



Sapori

IN EVIDENZA



CHEF

VINO

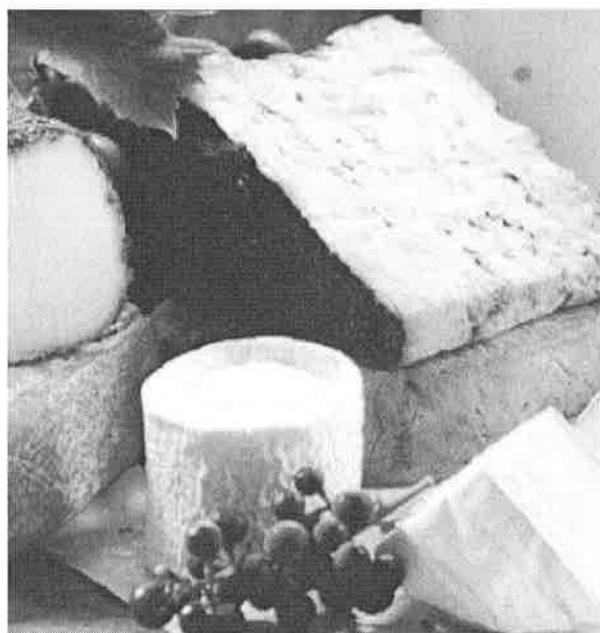
RISTORANTI

TRATTORIE

RICETTE

ITINERARI

Un'arma in più per combattere l'italian sounding: il Grand Tour del cibo



*L'iniziativa rivolta ad alcuni dei maggiori influencer di food & beverage, provenienti da Messico e Canada. Per conoscere, sul campo, i veri prodotti italiani. **Seguici***

di ELISA POLI

prodotti itinerari gastronomici

Stampa



L'italian sounding? Si combatte anche a casa nostra. Un mix di turismo e social networking potrebbe essere il rimedio possibile ai danni provocati dall'uso di nomi, denominazioni, simboli e immagini che evocano l'Italia per commercializzare prodotti che di made in Italy non hanno nulla. Danni ingenti, che potrebbero valere ben 100 miliardi di euro annui, secondo una recente

dichiarazione del presidente di Federalimentare Luigi Scordamaglia. Assocamerestero (l'Associazione che raccoglie le 78 Camere di Commercio Italiane all'Estero) ha organizzato **un tour del gusto davvero molto invitante, dedicato ad alcuni dei maggiori influencer in ambito food & beverage**, provenienti da Stati Uniti, Messico e Canada. Paesi dove l'italian sounding è particolarmente diffuso.

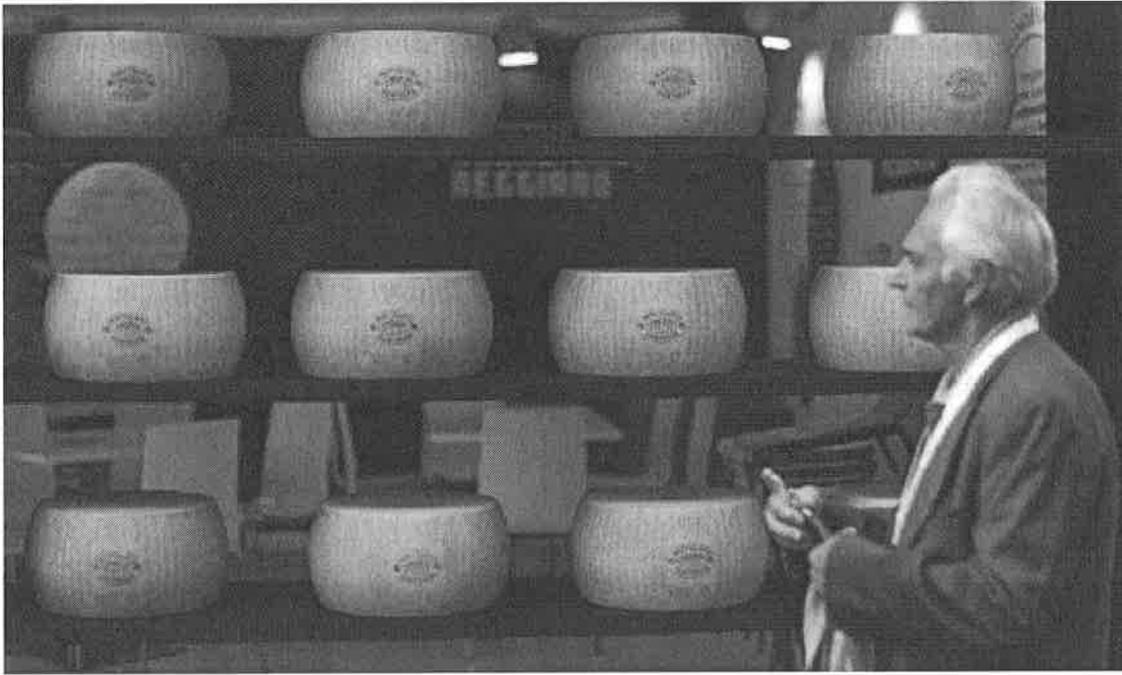


Foto Marco Bertorello/AFP/Getty Images

Condividi

Il progetto, che si chiama True Italian Taste ed è finanziato dal ministero dello Sviluppo Economico nel quadro della campagna "Valorizzazione e promozione del prodotto agroalimentare italiano autentico", non a caso ha come sottotitolo la frase "If food could talk", cioè "Se il cibo potesse parlare": la caratteristica che accomuna infatti i partecipanti, come per esempio la dietista Isabelle Huot (da Montreal), la televisiva Michele June Pak (Vancouver), l'editor Phaedra Cook (Houston) o il giornalista Javier Quesada Lopez (Mexico City), è proprio la capacità di raccontare e trasmettere ai loro seguaci e lettori le caratteristiche di bontà quali Prosciutto San Daniele DOP, formaggi Piave DOP e Grana Padano DOP, Prosecco DOC, vino Amarone o Riso Nano Vialone Veronese IGP. Nomi che non sono un indizio, ma una certezza: la tappa più recente di questa sorta di Grand Tour enogastronomico 2.0 ha interessato infatti Veneto e Friuli, con tappe nei Consorzi di produzione e nelle migliori cucine per svelare filiere produttive e storia, origini e modalità di produzione delle specialità tipiche del territorio.

Quasi tutti gli invitati sono già appassionati delle cucine e dei paesaggi italiani. Alcuni di loro hanno visitato in lungo e in largo l'Italia e fra gli

ingredienti che collegano istintivamente al Belpaese ci sono pomodori, basilico, Parmigiano, prosciutto, olio di oliva, mozzarella, pasta, nocciole, tartufo e aceto balsamico, solo per citarne alcuni. Freschezza, salubrità e bontà delle materie prime, insieme a bellezza del panorama e delle opere artistiche e architettoniche rendono agli occhi stranieri l'Italia davvero un luogo irresistibile e unico al mondo.

Kat Levitt, esperta di cibo e viaggi, da Chicago, racconta già prima del tour: "Aglio, basilico, pomodori, olio e parmigiano sono gli ingredienti italiani che non possono mancare sulla mia tavola. Posso aggiungerne un altro? Sicuramente il rosmarino. Sono già stata in precedenza in Italia, ho visitato Firenze, Napoli, Positano, Pisa, Amalfi e Roma. E la prima immagine che mi viene in mente quando penso al Made in Italy è proprio l'incantevole città di Roma, dotata di un fascino intramontabile così come quello che ha il cibo italiano".

Un progetto educativo che ha dato i mezzi, direttamente sul campo, per riconoscere l'autentico Prosciutto di San Daniele, dalla caratteristica forma a chitarra, prodotto e invecchiato almeno 13 mesi nel microclima unico dell'area friuliana, o le proprietà del Grana Padano, ottenuto da latte crudo di vacca (17 l per ogni kg di prodotto) proveniente da due mungiture giornaliere, o la rotondità semi-allungata, il colore perlaceo e senza striature del Riso Nano Vialone Veronese o ancora il perlage, l'aroma e la mineralità del Prosecco DOC. Un ottimo modo per sostenere l'export e le nostre imprese all'estero e che, perché no, può essere utile anche per far scoprire alcune bontà regionali anche a noi italiani. Che campanilisti lo siamo per definizione, spesso anche a tavola.

Mi piace Piace a Claudio Campanella ed altre 18 mila persone.



© Riproduzione riservata

24 luglio 2017

GUARDA ANCHE

PROMOSSO DA TABOOLA

Le città italiane più care per comprare casa

Aste Immobiliari

Saviano sul rogo del Vesuvio: 'Vi spiego perché brucia'

Usa, il padre è in tribunale: il giudice fa scegliere la pena al figlio di 5 anni