

150
1867
2017

LA STAMPA



ILLUSTRAZIONE DI MATTIA CERATO

QUI SI RESPIRA IL PROFUMO DELLA FIDUCIA

MARIO DEAGLIO

«**A** mezzogiorno come a cena passavano quasi sempre polenta, da insaporire strofinandola a turno contro un'acciuga che pendeva per un filo dalla travata... e chi strofinava più dell'onesto... Tobia lo picchiava attraverso la tavola, picchiava con una mano mentre con l'altra fermava l'acciuga che ballava al filo». Così lo scrittore albeso Beppe Fenoglio scriveva nel 1954 ne «La Malora», un classico della recente letteratura italiana che portava il «profondo Nord» della Valle del Belbo e, più in generale, dell'Albeso alla ribalta di un'Italia appena uscita dalla guerra.

A passeggiare oggi per le vie di Alba, a visitare i fiorenti borghi agricoli, su colline ricchissime di vigneti e nocioleti, non si può non essere colpiti dal totale cambiamento rispetto ai tempi descritti da Fenoglio: in questa parte d'Italia proprio non manca nulla, o manca ben poco.

E soprattutto qui non si respirano soltanto gli aromi del tartufo, del buon vino e del buon cibo ma un effluvio particolare di cui in quasi tutta l'Italia si è perso anche il ricordo, merce abbastanza rara, del resto, anche negli altri paesi d'Europa: è il profumo della fiducia in sé e negli altri, il profumo della voglia di fare e della soddisfazione per il già fatto.

Non è un caso che Alba figuri da diversi anni nella parte alta della classifica dei «borghi felici» - redatta mettendo assieme diversi indicatori - anche se gli abitanti di Alba, delle Langhe e del Roero, non inclinano ai facili entusiasmi, andrebbero adagio a parlare di felicità.

CONTINUA A PAGINA III

H

IL FUTURO DEL NORD OVEST

ROBERTO
FIORI

a poco più di trentamila abitanti, non è capoluogo di provincia e la sua squadra di calcio gioca in Eccellenza. Eppure, da sempre Alba si dà arie da capitale. Capitale del tartufo bianco e dei grandi vini rossi Barolo e Barbaresco, capitale della Nutella e delle colline di Langa e Roero, capitale del turismo slow e della gastronomia di qualità. Dinamico e intraprendente, il territorio di Alba e Bra ha allargato i suoi confini ben oltre i limiti tradizionali, diventando una destinazione che richiama visitatori dall'Italia come dall'estero. «In vino felicitas»,

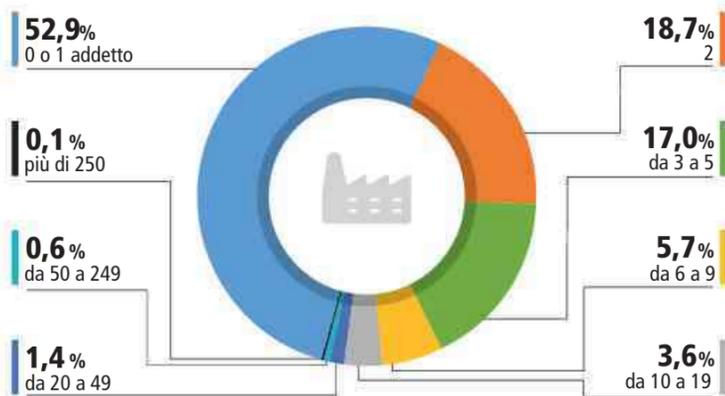
verrebbe da dire. Ma non è sempre stato così. Anzi, tutto è cambiato in poco più di mezzo secolo. Prima di diventare sede di aziende multinazionali, prima di trasformarsi in luogo prediletto dai turisti del gusto e in meta ambita dai winelover, «le colline delle meraviglie» che ora possono anche fregiarsi del riconoscimento Unesco sono state per lungo tempo i luoghi della miseria contadina descritta in modo indelebile da Beppe Fenoglio. Ed è anche per questo che il recente boom deve essere visto come un punto di partenza, non di arrivo: il balzo va gestito e consolidato nel solco del turismo sostenibile, della valorizzazione e di un'offerta in grado di soddisfare ogni palato, senza snaturarsi. Forse è bene ricordare che la ragione del successo dell'Albeso risiede nel fatto che finora è cresciuto gradatamente, andando di pari passo con le sue imprese, con la qualità dei suoi prodotti e con l'ospitalità delle sue colline. Perché è proprio questo il pericolo più grande che si nasconde dietro l'angolo, ora che tutto corre veloce: rompere l'equilibrio, lanciarsi nella ricerca del massimo profitto, spremere il turista scordando i valori semplici e genuini che hanno portato al successo.

ALBESE, LANGHE E ROERO Sulle colline delle meraviglie

CONTINUA A PAGINA II

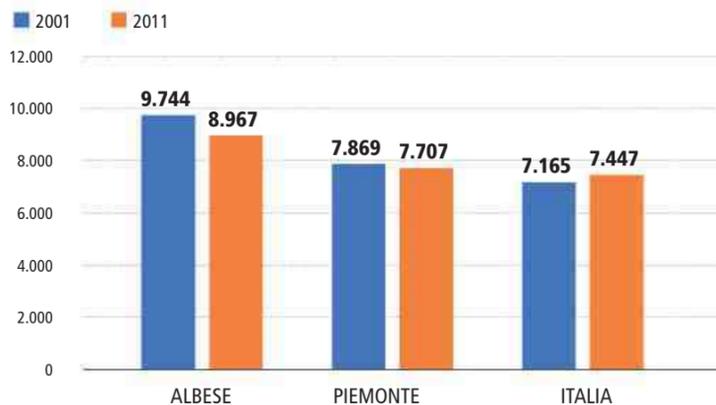
L'Albese in cifre

Percentuale di imprese per numero di addetti



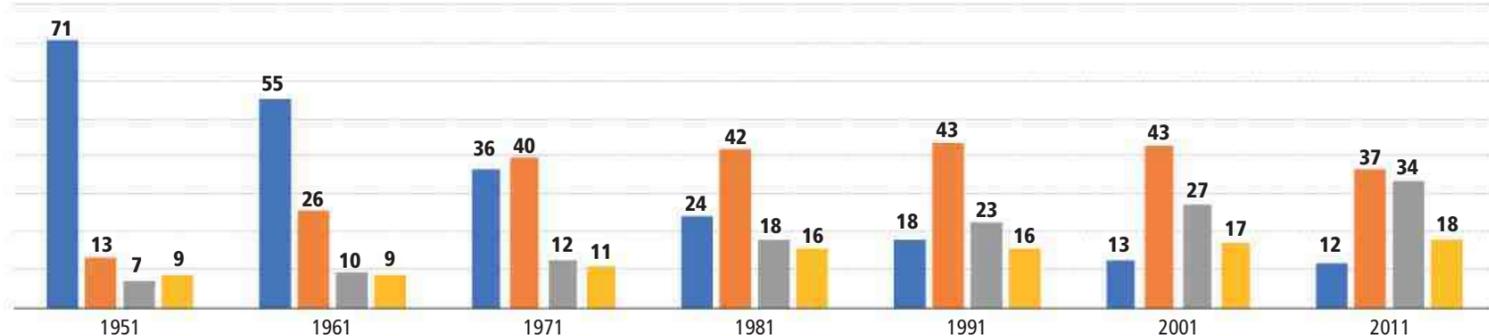
Fonte: Camera di Commercio (dati relativi al 2011)

Imprese per 100mila abitanti



Fonte: Istat

Addetti per settore di impiego, 1951-2011. Quote percentuali sul totale

Incidenza dell'occupaz. nel settore: ■ agricolo ■ industriale ■ terziario extracommerciale ■ commerciale

Fonte: Elaborazione su dati Istat

centimetri - LA STAMPA

Il territorio dei contadini-operai punta sul turismo per crescere ancora

L'ingresso nei siti dell'Unesco fa sperare in un aumento delle presenze

ROBERTO FIORI
SEGUE DA PAGINA 1

A sentire i prezzi di certi vigneti, qualche timore c'è. Le colline delle meraviglie non devono trasformarsi in un luna park senz'anima e senza sapore.

È compito delle nuove generazioni immaginare un futuro in armonia con il passato. Magari ricordando come un piccolo mercato agricolo si sia trasformato in 50 anni in un modello di dinamismo imprenditoriale, commerciale e turistico. La storia è nota: una straordinaria generazione di creatori d'impresa, i pullman su e giù per le colline, la stagionalità di alcune lavorazioni come la vite e il nocciolo che ha consentito ai contadini-operai di tenere un piede in fabbrica e uno sulla terra. E così operando, anche le colline hanno scoperto la loro vocazione, diventando negli ultimi 30 anni le artefici del secondo miracolo economico vissuto dalle Langhe e dal Roero: quello enogastronomico e turistico, che ha ancora ampi margini di crescita. Basti pensare all'Alta Langa che fa da contraltare alle ricche colline del vino, con il suo paesaggio più aspro ma anche più autentico, ideale per chi ama le attività outdoor e dove le nocciole tonde e gentili stanno trovando un nuovo concorrente nei vigneti da spumante spinti in su dal cambiamento climatico.

Nonostante il tessuto industriale sia riuscito a superare, pur con sacrifici e grazie a una marcata propensione all'export, anche il recente ciclo negativo, oggi il turismo legato al paesaggio, alla cultura e all'enogastronomia sembra in grado di occupare lo spazio lasciato vuoto dal ridimensionamento di alcune imprese. E

a lenire, almeno in parte, le ferite inferte a questo angolo di Piemonte dalle grandi reti di collegamento - autostrada come ferrovia - e spesso anche dalle istituzioni: tribunale e guardia di finanza hanno chiuso i battenti, mentre il nuovo ospedale si fa attendere da dieci anni. Il fatturato del settore turistico in tutto il comprensorio ruota intorno ai 250 milioni di eu-

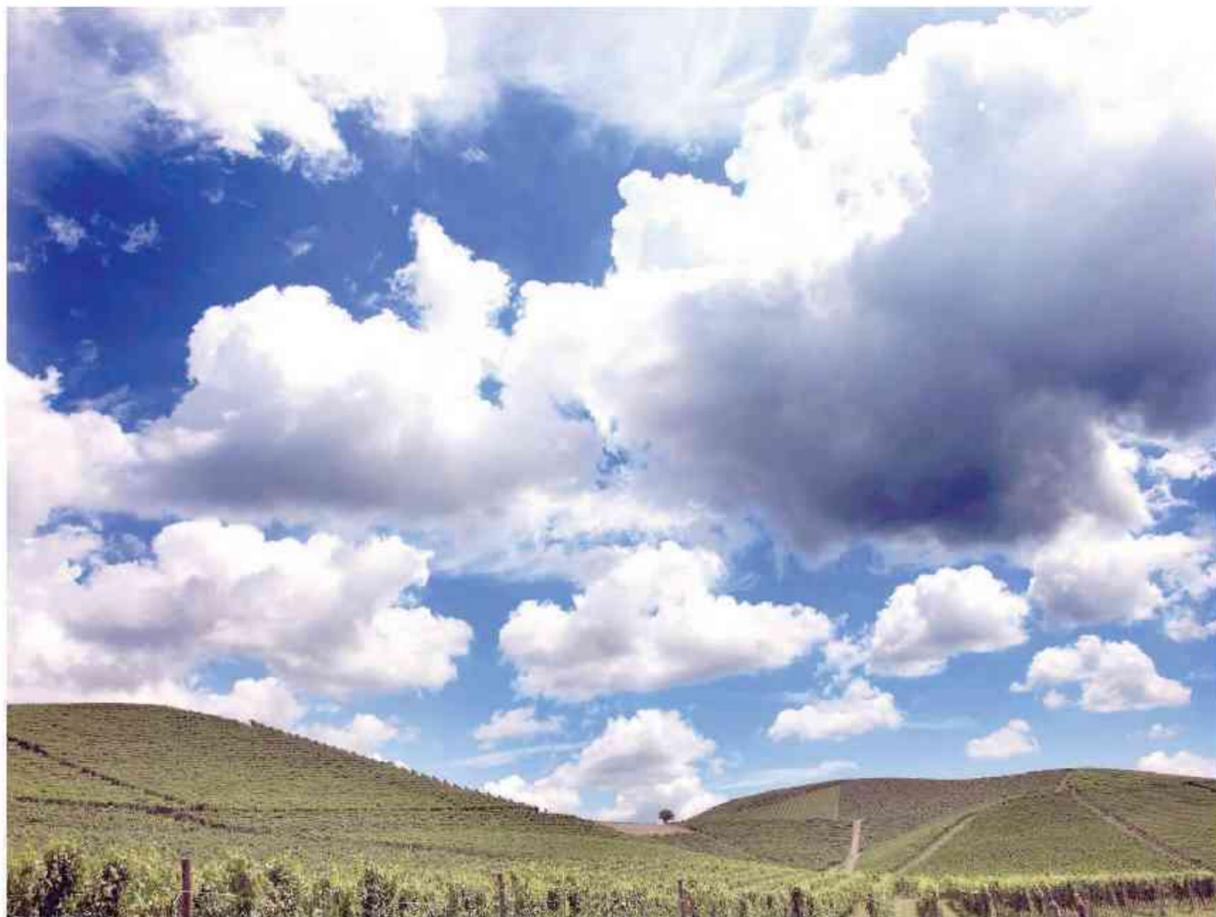
ro e dà lavoro a oltre 7 mila addetti, impegnati in più di mille aziende con 11 mila posti letto e 42 mila coperti. La spesa media giornaliera del «foodtrotter» è di 190 euro. Tutti numeri che sono pressoché raddoppiati in una dozzina d'anni. E che sono destinati ad aumentare, se è vero che i siti promossi nel passato dall'Unesco hanno registrato una crescita del

turismo intorno al 30% nei primi cinque anni. Le ricadute positive dell'ingresso nel club dei siti tutelati possono essere ancora ampie.

Oggi la ricetta di Langhe e Roero propone un mix di tradizioni, paesaggio, arte, eventi, spettacoli. Perché se il cibo eccellente è cultura, ad Alba e dintorni hanno capito da tempo che anche la cultura è cibo eccellente e negli ulti-

mi anni si sono moltiplicati gli sforzi per organizzare festival, allestire mostre e invitare personaggi di richiamo. C'è chi applaude e c'è chi teme l'eccessiva invasione dei pullman che poco hanno a che fare con ciò che queste terre possono offrire. La discussione è aperta, le colline continuano a meravigliare.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Una giornata serena in Langhe, con le colline coperte dai vigneti, l'«oro» del territorio

BRUNO MURIALDO



Il Centro ricerche della Ferrero nell'ex Filanda di Alba

ARCHIVIO SILVIA MURATORE

Una società cresciuta senza traumi in sintonia con se stessa e con il mondo

Dal turismo enogastronomico al successo internazionale della Nutella l'Albese è fra i territori più inseriti nell'economia globale del Piemonte

MARIO DEAGLIO
SEGUE DA PAGINA 1

Lasciamo quindi da parte la felicità, basta dire che qui si è verificato l'imprevedibile:

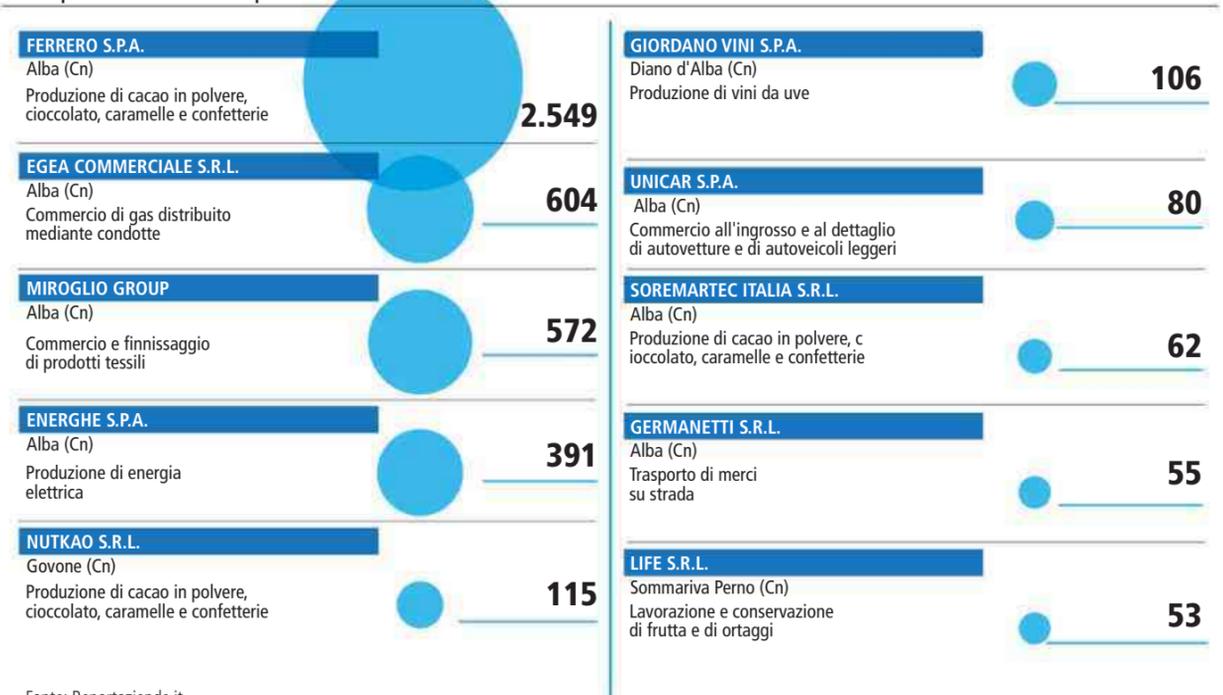
le poverissime cascate dei tempi di Beppe Fenoglio e di Cesare Pavese sono ora guardate con interesse da aspiranti compratori di tutto il mondo, pronti ad acquistarle a caro prezzo per farne la loro «seconda casa». Le colline delle Langhe e del Roero sono state dichiarate «patrimonio dell'umanità». Alle «aste del Barolo» che si tengono in questi territori si vedono più asiatici che italiani, intenti a scorrere con grande concentrazione il catalogo delle bottiglie in vendita; aste analoghe - sempre di Barolo - si tengono anche in America e in Asia.

Insomma, questo territorio quasi ignorato, persino nel nome, da un gran numero di italiani, si è trasformato nell'area più inserita nell'economia globale del Piemonte e probabilmente anche d'Italia. E lo ha fatto senza i grandi traumi legati a questo tipo di esperienze, senza sconvolgere le proprie radici ma anzi reinterpretandole alla luce dei nuovi valori della globalizzazione. Trenta o quarant'anni fa, se avessimo dovuto scommettere su un territorio piemontese di grande successo, avremmo subito pensato a Ivrea e all'industria elettronica. Il modello eporediese è tramontato con grande rapidità, quello albese continua ad andare molto forte.

Perché? Forse perché il modello di Alba si è costruito cammin facendo, con quelli che po-

Le prime 10 imprese

ricavi 2014 in milioni



Fonte: Reportaziende.it

centimetri - LA STAMPA

tremmo definire due adattamenti paralleli, uno interno e uno esterno.

L'«adattamento interno» riguarda sia la continua attenzione alla terra, sviluppatasi con il progredire delle tecnologie agricole, sia il rapporto dei lavoratori dell'industria, con le loro fabbriche e i loro uffici. Fabbriche e uffici sono sempre stati percepiti come un «bene comune»; si è sempre pensato che, accanto al profitto, esista una dimensione «sociale». Il tutto si è tradotto nell'azione spontanea dei lavoratori nel caso di calamità naturali, come le inondazioni, per minimizzare i danni agli impianti. E in azioni concrete a favore dei lavoratori da parte delle imprese e delle fondazioni che sono loro emanazione. Questa sintonia trova anche riscontro nei cinquantamila soci della Banca albese di credito cooperativo che la colloca al primo posto della relativa classifica italiana.

Una società in sintonia con se stessa, quindi. Ma anche in sintonia con il resto del mondo e

soprattutto con l'evoluzione delle esigenze alimentari e degli stili di vita del resto del mondo, alla quale il mondo albese e langarolo si è sempre adattato. Due esempi. La riduzione della durata e del numero delle portate dei pranzi tradizionali, coniugata con il mantenimento della qualità e della bontà degli ingredienti, che ha innescato una fortissima ondata di turismo gastronomico; e l'adozione di un nome derivato dall'inglese per la Nutella, il cui contenuto deriva dalle ricette tradizionali

- a base di nocciola - di una società povera che solo con difficoltà poteva permettersi il cioccolato ed è divenuto uno dei cibi più «globali».

Continuerà il «miracolo albese»? Una condizione necessaria, anche se non sufficiente, è che gli albesi, i langaroli e gli abitanti del Roero continuino a crederci, che continuino a essere più entusiasti di quello che potranno fare che soddisfatti di quello che loro, e i loro padri, hanno realizzato.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



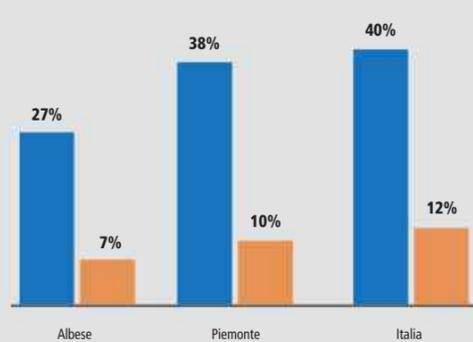
Mario Deaglio

Già professore di Politica economica all'Università di Torino ed editorialista de La Stampa

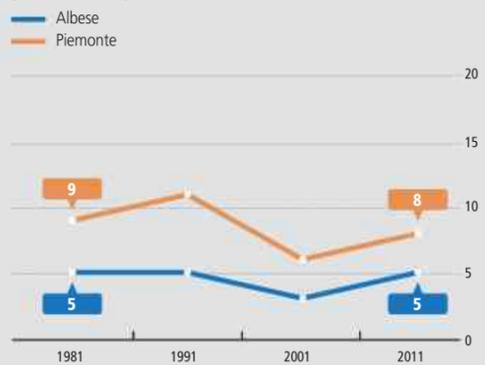
Il dinamismo dell'economia fa crescere la popolazione

L'Albese in cifre

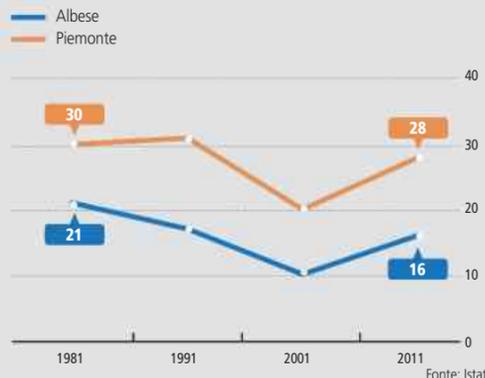
Tasso di disoccupazione 2015 (stime del Centro Einaudi)



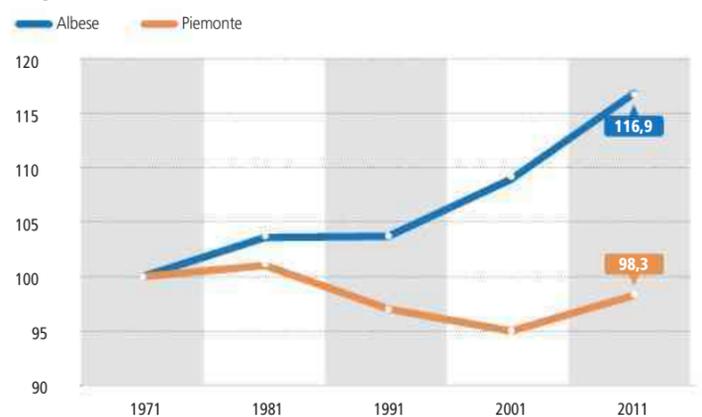
Tasso di disoccupazione (Valori Percentuali)



Tasso di disoccupazione giovanile (Valori Percentuali)

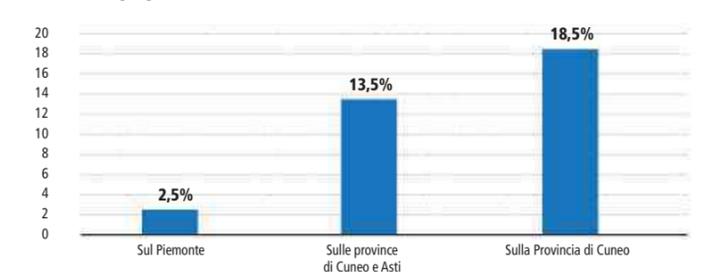


Popolazione, numeri indice 1971=100



Fonte: Atlante dei Comuni

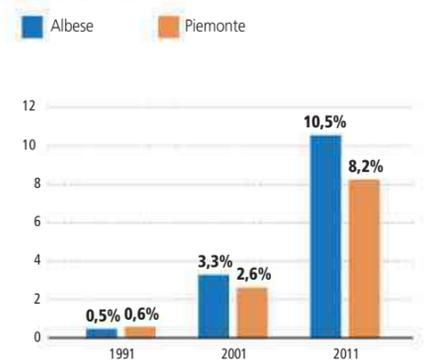
Incidenza popolazione dell'Albese (Valori Percentuali)



Fonte: Atlante dei comuni, Istat

Stranieri residenti per mille abitanti

Rapporto fra la popolazione residente straniera e la popolazione residente complessiva per cento. L'indicatore esprime la quota percentuale della popolazione straniera residente nel territorio considerato rispetto al totale della popolazione residente. Tale quota comprende sia gli iscritti in anagrafe provenienti dall'estero che i nati in Italia da genitori stranieri ma non comprende ovviamente i cittadini stranieri che hanno acquisito la cittadinanza italiana.



Fonte: Elaborazione su dati Istat

centimetri - LA STAMPA

GIUSEPPE RUSSO

A

Alba e il suo sistema del lavoro comprendono, secondo l'Istat, 67 Comuni: 60 nella provincia di Cuneo e 7 in quella di Asti. Siamo in una delle isole felici del Nord Ovest. Vi abitano poco più di 180 mila abitanti, tuttavia la loro dinamica è in lenta ma continua crescita, all'opposto di quella del Piemonte. L'aumento della popolazione albese non si deve alle nascite, poiché da circa venti anni le generazioni sono di appena 1.000 nuovi nati per anno, ossia dimezzate rispetto a quelle del baby boom. La fortuna demografica di Alba si deve piuttosto alle attrattive di un territorio estremamente dinamico sotto il profilo economico. Prova ne sia che la popolazione straniera, regolarmente integrata, sfiora l'11 per cento della popolazione complessiva.

La vocazione naturale originaria del territorio è quella della coltura della vite e della produzione del vino, che proprio nell'Albese riunisce territori vocati ad alcune delle denominazioni più prestigiose d'Italia.

Nella cultura della popolazione albese l'impresa è una struttura centrale, sia numericamente che qualitativamente. Numericamente, con quasi 9000 imprese registrate ogni 100 mila abitanti, Alba supera sia la media piemontese (7.700), sia la media nazionale (7.400). In termini qualitativi, le imprese che sono nate ad Alba hanno conosciuto un successo che assai spesso le ha portate in tutto il mondo. È questo il caso di marchi come Ferrero (2,4 miliardi di euro di fatturato) o Miroglio (572 milioni). Per quanto la maggior parte delle aziende appartenga al mondo delle pmi, il 47 per cento degli addetti ad Alba lavora in imprese con più di 50 dipendenti, dotate

di una certa struttura organizzativa.

La capacità di organizzazione sembra una delle matrici più interessanti che si trovano sul territorio albese. È grazie alla capacità di integrare le vocazioni diverse che nel corso del tempo si è dato vita a un sistema che ha unito in un sistema omogeneo la produzione agricola, la trasformazione industriale e lo sfruttamento turistico del territorio, tanto da generare una vera e propria escalation delle strutture ricettive, che si sono moltiplicate per 5 rispetto all'anno duemila, in appena quindici anni. Parallelamente all'industria turistica, Alba ha saputo sviluppare un settore immobiliare che ha prodotto e offerto specie a cittadini stranieri residenze di alta qualità e di lusso.

È naturale, quindi, che Alba si dimostri un'oasi felice anche nelle statistiche sui risultati dell'attività economica. Il reddito medio dei con-

tribuenti è di 18 mila euro pro capite (ma si deve considerare che il reddito agrario ha una valutazione fiscale convenzionale); il tasso di disoccupazione è del 7 per cento, contro una media piemontese del 10 per cento e nazionale del 12 per cento; i depositi bancari e postali ammontano a 16.500 euro, contro i 13.800 della media piemontese.

Alla domanda se l'epoca digitale cambierà qualcosa si può rispondere fiduciosamente con i dati sull'istruzione. Alla fine della seconda guerra mondiale, solo tre albesi su 100 avevano un diploma o una laurea e nel 1991 il numero era salito, ma solo al 17 per cento, ossia 4 albesi su 5 non avevano un'istruzione superiore. In pochi anni tutto è cambiato: il 37 per cento degli albesi è diplomato o laureato e saranno i pilastri del proseguimento dello sviluppo, anche in chiave digitale.

russo@centroeinaudi.it

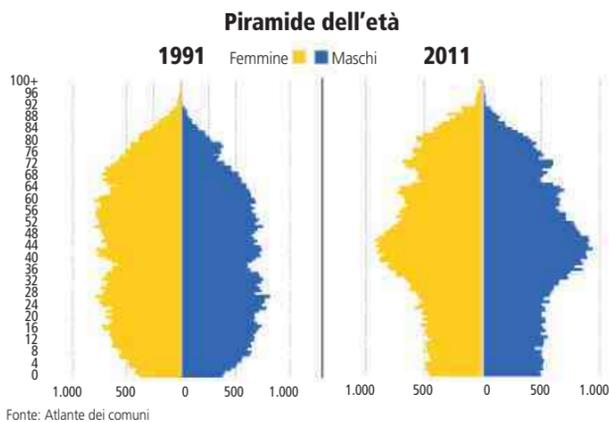
© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

La fortuna demografica di Alba non si deve alle nascite ma alle attrattive del territorio. Non a caso il numero degli stranieri regolarmente integrati sfiora l'11 per cento degli abitanti

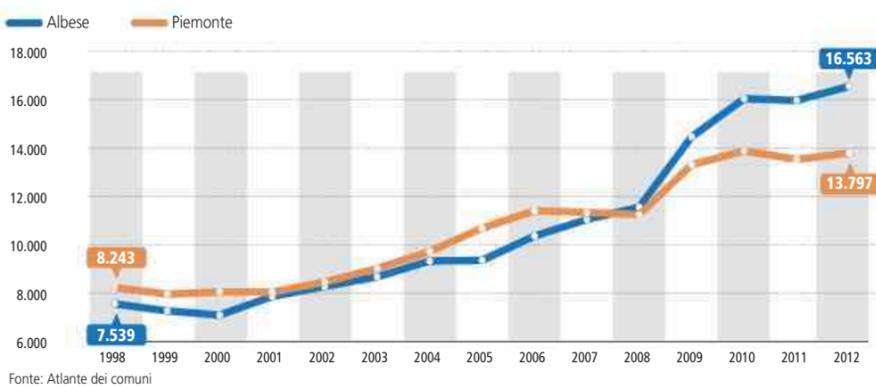
Il direttore dell'Associazione commercianti: "La zona ha dimostrato la capacità di valorizzare le eccellenze. Ma questo, invece di garantire supporto ci ha portato a sentirci dire: siete bravi, aggiustatevi da soli"



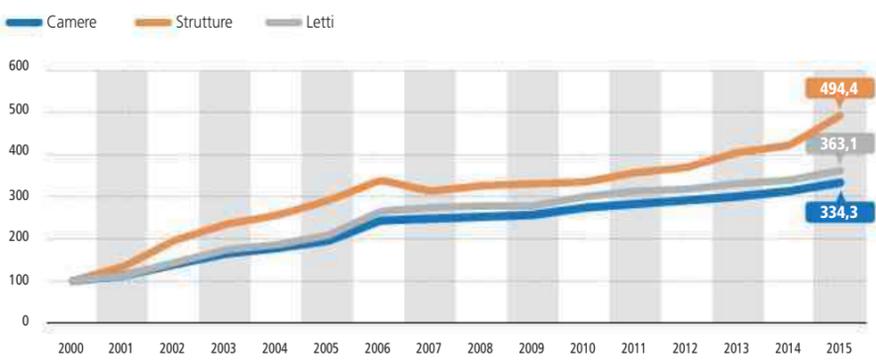
La piramide demografica rappresenta la distribuzione della popolazione dell'Albese secondo il genere (uomini a destra e donne a sinistra della figura) e secondo l'età. In questo grafico, in particolare, le classi di età sono unitarie. L'altezza delle colonne misura pertanto il numero assoluto degli abitanti di ciascuna età. Si può osservare come la base della piramide sia diventata nel tempo più sottile in basso, a segno delle scarse nascite, e più ampia in alto, per l'aumento della durata della vita delle persone.



Depositi bancari e postali per abitante (nominale)



Offerta di ospitalità turistica. Numeri indice base 2000=100



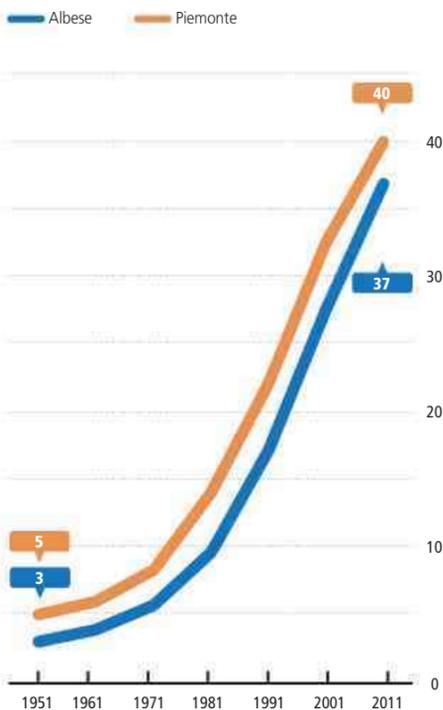
Reddito medio

(Reddito medio per contribuente, nella città di Torino, Cuneo e Asti e nelle prime 12 città dell'Albese per base imponibile complessiva)

	euro
San Damiano d'Asti	21.921
Canale	18.011
Montà	17.106
Guarene	15.393
Diano d'Alba	11.256
Castagnole delle Lanze	22.280
Neive	15.902
Sommariva Perno	12.565
La Morra	16.496
Grinzane Cavour	18.067
Veza d'Alba	15.077
Alba	17.976
Asti	20.255
Cuneo	21.725
Torino	22.542

Incidenza laureati e diplomati

(Valori Percentuali)



Una foto dall'alto della città di Alba

Stretti fra Cuneo e Torino con il sogno dell'autonomia

ROBERTO FIORI

Con quella faccia un po' così, qui e lì - l'espressione un po' così che abbiamo noi, prima di andare a Cuneo. Inutile negarlo o scomodare Paolo Conte: il rapporto degli albesi con il capoluogo di provincia è sempre stato difficile, tribolato, mal digerito. Troppa la distanza fisica - 60 chilometri che diventano un'ora e un quarto di auto lungo strade che si perdono nei campi e chissà quanti cambi se si ha la sventura di optare per il treno -, troppa la distanza imprenditoriale e anche quella caratteriale, con i «baùscia» albesi che faticano a riconoscere anche la bellezza oggettiva di Cuneo e la sua efficienza amministrativa. Trent'anni fa, Langhe e Roero avevano spinto l'acceleratore sulla corsia dell'autonomia. Avevano già pronta anche la targa: «ABC», ovvero Alba, Bra e Carmagnola, bistrattata dalla metropoli torinese. Poi quell'impeto è andato via via scemando e sappiamo come è andata a finire. Tuttavia, la distanza resta. «Io non la considero una diffidenza o una competitività, ma una semplice esigenza dovuta a una diversa imprenditorialità che noi ab-

biamo sia nei confronti di Cuneo, sia di Asti» dice Giuliano Viglione, direttore dell'Associazione commercianti albesi. L'AcA, con figure come Gian Giacomo Toppino e Giancarlo Drocco, è sempre stata in prima fila nel rivendicare indipendenza e autogoverno e ancora oggi è l'ente che coordina il Tavolo delle autonomie a cui partecipano tutti i Comuni di Langhe e Roero. «Il nostro territorio ha dimostrato ampiamente la sua corralità, la capacità di valorizzare le sue eccellenze. Ma questo, invece di garantire un adeguato supporto, ha finito per suscitare un atteggiamento del genere: "Siete bravi, aggiustatevi da soli". E ciò ci ha danneggiati, fino a farci perdere dei pezzi». Aggiunge Viglione: «Noi continuiamo ad avere la necessità di dare servizi puntuali e tarati sulle esigenze del nostro territorio. Alba provincia non nasceva dalla velleità di avere una targa, ma dal bisogno di garantire questi servizi e di essere presenti dove vengono decise le politiche territoriali». Anche il sindaco Maurizio Marelli preferisce parlare di identità, più che di rivalità. Ci sono tratti distintivi che hanno fatto maturare un certo campanilismo e questo talvolta ha avuto esiti positivi, altre volte negativi. E' indubbio che dal punto di vista delle politiche provinciali e dell'attenzione generale, spesso siamo sta-

ti dimenticati». Per questo, dice il sindaco di Alba, «c'è un po' di rimpianto nel non aver concluso la partita dell'autonomia provinciale: avremmo avuto meno scippi e più risorse». Adesso la situazione è cambiata. «I confini sono più labili, le geografie meno salde. Anche la nostra identità si costruisce più sulle aperture che sulle chiusure. Se guardiamo al turismo, senza dubbio le nostre maggiori affinità sono con l'Astigiano e il Monferrato. Se pensiamo alle prospettive di crescita e di scambio, Torino rappresenta un'occasione. In qualche misura, però, Cuneo resta defilata e i pessimi collegamenti stradali e ferroviari non fanno che aumentare questa lontananza». Sulla possibilità di incrementare i rapporti con Torino, complice anche la nuova linea ferroviaria elettrificata, Viglione vede degli elementi positivi, ma anche dei pericoli: «Le opportunità turistiche e commerciali ci sono, ma credo che dobbiamo vigilare. L'istituzione della città metropolitana porterà inevitabilmente a drenare lì le risorse. Se finora abbiamo dovuto difenderci da Cuneo, non vorrei che fossimo costretti a farlo anche con Torino, con la solita scusa che tanto noi siamo un'isola felice. Meglio rimboccarci le maniche e continuare a rivendicare la nostra autonomia».

La splendida attrice che aiuta i bambini a educare il talento

Elisa Sednaoui ha aperto a Bra la sede della sua Fondazione

ERICA ASSELLE

È

stata la madrina della mostra del Cinema di Venezia ed è testimonial del-

l'Agenzia Onu per i rifugiati. In questo, e in molto altro, Elisa Sednaoui, 29 anni, modella e attrice italo-franco-egiziana, ci mette un po' di Bra, la città d'origine della sua mamma, Anna Morra, quella dove ha frequentato il liceo Giolitti-Gandino e di cui oggi è cittadina onoraria.

Bra è la città dove ha un pezzo di cuore e dove è tornata, dopo aver stabilito casa a Londra (con il marito, il gallerista anglo-brasiliano Alex Dellal e il figlio di tre anni), per aprire la sede italiana della Elisa Sednaoui Foundation. L'ente si occupa di «facilitazione creativa»: ai bambini egiziani, primi di una rete che si progetta internazionale, sono offerti laboratori con formatori che usano le arti, dalla musica a quelle visive, per far emergere il talento di ciascuno. L'obiettivo di questo «doposcuola» molto speciale è quello di offrire a giovani e giovanissimi nuovi e personali strumenti per affermarsi socialmente e professionalmente, per costruire un futuro diverso. Succede con i bambini delle aree rurali intorno a Luxor, ma anche con quelli di Bra

che hanno partecipato ad alcuni workshop lo scorso anno.

Perché? «A Bra ho molti affetti e legami professionali - spiega Elisa -. Ci sono le amiche di sempre, quelle conosciute sui banchi di scuola, e le persone che ho incontrato strada facendo. È stato naturale iniziare qui il lavoro italiano di implementazione della Fondazione. Per me è importante sottolineare che il contrasto alla povertà educativa è un impegno che si può portare dappertutto in Italia, anche in quelle zone che non sembrano problematiche».

Dal settembre scorso la Esf ha sede a Palazzo Mathis e da qui progetta nuove iniziative: «La povertà educativa oggi affligge giovani che non sono soltanto quelli svantaggiati economicamente - continua la modella -. Sono anche ragazzi che hanno accesso alle tecnologie, all'Iphone, all'Ipad, persone che non hanno problemi estremi o di sopravvivenza ma che, in realtà, non hanno abbastanza stimoli creativi e possibilità di apprendimento creativo: è in questo che noi vorremmo supportarli con il lavoro extrascolastico».

Intanto, in Italia, la Fondazione sta portando avanti una collaborazione con «Save the Children» ed è aperto un tavolo di lavoro con le realtà del territorio.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Elisa Sednaoui



Diego Rosa

Le prime salite sulle dolci colline tra Langa e Roero

Diego Rosa: dico vino e tartufo e tutti capiscono da dove vengo

H

o iniziato a pedalare a Cornelianò, il mio bel paese. A 13 anni ho fatto la prima gari-

retta e ho vinto. Le nostre colline sono le più belle del mondo: da piccolo «sfruttavo» di più il Roero, poi però su strada le Langhe hanno fatto la loro parte. Ora mi sono trasferito al caldo, ma quando torno a casa ho sempre la bici». Passato dall'Astana al Team Sky, 27 anni, carattere battagliero, Diego Rosa, ex biker, dal 2013 è ciclista professionista.

L'autunno 2016 le ha portato il secondo posto al Giro di Lombardia e il matrimonio con Alessandra. Pronto per la nuova stagione? Obiettivi?

«Sono arrivato secondo in una «corsa monumento», secondo me la più bella d'Italia. Ero sul podio, forse il primo degli ultimi, ma per me è già un ottimo risultato. Mettiamola così: posso solo migliorare e non vedo l'ora di iniziare. Ho qualche obiettivo personale che per scaramanzia non voglio condividere: ma come sempre darò il massimo».

L'esperienza olimpica a Rio?

«Avrà sempre un posto speciale nel mio cuore: non so se potrò partecipare ad altre Olimpiadi. È stato fantastico correre quella gara e sono stato fortunato perché avevo accanto mia moglie».

In quell'occasione, a Cornelianò, i suoi tifosi si riunirono in piazza per seguirla. C'è un Fan Club che porta il suo nome, attivo sui social. Che cosa pensa di questo legame?

«Tutti mi dicono che sono «servaj» (*selvatico, ndr*): uso i social il minimo sindacale e non mi occupo personalmente della pagina. Ma leggo ogni commento, complimento o critica. Mi riempie di orgoglio avere persone che lavorano per portare tifosi alle gare. È come una specie di famiglia».

Lei è sempre in giro per il mondo. Quando dice che viene da Langhe e Roero, come reagiscono le persone?

«Appena apro bocca sentono che sono italiano e piemontese: ne vado fiero. Per spiegare da dove arrivo uso le paroline chiave «vino rosso» e «tartufo».

Che cosa le piace fare quando torna a casa?

«Dopo l'allenamento, con Alessandra giriamo fra parenti e amici. Torno talmente poco che devo salutare tutti».

Come vede il futuro di queste colline?

«In bici. Mia moglie lavora per un tour operator di Alba che sviluppa viaggi in bici per stranieri. Non avete idea di quanti vengano a visitare le nostre zone per pedalare sulle strade Unesco, andare sui «belvedere» a fare foto da invidia e mangiare e bere bene».

[CR. B.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

IL FUTURO DEL NORD OVEST

Scoprite con noi speranze e opportunità di un territorio che cambia

In occasione dei suoi 150 anni di vita, La Stampa realizza un'inchiesta per raccontare quali sono le migliori energie del Nord Ovest d'Italia. Insieme con il lavoro dei nostri giornalisti, presenteremo per ogni area un'analisi economica di Mario Deaglio, i dati raccolti dal Centro Luigi Einaudi e - per la prima volta - un'indagine su che cosa pensano gli abitanti delle diverse province.

Il programma:

- ALBA 2 febbraio
- ASTI 7 febbraio
- NOVARA 14 febbraio
- SAVONA 23 febbraio
- VERBANIA 2 marzo
- GENOVA 8 marzo
- AOSTA 16 marzo
- SANREMO 22 marzo
- LA SPEZIA 30 marzo
- VERCELLI TBD
- TORINO 7 aprile

Scoprite di più su ogni appuntamento e approfondite i temi su: www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest



150
1867
2017
LA STAMPA



Francesco Farinetti con il padre, il patron di Eataly Oscar



Un'affollata assemblea di soci della Banca d'Alba

“Senza radici non avremmo aperto Eataly”

ISOTTA CAROSSO

Francesco Farinetti, 36 anni, è il primogenito di Oscar, oggi amministratore delegato di Eataly in terzetto con il fratello Nicola e Luca Baffigo Filangieri.

Che valore hanno le radici per la famiglia Farinetti?

«Le radici sono fondamentali. Senza non avremmo mai aperto Eataly. La nonna era di Barolo, il nonno di Barbaresco, mio padre è nato ad Alba. Abbiamo avuto la fortuna di respirare da sempre questo territorio, potendo contare su un primo storyteller come Carlo Petrini, senza dimenticare le grandi famiglie del vino. Siamo orgogliosamente di Alba ed è un orgoglio avere i nostri prodotti in Eataly».

Perché ha scelto di abitare ad Alba?

«Non potrei stare senza il campanile che risuona a tutte le ore, una caratteristica tutta italiana. Mi sento profondamente albeso: credo che Alba offra da una parte una qualità di vita altissima e dall'altra una provincia aperta al mondo che ci ha permesso di fare come dice Carlin, “Pensa locale, agisci globale”».

Cosa significa essere un langhetto in giro per il mondo?

«Di Alba porto con me quel senso di ospitalità che abbiamo fortissimo, il grande successo di questa città. Quando entro in un bar all'estero penso al mio caffè preferito sotto casa, in un'osteria alle nostre più caratteristiche, in un ristorante stellato al nostro Crippa. Ospitalità, ma anche capacità di saper raccontare i prodotti, il nostro marketing cominciato con Giacomo Morra, e quella di saper fare sistema».

Che immagine hanno all'estero di noi?

«Quando si parla di Alba, pensano tutti che siamo fortunati ad arrivare da lì. Solo che non ci rendiamo abbastanza conto dell'orgoglio che dovremmo avere e difendere. Dovremmo

mostrare un po' più di grandeur: all'estero siamo considerati una delle eccellenze mondiali, la mecca per chi parla di vino e di cibo di qualità, in cui bisogna andare almeno una volta».

Quali sono gli ingredienti del successo di Eataly?

«Eataly ha fatto due cose, una abbastanza semplice, raccogliere in un grande mercato il meglio delle eccellenze enogastronomiche, molte del Piemonte e delle Langhe. La grande differenza è stata però saperle raccontare. Era quello che mancava: quando conosco un cibo e so quello che mangio, lo apprezzo di più e sono anche disposto a spendere di più».

110 anni di Eataly?

«Dieci anni che abbiamo dedicato al futuro, anche se il più rimane da fare: oggi abbiamo 37 punti vendita, di cui 12 all'estero e siamo passati da primi 181 dipendenti a 5500, dai primi 22 milioni di euro di giro d'affari agli attuali 400 milioni. Gli obiettivi sono il consolidamento in Italia, con il parco dell'agroalimentare di Bologna, e le nuove aperture all'estero: a Los Angeles, Las Vegas, Toronto, ma anche nella vecchia Europa, da Stoccolma, Londra, Parigi, e poi la Cina, dove vogliamo portare il vero made in Italy».

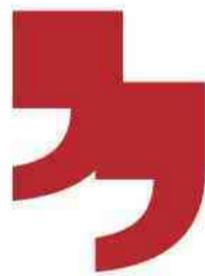
State anche investendo a Fontanafredda sull'ospitalità?

«Quando abbiamo avuto la possibilità abbiamo sempre investito sul territorio, Fontanafredda, Brandini, Borgogno, San Romano. Crediamo tantissimo nella possibilità di vedere raddoppiati a breve il numero di turisti nelle Langhe. L'idea è di un albergo diffuso, in una delle più belle cantine del mondo che merita un'ospitalità di qualità».

Cosa servirebbe ai giovani in Langhe e Roero che oggi non c'è?

«Dal mio punto di vista, si è lavorato, tanto e bene, per i turisti, meno per chi vive nelle nostre aree. Bisognerebbe investire su un progetto tra attività culturale e intrattenimento. Un cartello di eventi per i locals potrebbe aiutare a mantenere salde le radici. E poi lasciare spazio ai giovani che hanno tanta voglia di fare».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



“Sono i giovani la nostra vera risorsa”

CRISTINA BORGOGNO

Oggi prima banca del credito cooperativo in Italia per compagine sociale con

50 mila soci, Banca d'Alba affonda le solide radici nelle colline di Langhe e Roero, nata nel 1998 dalla fusione di tre Casse rurali e artigiane fondate alla fine del XIX secolo: Diano d'Alba (1895), Vezza d'Alba (1899) e Gallo Grinzane Cavour (1900).

Negli ultimi anni, la sua espansione territoriale ha portato Banca d'Alba - il cui simbolo è un grappolo d'uva - ad aprire sedi in tutto il Nord Ovest, tra Piemonte e Liguria. Eletto nell'ultima assemblea di maggio 2016, Tino Cornaglia è il presidente.

Quanto c'è di storia nel presente di Banca d'Alba?

«La prima Unione Agricola si costituisce a Diano d'Alba nel 1882, quindi siamo più giovani de “La Stampa” solo di qualche anno. Poco dopo, Lorenzo Tarditi scriverà così sulle ricadute economiche dell'aver fondato la prima Cassa rurale del territorio: “L'istituzione avrà un'influenza salutare sulle famiglie, finalmente liberate dal giogo dell'usura. È stato aperto il cuore alla speranza di un benessere che altre volte non avremmo neanche osato concepire. La viticoltura ha avuto un nuovo slancio, i processi sono migliorati. La moralità ha molto guadagnato. È come una tranquillità d'animo per l'avvenire. I soci più agiati parlano con emozione del giorno in cui la cassa rurale avrà goccia a goccia accumulato un suo patrimonio e potrà venire in aiuto dei soci con condizioni sempre più favorevoli. Tutti pensano che questo patrimonio collettivo sarà una grande risorsa per figli ed eredi”. Ecco, alla luce di quello che abbiamo vissuto e stiamo vivendo, forse qui ci siamo arrivati davvero».

Che cosa manca ancora a questo territorio?

«La crescita è stata esponenziale nel settore enogastronomico e turistico, ma ci sono ampi spazi di miglioramento, a cominciare dalle strutture ricettive e le aree di aggregazione. Nell'ultima assemblea, di fronte a 15 mila nostri soci, abbiamo annunciato la volontà di ragionare con il Comune per la creazione di una struttura congressuale che consentirà ad Alba di divenire un riferimento importante per eventi culturali, musicali e formativi nazionali».

Come vede l'Albeso tra 150 anni?

«Il territorio saprà espandersi ancora in campo turistico e le sue aziende saranno ben integrate nel mercato globale, esportando le eccellenze. Alba sarà ancora più vicina a Torino a livello economico, costituendo un percorso unico per i visitatori. Un nodo cruciale sarà il miglioramento dell'accesso alla città e la sua interconnessione con altri poli importanti quali Torino e Milano».

Si parla spesso di Alba come un'isola felice. È ancora così?

«La crisi iniziata nel 2008 è arrivata anche qui, investendo il tessuto industriale e produttivo.

vo. Ma è importante sottolineare come le nostre aziende abbiano saputo affrontarla, diversificando ed esportando. Nell'ultimo anno, oltre il 60% dei finanziamenti che abbiamo fatto alle nostre aziende è per investimenti produttivi. Questo atteggiamento incarna perfettamente il pragmatismo e la concretezza delle persone di questa terra, che hanno permesso già nel passato di affrontare altri periodi di crisi sempre nello stesso modo: con una grande attenzione ai costi e al superfluo, una buona inventiva nel cercare soluzioni alternative e una capacità di credere nel futuro, investendo a tempo debito».

Il futuro sono anche i giovani. Che cosa rappresentano per la vostra banca?

«Sono la vera risorsa e su di loro vogliamo puntare sempre di più. Abbiamo oltre 10 mila soci giovani, che crescono ogni anno di oltre mille unità. Cerchiamo di supportarli nelle loro iniziative, sia scolastiche che lavorative, sostenendo le loro idee e premiando la loro voglia di fare. Un giovane ha bisogno di fiducia concreta, non basta fare finta di ascoltarlo».

Che cosa manca ancora a questo territorio?

«La crescita è stata esponenziale nel settore enogastronomico e turistico, ma ci sono ampi spazi di miglioramento, a cominciare dalle strutture ricettive e le aree di aggregazione. Nell'ultima assemblea, di fronte a 15 mila nostri soci, abbiamo annunciato la volontà di ragionare con il Comune per la creazione di una struttura congressuale che consentirà ad Alba di divenire un riferimento importante per eventi culturali, musicali e formativi nazionali».

Come vede l'Albeso tra 150 anni?

«Il territorio saprà espandersi ancora in campo turistico e le sue aziende saranno ben integrate nel mercato globale, esportando le eccellenze. Alba sarà ancora più vicina a Torino a livello economico, costituendo un percorso unico per i visitatori. Un nodo cruciale sarà il miglioramento dell'accesso alla città e la sua interconnessione con altri poli importanti quali Torino e Milano».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Dieci anni
Oggi Eataly ha 37 punti vendita, di cui 12 all'estero e 5500 dipendenti (dai primi 181)



Quando sono in giro per il mondo, di Alba porto con me il forte senso di ospitalità il grande successo di questa città

All'estero siamo considerati una delle eccellenze mondiali la mecca per chi parla di vino e cibo di qualità

Francesco Farinetti
Uno dei tre amministratori delegati di Eataly

Credito
Oggi è la prima banca del credito cooperativo in Italia per compagine sociale con 50 mila soci



Le nostre aziende hanno saputo affrontare la crisi diversificando esportando e credendo nel futuro

«Il territorio saprà espandersi ancora in campo turistico integrandosi nel mercato globale

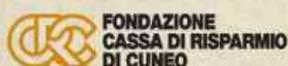
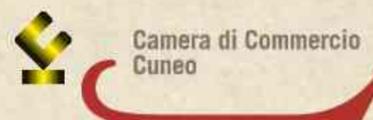
Tino Cornaglia
Presidente Banca d'Alba

Grazie.

Un grazie speciale a chi ha reso possibile realizzare ad Alba la tappa del tour "Il futuro del Nord Ovest": l'indagine economica, sociale e culturale realizzata in occasione dei 150 anni de La Stampa, per ragionare insieme sulle prospettive di sviluppo del Nord Ovest d'Italia. Provincia per provincia.

IL FUTURO DEL NORD OVEST

in collaborazione con



con il sostegno di



Continuate a seguirci su www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest e ogni giorno in edicola.

150
1867
2017
LA STAMPA

