

«Un'enciclopedia del **gusto** contro gli attacchi stranieri»

I ministeri dell'Agricoltura e dei Beni Culturali proclamano il 2018 «anno del cibo italiano», la fondazione Qualivita lancia il progetto con Treccani per raccontarlo con autorevolezza. Il presidente Rosati: «Su Dop e Igp la Toscana è avanti, ma può crescere in turismo e digitale»

di **Mauro Bonciani**

Il 2018 proclamato «Anno del cibo italiano» dai ministeri dei Beni culturali e dell'Agricoltura, l'accordo tra Treccani e Qualivita per la nascita di Treccani Gusto, la ricerca Coldiretti/Symbola su «Piccoli Comuni e tipicità» sui tesori Dop e Igp. Tre eventi non casuali che pongono cibo e cultura al centro dell'attenzione nei prossimi mesi e per tutto l'anno appena iniziato, con la Toscana che in un connubio arte-ambiente-enogastronomia non può che avere un ruolo di primo piano.

Ad aprire i giochi l'iniziativa dei due ministeri che punta sulla valorizzazione dei riconoscimenti Unesco legati al cibo e sul far conoscere ai turisti i paesaggi rurali storici, per il coinvolgimento e le filiere, coinvolgendo i musei statali un campagna di comunicazione social sui rapporti tra arte e enogastronomia che vede molto attivi gli Uffici. Obiettivo appunto promuovere un turismo diverso, in luoghi diversi, più lento, sfruttando una delle caratteristiche tipiche della Toscana (e del Paese) che secondo la ricerca di Codiretti e Symbola è la quarta regione in Italia per Dop e Igp prodotte nei piccoli Comuni, cioè con meno di 5.000 residenti, con 27 produzioni tipiche, dalla castagna del Monte Amiata alla farina di Neccio della Garfagnana, dal marrone di Caprese Michelan-

gelo al fungo di Borgotaro. «Due stranieri su tre considerano la cultura e il cibo le principali motivazioni del viaggio in Italia mentre per il 54% degli italiani il successo della vacanza dipende dalla combinazione cibo, ambiente e cultura, combinazione ben presente in Toscana — sottolinea Antonio De Concilio, direttore di Coldiretti Toscana — Solo quattro specialità sono prodotte in città grandi e medie, fagiolo di Sorana, lardo di Colonnata, mortadella di Prato e zafferano di San Gimignano e noi vogliamo contribuire a raccontare un patrimonio enogastronomico custodito fuori dai tradizionali circuiti turistici e dalle grandi città d'arte».

Ma che effetti concreti potrà avere l'anno del cibo e le altre iniziative «collegate» sul turismo, sulla sua delocalizzazione? Presto ovviamente per saperlo, ma secondo Qualivita — la fondazione senese nata per valorizzare il settore agroalimentare di qualità e le produzioni Dop e Igp — non è questo il punto. «È ovvio che la Toscana, che da secoli ha nella sua identità l'unione tra paesaggio, cibo e cultura, dove nei borghi trovi già agriturismo, botteghe, produzioni tipiche, pievi e piccoli musei, ha molto da guadagnare dall'Anno del cibo italiano e sarà al centro dell'attenzione — spiega Mauro Rosati, direttore generale di Qualivita — ma la cosa più importante di questo tipo di iniziative è che stimo-

lano il sistema delle imprese agricole e del food ad investire nel turismo e nell'accoglienza. Solo il settore vitivinicolo in Toscana è avanti in questo, dall'effetto enorme della cantina Antinori al Bargino alle piccole aziende familiari; da quello dell'olio, ai caseifici, alle fattorie, c'è invece molto da fare sul fronte delle degustazioni, vendita diretta, laboratori e dimostrazioni di come si produce». L'occasione, insomma, va colta per colmare il divario, anche digitale. «È importante l'attività di promozione e comunicazione dei due ministeri, dire che il valore aggiunto dell'agricoltura è non solo la qualità ma il turismo e l'accoglienza — sottolinea Rosati — In Emilia le aziende del Grana Padano, ad esempio, l'anno scorso hanno portato 100.000 persone in visita nei loro caseifici, un patrimonio che significherà più clienti e la loro fidelizzazione, più passaparola, ma anche maggior e-commerce. In Toscana su questo c'è tanto da fare, siamo ancora alla fase iniziale, come anche nell'utilizzo dei social media. Con l'e-commerce e internet si annullano le distanze e un prodotto di un piccolo Comune può arrivare davvero in tutto il mondo. Questa consapevolezza c'è nelle aziende agricole toscane, in cui sono tornati i giovani, ma va sviluppata in progetti concreti, dando nuova spinta alle nostre aziende». I

numeri dicono che c'è ampio spazio per crescere: se nel vino la Toscana conta il 14% del valore totale italiano di Dop e Igp, nel cibo vale appena l'1% con un valore annuo di 90 milioni di euro di produzioni (le province Siena a Grosseto da sole fanno al metà di questo fatturato), anche se è la quarta regione per numero di specialità protette e la

seconda per numero di operatori, oltre 13.000.

La fondazione Qualivita è scesa in campo anche direttamente, con il progetto Treccani Gusto, che sarà articolato da una nuova edizione dell'annuale Atlante Qualivita sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane Dop e Igp, un magazine digitale e una banca dati on line con glossario specialistico e ricettario. «Abbiamo proposto noi alla Treccani il progetto per una divulgazione "alta", che vada oltre gli addetti ai lavori, che dica in modo autorevole, e Treccani è un'assoluta garanzia, alle famiglie italiane e non solo cosa è il mondo del cibo, la sua qualità e tradizione. Un modo per rispondere anche ai periodici attacchi di certa stampa straniera al mondo del food italiano, attraverso lo strumento del portale www.treccani.it che conta 500.000 visitatori al giorno», conclude Rosati.

Style

MIMETICO
ARTIGIANO

Uno zaino bello e utile arriva da uno dei negozi più amati dai fiorentini di tendenza e dagli stranieri alla ricerca di qualità in città. Campomaggi, fedele



protagonista di Pitti Uomo, propone un accessorio

pratico e artigianale in tela vela mimetica con dettagli in pelle e stampa centrale. (L.A.)

Gerard loft
Via dei Pecori, 36/r
Prezzo: 390 euro



Mauro Rosati,
direttore generale
di Qualivita

La mappa



58

I prodotti
DOP - IGP
settore wine



33

I prodotti
DOP - IGP
settore food



90

Valore produzione
DOP - IGP
settore food
milioni di euro

