

Rovereto

di Erica Ferro

Local

● La strada per un futuro di alto profilo, è chiara per Maurizio Rossini, amministratore unico di Trentino marketing, Ieri in rappresentanza del territorio trentino

● «Continuare a lavorare su un'agricoltura di qualità che garantisca alla ristorazione tutto il necessario per caratterizzare la propria proposta in termini territoriali»

● Inoltre è sempre più importante «investire nella formazione per favorire lo sviluppo di nuove imprese operanti nel settore»

**ROVERETO** Valorizzare il più possibile la diversità dei prodotti del territorio, immaginare un'offerta sempre più particolare e peculiare, investire nella ristorazione d'eccellenza come volano per l'economia, coltivare ogni giorno la volontà di migliorare: imprenditori della ristorazione trentina, prendete appunti. Sono questi i suggerimenti del guru delle «bibbie del gusto» nazionale per un Trentino più competitivo nella sfida della buona tavola. Un territorio che, non va dimenticato, «possiede più stelle Michelin delle province di Parma e Reggio Emilia messe insieme e 21 comuni censiti dalla guida Espresso rispetto ai dieci del bolognese o del parmigiano» come evidenzia Andrea Grignaffini, che delle guide de L'Espresso è il vice-curatore, nonché estimatore delle bollicine locali del Trentino doc, «grande eccellenza italiana».

Stelle, cappelli da cuoco, forchette e coltelli incrociati, cioccolate sono state le raffigurazioni protagoniste ieri al Mart in un pomeriggio che ha visto i rappresentanti delle principali guide gastronomiche nazionali per la prima volta riunirsi attorno allo stesso tavolo. Chi assegna le stelle più ambite della ristorazione italiana, come Michelin, «non un'edizione di critica gastronomica, ma una guida per chi viaggia», che con il suo direttore della comunicazione Marco Do ha calcolato che il fatturato indotto dalla presenza sul territorio italiano dei 356 ristoranti stellati raggiungerà nel 2018 i 300 milioni di euro. Ma anche chi, «volutamente» come spiega Lorenza Vitali — porta avanti una filosofia legata a un target allargato, le famiglie, che per la maggior parte o perlomeno non sempre quando viaggiano possono permettersi il ristorante stellato». Di loro 280.000 sono associate al Touring club italiano.

Segnala 1.657 locali in grado di offrire «un pasto completo a 35-40 euro vini esclusi» anche la guida di Slow food «Le Osterie d'Italia», come evidenzia il suo direttore Eugenio Signoroni, «capaci di valorizzare la cucina legata alla tradizione del loro territo-



**Al Mart** Presentati dal presidente dell'Accademia italiana della cucina Germano Bertotti. Ieri si sono incontrati i rappresentanti delle più importanti guide gastronomiche. Al centro il direttore del Corriere del Trentino Enrico Franco

# La ristorazione d'eccellenza volano dell'economia locale

Ieri al Mart le «bibbie del gusto» riunite dall'Accademia della cucina

**Territorio** Più stelle Michelin delle province di Parma e Reggio Emilia messe insieme

rio», mentre Identità golose, online, si «sofferma sulle idee nuove, le eccellenze che abbiano qualcosa da dire, i giovani» come dice l'ideatore Paolo Marchi. È nata come critica gastronomica, invece, la Guida de L'Espresso e «in un

mondo fatto ormai di professionisti, la differenza che le guide dovrebbero fare sta proprio nell'offrire una lettura professionistica» chiosa Grignaffini. L'occasione per confrontarsi è stata offerta dalla delega-

Do Il fatturato nel 2018 dei migliori locali raggiungerà in Italia la quota di 300 milioni di euro

Grignaffini Le guide dovrebbero riuscire a fornire una lettura professionistica all'utenza

zione roveretana dell'Accademia italiana della cucina, che ha puntato i riflettori anche sul panorama regionale, dove il giro d'affari dei pubblici esercizi si aggira intorno ai 3,8 miliardi di euro secondo i dati Fipe e dà lavoro a 20.000 persone.

«Per fortuna in Trentino è cresciuta, rispetto al passato, la riscoperta dei prodotti locali — nota il direttore del Corriere del Trentino, dell'Alto Adige e di Bologna Enrico Franco — meno positiva è la presenza di atteggiamenti autoreferenziali che frenano la qualità, una certa mancanza di fantasia e i prezzi, mediamente più alti che negli altri territori: servirebbe più confronto e omogeneità».

La strada per un futuro di alto profilo, tuttavia, è chiara per Maurizio Rossini, amministratore unico di Trentino marketing: «Continuare a lavorare su un'agricoltura di qualità che garantisca alla ristorazione tutto il necessario per caratterizzare la propria proposta in termini territoriali e investire nella formazione per favorire lo sviluppo di nuove imprese nel settore».