



Nicola Cesare Baldrighi, Alberto Lupini, Carmela Colaiacovo, Gian Marco Centinaio, Lino Stoppani, Fabrizio Filippi

# Rete turismo-ristorazione

## Occasione ghiotta, ora o mai più

«Sono 18 anni che sento dire che bisogna fare rete, ma quando si fa davvero? Non perdiamo questa occasione». Questa la riflessione - vera, sentita e velatamente provocatoria - di Federico Quaranta attorno a cui si è aperto il primo dibattito dell'11° Premio Italia a Tavola

Il titolo delineava già il focus dell'edizione: "Identità dell'enogastronomia e dell'accoglienza. Il vero volano del turismo". Riuniti, i principali attori della ristorazione, del turismo, dell'accoglienza e dell'agricoltura che hanno risposto agli spunti proposti dal conduttore di Linea Verde, e vincitore del sondaggio di Italia a Tavola nella categoria Opinion leader.

La risposta più attesa è arrivata dal ministro alle Politiche agricole e al Turismo, **Gian Marco Centinaio**: «La rete - ha spiegato - la fanno i territori. Il Ministero ha il dovere di coordinare, accompagnare, unire, lavorare per fare sempre meglio e irrobustire la struttura dell'agricoltura e

del turismo affinché lavorino sempre più a braccetto. Il grosso del lavoro deve tuttavia arrivare dal basso. Penso alla Lomellina che ha unito sotto un'unica realtà le eccellenze del territorio generando un circolo virtuoso di visite turistiche tra arte, cultura, storia, artigianato ed enogastronomia».

«Al contrario - ha proseguito il Ministro - penso all'Oltrepò Pavese che ha un patrimonio enologico (ma non solo) enorme, ma che non riesce ad unirsi sotto un'unica associazione, litiga, discute, marcia verso soluzioni molto separate. L'obiettivo di unire il più possibile sotto la voce turismo molte realtà, come l'agricol-

tura e la ristorazione, è venuta un anno fa a me e all'attuale ministro dell'Interno Matteo Salvini, quando nelle legislature precedenti sembrava un passo impossibile e sbagliato da compiere».

Territori che sono la storia dell'Italia, antichità e radici, ma che possono essere riutilizzati e promossi con attività nuove e ingegnose. «La geografia - ha detto **Federico Quaranta** - si sta trasformando in opportunità di accoglienza. Il mondo sta cambiando, ma necessita di rapporti e integrazione. Il fattore umano si rivela sempre più fondamentale, ma deve puntare sulla sinergia, ci si deve aprire soprattutto perché il mondo stesso ce lo chiede».

Turismo e ristorazione, mangiare e visitare, hotel e ristoranti. Realtà con una propria identità che devono sempre di più incontrarsi. La volontà degli addetti ai lavori c'è, ma troppo spesso politica, burocrazia e un sistema complesso impedisce di fare realmente il grande passo: «I ristoranti - ha detto **Lino Stoppani**, presidente di Fipe - sono un elemento cruciale per la nostra economia perché il cibo è un elemento essenziale. Le regole, purtroppo, spesso generano problemi e confusione, ma se ci mettiamo d'impegno a creare un programma univoco e condiviso smetterebbero di essere un ostacolo. Noto asimmetria nel nostro sistema e questo è un male: i ristoranti sono un motore potente per la nostra economia, per i prodotti tipici, per i professionisti, ma bisogna sostenerli e spingerli verso un lavoro proficuo».

A proposito di regole, è intervenuta **Carmela Colaiacovo**, vicepresidente Confindustria Alberghi: «Uno dei maggiori traguardi raggiunti - ha detto - è stato evitare di costringere gli albergatori ad avere tre licenze per ospitalità e ristorazione (più il servizio bar). La ristorazione è il cuore pulsante del settore, per questo bisogna ampliare l'offerta a partire dagli orari di apertura, più ampi e flessibili. Non dobbiamo dimenticare che i nostri professionisti hanno portato l'hotellerie nel mondo e la formazione in questo processo gioca un ruolo molto importante».

A ognuno il suo e l'importanza dei prodotti tipici inseriti all'interno della ristorazione è un tema bollente: «Il territorio, dal quale nasce il prodotto - ha detto **Nicola Cesare Baldrighi**, presidente del Consorzio Grana Padano - è senza dubbio l'elemento essenziale per la nostra attività. Nonostante questo fino a non molto tempo fa nessuno si sarebbe immaginato che l'origine di un prodotto gastronomico potesse avere un tale ri-

chiamo. Solo adesso cibo, agricoltura, territorio costituiscono un legame fondamentale. Tuttavia veicolare le nostre produzioni attraverso la ristorazione è complesso perché una volta che il prodotto tipico entra nel sistema-ristorazione esso perde di valore, di identità, di peso, non viene raccontato, smette di essere un traino, un simbolo».

Il convegno ha dato già i primi frutti. **Fabrizio Filippi**, presidente della Coldiretti Toscana, ha raccolto lo spunto di Lino Stoppani e ha spiegato: «Sfrutto l'assist del presidente Stoppani e dico che oggi i ristoranti potrebbero essere non solo uno sbocco importante per i nostri prodotti, ma anche l'anello della catena che deve essere in grado di chiudere il cerchio di valorizzazione del territorio».

Ha chiuso il cerchio il direttore di Italia a Tavola **Alberto Lupini**: «Fipe, Coldiretti, Ais, Fic - ha detto - sono le prime realtà che mi vengono in mente che si sono messe a lavorare sul serio insieme negli ultimi tempi. Loro stanno facendo davvero rete, unendo le forze in varie iniziative. Questa è la chiave di volta per il presente e il futuro del nostro Paese e questo è l'obiettivo per il quale lavoriamo quotidianamente. L'identità di

prodotto, di territorio, del lavoro dei professionisti è la cosa più importante perché noi italiani siamo diversi dagli altri Paesi e solo se riusciamo a valorizzare questo nostro modo di essere possiamo mettere a frutto il nostro valore aggiunto».

La tavola rotonda è stata preceduta dalla presentazione di 6 case history italiane che si sono contraddistinte negli ultimi anni per attività di spessore che hanno contribuito alla crescita dell'eno-gastronomia e dell'accoglienza. Il momento di riflessione è stato coordinato da **Roberta Garibaldi** che ha spiegato quanto «cibo e vino rappresentino sempre di più il motivo principale di un viaggio per i turisti italiani» e quanto questi due elementi «debbano essere sempre di più valorizzati e resi fruibili anche per attirare turisti dall'estero, modificando alcune politiche di gestione e migliorando la propria visibilità».

**Alessandra Marini**, ospitalità manager del Gruppo Antinori, ha raccontato: «Abbiamo alle spalle 600 anni storia, il nostro cuore resta la Toscana e l'Umbria nonostante il marchio sia ormai presente in tutto il mondo. Solo negli ultimi 10 anni abbiamo sperimentato l'apertura al pubblico in tre luoghi strategici della no- ➔

Carmela Colaiacovo, Gian Marco Centinaio e Lino Stoppani







stra realtà. Abbiamo molto da imparare a livello di ospitalità, a partire dal rivolgerci a target di turisti che vogliono vedere come funziona una cantina o vivere esperienze legate all'azienda. I principi sui quali ci basiamo per raggiungere questo obiettivo sono: rappresentanza, relazione, rispetto e responsabilità».



**Alessandro Lunelli** del Gruppo Lunelli: «Abbiamo tante realtà d'accoglienza - ha detto - ma voglio concentrarmi su quella in

Umbria dove abbiamo sviluppato una particolare cantina. Noi offriamo il bello e il buono che, da sempre, è ciò che vuole e cerca l'uomo. Abbiamo coinvolto Arnaldo Pomodoro, uno dei maggiori scultori al mondo, il quale ha costruito una cantina che voleva essere uno scrigno per il food&wine lovers. Lui ha immaginato il Carapace, una cantina scultura, nata dalle mani di uno scultore non per caso. Abbiamo dato vita ad una costruzione rinascimentale che ha coinvolto varie figure professionali.»



Poi **Chiara Piero**, di Gruppo Pagano-San Salvatore: «Veniamo dal Cilento, i nomi

dei nostri vini prendono spunto dai paesi della nostra area e il nostro logo è un

tributo agli antichi greci che tanto hanno lasciato alla nostra terra. La nostra forma di comunicazione più diretta è comunque la dispensa San Salvatore. In primis è un ristorante dove le massaie cilentane over 60 sono le chef, che portano avanti una tradizione secolare. Ma è anche un punto vendita dove acquistare le eccellenze del nostro territorio».



**Jacopo Poli**, della grapperia Poli è entrato nel dna di un altro prodotto caratteristico

dell'Italia come la grappa: «Qualche anno fa siamo risaliti alle radici della nostra famiglia - ha detto - e, di conseguenza, anche a quelle della grappa. Abbiamo raccolto libri, bottiglie, documenti che tenevamo in casa e abbiamo deciso di condividerli. Da qui abbiamo capito che la grappa non era legata, come si dice, agli alpini e basta. La sua essenza è meno grezza di quanto si pensi comunemente. Abbiamo aperto, a 25 anni dal primo, anche il secondo museo dedicato mettendo a frutto le esperienze del primo in centro a Bassano che è sì valido, ma molto meno fruibile. Nel secondo museo invece abbiamo parcheggi, servizi e comfort che attirano inevitabilmente il turista».

Dalla grappa alla Provincia di Parma con l'intervento di **Mario Marini**, dei Mu-



sei del cibo della Provincia di Parma: «Il nostro è un museo dove conserviamo i princi-

pali prodotti enogastronomici della nostra terra. Siamo nati nel 1999 e in 10 anni abbiamo fatto 300mila visite, con numeri in crescita grazie ad un circuito di otto realtà del settore che si sono messe in gioco. Paesaggio e narrazione sono i cardini della nostra attività».



Dalla pianura all'alta montagna con **Nicole Dorigo** di "Sciare con Gusto" in Alta Badia:

«La nostra - ha raccontato - è un'iniziativa culinaria che si svolge sulle Dolomiti. Quest'anno abbiamo compiuto 10 anni, ed è l'emblema di quanto possa essere vincente il connubio sci-gastronomia. Per celebrare il 10° anno abbiamo convocato chef stellati della nostra zona, ma nel corso della storia hanno preso parte quasi cento chef internazionali provenienti da 14 nazionalità. A margine di Sciare con Gusto sono nati altri eventi culinari come Gourmet SkiSafari, Colazione tra le vette, Wine SkiSafari, Rodadles Saus e Sommelier in pista».



E poi ancora vino con **Silvia Loriga**, responsabile eventi del Consorzio del Vino Nobile

di Montepulciano: «L'evento "A Tavola con il Nobile" è una sfida tra le 8 contrade di Montepulciano che si sfidano con le massaie che preparano piatti su terni ad hoc ideati dal Consorzio. Giornalisti internazionali girano, intanto, tra le contrade e assaggiano i piatti della tradizione abbinati al vino di Montepulciano. Un evento molto sentito, che dura da 18 anni, e che ha attirato oltre 200 giornalisti fino ad ora».

cod 60050