

Scalognò dell'Emilia la scommessa vinta dall'azienda Freddi

Questa mattina le telecamere di Rai 1 nella ditta di Calerno
«La produzione è in crescita, vogliamo creare un distretto»

di Ambra Prati
SANT'ILARIO

«Abbiamo riscoperto il tradizionale scalognò dell'Emilia, ormai quasi scomparso dalle nostre tavole, studiando un prodotto da seme del nostro territorio e proponendolo alle nuove generazioni tramite un food blogger. Ed è stato un boom».

Matteo Freddi, titolare della Freddi Prodotti Ortofrutticoli di via Lama a Calerno di Sant'Ilario, rilancerà la sua idea dal piccolo schermo. Infatti, le telecamere di Rai 1 si accenderanno sulla storica azienda santilariense: dalle 11 alle 11.50 di questa mattina, nel programma «Buono a sapersi», la conduttrice Elisa Isoardi punterà i riflettori sulla rinascita di questa coltura, assieme ad agronomi, medici, nutrizionisti. Parteciperà anche lo chef Tinterri del ristorante Prater di Sant'Ilario, che proporrà inusuali piatti a base di scalognò a crudo.

La storia della ditta Freddi rispecchia quella di buona parte del Novecento emiliano: nel 1926 iniziò a vendere i prodotti dell'orto il nonno Umberto, quando si trasferì da Reggiolo a Sant'Ilario come custode di Corte Inzani, vicino a Corte Spalletti. Proseguirono poi i suoi tre figli Nino, Nando e Dino, passando alla produzione industriale nel 1970. Ora portano avanti l'azienda i nipoti (i fratelli Matteo e Andrea, figli di Nando), e siamo alla terza generazione. Una generazione alle prese con un mercato che chiede sempre più prodotti di qualità, locali e sani.

«Nasciamo come partner della grande distribuzione dal 1975, ora siamo fornitori principali di Coop e Conad - spiega Matteo Freddi -. Inizialmente trattavamo patate e cipolle. Poi ci siamo specializzati nella cipolla borettana, più remunerativa e più caratteristica del territorio reggiano rispetto al parmense. Infine, dopo il 2000, nello scalognò».



Elisa Isoardi

Un esordio produttivo di nicchia non facile, spiega il titolare. «Siamo stati tra i primi a importare lo scalognò dalla Francia, dove questo prodotto ha una lunghissima tradizione in questa cultura e un utilizzo pro capite doppio rispetto all'Italia. All'inizio eravamo poco convinti: lo scalognò tradizionale resisteva solo sotto il marchio Romagna Igp, ma con numeri minimi. Soprattutto la grande distribuzione ci chiedeva un prodotto italiano: c'era la necessità di arginare i prodotti esteri adattando lo scalo-



MATTEO FREDDI

Era quasi scomparso dalle nostre tavole, lo abbiamo riscoperto e proposto alle nuove generazioni con un food blogger. Ed è boom

gnò, quasi scomparso, alle moderne esigenze produttive. Abbiamo studiato una variante non a bulbo, ma a seme; ci siamo avvalsi di società di consulenza per studiare i terreni delle nostre zone, particolarmente adatte. Abbiamo analizzato il modo per assicurare redditività ai produttori».

I numeri hanno dato ragione ai Freddi: «Negli ultimi anni la produzione dello scalognò dell'Emilia (coltivato nelle province di Reggio Emilia, Parma e Piacenza) ha segnato una crescita costante: nel 2017, gra-



Matteo Freddi (al centro) nella sua azienda di Calerno con i genitori, il fratello e due dei tre figli

zie anche al caldo, abbiamo raggiunto le 300 tonnellate, +20% rispetto all'anno precedente». Un incremento reso possibile anche perché accompagnato da una particolare attenzione alla comunicazione: il sito aziendale ([\[freddi.it\]\(http://freddi.it\)\) contiene un blog con ricette e idee di utilizzo.](http://www.cipolle-</p>
</div>
<div data-bbox=)

«Il nostro cruccio principale era il cambiamento di stili di consumo: gli anziani lo consideravano solo per il soffritto, i giovani non lo conoscevano. Invece lo scalognò ha innume-

revoli usi in cucina e rappresenta una alternativa al più invasivo aglio».

Progetti futuri? «Creare nelle tre province un distretto dello scalognò, che qui cresce con un gusto particolare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA