

L'ENOGASTRONOMIA SPINGE IL TURISMO È UN GIRO DI AFFARI DA 30 MILIARDI

di ANNA MARIA CAPPARELLI

Un riconoscimento di alto valore culturale, ma soprattutto un fondamentale volano per lo sviluppo economico della filiera agroalimentare italiana che dal campo alla tavola già oggi vale 580 miliardi. Con la candidatura della "cucina italiana" a patrimonio immateriale dell'Unesco si aggiunge un altro tassello alle medaglie già conquistate dall'Italia, dalla Dieta Mediterranea alle Coline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene fino all'arte dei "pizzaiuoli" napoletani. E che testimonia come il cibo realizzi un matrimonio perfetto tra cultura ed economia. Ecco perché ci si attende molto dalla "cucina". A promuovere la candidatura i ministri dell'Agricoltura e Sovranità alimentare, Francesco Lollobrigida e della Cultura, Gennaro Sangiuliano, con il supporto di un comitato scientifico presieduto dal professor Massimo Montanari dell'Università di Bologna. Un ruolo importante lo ha avuto anche l'Accademia Italiana della Cucina (220 sedi in Italia e oltre 80 all'estero) che da 70 anni (quest'anno celebra la fondazione) fa pressing per promuovere il mangiare e bere bene in Italia e nel mondo. "E' un risultato a cui puntavamo da tempo - spiega al Quotidiano del Sud, Paolo Petroni, presidente dell'Accademia della cucina italiana - il turismo enogastronomico o meglio esperienziale è inserito a pieno titolo nella cultura dei nostri territori. Oggi infatti si visitano i musei, ma anche i vigneti e le strutture di produzione agroalimentare. Come tutte le cose buone e belle, a partire dalla moda, i nostri piatti sono copiati. E' necessario promuovere il vero made in Italy a tavola per contrastare così i piatti imbastarditi". L'Accademia sta svolgendo un'azione di formazione anche presso i giovani che avranno una funzione chiave per mantenere e diffondere le tradizioni culinarie. Anche ai più giovani infatti è rivolto il libro sulla storia della cucina italiana a fumetti, un lungo percorso dalle ta-

gliatelle etrusche al tiramisù già tradotto in otto lingue. Storia, dunque, cultura e arte, ma anche e soprattutto business.

Si tratta - ha spiegato la Coldiretti in uno studio - della voce principale del budget della vacanza in Italia con oltre un terzo della spesa destinato alla tavola per consumare pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o souvenir enogastronomici in mercati, feste e sagre di Paese. Un impatto di oltre 30 miliardi sulla spesa turistica globale. Spesso le località oltre che per le bellezze culturali, si scelgono anche per quelle paesaggistiche ed enogastronomiche. E questo spiega le preferenze dei vacanzieri per i piccoli borghi che dopo la pandemia hanno vissuto un vero rinascimento. Chi scopre le eccellenze enogastronomiche italiane non le abbandona quando torna nel suo Paese e dunque la cucina è la migliore ambasciatrice del made in Italy a tavola. Che ha già raggiunto 61 miliardi nel 2022, ma che potrebbe recuperare i 120 miliardi di falsi.

La cucina italiana - come sottolinea il report Coldiretti - è diventata leader mondiale potendo contare sull'agricoltura più green d'Europa con 5450 specialità ottenute secondo regole tradizionali delle regioni, 320 specialità Dop/Igp riconosciute a livello comunitario e 415 vini Doc/Docg, la leadership nel biologico (86mila aziende agricole bio), 25mila agriturismi e la vendita diretta. Sono 10mila gli agricoltori che animano i mercati di Campagna amica e che si affiancano a quelli che partecipano a sagre e strade del vino e dell'olio.

E con il bollino Unesco l'attrattiva soprattutto per gli stranieri potrà aumentare. Sperimentando la vera cucina tricolore si contribuirà ad arginare il fenomeno dei prodotti taroccati che riguardano anche i piatti. I cittadini belgi che avranno gustato la vera carbonara come potranno utilizzare, una

volta a casa, la panna al posto del pecorino? E gli inglesi (forse) non chiederanno più gli inesistenti spaghetti alla bolognese. E si potrà mettere fine a quel museo degli orrori, più volte denunciato dalla Coldiretti, fatto di eclatanti falsi di Parmigiano, pomodoro San Marzano ed extra vergine. La cucina italiana va poi a integrarsi con la Dieta Mediterranea che già si fregia del bollino Unesco e che schiera campioni di cui molti con una spiccata connotazione meridionale. E dunque per il Mezzogiorno potrebbe essere un'occasione d'oro. Ne è convinto Alfonso Pecoraro Scanio, presidente della Fondazione Univerde e promotore di #noFakefood che ritiene che a giocare in favore delle regioni del Sud sia la consolidata tradizione artigianale. La mancanza di grandi industrie - spiega - ha favorito il rafforzamento delle imprese artigiane. Con il riconoscimento della cucina, che rappresenta un ombrello per tutte le varietà agroalimentari italiane, si viene incontro alle richieste che numerosissime arrivano dai territori. "Così, poi, aggiunge - si incoraggia la campagna contro il fake food che ho avviato". Occasione importante quindi per il Mezzogiorno (e d'altra parte, ricorda Pecoraro Scanio la Dieta mediterranea è il Cilento) tenendo conto del significato economico che l'agricoltura esprime. Il valore delle produzioni ottenute dai raccolti agricoli e dalla prime trasformazioni, secondo un identikit tracciato da uno studio del Cranec (Università Cattolica del Sacro Cuore), nel Mezzogiorno rappresenta oltre il 40% del totale nazionale. Soprattutto sul fronte dell'ortofrutta sono indubbi i primati. Sicilia e Puglia sono al primo posto nella produzione di carciofi e con i loro raccolti superano quelli dell'intera Spagna. Le regioni meridionali conquistano il podio nella Ue 27 anche per pomodori, melanzane, indivia, albicocche e uva da tavola. Per non parlare di grano e vino.

Campania e Basilicata con le loro albicocche sorpassano la Grecia. Per l'uva da tavola Bari e Taranto vincono su Madrid.

Insomma un vero giacimento che se ben valorizzato e promosso potrebbe dare un'ulteriore spinta all'enogastronomia meridionale. E la migliore promotion è quella della tavola. La grandezza dell'offerta nazionale dipende strettamente dal racconto dei territori, come ripete ormai da anni la **Coldiretti**: nelle ricette locali non ci sono solo i sapori, ma la storia stessa dei comuni, delle montagne, delle colline e del mare dei diversi angoli, anche quelli interni e più sconosciuti, dello Stivale. Ed è questo il patrimonio che non può essere disperso o "adeguato" alle nuove tendenze. Si tratta di modalità produttive che garantiscono quella sostenibilità tanto di moda. Cedere a tendenze che porterebbero verso una dieta globale e omologata significherebbe anche tagliare le gambe all'economia di molte regioni. Insomma insetti e alimenti sintetici viaggiano su un binario opposto e rischiano di far deragliare il Made in Italy. Per "assaporare" farine di grillo, bistecche e carne di pollo (pochi giorni fa ha ottenuto il via libera dal FDA Usa) coltivati in laboratorio, formaggi in provetta o i vini fatti con le bustine non è necessario venire in Italia o ricercare i prodotti tricolore sugli scaffali di tutto il mondo. E soprattutto non si potrà certo trovare alcun legame tra questi novel food e l'arte. Il Bacco del Caravaggio, che i ministri Sangiuliano e Lollobrigida porteranno al Vinitaly, immortalava un cestino colmo di mele, fichi, uva e un calice di vetro di vino rosso. Agricoltura (vera) e arte.

La candidatura della "cucina italiana" patrimonio Unesco un volano per un rilancio economico e culturale dell'Italia a tavola. Un terzo della spesa delle vacanze destinata al cibo

Un'occasione d'oro per il Sud "patria" della Dieta mediterranea.

E l'Accademia della cucina del Paese investe sui giovani consumatori

IL SOSTEGNO

A promuovere l'iniziativa i ministri Lollobrigida e Sangiuliano



L'enogastronomia spinge l'economia italiana



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.