



Anche Eataly si impegna a difendere l'unicità del Culatello di Zibello. Si è parlato parmigiano, ieri, nell'avamposto dello Slowfood nazionale, grazie ai produttori del Consorzio di tutela che si sono ritrovati pacificamente armati delle loro affettatrici per offrire un assaggio a tutti del vero Re dei salumi, sempre più minacciato dai tentativi – malriusciti - di contraffazione.

Del problema della frode alimentare, in particolare legata al Culatello, si è discusso nel corso di una tavola rotonda a cui hanno preso parte Oscar Farinetti, Davide Paolini, Paolo Marchi, Giovanni Ballarini, Massimo Pezzani, Marco Pizzigoni e Massimo Spigaroli, presidente del Consorzio di Tutela del Culatello di Zibello e alla guida, insieme al fratello Luciano, dell'Antica Corte Pallavicina.

“Il Culatello – ha detto Oscar Farinetti, patron di Eataly - è l'icona della confusione che stiamo vivendo, in cui il valore non sempre viene riconosciuto. Noi ci impegniamo, partendo proprio dal Re del Salumi, ad informare correttamente il pubblico sulle nostre eccellenze”.

“Per difendere la tipicità italiana, la prima cosa da fare - ha aggiunto - è combattere il problema delle contraffazioni alimentari nel nostro Paese; dopodiché occorre andare a raccontare ai consumatori e al mondo che sono fatti in Italia, con materie prime - quando le abbiamo – italiane, dai nostri produttori. Solo così sarà possibile alimentare la domanda, e alzare il prezzo medio, che non si aumenta con i decreti, e rilanciare così il settore dell'alimentare creando nuova occupazione”.

“In effetti negli ultimi anni – gli ha fatto eco Massimo Spigaroli, neoeletto presidente del Consorzio di tutela del Culatello di Zibello – abbiamo registrato una leggera flessione nelle vendite, anche se i dati dell’ultimo mese parlano di una confortante ripresa. Il calo è dovuto al fatto che sul mercato sono presenti numerosi prodotti spacciati per culatello che però con esso non hanno nulla a che vedere. E non parlo solo del Culatello di Zibello o Dop ma del culatello in generale. La contraffazione è un danno: per i produttori ma anche per i consumatori”.

“Stiamo lavorando con il Ministero – ha aggiunto – per elaborare un decreto che possa tutelare l’unicità del nome del culatello e dovrebbe essere solo questione di tempo. Nel frattempo è importante che le persone imparino a conoscere questo salume, un prodotto ‘vero’, frutto del nostro territorio e del lavoro di tanti produttori”.

Un’eccellenza che, come ha ricordato il “Gastronauta” Davide Paolini, “negli anni ’90 è stata il simbolo della riscossa dei prodotti tipici. Non solo un salume ma un medium di comunicazione del territorio, anche quando produceva poco più di 200 culatelli l’anno”.

Al termine della tavola rotonda poi, i produttori del consorzio, con le loro 22 brillanti affettatrici, sono passati dalla teoria alla pratica, permettendo ai passanti e ai clienti di Eataly di scoprire il sapore del culatello. Quello vero.