

Basilico Genovese Storico: nuovo brand | Prodotti | CuociCuoci



Il nuovo brand di progetto Genovese Storico ha preso il largo: grande successo per l'evento di presentazione del nuovo gruppo di cooperazione, promosso dal Consorzio di Tutela Basilico Genovese Dop e ideato da MA.DE. e Studioewiki con la partecipazione di note firme del giornalismo enogastronomico e di tre chef di eccellenza della ristorazione italiana.



*Una storia
da gustare*

Un evento soltanto digitale, come ormai consuetudine, ma con diversi collegamenti in diretta in giro per l'Italia, per raccontare e approfondire il progetto di filiera corta di qualità del Basilico genovese Dop fresco, in tutti i suoi aspetti e potenzialità.

Non era scontato il successo dell'iniziativa digitale ma grazie al box Genovese Storico, fatto recapitare presso le cucine e le redazioni dei giornalisti coinvolti, anche se da remoto, si è potuto assaporare il gusto, lasciarsi inebriare da profumo e tastare la consistenza delle foglioline dei bouquet di Basilico Genovese DOP.

Anticipata da un video in cui l'attore teatrale Pino Petruzzelli ha accompagnato gli utenti tra le parole che scrittori e poeti hanno dedicato al basilico e al suo legame indissolubile con il Mediterraneo, la presentazione ha visto in apertura la partecipazione dell'Assessore al Commercio e al Centro storico del Comune di Genova Paola Bordilli, seguita dal Direttore del Consorzio del Basilico Genovese Dop Giovanni Bottino e da Elisa Traverso Project manager dell'ente di tutela.

Gli interventi istituzionali hanno illustrato i vari aspetti del progetto a partire dalla partecipazione al bando e più precisamente alla misura **16.04 "Aiuti per la promozione e lo sviluppo delle filiere corte e dei mercati locali"**, del **Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014–2020 della Regione Liguria**, che ne ha permesso la realizzazione. Ma soprattutto ne hanno approfondito le finalità, mettendo in evidenza come il Gruppo di cooperazione Genovese Storico sia nato con un obiettivo ambizioso, quello di creare e consolidare una filiera corta di eccellenza del Basilico Genovese Dop per il mercato fresco diffondendone e migliorandone la conoscenza tra i professionisti della ristorazione, per aumentare la consapevolezza del maggiore valore qualitativo, organolettico ed economico del prodotto a denominazione d'origine protetta.

L'evento è quindi entrato nel vivo con l'unveiling della nuova brand di progetto e in particolare del logo e del sito che ne accompagnerà tutte le attività commerciali e di promozione. Di questo e dei molteplici aspetti legati alla costruzione di un canale distributivo specificamente dedicato al mondo dell'Ho.Re.Ca, si è discusso con importanti giornalisti del settore enogastronomico, a cui è stata inviata la box Genovese Storico.

Elsa Mazzolini ([La Madia Travelfood](#)) ha ricordato il retroterra storico del basilico genovese e il ruolo di maestri come Ferrer Manuelli con il libro Pesto & Buridda, andato in ristampa recentemente, mentre con Lorenza Vitali (Witaly) e Luigi Cremona (Porzioni Cremona) l'accento si è spostato sull'importanza di creare partnership con gli eventi riservati agli chef emergenti dell'alta ristorazione e alle realtà di formazione di eccellenza. Del Basilico genovese dop e del suo ruolo di ambassador territoriale e culturale, oltre che gastronomico, si è quindi parlato con Simona Vitali (CucinaeSala), mettendo in evidenza la particolarità di questa coltivazione periurbana e la sua unicità.

Aspetti questi ultimi, che sono emersi chiaramente dai **collegamenti in diretta con le serre delle tre aziende agricole aderenti al progetto**, che hanno permesso agli ospiti di conoscere anche se soltanto virtualmente per il momento, le realtà di produzione, in attesa di poterle visitare dal vivo attraverso un press tour che verrà organizzato

appena sarà possibile. Dalla visione delle serre degradanti verso il mare dell'azienda Casotti, si è passati alla realtà storica di Francesco Ratto con le parole della nipote Chiara, ultima generazione di una famiglia che al basilico ha dedicato la propria vita. La visita virtuale si è poi conclusa assistendo alla difficile e delicata raccolta manuale del basilico, all'interno dell'azienda di Ruggero Rossi, situata sulle alture di Genova Prà nel cuore della produzione di basilico genovese fresco dop.

A portare in primo piano l'aspetto gastronomico e la versatilità di questo prodotto di grandissima qualità sono state le collaborazioni con **tre esponenti di spicco della ristorazione e della pizzeria d'autore**, che hanno dimostrato al pubblico tre possibili usi del basilico in cucina. Anche in quella di casa.

Gino Sorbillo, il famoso pizzaiolo napoletano, accompagnato dal direttore di Scatti di Gusto Vincenzo Pagano, ha presentato un classico delle sue pizzerie, la pizza Nonna Carolina che vede fra i suoi ingredienti il pesto genovese e foglioline di basilico sparse a fine cottura, oltre a pomodorini freschi e provola affumicata.

Lo chef Peppe Guida, 1 stella Michelin con l'Antica Osteria Nonna Rosa di Vico Equense, in collegamento con Antonella Amodio, giornalista e profonda conoscitrice della tradizione gastronomica

campana, ha presentato invece uno dei suoi famosi spaghetti. Un piatto di grande effetto, frutto di un gemellaggio ligure-campano realizzato utilizzando l'intera piantina di basilico in diverse cotture, abbinata a noci di Sorrento e caciolimone, un formaggio creato dallo stesso Guida a base di provolone del Monaco con un cuore di burro e limone.

Ugo Alciati, chef del famoso ristorante stellato Guido, situato nella tenuta di Fontanafredda a Serralunga d'Alba, ha invece interpretato l'aromaticità e il profumo del basilico genovese dop utilizzandolo per la creazione di un pre-dessert, che ne dimostra la grande versatilità in cucina. Una granita di basilico e limone, ottenuta con un pesto delicato di zucchero e foglioline di basilico, accompagnata in questo caso da una purea di frutti rossi, ma adatta anche ad altre combinazioni gastronomiche. A descriverne e assaggiarne la bontà il giornalista e critico gastronomico dell'Espresso Marco Colognese.

In chiusura dell'evento il direttore del Consorzio basilico Genovese Dop Giovanni Bottino, nel ringraziare tutti gli ospiti, ha affermato che il gruppo di cooperazione Genovese Storico sarà immediatamente operativo sul mercato, anche attraverso un piano di comunicazione e marketing progettato e seguito da MA.DE e Studiowiki. Obiettivo principale di ogni attività è quello di costruire nuovi canali di commercializzazione, approfondendo e migliorando al contempo la

conoscenza e la reputazione del Basilico Genovese Dop fresco, partendo dagli operatori Ho.Re.Ca per arrivare, anche attraverso il loro fondamentale apporto divulgativo, ad un consumatore finale attento e consapevole del maggiore valore qualitativo di questa produzione.