

Dubai, New York, Buenos Aires, Tokyo e Mosca: la cucina romana va alla conquista di nuovi mercati in cinque tappe. Il tour promozionale partirà a maggio. Dal Sudamerica all'estremo Oriente, passando per gli Emirati arabi. Il menù che sarà proposto in giro per il mondo unirà prodotti tipici della tradizione romana a eventi storici: l'antipasto, per esempio, si chiamerà «ad urbe condita» per ricordare la fondazione della città eterna; il primo sarà l'«Impero», ovvero un fumante piatto di pasta cacio e pepe secondo la tradizionale ricetta trasteverina; e il dolce si chiamerà «Roma Capitale».

L'iniziativa è stata presentata ieri sera nella trattoria Antica Pesa dei fratelli Francesco e Simone Panella, osteria tipica romana a Trastevere dove, riconoscente per le delizie del palato, ha addirittura lasciato come ricordo un disegno autografato un artista come Keith Haring.

L'Antica Pesa, che fra l'altro ospitò uno storico pranzo fra l'allora capo dello Stato Sandro Pertini e il re di Spagna Juan Carlos, metterà a disposizione i piatti «realizzati esclusivamente con prodotti locali». Il progetto, voluto dall'assessore capitolino al Commercio Davide Bordoni e appoggiato dal sindaco Gianni Alemanno, sarà finanziato dal Campidoglio e dal ministero per lo Sviluppo economico. «Vogliamo promuovere la cucina romana nel mondo», ha detto l'assess-



Con il sindaco A sinistra Gianni Alemanno con l'assessore Bordoni, il titolare dell'«Antica Pesa» Francesco Panella e l'enologo Riccardo Cotarella. Sopra, il presentatore Carlo Conti

Gastronomia L'iniziativa presentata all'Antica Pesa. Il primo si chiamerà «Impero»

La cucina romana? In tour

Giro promozionale per presentare i piatti tipici da Dubai a Mosca



sore Bordoni. «Lo facciamo con un progetto innovativo che promuoverà l'immagine di Roma a 360 gradi e sarà anche un volano per il turismo», ha aggiunto Giorgio Fanara, ingegnere che ha collaborato alla stesura del piano di interventi.

E ad accompagnare i piatti romani, ci saranno vini locali pregiati, considerati fra i migliori in Italia: si tratta dei rossi dell'azienda Falesco di Montefiascone, impresa che fa capo alla famiglia Cotarella. Impegna oltre sessanta ad-

mercato di mezzo mondo, soprattutto in America: «Il 70% della nostra produzione finisce all'estero», dice infatti con un pizzico di orgoglio Riccardo Cotarella, enologo di fama internazionale e fondatore della cantina.

Ieri sera fra l'altro la Falesco ha festeggiato i trent'anni di attività. E fra gli invitati, oltre al sindaco, c'erano molti volti noti: dal presentatore Carlo Conti agli imprenditori Paolo Bulgari (gioielli e lusso), Gianmarco Moratti (petrolio) e Marco Luciani (grande distribuzione); dal

presidente della Federnuoto e parlamentare del Pdl Paolo Barelli al conduttore del Tg1 Paolo Di Giannattasio; dal giornalista Francesco Giorgino all'avvocato Andrea Muccioli, figlio di Vincenzo, il fondatore della comunità di San Patrignano.

Assenti giustificati, invece, Massimo D'Alema, chiamato da «un impegno politico urgente in Puglia», e lo showman Maurizio Costanzo, bloccato a letto dall'influenza.

Paolo Foschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA