

Rassegna Stampa

20/02/2012

dipuntostudio

RASSEGNA STAMPA

Pag.	Data Articolo	Testata Titolo
<i>ECONOMIA NAZIONALE</i>		
3	20/02/2012	<i>CORR. DEL MEZZOGIORNO-ECONOMIA</i> BUFALA CAMPANA IN TOUR PER ABBINARSI AL BUON VINO

A tappe Dalla Valle d'Aosta alla Sicilia: finalissima alla Città del gusto di Napoli

Bufala campana in tour

Per abbinarsi al buon vino

DI **PIERO ROSSANO**

Non tutti i fidanzamenti sfociano in nozze. Il matrimonio tra mozzarella di bufala Dop e il buon vino sì. E addirittura a tappe, lungo tutto lo Stivale. Davanti a «testimoni» interessati e spettatori incuriositi dall'abbinamento, l'iniziativa è partita ieri sera in via Arsenale a Torino (celebrazione al Wine Bar & Caffè TorloVini) e si concluderà il 28 febbraio da Enocratia in via Sant'Agnese a Milano. Ma il 10 marzo è addirittura prevista una finalissima tra «pretendenti» alla Città del gusto del Gambero Rosso a Napoli. Nel mezzo una serie di tappe che toccheranno davvero tutta l'Italia, dalla Valle d'Aosta alla Sicilia, dalla Toscana al Veneto al Friuli, dalla Campania — naturalmente — alla Puglia, passando per la Basilicata.

È questo un altro *step* della direzione intrapresa da qualche anno dal management del Consorzio di tutela della mozzarella di bufala campana Dop: obiettivo denunciato e perseguito è quello di presentare un'eccellenza qual è il latticino più famoso nel mondo (basti pensare che negli Usa attualmente un chilo arriva a costare 100 dollari) accanto ad altri prodotti di grido e brand di successo dell'agroalimentare italiano. La mozzarella di bufala si sveste definitivamente, insomma, dei panni di «Cenerentola» e partecipa di buon diritto al gran ballo del gusto, accompagnandosi ai più prestigiosi vini. «Bufala & Wine Wedding» diventa in tal modo un



Distesa bianca Mozzarelle di bufala

«matrimonio d'interesse» reciproco perché nel frattempo, nelle more dell'organizzazione del programma di eventi, i migliori marchi hanno dovuto quasi sgomitare per accomodarsi accanto all'ambita «sposa». Solo per citare qualche vitigno con carta d'identità meridionale, nelle tappe pugliesi (al Dona Flor di via Cognetti dopodomani sera a Bari e alla Masseria Barbera di Minervino Murge il 24 febbraio) il matrimonio si celebrerà con vini quali l'Aleatico di Puglia Doc, il Salice salentino, i primitivi e i rosati del Salento; in Campania, dove per forza di cose il «fidanzamento» dura da più tempo, la mozzarella di bufala Dop convocherà a nozze non solo con i rossi (da segnalare l'incontro con il Pallagrello, vitigno casertano da una decina d'anni al centro di numerosi progetti di recupero di una tradizione che risale ai Borbone) ma anche con bianchi

quali il pregiatissimo e quasi del tutto scomparso Asprinio (primo appuntamento mercoledì sera presso Le Colonne di viale Dohuet a Caserta, quindi giovedì a La Pergola di via Magna Grecia a Capaccio, infine il 25 a La Cantinella di via Cuma a Napoli); in Basilicata (l'appuntamento c'è stato ieri sera all'Antica Osteria Marconi di Potenza) con rosati, il Greco e la malvasia bianca; e in Sicilia (dove l'iniziativa si è aperta ieri, all'Oliver Wine Bar di Palermo) per un connubio con i preziosi vitigni Chardonnay, Grecanico, Pinot bianco. Alla vigilia della partenza delle tappe dallo stesso Consorzio non si sono nascosti la curiosità per la riuscita dell'iniziativa: «Confessiamo che siamo i primi ad avere interesse di conoscere quali saranno i vini a diventare partner ideali del nostro prodotto» ha infatti affermato Antonio Lucisano, direttore del Consorzio per la tutela della mozzarella di bufala Dop. In realtà l'interesse è quello di contrarre un «matrimonio bigamo», di incrociare cioè quanti più gusti in un momento di presentazione e rilancio del prodotto alla vigilia dei mesi più caldi, quando tradizionalmente i consumi aumentano. Sotto questo profilo il Consorzio in questi giorni ha ufficializzato una «raccomandazione» rivolta a caseifici e consumatori: la mozzarella di bufala va immessa sul mercato imbustata. Il prodotto ne guadagna in sterilità e fragranza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA