SCHEGGINO

Patria mondiale del Tartufo

ALBA e SANT'ANGELO IN VADO

Unite da una santa e dal tartufo



GIAN MARCO CENTINAIO

Il tartufo: diventi un lusso democratico



*La scoperta di un piatto perfetto è preziosa per il genere umano
come la scoperta di una nuova stella.*

(Anthelme Brillat-Savarin)



Scheggino • Umbria • Italia

GUSTO, INNOVAZIONE E CULTURA

Tartufo e uovo, tartufo e pasta, tartufo e vino, tartufo e formaggio ... addirittura tartufo e cinema!

Al centro delle ultime tendenze "foodies" che stanno appassionando i palati di tutto il mondo il tartufo è oggi non solo sempre più alla portata di tutti ma soprattutto di tendenza perché dono spontaneo della terra, gustoso e versatile, capace di rendere unici anche i piatti più semplici. Questi gli elementi alla base che hanno portato negli ultimi anni il tartufo ad essere il protagonista indiscusso di una vera e propria rivoluzione culturale, diventando un must per gli appassionati di cucina.

Nel tempo questo prodotto è diventato sempre più alimento accessibile, soprattutto se paragonato ad altri alimenti "lusuosi" come, per esempio, il caviale.

Solo 10/15 anni fa, infatti, era un prodotto d'élite, un lusso per pochi, un frutto da gustare in occasioni importanti o ingrediente limitato alla ristretta tradizione gastronomica locale.

Un mercato da aprire quindi, portando questo eccezionale ingrediente sulle tavole di tutto il mondo.

Noi di Urbani Tartufi lavoriamo da anni per raccontare il tartufo e la sua versatilità, un alimento tanto unico quanto perfetto per molteplici abbinamenti di sapori, ma anche capace di essere il centro di momenti di cultura e convivialità.

La conoscenza della materia prima che da sempre contraddistingue la nostra azienda e l'innovazione che caratterizza i nostri prodotti, ci ha permesso di intraprendere nuove strade che potessero divulgare in maniera più forte la conoscenza di questo meraviglioso prodotto.

Nel 2020 e nel mezzo di una pandemia che sembra voler fermare la vita di tutti, la nostra azienda ha deciso di puntare su nuovi canali, lanciare prodotti che invece spingono alla convivialità, come il momento dell'aperitivo.

Che sia al bar o nel salotto di casa, l'aperitivo è per tutti sinonimo di condivisione e preludio di una buona cena, il trend vero protagonista degli ultimi mesi: nel solo periodo tra giugno e agosto di 2020 infatti, è stata registrata una crescita nella vendita di aperitivi alcolici (+4.3%) seguita da un aumento delle vendite dei prodotti gourmet (+16.9%).*

Un momento simbolo del Made in Italy, del piacere di stare insieme tutto italiano, tra chiacchiere e sorrisi autentici.

Noi lavoriamo per rendere unico questo momento di convivialità, portando il tartufo sulle tavole italiane dell'happy hour, trasformando un qualunque aperitivo in un'occasione gourmet per tutti.

Arachidi al tartufo, Mandorle al tartufo e Truffle Mix, grazie al loro sapore inatteso si abbinano perfettamente a qualunque drink per una pausa leggera senza rinunce.

Disponibili in bustine monodose o in confezioni da 100 gr, basta aprire una confezione dei nuovi snack per lasciarsi inebriare dal piacevole aroma dell'oro nero della terra e in un attimo immaginarsi immersi a passeggiare nelle campagne umbre di Scheggino dove ha sede l'azienda che, dal 1852, si dedica con amore e passione al tartufo.

* Dati provenienti dall'ultimo Rapporto Coop su consumi e gli stili di vita degli italiani di oggi e di domani.





Accademia del Tartufo nel Mondo
The World Truffle Academy

LA RIVISTA UFFICIALE DEL TARTUFO ITALIANO

La prima rivista culturale scientifica e gastronomica dedicata al tartufo.
Anche in lingua inglese.

Periodico quadrimestrale stampato su carta e in versione digitale



Sommario

- 03 **PUBLI REDAZIONALE**
Gusto, innovazione e cultura
- 06 **L'EDITORIALE**
Centinaio: Lavorare perché il tartufo diventi un "lusso democratico"
- 07 **UNA NUOVA ACCADEMIA**
Con l'arrivo della primavera, il mondo si risveglia: ripartendo da Madre Terra
- 08 **ALBA E SANT'ANGELO IN VADO**
Sant'Angelo in Vado, la Terra del tartufo
- 10 **LE NUOVE FRONTIERE DEL TURISMO**
Tartufo e Selviturismo
- 11 **SPECIALE TARTUFO**
Scheggino, la Patria mondiale del Tartufo
- 15 **FILO DIRETTO CON IL MINISTERO**
Intervista a Francesco Saverio Abate
- 19 **I PARTNER DELL'ACCADEMIA**
Amabile conversazione con Stefano Pezzini
- 23 **LA SCIENTIFICITÀ DEL TARTUFO**
Spiccioli di sapere sui Tartufi desunti in mezzo secolo da un vecchio piemontese
- 24 **IL NOSTRO INVIATO DAGLI STATES**
Il Sogno Americano a volte si realizza
- 26 **CENTRO STUDI INTERNAZIONALE DEL TARTUFO D'ALBA**
Cultivare il tartufo bianco pregiato?
- 27 **ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL TARTUFO**
La Comunità del Tartufo verso l'UNESCO: iniziative 2021

Con la collaborazione di:

Partner istituzionali	
	
Scientifici	
	
Tecnici	
	
Media	
	
Editoria e stampa	
	

Foto in copertina:
Affari foto creata da jannoon028 - it.freepik.com
Affari foto creata da jannoon028 - it.freepik.com



REGISTRAZIONE
Tribunale di Urbino 04/2021 del 08.04.2021
ANNO I N. 1 - Aprile 2021

DIRETTORE RESPONSABILE
Giuseppe Cristini
EDITORIALE
Gian Marco Centinaio

GRAFICA E STAMPA
Casa editrice - Tipolitografia Guerrino Leardini

Tutti i diritti riservati, è vietata la riproduzione anche parziale senza l'autorizzazione dell'editore.



Questo prodotto è composto di materiale certificato FSC® e di altro materiale controllato.

COMITATO DI REDAZIONE
Antonella Brancadoro
Claudio Modesti
Mario Palenzona
Giuseppe Rosati
Augusto Tocchi
Davide Tonti
Angelo Valentini



- Rivista online www.accademiadeltartufonelmundo.it
- Rivista cartacea
- Rivista digitale
- Newsletter settimanali
- Social network

 **SEGUITECI SU FACEBOOK**
ACCADEMIA DEL TARTUFO NEL MONDO

www.accademiadeltartufonelmundo.it



Centinaio: Lavorare perché il tartufo diventi un "lusso democratico"

di Gian Marco Centinaio



Gian Marco Centinaio
Sottosegretario alle Politiche Agricole
con delega al tartufo e al vino

Se volessimo fare un paragone automobilistico, potremmo dire che il tartufo è la Ferrari del Made in Italy agroalimentare. Quasi nessuno gira ogni giorno in Ferrari, così come quasi nessuno mangia ogni giorno tartufo, ma crediamo che tutti lo debbano poter provare e godere di un'esperienza unica.

Come la Ferrari il tartufo è uno straordinario ambasciatore dell'italianità nel mondo. Noi ne siamo la patria. Non solo per quantità, ma anche per qualità.

È un dono che nasce dalla simbiosi con alberi come quercia, nocciolo, rovere, pioppo, carpino, tiglio. In questo senso è un meraviglioso emblema di biodiversità. Sprigiona i profumi della nostra terra e il suo sapore è inconfondibile, perché frutto di una cultura e di un grande rispetto

verso il territorio. È un esempio perfetto di un prodotto "Born in Italy" che ho l'obiettivo di valorizzare nel mio ruolo al ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali.

Recentemente, in occasione dell'ultima Giornata mondiale della Terra, ho ricordato l'importanza di risorse naturali come il suolo. Il tema di quest'anno è stato "Restore our Earth". Ecco, il bosco con il suo alone di mistero e di magia va curato e ripristinato, ha bisogno di attenzioni. Solo in questo modo il settore potrà in futuro crescere e rappresentare una fonte di reddito anche per i giovani.

Il gusto dei nostri tartufi è unico per il modo stesso in cui vengono raccolti. Motivo per cui tra i progetti a cui lavorerò è prevista l'istituzione di un albo professionale dei cavaatori, figure che nel nostro paese rappresentano dei veri e propri custodi del bosco. I cavaatori possono diventare dei narratori di un territorio che ha una precisa identità e dare così un'ulteriore spinta ad un turismo enogastronomico che poggia sui pilastri della qualità e del rispetto della natura, a differenza di quanto accade in altri paesi dove ci si preoccupa soltanto di un ritorno commerciale.

Non c'è solo l'eccellenza del tartufo bianco. Dal Piemonte alla Lombardia, dall'Umbria alla Basilicata, dal Lazio al Molise passando per le Marche e la Puglia sono tante le terre del tartufo lungo tutta l'Italia. Cercheremo in tutti i modi di valorizzare un territorio e un patrimonio che non possono essere riprodotti.

Sono sicuro che porteremo avanti in questi mesi un proficuo rapporto di collaborazione con l'Accademia italiana del tartufo nel mondo e con il suo direttore Giuseppe Cristini.

Tutte le regioni possono offrire grandi opportunità, e anche per tutte le tasche. Per quanto mi riguarda mi impegnerò per la valorizzazione del re della tavola, anche promuovendo accordi con la ristorazione perché possa diventare un "lusso democratico", per dare la possibilità non solo a un pubblico di nicchia di provare dei sapori unici.

Iniziamo insieme un percorso che può culminare anche in una nuova certificazione. Mi auguro di poter parlare in prima persona degli sviluppi di questa e di altre iniziative nel corso della 91esima edizione della Fiera internazionale del tartufo bianco di Alba in programma il prossimo ottobre.

Con l'arrivo della primavera, il mondo si risveglia: ripartendo da Madre Terra

di Giuseppe Cristini



Giuseppe Cristini
Direttore responsabile
di Accademia del Tartufo nel mondo

Una nuova rivista si presenta al mondo con una veste internazionale.

Un nuovo logo, una nuova grafica, una nuova impaginazione, ma tali e solidi restano gli obiettivi primari; la certezza che tutto parte da Madre Terra, che poi esprime il tartufo che nutre il mondo.

Uno stile nuovo che attraverso il tartufo esprime la perfezione italiana tavola e punta a rilanciare la ristorazione e il piacere di tornare a pranzo e a cena fuori casa, manifestando un'identità italiana.

Il tartufo vive sempre tra mistero e realtà tra magia e cucina. Ma è soprattutto il suo fascino misterioso che vogliamo raccontare attraverso i grandi eventi e le grandi manifestazioni.

Un tartufo italiano che parla al mondo, un tartufo narrato in tutte le sue tipologie edibili che ritroviamo in una filiera pronta a decollare.

Un'accademia che butta il cuore oltre l'ostacolo e mira a nuovi confronti internazionali; con Sua Maestà il tartufo pronto a raccontare la perfezione italiana in cucina e a tavola.

Sono tante le motivazioni che ci spingo-

no ad un salto di qualità internazionale e a raccontare i segreti del tartufo a tutto il mondo con un click.

Un magazine con un profilo internazionale sicuramente più scientifico, ma senza rinnegare la veste narrativa e gastronomica.

Una accademia del tartufo nel mondo che dialoga con tutte le istituzioni: tanti partner che ringrazio per la condivisione e l'autorevolezza, sono con noi. Vogliamo essere un faro, un riferimento una luce che illumina il tartufo.

Da questo numero il magazine sarà tradotto anche in lingua inglese e avrà un suo percorso internazionale, ma anche sui social avremo un risvolto forte e mirato dove settimanalmente vi aggiorneremo con news, racconti e inchieste.

In veste di Direttore responsabile avverto tutta la responsabilità di un onere che mi onora e mi sollecita a dare sempre il meglio, per essere ogni volta sempre più positivi, propositivi e attuali.

Con piacere e onore salutiamo e apprezziamo la nomina del nuovo Sottosegretario alle Politiche Agricole Gian Marco Centinaio, che con l'attribuzione della delega al tartufo e al vino, saprà relazionarsi con tutto il comparto e in primis con la nostra Accademia.

Con la penna autorevole del Sottosegretario inizia un percorso di informazione qualificante e lungimirante per tutto il mondo agricolo italiano. Siamo onorati di ospitare il suo editoriale che esalta e nobilita la rivista ufficiale del tartufo italiano.

Nella nostra copertina abbiamo voluto interpretare il valore di Madre terra Italia

che sa raccontare l'Italia nel mondo. In questo numero abbiamo inserito tre momenti speciali che si susseguono in un fil rouge, entusiasmante.

Partiamo da Scheggino, ridente cittadina umbra, patria del tartufo e sede della Urbani Tartufi, l'azienda di tartufi più blasonata al mondo e dove tutto ha origine.

Prosegue poi il filo diretto con il Ministero e intervista al dottor Francesco Saverio Abate con il quale abbiamo siglato un patto di buongusto per la promozione del tartufo italiano nel mondo.

Tutto da gustare lo speciale Grana Padano dedicato a Latteria San Pietro e l'incontro con il Presidente Stefano Pezzini, personaggio autorevolissimo e innovativo nel panorama della Dop casearia italiana più rappresentativa in Italia e all'estero. E poi celebriamo l'abbraccio tra Alba e Sant'Angelo in Vado, che si incontrano non solo grazie al tartufo ma anche a due Sante.

Prestigiose come sempre le rubriche classiche a testimonianza del Centro studi del tartufo d'Alba a firma del Presidente Antonio Degiacomi e quella delle Città del tartufo a firma del Direttore Antonella Brancadoro; fino all'amabile conversazione con il noto chef marchigiano Fabio Trabocchi, direttamente dagli States, dove il nostro inviato Giuseppe Rosati inquadra il futuro della ristorazione a stelle e strisce.

Ma ciò che fa più piacere e la new entry di un ospite apprezzatissimo: il maestro Angelo Valentini.

Un nobile gentiluomo, un artista, un vate ricco di cultura ma soprattutto di esperienza; un uomo che ama la sua terra. Un personaggio con stile, eleganza e raffinatezza, ma soprattutto un grande amico con il quale ho condiviso esperienze illuminanti.

Mi sento più ricco oggi ad avere con me in questo percorso mondiale accademico del tartufo un amico come Angelo Valentini.

Sant'Angelo in Vado, la Terra del tartufo

a cura di Mons. Davide Tonti



Mons. Davide Tonti
Vicario episcopale per la cultura e la tutela dei beni culturali, per la Diocesi di Urbino Urbana e Sant'Angelo in Vado

Alba e Sant'Angelo in Vado, oltre il tartufo una comune tradizione: Beata Margherita di Savoia e Santa Margherita della Metola.

Scavate in un punto qualsiasi della terra e troverete un tesoro: solo che bisogna scavare con la fede di un contadino.

Kahlil Gibran,

Le nostre terre italiane, ricche di storie e di tradizioni antiche che caratterizzano misteriosi tesori della nostra cultura, offrono sodalizi che vanno oltre il concetto della territorialità o del campanile, per guadagnare quell'orizzonte di valori universali che fanno della *pulchritudo* il proprio centro vitale, da cui trae senso ogni cosa che esiste.

Nei nostri paesi italiani, oltre le sintonie di produzione e di lavoro che contraddistinguono le nostre tradizioni, se ne scor-

gono altre altrettanto profonde che vanno ben oltre al significato di regionalità o al contesto di territorialità che le caratterizzano.

Anche il mito romano, che narra la misteriosa origine del tartufo alla base del quale starebbe Giove che aveva scagliato a terra il fulmine, trae la sua origine dal fatto che i tartufi consumati dai romani si trovavano soprattutto in prossimità delle querce, piante sacre al culto celtico e che di frequente venivano colpite dai fulmini, prerogativa del padre degli dei. Una spiegazione seducente questa che presenta il frutto della terra avvolto da un misterioso fascino, atto a spiegare la preziosità del famoso fungo ipogeo che tanto caratterizza le terre di Alba come quelle di Sant'Angelo in Vado e del Montefeltro. È interessante vedere come in queste tradizioni comuni celtiche e romane la cultura cristiana abbia costituito dei ponti tali da sottolineare alcune comunanze e sintonie fra queste città, come l'avventura della mistica cristiana espressa da due donne medievali, ambedue terziarie domenicane che contribuirono alla promozione delle loro città: Beata Margherita di Savoia (1390-1464) ad Alba e Santa Margherita della Metola a Città di Castello. Il nome Margherita, proprio di entrambe le donne, deriva dal greco *Margaritès* che significa *perla*. Il nome, dato per sottolineare la luminosità e la bellezza, soltanto nel Medioevo assunse il significato del fiore di margherita e da allora ha soprattutto un riferimento botanico.

Un aspetto affascinante della storia di Margherita di Savoia, figlia primogenita del Signore del Piemonte e Principe di Acaia, Amedeo di Savoia e della moglie Caterina di Ginevra, riguarda l'intersezione che esiste tra la vita politica e l'esistenza nella fede. Ciò sottolinea quanto amore ed abnegazione queste donne

nelle loro variegata posizione poterono operare con l'aiuto di Dio. I suoi giorni, caratterizzati dall'ubbidienza verso la famiglia e dalla ragione di stato, non aspirarono mai il suo desiderio di servire il Signore nella vita religiosa.

Nel caso di Margherita, la donna fu determinata a raggiungere il suo desiderio di essere religiosa di Terziaria Domenicana: a soli tredici anni Margherita, il 17 gennaio 1403, sposò Teodoro Il marchese di Monferrato. Per ragioni politiche la famiglia risiedette a Genova, dove il marchese era stato invocato contro i francesi. Al di là dei suoi obblighi di corte e di governo, Margherita si caratterizzò per l'assistenza ai poveri soprattutto nell'anno 1411, quando fame e peste colpirono la città. Dopo quindici anni di matrimonio rimase vedova e fu costretta a farsi carico del governo del Marchesato, finché il figliastro Giangiorgio (1395 - 1445) non ne prese effettivamente il compito.

La giovane vedova, respingendo le proposte di matrimonio che le venivano offerte, preferì ritirarsi ad Alba per condurvi una vita da Terziaria Domenicana. Dentro questi brevi accenni d'esistenza, forse non si riesce a scorgere il grande mistero spirituale che avvolge queste donne, chiamate per essere segno delle misericordie divine, proprio nel loro stato di ricche, nobili, diseredate e diventando così portatrici dei misteri divini che cambiano gli eventi e la storia stessa della Chiesa. Nel 1445 diede inizio alla costruzione di un nuovo monastero domenicano ad Alba, da lei promosso e dedicato a Santa Maria Maddalena, e pochi anni dopo Margherita e le sue compagne furono autorizzate a passare dal Terz'Ordine Domenicano al Secondo Ordine e a Monache domenicane.

Fu in questo periodo che riuscì ad operare un grande servizio di pacificazione e di comunione per la Chiesa, facendo suo

lo spirito della grande terziaria Santa Caterina da Siena. Vivendo una vita austera, rimase un modello di pietà, soprattutto quando ebbe la direzione dell'ospedale Santa Maria degli Angeli, in cui si prodigò per lenire le sofferenze dei malati e, dopo circa 45 anni di penitenze, umiltà e opere buone morì in odore di Santità, il 23 novembre 1464.

In un tempo di lacerazioni e di gravi disordini, Margherita di Savoia si adoperò per rammendare la tenda della Chiesa, convincendo il cugino Amedeo VIII, eletto antipapa con il nome Felice V, a rinunciare alla carica, alla quale Amedeo VIII effettivamente rinunciò nel 1449. La beata Margherita di Savoia venne annoverata fra i santi tutelari di Alba nel 1670, nell'anno della sua beatificazione. Il portato dell'esperienza compiuta da Margherita da Città di Castello (1287, 1320), la cieca della Metola, s'innesta invece in un contesto aristocratico, connotato dai conflitti e dalle problematiche derivanti dal trapasso dall'assetto feudale alla civiltà comunale: duplicemente segnata dallo stigma della diversità, unica erede di un casato le cui fortune sono ormai in declino, inutile per il suo sesso all'esercizio delle armi, esclusa dalle strategie matrimoniali perché era cieca, storpiata e gobba, la piccola Margherita viene abbandonata dai genitori a Città di Castello dove la generosa ed ospitale famiglia composta da Madonna Grigia e messer Venturino l'accoglie.

Straordinarie qualità umane, che compensano i disagi della cecità, non tardano a manifestarsi, prefigurando la futura fama di santità, a cui Margherita è destinata. La scelta di vita religiosa non è per la giovane una scelta obbligata: viene anzi respinta in un tempo da una comunità religiosa dai costumi rilassati, riconsegnata ad una vita dai contorni incerti di una stentata quotidianità. La Regola del Terz'Ordine della Penitenza di San Domenico offre anche a Margherita da Città di Castello quell'opportunità di autonomia e

di affermazione spirituale che consentono ai suoi doni carismatici di manifestarsi e beneficiare i suoi concittadini.

La serenità con la quale Margherita porta su di sé i segni della malattia, la capacità di consolare ed alleviare le pene altrui la rendono un valido, autentico esempio di vita: a lei si rivolgono nobili e plebei, poveri e ricchi, sani ed ammalati, ricevono un conforto spirituale frequentemente recepito al pari di un messaggio profetico, vissuto con l'intensità di un intervento miracoloso e salvifico. Quanto mai in questi tempi così provati e densi di tristezza queste due donne motivano le città di Alba e di Sant'Angelo in Vado a promuovere la concordia e il sostegno vicendevole.

Se in età comunale le Domenicane del Terz'Ordine della Penitenza assolvono ad un delicato compito alimentando all'interno della società civile i sentimenti di concordia e promuovendo comportamenti improntati alla solidarietà, il loro ruolo si fa di prim'ordine quando inizia a porsi l'esigenza della pacificazione tra le fazioni e si richiede alle magistrature comunali, travagliate dai contrasti ideologici e dai conflitti interni, una stabilità amministrativa e politica che non sono più in grado di garantire. Nel rapido pro-



Santa Margherita della Metola



Città di Alba

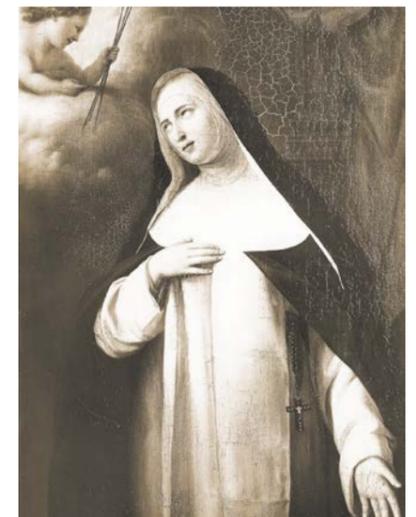


Comune di
Sant'Angelo in Vado

cesso di trasformazione che determina la nascita delle Signorie, queste donne di alta spiritualità, interpretando il carisma Domenicano che incarna i principi della vera fede espressi nella Città di Dio e li rende manifesti, proponendoli come cardini della vita civile nella città dell'uomo, mettono in gioco la loro autorevolezza ed il loro prestigio, assumendo una duplice funzione di materna e spirituale consulenza politica nei confronti delle potenti famiglie che via via si affermano alla guida di molte città dell'Italia centro-settentrionale.

È certo che nel segreto della nostra terra, dove il tartufo prende vita, occorre scavare e trarre tesori nascosti, un tempo smarriti ed ora ritrovati, che motivano la nobiltà delle nostre comuni tradizioni.

Per tutte queste ragioni fin qui elencate, si può affermare come esistano molteplici affinità tra Sant'Angelo in Vado, e più in particolare il territorio del Montefeltro, e la città di Alba: le assonanze citate non riguardano solamente l'aspetto alimentare e gastronomico legato al tartufo, ma soprattutto ricadono sulla presenza di queste due sante medievali che inevitabilmente sono in grado di attivare un gemellaggio culturale tra la città di Sant'Angelo in Vado e la città di Alba.



Beata Margherita di Savoia

Tartufo e Selviturismo

di Augusto Tocci



Augusto Tocci
Videogiornalista e studioso di gastronomia storica italiana.
Già ideatore e direttore del Centro di ricerca sul tartufo del Ministero Agricoltura e Foreste

Si lasci l'autostrada e si percorrano i sentieri nei boschi. Durante queste passeggiate, che gli esterofili usano chiamare "trekking", si respirerà un'aria pura e salubre, ci si offriranno paesaggi verdi tranquillizzanti, si potrà udire il vento che sibila fra le fronde degli alberi ma anche il mormorio dei ruscelli, il cinguettio degli uccelli e, per i più fortunati, il canto di altri animali del bosco. Quello descritto è certamente l'aspetto più saliente di ciò che, con una parola nuova, "selviturismo", abbiamo voluto identificare un diverso modo di vivere l'ambiente dei nostri boschi.

Fare turismo nei boschi, significa certamente pensare anche alla ricerca dei tartufi in compagnia di un cane fedele che ci possa orientare nella scoperta di quest'oro bianco o nero che sia. È veramente entusiasmante e affascinante andare nei boschi e raccogliere, in ginocchio, come in devota venerazione, quei tartufi che molto somigliano, per forma e colore, alle pepite.

Quando poi si adopera in cucina conviene seguire gli insegnamenti di Pellegrino Artusi: "il tartufo deve essere manipolato il meno possibile e non rischiare di sciu-

parlo nel tentativo di preparare piatti sofisticati che richiedono manualità ed altri ingredienti di difficile reperibilità".

A partire dagli anni ottanta, grazie anche all'opera preziosa dei mass media, i tartufi sono diventati di pubblico dominio anche in aree geografiche non di produzione e questo ci permette di fare "selviturismo" un po' in tutte le parti del Paese. Inoltre si è sviluppata la tartuficoltura che ha ancor più spinto in avanti il fenomeno di un turismo che è venuto prepotentemente alla ribalta e sul quale dobbiamo sicuramente fare affidamento investendoci delle risorse che promettono un ritorno sicuro ed incoraggiante.

Il concetto di "selviturismo", a proposito di tartufi, va inteso in due direzioni parallele ma divergenti perché una cosa è godersi le passeggiate con il cane a cercare preziosi corpi fruttiferi e una cosa è quel ritorno conseguente al richiamo turistico che il tartufo provoca nelle feste, nelle sagre e nelle fiere che si celebrano ormai in molte parti del Paese con un richiamo che solo un prodotto come questo riesce ad ottenere.

Certo è che il concetto di Selviturismo racchiude in sé tantissimi altri argomenti legati appunto al bosco che in breve si possono così riassumere:

i piccoli frutti quali inestimabili fonte di vitamine ed altre sostanze preziose per la nostra salute;

le erbe selvatiche indispensabili per una gastronomia forestale;

i funghi come risorsa gastronomica rinnovabile di anno in anno;

le credenze popolari fra streghe e folletti ma anche piante con deciso potere medicinale...

È proprio partendo da questi presupposti che alcuni anni or sono nacque la *Scuola di Selviturismo* nella zona di Badia Tedalda (AR) presso il piccolo borgo di Sampatrignano dove la gente ha vissuto per

secoli di una economia prevalentemente forestale al margine di una agricoltura poverissima, dove anche le pecore dovevano far ricorso ai prodotti del bosco (rovi in particolare) per poter sopravvivere.

L'azienda agricola che ospita la scuola dispone di impianti tartufigeni produttivi, di campi sperimentali di piccoli frutti e erbe selvatiche di arboreto didattico di scuola di cucina e quindi di ristorante con i prodotti del bosco e anche di ostello per chi il bosco lo vorrà vivere in tutti i suoi aspetti.

Tantissimi sono i piatti che si possono degustare ed anche imparare a cucinare con questi prodotti assolutamente genuini e "veramente" biologici fra i quali quelli al tartufo che non mancano mai come per esempio il trito al tartufo di carne chianina con lo scorzone d'estate.

www.selviturismo.it



SPECIALE TARTUFO

SCHEGGINO

Patria mondiale del Tartufo

Dove tutto ha origine

"partimmo per Scheggino sotto una pioggia torrenziale che ci accompagnò anche al ritorno, ma soddisfatti di avere mangiato delle tagliatelle al tartufo nero da non rimpiangere il pregiatissimo bianco"



Scheggino umbro e gli Urbani

di Angelo Valentini



Angelo Valentini
Maestro del vino e oxologo

Piccolo borgo nel cuore della Valnerina, a 282 metri di altitudine, con circa 500 abitanti. Avamposto fortificato in epoca medievale a protezione del Ducato di Spoleto fin dal secolo XII°. Un possente castello più volte saccheggiato da lotte intestine tra la nobile famiglia Orsini, sostenitrice della città di Spoleto di parte Guelfa e la potente famiglia dei Colonna di parte Ghibellina. Nel 1522 Scheggino fu presa d'assedio approfittando dell'assenza dei suoi abitanti impegnati nei lavori dei campi, ma nonostante tutto non riuscirono nell'impresa, grazie all'intervento delle donne e dei giovani presenti nel borgo. La chiesa di San Nicola di epoca medievale restaurata nel XVI° secolo conserva pregevoli affreschi con l'incoronazione dell'Assunta in omaggio a Spoleto la cui effigie è presente nell'abside del Duomo.

Dal 1926 al 1968 il territorio di Scheggino godeva di un servizio ferroviario sulla tratta Spoleto- Norcia, con la propria stazione, una ferrovia unica dal punto di vista architettonico e paesaggistico purtroppo smantellata nel dopoguerra, oggi sarebbe stata una risorsa turistica,

la sede originale dei binari è ancora esistente, adibita a pista ciclabile. Manca il coraggio ai politici di turno di riproporla.

Il paese conserva gelosamente le tradizioni tramandate dai loro avi. Nella notte tra il nove e il dieci dicembre si celebra la festa della Venuta, il passaggio della Santa Casa di Loreto e vengono accesi grandi fuochi.

Il 23 luglio viene rievocato l'episodio storico del 1522 che vide le donne protagoniste nella difesa del borgo evitando l'assedio.

Il giorno dell'Epifania si festeggia il Canto della Pasquella a cura di Giovani Cante-rini che stornellando per le vie del paese, raccoglie offerte e cibarie che si consumano in una cena allegra in comune.

Scheggino nel mondo si identifica con una dinastia che vive in simbiosi con il "prezioso Tubero": La Famiglia Urbani che da sei generazioni è impegnata nel commercio e nella lavorazione del Tuber Magnatum Pico e del Tuber Melanosporum, (oltre che nelle altre tipologie di tartufo esistenti in natura), con diverse aree produttive anche nella lavorazione dei funghi.

Dal 1852 infatti la azienda Urbani si dedica con amore e passione al tartufo, iniziando in quell'epoca l'esportazione di tartufi freschi in Francia, Germania, Svizzera e poi in tutto il territorio nazionale. È con Carlo Urbani e sua moglie Olga, terza generazione, che l'azienda diventa famosa in tutto il mondo, pioniera della tartuficoltura in Italia.

La tradizione continua a gonfie vele con i figli Paolo e Bruno che rappresentano la quarta generazione e trasformano l'azienda in una vera industria tecnologicamente avanzata e fanno volare i preziosi diamanti su tutti i mercati del mondo. Paolo viene insignito dal Presidente della Repubblica Cavaliere del lavoro, con la

motivazione di essere riuscito a creare intorno al tartufo una vera e propria realtà economica, fiore all'occhiello dell'Italia nel mondo. Bruno attualmente è alla guida del gruppo ed ha rivestito importanti incarichi nel settore bancario e industriale. La quinta generazione, composta da Olga figlia di Paolo e i suoi cugini Giammarco e Carlo figli di Bruno, continuano con successo l'attività paterna, gestiscono con coraggio e lungimiranza le attività del gruppo, curano le pubbliche relazioni, tenendo alta l'immagine lasciata dai loro progenitori.

Con Luca e Francesco Loreti Urbani, figli di Olga, arriviamo alla sesta generazione: Luca, sotto la guida dello zio Carlo, figlio di Bruno, si occupa dei mercati esteri, mentre Francesco, ha iniziato il suo grande progetto: diffondere la tartuficoltura in Italia e nel mondo attraverso il lungimirante progetto di Truffleland, tutelando la biodiversità del prezioso oro della terra.

Gli Urbani, quindi, non si sono fermati solamente all'aspetto commerciale, ma hanno fatto cultura creando il museo del tartufo dedicato alla loro terra, ai cavatori, ai fedelissimi cani, alla gastronomia legata al tartufo, con pubblicazioni inerenti la coltivazione del tartufo stesso. Nato da un'idea di Olga Urbani e intitolato alla memoria del padre Paolo Urbani in seguito alla sua scomparsa, il museo non è il classico monotematico ma un museo da vivere: attraverso questo museo è stato raccolto il lascito non solo di una tradizione centenaria ma lo stesso è diventato parte integrante del tessuto sociale, raccogliendo testimonianze degli abitanti stessi di Scheggino, foto e antichi strumenti di lavorazione del tartufo. Una struttura che è anche presidio dell'Ecomuseo della Dorsale Appenninica Umbra.

Sono legato agli Urbani da una lunga amicizia, consolidata attraverso la convivenza fatta presso le fiere del settore

enogastronomico, il Cibus di Parma ci vedeva vicini di stand, gli Urbani richiamavano l'attenzione dei visitatori con i loro pregiati tartufi, mentre io rappresentavo la Lungarotti vini e in un angolo ospitavo il grande Paracucchi con le sue specialità, non lontano da noi c'era lo stand Perugina, condotto dal carissimo Saverio Ripa di Meana, una posizione strategica, scelta ad arte che creava sinergia, il tutto all'ombra del grande padiglione Barilla, prodigo nel donarci copiosamente prodotti da forno da abbinare al Vin Santo, con il beneplacito del grande Pietro Barilla e il suo direttore Garedo, ospiti graditissimi nei nostri stand. Il dopo fiera "svettava" dal mitico e leggendario Bepino Cantarelli a San Boseto, fornitore di salumi e formaggi, non mancavano vini eccelsi e grandi personaggi del mondo imprenditoriale, con la sua bottega capace di fare invidia a Fauchon di Parigi. Ricordo con nostalgia una serata a Busseto presso il ristorante di Giovanni Guareschi, conclusa a notte inoltrata accanto alle fiamme del caminetto con castagne arrosto e Lambrusco, affascinati dai racconti del Grande Scrittore: alla mia domanda, perché non scrivesse più di politica, mi rispose: "alla mia età è uno sport che non mi posso più permettere, mi hanno messo in galera tutti, democristiani, tedeschi, fascisti per essere stato fedele servitore della patria, come ufficiale del Regio Esercito Italiano".

Con simpatia mi piace ricordare il loro fidatissimo collaboratore Pallucco, personaggio pittoresco, furbo, che usava presentarsi così: "Piacere Pallucco della ditta Urbani, un nome, un marchio, una garanzia". Oltremodo sensibile alle standiste immagine presenti in fiera.

Un episodio che mi lega all'amica Ada Urbani, fu quando Gualtiero Marchesi e Mariangiola Castrovilli giornalista RAI, miei ospiti a Perugia per degustare i

tortelli di zucca fatti da mia moglie Idilia, espressero il desiderio di mangiare un piatto a base di tartufo nero, perché a detta di Marchesi il nero quello vero di Norcia lo riteneva superiore al bianco. Avevamo appena pranzato, il tempo era nuvoloso e gravido di pioggia, ma volevo accontentare i miei ospiti ad ogni costo, telefonai all'Ada le proposi il desiderio dei miei ospiti, non se lo fece dire due volte, "Vi aspetto con immenso piacere", partimmo per Scheggino sotto una pioggia torrenziale che ci accompagnò anche al ritorno, ma soddisfatti di avere mangiato delle tagliatelle al tartufo nero da non rimpiangere il pregiatissimo bianco.

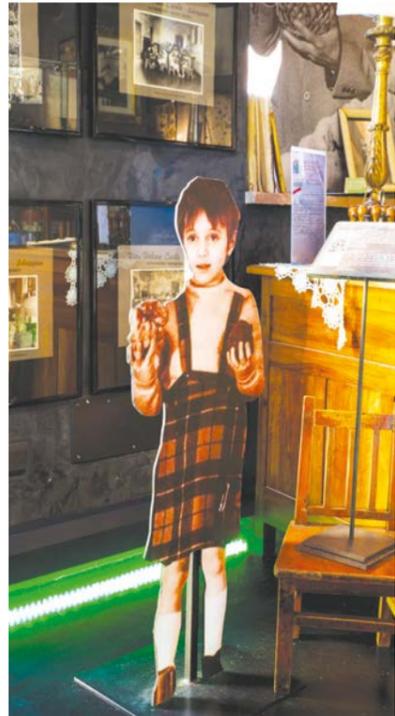
Con Ada e Bruno, un'altra serata memorabile, in occasione del 25° anniversario della fondazione del WWF, presenti tutti i capi e regnanti di stato del mondo, a seguito della mia amicizia con la segretaria del Principe Filippo di Edimburgo presidente del WWF, riuscii a organizzare una cena di gala alle Tre Vaselle, ospiti della famiglia Lungarotti, sponsor gli Urbani, a tavola accanto al Re Bernardo d'Olanda, e Maria Grazia accanto al Principe Filippo di Edimburgo, (conservo gelosamente le foto scattate furtivamente), scattate sotto il naso di un funzionario della polizia inglese seduto per motivi di sicurezza in ogni tavolo.

Altro episodio che mi lega a Scheggino, lo devo all'allora sindaco di Spoleto Brunini, a Mario Arcangeli alias Mastro Raphael, al compianto Carlo Rinaldi, invitato assieme a mia moglie, a pranzo in un agriturismo di Scheggino, situato in una collinetta, gestito da una signora di nome Elvira Candelori, tutto intorno aveva il sapore della casa colonica umbra, entrato nella grande cucina rimasi sorpreso dalla mise en place, della tavola, stoviglie, posate, tovagliati da grande casa gentilizia. I piatti sublimi, compreso il dessert, il caffè, i liquori, l'abbinamen-

to dei vini perfetto, una meraviglia indescrivibile, all'interno di un piazzale dove razzolavano le galline. Mentre scrivo ho appreso dall'amico Mario Arcangeli che la signora Elvira è ancora viva! Che Dio la benedica! Chi mi legge si sarà chiesto il perché di tanta bravura? Certo! Elvira è stata la cuoca degli Agnelli, per intenderci dell'Avvocato Gianni e della famiglia Urbani.

Dopo avere descritto il tartufo Re della tavola, mi permetto dare un consiglio spassionato sull'abbinamento, tartufi e vino; allora diamo ascolto alla natura sempre provvida, non a caso il territorio produce un bianco denominato Trebbiano Spoletino, un clone particolare che per profumi, aromi e gusto assomiglia più a un Sauvignon, magnificato dal Pincerna di Papa Paolo II° Farnese, che recandosi a Norcia nel 1500, passando da Scheggino, così descrive il vino: "Spoleti città che fa li vini cotti, ma ce ne sono alcuni molto buoni, pajono grechi et alcune volte Sua Santità ne beveva, et anco alcuni vinetti crudi et questi sono molto buoni".

Il museo Urbani



FILO DIRETTO CON IL MINISTERO



Accademia del Tartufo nel Mondo
The World Truffle Academy



ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali

Francesco Saverio Abate La filiera del tartufo è servita

“Il ministero si occupi di far funzionare la filiera del tartufo nel modo più efficiente possibile, lasciando alle aziende e alle associazioni il ruolo di promozione del tartufo e sono certo che ne beneficerà tutto il comparto”



Intervista a Francesco Saverio Abate

di Giuseppe Cristini

La filiera del tartufo è servita

Nel nostro filo diretto con il Ministero che in ogni numero del Magazine andiamo a posizionare come rubrica importante per tutto il mondo dell'agroalimentare; oggi abbiamo la possibilità di intervistare il dottor Francesco Saverio Abate: Capo Dipartimento per il Ministero delle Politiche agricole ed in particolare le Politiche competitive della qualità agroalimentare della pesca e dell'ippica.

A lui ci rivolgiamo anche per la promozione e la valorizzazione legata al mondo del tartufo.

Intervista

Le chiediamo subito come valuta il mondo del tartufo italiano partendo direttamente dall'ambiente, dal bosco e dal cavatore per arrivare alla ristorazione del tartufo tanto amata nel mondo.

Più che il mondo del tartufo sarebbe bene parlare di filiera del tartufo ovvero una serie di attori economici che riescono a portare il pregiato fungo ipogeo dal bosco e dalle tartufaie coltivate alle tavole dei consumatori di tutto il mondo. È una filiera molto articolata che, prima del 2018, si basava sui raccoglitori di Tartufo (o tartufai) che svolgevano l'attività di raccolta "beneficiando" purtroppo di un ampio "anonimato fiscale". Dal 2019 grazie alla legge di Bilancio n.145 del 30/12/2018 (Articolo 1 commi 692-701) c'è stato un deciso miglioramento verso la formalizzazione della filiera con dei numeri molto importanti per tutto il comparto primario. I numeri, sicura-

mente non puntuali, parlano di circa 100.000 raccoglitori di tartufo che conferiscono a oltre 300 commercianti distribuiti in tutto il paese, oltre ad una trentina di aziende di trasformazione del Tartufo la cui produzione è destinata prevalentemente ai mercati esteri. Si stima, ad oggi, che il mercato del tartufo superi i 500 milioni di euro di fatturato annui di cui, purtroppo, solo una parte risultano dichiarati al fisco. Il Ministero si è adoperato, attraverso il Piano di settore condiviso in Conferenza Stato-Regioni, per migliorare il settore e far rispettare la tracciabilità del prodotto nazionale, ma la strada è ancora lunga e complessa.

In veste di Accademia del tartufo nel mondo ci corre l'obbligo di potere dare la possibilità a tutti di conoscere il patrimonio italiano del tartufo, in tutte le stagioni, in tutte le regioni italiane e in tutte le occasioni, credo che questa divulgazione sia un interesse anche da parte del Ministero.

Si può dire che il tartufo si vende da solo, ma l'industria è il vero motore di comunicazione nei mercati esteri. Per quanto si possa investire in comunicazione istituzionale, è il barattolo di crema tartufata che entra nelle tavole dei consumatori statunitensi, inglesi o cinesi che si trasforma in uno dei principali vettori di comunicazione e marketing del Tartufo. Ben vengano fiere ed eventi di promozione territoriale, ma senza i nostri prodotti commercializzati all'estero è poi difficile che "il cliente" che ha apprezzato il prodotto visiti il nostro Paese anche come turista.

Il tartufo rappresenta una cultura italiana millenaria e il suo profumo aroma, tra mistero e realtà tra magia e cucina, è apprezzato come valore aggiunto della italianità, ma ancora oggi poco sperimentato; serve un libro guida facile, snello, consultabile e avvolgente capace di raccontare il tartufo italiano nel mondo!

È importante raccontare le esperienze culinarie delle diverse regioni in cui il tartufo è consumato da centinaia d'anni attraverso un libro guida, fermo restando che già ora le aziende si sono organizzate con una moltitudine di strumenti di marketing e di fidelizzazione del cliente, che vanno in tal senso. Ci sono già esperienze simili in molte realtà regionali e locali, quindi, è a nostro avviso necessario che il Ministero si occupi di far funzionare la filiera del tartufo nel modo più efficiente possibile, lasciando alle aziende e alle associazioni il ruolo di promozione del tartufo e sono certo che ne beneficerà tutto il comparto.

Obiettivo di questa collaborazione e del Patto di Buongusto che abbiamo firmato recentemente, con il Ministero è quello di creare una cultura del tartufo e per dare volto ad una filiera che muove una economia di grande rilevanza!

La cultura del tartufo la si può creare se il tartufo è coltivato, raccolto o trasformato in Italia. Come Ministero è nostra intenzione favorire prima di tutto la produzione che negli ultimi anni sta gradualmente calando a fronte di grossi quantitativi importati dall'este-

ro. Parlare di cultura senza parlare di coltivazione appare superfluo e non reale. Il Ministero deve occuparsi della parte produttiva e ciò comporta diffondere una "nuova cultura" volta ad aumentare le superfici coltivate tutelando la gestione dei boschi ed il depauperamento dei territori, ovvero favorire la sostenibilità ambientale.

Il tartufo italiano può creare un grande brand di richiamo turistico, con una ristorazione italiana e internazionale che offre un grande appeal al consumatore, che sceglie l'Italia anche per la sua ricca enogastronomia.

L'aggiornamento della legge n.752/85 ormai ampiamente fuori dalle norme comunitarie igienico sanitarie è in discussione dal 2003. Oggi siamo nel 2021 e siamo ancora molto lontani dall'aver una norma nazionale di indirizzo per le regioni (DDL fermo da un anno in Commissione Agricoltura al Senato). C'è una forte necessità ad esempio di coordinare le attività regionali relativamente alla creazione di marchi collettivi per i territori. Si potrebbe proporre da parte del Ministero anche un disciplinare di produzione con un marchio unico nazionale, ma ciò comporterebbe sforzi organizzativi ed economici rilevanti che potrebbero essere affrontati attraverso una condivisione del percorso da parte di tutti i soggetti della filiera del tartufo. Al riguardo già il Piano nazionale della filiera del tartufo ribadiva la necessità di favorire un marchio nazionale di riconoscimento all'estero. Infatti era prevista l'attivazione di procedure snelle per favorire la certificazione del prodotto da parte delle camere di commercio, ma ad oggi è ancora tutto fermo.

Tartufo italiano tutto l'anno, anche per creare nuovi mestieri e nuove opportunità

partendo dal bosco fino alla tavola e aprire nuovi scenari occupazionali. Penso al Custode del Bosco fino al Maggiordomo di sala.

Creare nuove figure? Forse, ma comunque nell'immediato è preferibile gestire quelle che già ci sono, poiché un proprietario, appare ad oggi una figura non funzionale al settore, al contrario il proprietario o il conduttore di un bosco da Tartufo è maggiormente interessato ad investire nella proprietà, e quindi diviene esso stesso un presidio per il territorio favorendo la stabilità ecologica ed economica. Inoltre aggiungere vincoli ai proprietari dei boschi non credo sia lungimirante se il fine ultimo è la produzione e il mantenimento di un tessuto sociale ed economico nelle aree rurali del Paese.

Il tartufo come sentinella ecologica: partendo da un'idea di nuove piantagioni di tartufo per avere la possibilità di mettere a dimora piante certificate anche nelle zone più marginali e abbandonate per riportare popolazione e reddito anche in montagna.

Certo, come detto in precedenza, la Tartuficoltura è de facto un presidio socio economico del territorio rurale. Tuttavia, dati i numerosi insuccessi derivati dalla coltivazione del tartufo, bisogna creare meccanismi di mercato che favoriscano la costruzione di tartufaie innovative. Bisogna ricordare molto bene che solo dopo vent'anni dal disastroso avvio della coltivazione del tartufo su larga scala in Italia, oggi si è arrivati ad elevare la qualità dei vivai che immettono nel mercato piante micorrizate. La proposta di legge (testo unificato in discussione al Senato) va in tal senso, ovvero si sta cercando di predisporre una certificazione obbligatoria (con disciplinare armonizzato) delle piante messe in vendita all'interno del territorio nazionale. La certificazione delle piante è l'unica strada che il Ministero

oggi chiede di percorrere per migliorare la coltivazione del Tartufo con un sistema che chiami in causa le regioni e percorsi di formazione nei territori vocati anche attraverso consulenti esperti all'uopo autorizzati per creare personale formato.

Con il nostro magazine e con il filo diretto con il Ministero, puntiamo sempre ad informare, il mondo agricolo e quello della ristorazione: quale consiglio si sente di dare a questi due comparti?

Investire nel prodotto nazionale mi sembra chiaro. Acquistando un prodotto tracciato non solo si ha la garanzia di conoscere l'intero percorso produttivo, ma si stanno ponendo le basi per le politiche future. Una cosa è certa, ed è stata evidenziata chiaramente nel Piano di settore, senza dati statistici a disposizione, la qual cosa implica una filiera nella quale tutto il prodotto è tracciato, il Ministero e le Regioni non potranno mai rendere disponibili fondi che derivano dalle politiche Comunitarie per permettere finanziamenti delle nuove coltivazioni o investimenti nel capitale forestale tartufigeno. Quindi suggerisco oggettivamente l'acquisto di prodotto nazionale a sostegno della nostra economia e delle aree interne del Paese.

E infine venendo al piacere di degustare il tartufo tutto l'anno, le chiedo: qual'è il suo piatto preferito con il tartufo?

A dir la verità sarebbero due: i tagliolini al tartufo bianco e la tartar di carne con lo scorzone. Spero di degustarli tra qualche mese appena riapre la stagione dello scorzone. Per il momento ci si accontenta anche del tartufo bianchetto principe di questa stagione primaverile.

Filo diretto con il Ministero



mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali

Via Venti Settembre, 20
00187 Roma RM

I PARTNER DELL'ACCADEMIA



SAN PIETRO
Latteria 474

**La Latteria Agricola San Pietro
è un caseificio cooperativo che produce
Grana Padano DOP**

La cooperativa nasce nell'alta Pianura Padana nel 1966 quando 31 soci, che allevavano vacche nutrite solo con foraggi di prati stabili permanenti, si uniscono per produrre questo prezioso formaggio.



Amabile conversazione con Stefano Pezzini

di Giuseppe Cristini

Grana Padano, la Dop italiana più percepita al mondo



Stefano Pezzini
Presidente di Latteria San Pietro



Intervista

Il Grana Padano dop è oggi il prodotto italiano più conosciuto e venduto al mondo, come si è riusciti a raggiungere questo traguardo?

Il Grana Padano oggi è il formaggio DOP più consumato al mondo e per comprenderne il successo dobbiamo fare un grande passo indietro nel tempo, perché questa storia ha inizio addirittura nel medioevo, nel 1100, quando, nell'abazia di Chiaravalle è avvenuta la prima caseificazione.

Da allora questo formaggio diventa il modo di conservare il latte in eccesso prodotto dagli animali, rappresentando di fatto una ricchezza per la popolazione di campagna, soprattutto durante le carestie. Ci sono testimonianze del 1500 che documentano la presenza del grana sui banchetti rinascimentali di principi e duchi. Il "Grana Padano" è quindi diventato espressione di un'intera cultura sociale ed economica, trasversale alle sue classi, apprezzato sia dai ricchi e dai nobili, avvezzi ad una cucina pregiata, sia dai poveri, le cui ricette quotidiane sono semplici, ma tradizionali.

In tempi molto più vicini a noi, l'evoluzione della cultura gastronomica e delle pratiche alimentari sollecita l'esigenza di definire con chiarezza le caratteristiche e le particolarità di questo incredibile formaggio, nonché di tutelarne per garantirne gli standard e la tradizionalità in esso insita.

Nasce nel 1954 il Consorzio per la Tutela del Grana Padano e nel 1996 viene conquistata la certificazione DOP. Il grande successo di Grana Padano è quindi in realtà il successo di un popolo che ha saputo riconoscere ed esaltare un prodotto dalle carat-

teristiche uniche: valore nutrizionale, salubrità della materia prima, know-how di lavorazione e capacità di proteggerne le caratteristiche.

Se pensiamo a Grana Padano pensiamo quindi a un formaggio che ci accompagna per tutta la vita, in tutte le stagioni e ad un formaggio dalla versatilità unica, perché in cucina si può usare proprio dappertutto. Quando un prodotto conquista la fiducia del consumatore, il successo è assicurato. Da qui la grande responsabilità di tutti i 129 caseifici produttori di non deludere un consumatore attento e fidelizzato.

Quali sono i numeri attuali di produzione del Consorzio del Grana?

5.164.759 forme totali prodotte nel 2019 - 2.051.125 forme esportate nel 2019 - 129 caseifici produttori - 40.000 addetti.

Latteria San Pietro interpreta il ruolo di una azienda di Grana Padano con una visione moderna e salutistica, con una grande particolarità: il Grana Padano selezione da fieno di prato stabile.

Latteria San Pietro si trova in provincia di Mantova, nel cuore dell'area di produzione di Grana Padano. Qui si trovano i prati stabili della valle del Mincio, dei veri e propri prati polifiti che vantano oltre 100 anni di storia. In tutto questo tempo il prato non subisce alcuna lavorazione se non lo sfalcio e la concimazione naturale, da qui l'aggettivo "stabile". La semina è 100% naturale, in completa assenza della mano dell'uomo. È infatti la natura stessa, attraverso insetti, vento, pioggia a garantire la propagazione dei semi delle tantissime piante ve-

getali che sono ospitate dal prato (in ogni metro quadrato di prato si trovano 60 essenze vegetali diverse, in un comune medicaio se ne trovano un terzo).

Ma come può giovare il Grana Padano? La risposta è nel latte. Grana Padano Selezione da fieno è infatti prodotto con latte di bovina alimentate con solo fieno di prato stabile e poco mangime locale. Il fieno che ricaviamo dal prato stabile contiene una complessa varietà di molecole aromatiche e sostanze volatili che arricchiranno il latte e quindi il formaggio che avrà un gusto unico.

Inoltre produrre Grana Padano Selezione da fieno è la strada per tutelare i prati stabili, che per effetto di politiche agricole errate sono oggi rimasti in pochi. Il prato stabile è il modello sostenibile di agricoltura: riescono a fissare grandi quantità di carbonio e non necessitano di concimazione sintetica, riducendo così l'effetto serra. Aiutano a preservare la salubrità della falda acquifera locale e rappresentano un grande magazzino di biodiversità, fondamentale per la sopravvivenza dell'intero pianeta.

Latteria San Pietro punta moltissimo sulla comunicazione del prodotto a livello globale negli ultimi tempi e nata anche la Cheese Experience: quali azioni avete messo in campo negli ultimi tempi?

La nostra cooperativa ha sempre utilizzato l'innovazione come mezzo per raggiungere obiettivi e realizzare sogni. Prima attraverso l'innovazione di prodotto, grazie al quale abbiamo creato le linee Selezione da Fieno, Bio e un'altra linea ad oggi in studio. E ora attraverso l'innovazione digitale e strutturale.

Questa primavera è entrato in funzione il nuovo stabilimento che conta 40 caldaie e un processo meccanizzato per il benessere del lavoratore. In questo nuovo stabilimento, dotato delle più sofisticate tecnologie, sono rimaste invariate però quelle operazioni che si, potevano essere ingegnerizzate, ma che abbiamo voluto mantenere manuali perché l'esperienza dell'uomo non è rimpiazzabile.

Il piano di digitalizzazione inizia invece nel 2018 con il progetto "GestiGrana" grazie al quale è possibile risalire a tutte le informazioni di filiera del nostro Grana Padano DOP con il semplice scan di un QRCode apposto sulla confezione del formaggio.

Nel 2019 abbiamo avviato un progetto di filiera "Jump in chain" (salto nella filiera) che vuole amplificare al massimo la trasparenza della nostra filiera: grazie a questo progetto abbiamo installato un sistema di telecamere che riprendono dal campo alla stagionatura tutte le fasi di produzione di Grana Padano.

È grazie a questo ultimo progetto che abbiamo rivoluzionato la concezione di tour gastronomico attraverso la prima Digital cheese experience: un percorso esperienziale unico in collaborazione con Microsoft Italia. Durante una cheese experience si riceve direttamente a casa una digital cheese box con il kit di degustazione di Grana Padano e il link per collegarsi all'evento. Il giorno dell'exp lo spettatore viene guidato alla scoperta di tutta la filiera grazie alle telecamere in diretta streaming e poi da un esperto degustatore spiega l'assaggio del Grana Padano.

Quale futuro possiamo aspettarci per il Grana Padano nel mondo, anche alla luce dei nuovi cambiamenti politici negli Stati Uniti.

Per quanto riguarda l'export bisogna fare alcune considerazioni rispetto a tre diver-

si mercati:

mercato asiatico: viviamo un aumento a doppia cifra dei consumi dei prodotti lattiero-caseari importati nella zona in cui la "fame" di cibo continua a crescere in modo significativo. Questo mercato fino 2/3 anni fa era comunque in crescita, ma una crescita molto lenta.

Mercato americano: il nuovo presidente Biden regala la speranza di allentare il protezionismo americano e mettere in discussione i dazi. Questo potrebbe ristabilire un equilibrio dei consumi dopo un calo dell'export significativo, che ad oggi tocca il -35% rispetto al 2019.

Mercato Russo: continua l'embargo della Russia che non lascia spiragli alla ripartenza dell'export.

Il Grana Padano in cucina: qual è il piatto del cuore del Presidente Stefano Pezzini?

Una domanda molto difficile! Vivendo in provincia di Mantova abbiamo veramente tantissimi piatti della tradizione che sono speciali. sicuramente uno dei piatti che ho maggiormente a cuore è il Piatto della Perfezione: un semplice tagliolino all'uovo con Grana Padano Riserva Selezione da fieno e tartufo di stagione magari abbinato ad un buon vino locale!



La San Pietro oggi

Oggi i soci continuano la strada dei fondatori in una straordinaria esperienza economica e industriale alla ricerca di un prodotto che nella sua storia ormai di oltre 1000 anni racconta le fatiche del lavoro dell'uomo, degli animali e della natura, che imprinono i sapori di un territorio straordinario.

Il fieno dei prati stabili, alimento di base dei nostri animali, trasferisce al nostro latte tutto ciò che la stagione racconta.

L'esperienza e il lavoro dei soci e dei nostri collaboratori fanno il resto.

Lo stabilimento è dotato di un'attrezzata sala di lavorazione e ampi magazzini di stagionatura, che permettono di trasformare 40.000 tonnellate all'anno di latte e stagionare oltre 65.000 forme di Grana Padano DOP.

Oggi il latte lavorato proviene esclusivamente dalle 26 aziende agricole dei soci.

LA SQUADRA

Stefano Pezzini, Presidente della cooperativa

"Il mio lavoro è gestire un'azienda formata da 27 soci, accompagnarla attraverso i cambiamenti dell'era moderna, pur mantenendo intatti i valori fondamentali di un prodotto dalla storia così lunga: lista degli ingredienti cortissima e qualità demandata al tempo di stagionatura ed alla esperienza."

Paolo Pernumian - Direttore di produzione

"Il mio lavoro inizia alle 3 del mattino perché i casari di un tempo recitavano che "il latte non dovrebbe mai vedere la luce del sole".

Il mio lavoro è di costante dedizione, inizio con il riempimento delle caldere e guido i miei collaboratori in tutte le fasi intermedie della lavorazione, fino al controllo nella sua stagionatura, garantendo così un prodotto sempre al top."

Laura Zecchini - Responsabile comunicazione

San Pietro è caratterizzata dall'intraprendenza e dal dinamismo. La diversificazione di San Pietro è accompagnata dal desiderio di divulgazione, non solo del prodotto in sé, ma di tutta la filosofia che c'è alla base della filiera produttiva.

Simona Rotondo, Responsabile qualità

"Il mio lavoro è occuparmi del "come" vengono svolte tutte le attività dell'azienda, assicurare che il modus operandi sia conforme alla normativa comunitaria ed estera e che superi i rigidi controlli imposti dalle autorità. Attraverso verifiche di prodotto e processo, tuteliamo la sicurezza dei consumatori e garantiamo il rispetto dell'intera filiera. Il nostro è un lavoro di inflessibile e costante dedizione al controllo."



La scientificità del Tartufo

Spiccioli di sapere sui Tartufi desunti in mezzo secolo da un vecchio piemontese

di Mario Palenzona



Mario Palenzona
già Direttore Ipla di Torino

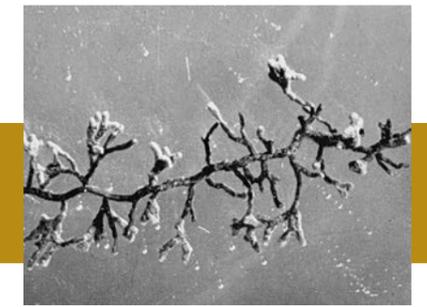
Il Parte: dal Tuber maculatum al "Bianchetto"

Le osservazioni di campo e le sperimentazioni di sintesi controllata sul Tuber maculatum Vitt., condotti da Fassi e Fontana e richiamate nel Magazine del dicembre scorso, aprono una finestra di conoscenza importante e affatto scontata sulla biologia di questi funghi, in allora ancora carica di incertezze. I risultati raggiunti dai due Studiosi offrivano infatti comprovata conferma sulla natura simbiotica di tale ascomicete ipogeo, capace di fruttificare a seguito di una fase vegetativa in intimo rapporto con le radichette assorbenti dell'ospite arboreo, dando origine alla formazione di tipiche ectomicorrize.

Di fatto già da un secolo Mattiolo aveva espresso convinzione sul rapporto di simbiosi tra Tartufi e rappresentanti arborei o arbustivi di particolari famiglie del mondo verde, ma, in assenza di accertabili connessioni tra il micelio di loro appartenenza e gli apici radicali, permaseo sempre dubbi a livello scientifico sul loro comportamento di vita.

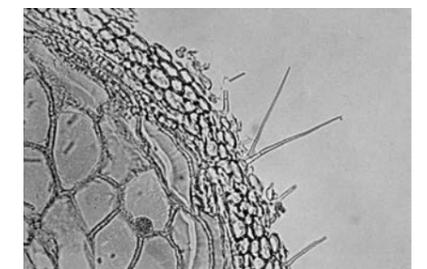
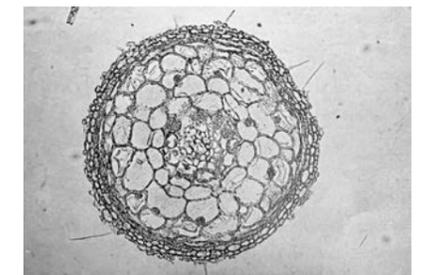
Io, da fortunato giovane agronomo in formazione, fui coinvolto con entusiasmo in tali ricerche applicate, non lasciandomi sfuggire l'opportunità di svolgere l'apprendistato su temi così stimolanti, sotto la guida di un Tutor di grande esperienza quale Bruno Fassi e l'aperta collaborazione di Micologi di eccellenza quali quelli in allora operanti presso il Centro di Studio per la Micologia del Terreno del Consiglio Nazionale delle Ricerche.

Fu così che avviai, con rilievi e campionature sul campo e osservazioni macro-microscopiche di laboratorio, le mie capacità di individuazione e prima attribuzione, a vari miceti simbiotici, di specifiche forme micorriziche su conifere e latifoglie in vivaio, piantagione e formazione boschiva. Nell'autunno 1967, all'espanto da un campo di trapianti di Pini ibridi StrobboxExcelsa, mi venne segnalato con lo sterramento il ritrovamento di copiose fruttificazioni ascrivibili a tartufi della pezzatura di una grossa noce e oltre, di aroma lievemente pungente ma grato, che accertai appartenere a Tuber albidum, specie ubiquitaria nota ai raccoglitori come "bianchetto". Da un esame e campionatura delle radichette più a contatto dei corpi fruttiferi, riscontrai la presenza, quasi in purezza, di apici micorrizzati che, da conferma microscopica anche in sezione, mostrarono caratteristiche di forma, colore e struttura simili a quelle descritte per Tuber maculatum. Oltre a un comune aspetto rigonfio, ambrato chiaro o inscurito in funzione dell'età e carenza al contorno di sviluppo miceliare, queste terminazioni infungate mostravano una presenza distintiva di ife a "spinula" emergenti dalla parete che, - negli apici giovani, ricordavano a dovuto ingrandimento i ricci aculeati del Castagno. Per assonanza tali formazioni erano anche osservabili sulla parete (peridio) dei tartufi.



Ma la ulteriore e più significativa prova sull'appartenenza a Tuber albidum della forma di micorrizza, individuata e descritta, la ottenni dalla collaborazione col compianto Silvano Scannerini, del già citato Centro di Micologia. Da sezioni all'ultramicroscopio si poté infatti evidenziare, nei setti delle ife costituenti il reticolo avvolgente il parenchima corticale delle radichette, detto di Hartig, la tipica struttura degli Ascomiceti, Classe a cui i tartufi appartengono. Le conferme sulla natura di simbiotici per "maculatum" e "albidum" e la caratterizzazione delle micorrize da essi prodotte sui giovani pini, negli aspetti comuni e distintivi utili a consentirne la riconoscibilità, costituirono basi di buon riferimento per il prosieguo delle sperimentazioni in materia. In particolare, sul piano applicativo, nella messa a punto delle tecniche di micorrizzazione con altri Tuber impiegate nella produzione di postime controllato destinato alla tartuficoltura moderna. Ma ciò sarà tema della successiva breve memoria che seguirà.

... e la storia continua



Il Sogno Americano a volte si realizza

di Giuseppe Rosati



Giuseppe Rosati
Uomo di relazioni. Facilitatore di rapporti sia commerciali che di immagine, influencer, comunicatore e osservatore del mondo che cambia

Giuseppe Rosati a colloquio con Fabio Trabocchi: uno chef Marchigiano che ha conquistato l'America

Se si lavora sodo e si crede nel proprio sogno i risultati e i riconoscimenti arrivano.

Chi non c'è l'ha nel cassetto. Sognare di andare in America e farcela. Tutti lo abbiamo pensato da giovani. Partire e cercare di realizzare il proprio sogno nella città che non dorme mai o "If I can make it there I'll make it anywhere It's up to you" come diceva Frank Sinatra nella celebre New York New York. Se puoi farcela lì c'è la puoi fare ovunque e proprio da lì da New York che lo Chef Fabio Trabocchi ha iniziato la conquista degli States. Originario delle Marche viaggia sin da giovane. Il lavoro dello Chef comporta sacrificio e valigia pronta. Voglia di imparare e viaggiare e il nostro Fabio ha viaggiato, osservato, fatto tesoro delle esperienze e



messo a frutto la sua esperienza per dar vita a quello che è considerato uno dei gruppi ristoratori di maggior successo dell'ultimo decennio.

Se si lavora sodo e si crede nel proprio sogno i risultati e i riconoscimenti arrivano, infatti nel 2006, Fabio Trabocchi è stato premiato dal James Beard Foundation che rappresenta, la maggior istituzione culinaria statunitense, quale miglior Chef emergente per Food & Wine Magazine e getta così le basi per realizzare certi sogni.

Nel 2009 a Washington DC nasce il Fabio Trabocchi Restaurants con Fiola il primo ristorante pensato e operato da Fabio al 100%. La qualità degli ingredienti fanno di una cucina che spazia dalla sue origini Marchigiane passando dalla Spagna, altra sua ispirazione, e gli States. Il FTR ora conta 6 ristoranti ognuno con una

propria identità ma con un filo conduttore comune: il senso della qualità di Fabio. Cibo e servizio sempre al massimo senza compromessi. Potete sedervi a Washington DC all'iconico e stellato Fiola per un'esperienza totale del meglio dell'Italia e degli States o la sua appendice lungo il fiume Potomac: Fiola Mare dove si degusta il meglio della cucina di mare a respiro italiano. Del Mar è la gioia di chi ha la passione per la Spagna e per la sua cucina. L'ultima novità è Sfoglina un ristorante improntato alla pasta. Fuori dal quartier generale Washington Fabio ha aperto a Miami (Fiola) e un ritorno a casa con la gestione del ristorante del JW Marriot a Venezia Fiola al Dopolavoro.

Ho chiesto a Fabio alcune impressioni su questo momento, sulla sua passione e chiaramente sul Tartufo.

Intervista

Quali sono gli ingredienti che ci sono sempre in una tua ipotetica dispensa?

Sale marino di Sicilia, Nocciole di Alba, Peperoncino Calabrese, Origano Calabrese, Pomodori Piennolo, Lenticchie di Castelluccio, Finocchio Selvatico, Fagioli Controne, Colatura di Alici di Cetara

L'ingrediente di domani?

È la dieta sana che determinerà quali sono gli ingredienti di maggior successo del futuro. L'attuale esigenza di uno stile di vita sano guiderà il consumatore verso power foods e ingredienti sani.

Come hai conosciuto il tartufo?

Nella mia giovinezza, a causa della mia modesta educazione, non sono

mai stato esposto a ingredienti di lusso come i tartufi. Sono stato esposto al tartufo lavorando come commis in una cucina, e da allora me ne sono innamorato.

Cosa vuol dire gestire ristoranti di livello in questo momento storico?

Ci reinventiamo costantemente, affrontando il nostro lavoro con molta creatività. Dovevamo trovare nuovi modi per servire i nostri clienti e adattarci per sopravvivere e restare nel mondo degli affari, ma anche per fornire un servizio alla comunità.

Abbiamo inventato una linea Fabio at Home e abbiamo abbracciato l'approccio della drogheria durante il periodo peggiore della crisi. Abbiamo creato un nuovo segmento della nostra attività che non abbiamo mai avuto prima. Ma dobbiamo anche prepararci a tornare alla normalità, e

quella normalità deve essere migliore di quanto non fosse mai stata.

Cosa fa grande un ristorante italiano all'estero?

Portare l'approccio italiano alla cucina e all'ospitalità: i due combinati rendono un ottimo ristorante fuori dall'Italia. Ospitalità genuina e sincera, in cui gli italiani sono bravi e in cui sono stati bravi da molto tempo.

Come è cambiata la clientela?

Negli ultimi dieci anni, 15 anni, i nostri clienti negli Stati Uniti e in tutto il mondo sono diventati più esperti e conoscono gli ingredienti e il buon cibo, e questo perché sono più esposti ai viaggi e ci sono più informazioni sul bene ingredienti e il buon cibo e anche altri ottimi ristoranti.

Stiamo servendo un cliente più istruito

in ogni momento del ristorante, sia che si tratti di cibo di fascia alta o di tutti i giorni. Ciò è dovuto al miglioramento della qualità di ogni momento del ristorante.

Tartufo valore aggiunto o ingrediente?

Entrambi. I tartufi sono un ingrediente fondamentale e possono quindi rappresentare se stessi da soli. Ma l'utilizzo del tartufo può essere anche un "valore aggiunto" ad altri piatti.

La prima cosa che mangi ogni volta che torni in Italia?

Normalmente adoro assaporare i cibi tradizionali della regione in cui mi trovo. In questi giorni questo significa molto pesce per me!



Traduco®

Language Service Provider

www.traducosrl.it

Coltivare il tartufo bianco pregiato?

di Antonio Degiacomi



Antonio Degiacomi
Presidente del Centro Studi Internazionale del Tartufo d'Alba

In questa sonnolenta e faticosa stagione invernale, nella quale sono i vaccini contro il Covid-19 ad essere al centro della nostra attenzione e preoccupazione, è giunta notizia che in Francia si sono raccolti tartufi bianchi pregiati da piante micorrizzate messe a dimora in un campo situato nella regione della Nuova Aquitania, area che non ha vocazione naturale tartufigena, tanto meno per il *Tuber magnatum Pico*. Le reazioni tra gli addetti e nella nostra informazione più superficiale sono andate dal trattare la notizia come una bufala a minimizzarla (quanti ne hanno trovati? Sette in due anni!) oppure dal ribadire che in ogni caso il nostro tartufo italiano sarà sempre il migliore ed è qui che bisognerà venirlo a gustare fino - all'opposto - al ritenere imminente il superamento della libera cerca negli ambienti naturali, con il corredo di mistero e di rapporto con il cane, già immaginando erroneamente campi di tartufi piantati come patate, raccolti meccanicamente, con il conseguente crollo dei prezzi per la gioia del consumatore e la disperazione dei tartufai e dei commercianti. Altri con una scrollata di spalle dicono

a mezza voce di raccogliere da anni un buon numero di tartufi bianchi da piante ottenute da polloni di alberi tartufigeni o seminando ghiande, alcuni bagnano il terreno con acqua nella quale sono stati immersi tartufi, altri fanno capire di aver scoperto ulteriori accorgimenti ma di non volerli raccontare...

In realtà la notizia si basa su un articolo scientifico pubblicato sulla rivista *Mycorrhiza* e su una conferenza stampa dell'Inrae, l'Istituto nazionale francese di ricerca per l'agricoltura, l'alimentazione, l'ambiente. Gli obiettivi di questo studio erano valutare la persistenza di *T. magnatum* nel suolo di piantagioni realizzate con piante micorrizzate e caratterizzare la prima coltivazione di *T. magnatum* che ha prodotto ascocarpi al di fuori dell'area geografica naturale conosciuta di questa specie. Nel 2018, cinque impianti sono stati campionati in Francia e *T. magnatum* è stato studiato nel terreno. Il micelio di *T. magnatum* è sopravvissuto nel terreno da 3 a 8 anni dopo la semina. Il risultato chiave di questo studio è stato il raccolto di *T. magnatum* nel 2019 e nel 2020 sotto alberi diversi e durante due stagioni consecutive in un impianto dopo 4,5 anni.

Come si sa, dopo le sperimentazioni degli anni Settanta del secolo scorso in laboratorio e in vivaio di micorrizzazione tra radici e micelio, si sono realizzate per alcune specie di tartufo nero - in particolare il pregiato *melanosporum* - ampie aree di tartuficoltura. Clamoroso il caso della Spagna che partita dal nulla ha affiancato la Francia in testa ai maggiori produttori del mondo. Interessante il fatto poco noto che in Francia la tartuficoltura ha "salvato" il nero pregiato e rappresenta oggi il 97-98% della produzione a fronte del calo verticale di quella spontanea.

Con il bianco pregiato finora era stato difficile produrre piante micorrizzate ade-

guate per una coltivazione redditizia e restano, anche dopo questo importante risultato, molti aspetti da approfondire della sua ecologia e delle tecniche per favorirne la produzione.

Vorrei evidenziare quattro punti, in attesa di approfondire il discorso:

avremmo bisogno anche in Italia, dove sono stati condotti studi pionieristici molto importanti, di investire di più in ricerca, di coordinarla e applicarla meglio;

dobbiamo testare in Italia le nuove possibilità, con metodo scientifico e certificato, a partire da tartufi bianchi pregiati autoctoni delle varie regioni, anche collaborando con i francesi;

abbiamo un grande patrimonio naturalistico che può continuare a offrirci un eccezionale prodotto, il *T. magnatum*, ma che dobbiamo salvaguardare con specifiche manutenzioni forestali (anche arricchendolo di piante micorrizzate) e tramandando le migliori conoscenze e pratiche di cerca e cavatura.

Sempre di più dobbiamo considerare il *T. magnatum Pico* italiano non solo un prodotto da far conoscere e di cui garantire la qualità, ma un tesoro culturale legato a tradizioni, salvaguardia e diversità ambientale, uso sapiente in cucina.



La Comunità del Tartufo verso l'UNESCO: iniziative 2021

di Antonella Brancadoro



Antonella Brancadoro
Direttore della Associazione Nazionale Città del Tartufo

Nel programmare le attività dell'anno 2021 l'Associazione Nazionale Città del Tartufo ha dovuto confrontarsi con i limiti imposti dal perdurare della pandemia. È stato necessario ripensare la strategia di comunicazione per accompagnare i territori italiani associati e tutta la comunità legata alla candidatura a patrimonio immateriale dell'umanità della 'Cerca e cavatura del tartufo: conoscenze e pratiche tradizionali in Italia nell'ultimo importante tratto del percorso verso il prestigioso riconoscimento, sul quale l'Unesco dovrà esprimersi entro fine anno.

Uno degli strumenti individuati per una efficace comunicazione è l'utilizzo dei social network, con particolare riferimento a Facebook (pagina Associazione nazionale Città del tartufo) ma anche Instagram (città del tartufo) e Twitter (città del tartufo), avviato grazie alla collaborazione dei Soci. Mezzi che consentono di raggiungere un numero molto ampio di persone, di raffinare il target a cui ci si rivolge e che permettono sia di promuovere l'Associazione che di declinare l'argomento della candidatura nelle sue tante sfaccettature utilizzando contenuti di diversa natura: testi, foto e video. A tale scopo è stata fondamentale la colla-

borazione dei territori che hanno inviato, e stanno continuando a farlo, materiale nuovo inerente le tematiche associative per ampliare i contenuti di archivio e dare conto della ricchezza dell'elemento proposto a tutela mondiale: foto che raccontino la cerca; il rapporto uomo cane; la particolarità di un territorio nella sua vocazione tartufigena; interviste o commenti, aneddoti e storie, favole o credenze, testimonianze o documenti sul mondo del tartufo.

Allo stesso modo si è reso necessario coordinare l'avvio nei territori comunali di una serie di iniziative, consentite ancora dall'emergenza pandemica, sempre con il fine di accompagnamento e realizzazione delle misure di salvaguardia espresse nel dossier di candidatura UNESCO. A settembre dello 2020, durante una manifestazione a Campobasso in Molise, è stato presentato alla Stampa e distribuito ai Soci il lavoro editoriale fatto in collaborazione con l'Ufficio UNESCO del MiBACT. La brochure, pubblicata bilingue sul sito www.cittadeltartufo.com, ha offerto lo spunto per organizzare occasioni di divulgazione e attività territoriali consentite nel 2021. Infatti le Città del Tartufo saranno impegnate a coinvolgere Scuole del territorio, Associazioni dei Tartufai, Musei e Centri Studio e Aziende impegnate nella trasformazione del prodotto per la realizzazione di un progetto seguendo le tematiche contenute nella brochure, da scegliere tra ambiente e biodiversità, formazione, benessere e addestramento animale, valore storico-culturale-antropologico e sociale dell'elemento proposto in relazione al territorio, impegno e valore della trasmissione dei saperi alle giovani generazioni. A sostegno di queste iniziative territoriali che saranno inserite nelle azioni di comunicazione dell'Associazione, le Città del Tartufo organizzeranno, nelle modalità consentite, almeno tre eventi pubblici le cui date saranno pubblicate sul sito.

Il primo, un'analisi sensoriale in cui saranno forniti i primi rudimenti dell'argo-

mento per affermarne l'importanza in materia di Tartufo e le possibilità di impiego qualora le Città coinvolte volessero tenere sul proprio territorio, anche in forma associata tra loro, un corso di analisi sensoriale completo per la formazione di un gruppo di esperti da utilizzare quale elemento qualificante delle iniziative future. Sarà coinvolto nell'organizzazione il Centro Studi Tartufo di Alba e l'evento si è tenuto alla fine di marzo.

Il secondo dedicato al Benessere animale a partire dall'addestramento dei cani: per la parte tecnica e metodologica sarà coinvolta l'Università dei cani da Tartufo di Roddi (CN) e rappresentanti di tutta la comunità dei tartufai per testimoniare lo speciale rapporto affettivo e strategico che instaurano con i propri cani. L'evento è previsto per la fine di aprile.

Auspiciando la possibilità della fine delle restrizioni anti Covid, le Città del Tartufo stanno programmando un terzo evento in presenza sulla Biodiversità ambientale con ricaduta sulla biodiversità alimentare, di cui sarà data ampia comunicazione successiva, e l'istituzione di un Premio Nazionale denominato "Un Tartufo fa Cultura" che l'Associazione potrebbe riconoscere a un soggetto che a partire dal 2021, si sia impegnato per la ricerca, la cultura, lo sviluppo economico, la solidarietà, l'informazione.

Tutti eventi che vogliono riempire questo tempo dell'attesa per un traguardo molto sentito da tutta la comunità tartufigena, in un anno in cui le difficoltà rendono complicata la presenza sui territori e la forza della comunicazione e della divulgazione prova a colmare le distanze fisiche.

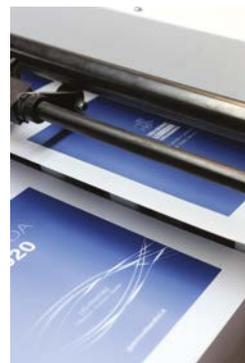
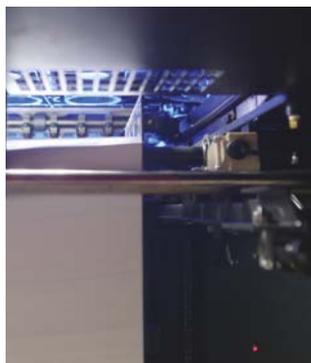




**CASA EDITRICE
LEARDINI
TIPOLITOGRAFIA**

80 anni

*dal 1941 qualità e professionalità
al Vostro servizio*



FORNITURE PER: ► AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE ► SCUOLE DI OGNI ORDINE E GRADO ► AZIENDE PRIVATE

guerrinoleardini.it

Località Prato - Zona Art.le 1/R - 61023 MACERATA FELTRIA (PU) - Tel. 0722.74780 - Fax 0722.74339 E-mail: info@guerrinoleardini.it