

Crema In principio fu il "Pechino" di via Cresmiero

Ma adesso è derby nipponico fra Mei Soul e Future Fusion

In riva al Serio anche i sapori americani della steakhouse

di Stefano Mauri

Più che moda ormai il cosiddetto cibo etnico, con naturalmente i relativi ristoranti etnici d'autore, esclusi kebabbari (non male comunque quello ai Sabbioni e quello a Chieve) beh ecco è una tendenza che dura da parecchi anni ed è destinata a durare e a far discutere: chi in positivo con toni entusiasti, chi meno, pure a Crema, ridente capitale del Granducato del Tortello e nel Cremasco.

In principio, vale a dire il primo ristorante consacrato al cibo straniero che aprì i battenti sulle cremasche rive del fiume Serio, fu il ristorante cinese Pechino (quello per intenderci in via Cresmiero, dietro a quel supermercato che una volta era la Standa) appiappa per i colleghi concorrenti che si mossero appunto in seguito, con i suoi involtini primavera, il riso cantonese, il pollo al curry e per tutti gli altri piatti orientali in ... salsa vagamente cremasca. Poi sulla scia del Pechino sopraggiunsero l'Oriente di viale Europa, il King di via Cavalli (è anche pizzeria) e, novità degli ultimi anni, i locali conosciuti come "you can eat", formula secondo la quale, spendendo una quota fissa è possibile mangiare tanto (e di tutto) fino a quando si è sazi con la pancia piena che scoppia. Appartengono a questa categoria quindi i vari 998 Wok Sushi (via della Fiera, Crema), I Mo (via Griffini laddove una volta sorgeva la leggendaria Isola Bella, tipica osteria di una Crema che non c'è più, ndr) dell'ex pizzaiolo Alfonso Amatruda, la new entry cittadina Haki di via IV Novembre e ad Offanengo l'Asian Restaurant Sushi e Grill in via San Lorenzo. Parlando di cibo etnico è impossibile



Dixiao Zhou è responsabile del Fusion Crema

le ignorare i modaioi, posticini davvero fashion, eleganti e gettonatissimi, "milanesiggianti" giapponesi Mei Soul Sushi di via Diaz (Massimiliano Tacchiniardi, splendido padrone di casa ha creato un posto veramente speciale) e il Future Fusion in via Pombioli, ristorante giapponese da Oscar affiliato alla galassia della famiglia Zhou. È proprio con il giovane Dixiao, responsabile del Fusion Crema, abbiamo scambiato le seguenti due paroline:

Il piatto forte del Fusion?
«Allora tutto da noi è buono e di qualità: scegliamo le materie prima con cura, conoscenza e amore. Per quanto mi riguarda adoro gli uramaki, il sushi e sashimi, ma se proprio devo dare un consiglio, beh provate il Black Cod, vale a dire il caratteristico, unico merluzzo nero pescato nel Golfo di Bering in Alaska».

I vostri clienti conoscono ciò che mangiano?
«Rispetto a una volta sì, a un passato

neppure troppo lontano c'è maggiore conoscenza della cucina giapponese e dei vari piatti etnici in generale». Dulcis in fundo, il New York Steakhouse di Ombriano (piazza Benvenuti), con le sue carni in tipico sapore statunitense da anni è un'istituzione e recentemente si è aperto alle atmosfere messicane, così come il Messico in tavola è il protagonista del Cicero a Soncino, de La Fiesta a Cascine Capri (Palazzo Pignano) e in parte del Chiosco, location caratteristica e interessantissima cremasca (via Bergamo 4) quest'ultimo, aperto ai sapori gastronomici internazionali: degustare per credere.

Nota a margine infine, prima di chiudere stavolta sul serio, sempre a Crema, in pieno centro storico in via Matteotti, all'interno del Barcelona Café, nel regno dell'Artista del bancone Marco Pistone, su richiesta, il tipico Barcelona Bistrot, si trasforma in un ristorante etnico e strizza l'occhio all'Asia, all'Oriente e al Sudamerica.



IL PARERE DEL MAESTRO CARLO ALBERTO VAILATI

«Ben vengano, ma l'incognita restano le materie prime»

Per il ristorante tipico del territorio la diffusione dell'etnico non rappresenta una vera minaccia, in quanto si tratta di tipologie gastronomiche molto lontane tra loro. «Credo che questa moda dei ristoranti etnici rappresenti una forma di curiosità, non ci trovo nulla di male» evidenzia Carlo Alberto Vailati, presidente delle Tavole Cremasche. C'è un però in tutto questo: «la questione delle materie prime viene totalmente sottovalutata. Generalmente le cucine che hanno legami con territorialità diverse dalla nostra si fondano su prodotti del proprio territorio che spesso è difficile fare arrivare in Italia. Dunque spesso si usano prodotti sostitutivi. E rimane comunque una grande incognita dove vengano reperite le materie prime originali. Insomma, quello che vediamo

nelle nostre città è un tentativo di etnicità, come può essere un ristorante italiano che apre in Cina e usa materie prime cinesi. Chiaramente la qualità non si avvicinerà neppure al ristorante italiano in Italia».

Non è questione di essere fissati con il chilometro zero. Per Vailati, «bisogna essere per il 'chilometro buono'. Oggi le possibilità di trasporto ci sono, ad esempio qui da noi è possibile avere pesce fresco in brevissimo tempo. Poi è chiaro che l'identità di un luogo passa anche attraverso la cultura del cibo.

Una cultura che molti giovani stanno perdendo perché dalle famiglie questo concetto di identità viene sempre meno. Si cucina poco in casa e i piatti della mamma sono soppiantati da cibi precotti e preconfezionati». Dunque sono i ristoranti nostrani ad avere sulle proprie spalle l'onere a tenere viva la tradizione. «Quello che spesso diciamo nei nostri incontri delle Tavole Cremasche, è che i ristoranti sono testimoni della conservazione della tradizione culinaria» evidenzia Ancora Vailati. «Tradizione che però finirà con lo scomparire se spariranno le materie prime che lo hanno caratterizzato. Ad esempio l'oca con le verze è un piatto tipico del cremasco, ma se nessuno alleva più le oche diventa difficile prepararla. Dunque anche il produttore dovrebbe assumersi il compito di tenere vive le materie prime tipiche dei nostri territori».



Carlo Alberto Vailati

Kebab, piada d'Oriente

Il piatto tradizionale arabo resta fra i preferiti dei consumatori

Secondo alcuni studi, di Iri e Ipsos, il consumatore oggi ha cambiato le proprie abitudini. Da un lato si privilegiano i prodotti sani, a chilometro zero, sostenibili e possibilmente anche biologici. Dall'altro lato, emerge l'exploit ottenuto dai cibi etnici negli ultimi 10 anni. Insomma, da fenomeno di nicchia il cibo etnico è diventato per molte persone una valida alternativa per cenare fuori casa o per cucinare qualcosa che stuzzica la routine domestica.

Uno studio dell'Istituto Zooprofilattico delle Venezie, ha dimostrato che gli italiani privilegiano soprattutto i piatti arabi, cinesi e giapponesi. L'84,7% ha dichiarato di aver mangiato piatti stranieri almeno una volta, contro il 15,3% che non l'ha mai fatto. Le motivazioni sono diverse: la voglia di mangiare qualcosa di diverso (51,4%), ragioni culturali (31,1%) ed economiche (7,4%). Infatti sia che si scelga un ristorante, sia che si cucini in casa, i piatti extra europei rimangono un'alternativa dal costo spesso contenuto. Secondo l'Osservatorio, il consumatore di alimenti etnici in Italia è soprattutto donna, lavoratrice, sopra i 35 anni, con figli, residente al nord, con un livello di istruzione medio-alto.

Se è vero che il nostro territorio si sta popolando di ristoranti etnici, è anche vero che sono sempre più numerosi i lombardi che aprono ristoranti tipici in giro per il mondo. Da chi propone la pizza alla milanese all'ossobuco, o ancora il vitello tonnato. C'è il ristorante a Pechino che ha in menu i dumplings di zucca in salsa mantovana o quello di Florianopolis in Brasile con i gamberi alla milanese. E ci sono poi i piatti ispirati alla vie della moda

milanese, Bucatini San Babila e Tagliatelle Spiga a Miami. Sono 123 i ristoranti italiani (tra singole attività e catene) che all'estero offrono cucina regionale di tradizione o ispirazione lombarda. I prodotti tipici lombardi nel mondo valgono 4 miliardi di euro. Partono soprattutto da Milano (oltre un miliardo), Bergamo (470 milioni) e Mantova (420). Carne, frutta, formaggi e prodotti farinacei vanno sulle tavole francesi, il pesce in Grecia, gli oli e i vini negli Stati Uniti, le gragnaglie e gli amidi in Germania. Regno Unito in crescita, soprattutto per pane e prodotti da forno (+22%) e per vini e bevande (+11%) così come gli Stati Uniti (+14%), il Giappone per gli oli (+29,5%) e la Svizzera per le carni (+9,8%) e i pesci (+7,6%). Emerge da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati Istat nei primi nove mesi del 2015 e 2014.

È il risotto il simbolo del mangiare lombardo nei ristoranti esteri, protagonista in un menù su tre, seguito

dalla costoletta alla milanese (15%) dalle zuppe e minestrini (15%) e dal vitello tonnato (11%). Diffusi anche la polenta e l'ossobuco alla milanese (un menu su dieci li offre). Tra i menù: gnocco fritto alla polenta con funghi freschi o gorgonzola, ossobuco, risotto alla milanese con midollo, vitello tonnato, minestrone, tagliere di formaggi tipici lombardi, casonsei e zuppa bresciana, costoletta alla milanese, cannelloni di zucca alla cremonese, pulaster, chips di polenta frita. Cucina lombarda nel mondo, i principali Paesi. I ristoranti certificati che offrono o si ispirano alla cucina lombarda si concentrano in Europa (28%), Asia (27%) e Centro e Sud America (21%). La cucina lombarda va forte soprattutto in Brasile, Stati Uniti e Cina ma ci sono anche ristoranti negli Emirati Arabi, in Sud Africa e Vietnam. Una cucina apprezzata soprattutto nelle grandi metropoli come San Paolo e Rio De Janeiro, Pechino, Hong Kong e Singapore, Los Angeles, New York e Miami.

Dati
L'84,7% degli italiani ha dichiarato di aver mangiato piatti stranieri almeno una volta, contro il 15,3% che non l'ha mai fatto. Le motivazioni sono diverse: la voglia di mangiare qualcosa di diverso (51,4%), ragioni culturali (31,1%) ed economiche (7,4%). Il consumatore di alimenti etnici in Italia è soprattutto donna, lavoratrice, sopra i 35 anni, con figli, residente al nord

