



I NOSTRI CONVEGNI

Le Guide gastronomiche si raccontano

Il loro valore aggiunto per la ristorazione e il territorio, nel corso dell'interessante convegno a Rovereto.

DI GERMANO BERTEOTTI

Delegato di Rovereto

La Delegazione di Rovereto ha organizzato un convegno, coordinato dalla giornalista e Accademica Francesca Negri, nel corso del quale le cinque più importanti guide gastronomiche italiane si sono trovate assieme per parlare del valore che il loro lavoro ha per il territorio e per la cucina regionale.

Il titolo dell'incontro, che si è svolto al Mart di Rovereto, era "Le Guide gastronomiche nazionali e la cucina regionale italiana": un tema ambizioso, che ha voluto puntare i riflettori sull'importanza delle guide per lo sviluppo culturale e turistico di un territorio, perché la cucina racchiude la storia, la cultura, le tradizioni e anche il lato *leisure* di

un luogo. Non solo, il turismo enogastronomico è costantemente in crescita, passando da un ruolo "accessorio" a componente in grado di influenzare le scelte di viaggio. I dati FIPE, relativi al 2017, confermano che la ristorazione italiana, con 41 miliardi di euro di valore aggiunto, è il settore trainante della nostra filiera agroalimentare, più importante di agricoltura e industria alimentare.

Nonostante ciò, a oggi non esiste una classificazione istituzionale dei ristoranti, come invece accade per gli alberghi. Anche per questo motivo, le guide gastronomiche italiane hanno un ruolo importante e sono così ambite da chef e ristoratori.

Come funzionano queste guide? Quali sono le differenze tra di loro e soprattutto quale valore aggiungono ai ristoranti che riescono a esservi inseriti e, ancora di più, al territorio dove essi si trovano?

Secondo i dati dello studio "Taste Tourism", condotto dalla società GFC e riportati da Marco Do, Direttore comunicazione di Michelin Italia, l'indotto dei 356 ristoranti stellati italiani della Rossa più desiderata è di oltre 300 milioni di euro l'anno. "La cucina è un business in pieno sviluppo. Non si è ancora approfondito abbastanza su quanto valore abbia la ristorazione di alta qualità per il luogo in cui si trova. Chi segue questo tipo di ristorazione





I NOSTRI CONVEGNI

- ha spiegato Do - si muove, dorme in un hotel, va a visitare un museo, in altre parole spende". "La guida Michelin - ha sottolineato Do -, non è un'edizione di critica gastronomica ma è una guida per chi viaggia. Lo dimostra la legenda che spiega il significato delle stelle, nate nel 1926: 1 stella 'merita la tappa', 2 stelle 'merita una deviazione', 3 stelle 'merita il viaggio'. L'unico criterio per l'attribuzione delle stelle, o l'inserimento di un ristorante in guida, è il piatto. Per noi non conta la grandezza di uno chef o il suo blasone; ci prendiamo un impegno importante con i nostri viaggiatori, ossia quello di garantire l'esperienza, che deve essere costante".

Da quella che oggi è conosciuta come "La Rossa" a quella che è stata la prima Rossa (nel 1931 diventerà verde), ossia la guida del Touring Club Italiano, che nasce nel 1894 da un gruppo di 57 velocipedisti, con l'intento di diffondere i valori ideali e pratici del ciclismo e del viaggio. Il suo target, ha spiegato Lorenza Vitali, collaboratrice storica della Guida TCI, "è la famiglia, con figli, che ha a disposizione un budget medio e che cerca di dormire, mangiare e viaggiare al meglio possibile. Oggi sono 280mila i soci del Touring".

Molti gli spunti proposti anche da Andrea Grignaffini, vice curatore della Guida Ristoranti de "L'Espresso". "La nostra guida nasce come critica gastronomica; il locale viene affrontato con un lungo racconto da parte dell'autore, che oggi è diventato più corto per esigenza di spazio. Il vero segnale dei tempi, nel giro di questi ultimi 10 anni, è sicuramente che c'è stata una svolta epocale nella cucina, un salto tecnico enorme. Il cibo oggi si presta a una lettura molto complessa. Il sapore di uno spaghetti cambia se messo in un piatto fondo o in uno piano. Lo stesso vale se si mangia un risotto con la forchetta o con il cucchiaino. La gastronomia non è più un esercizio palatale, ma mentale. Bisogna capire la funzione finale del progetto del piatto. Le guide oggi devono dare una lettura professionistica di un mondo ormai fatto da

alti professionisti: il nostro lavoro, quindi, non è mai stato così utile come adesso". La prossima edizione della Guida Ristoranti d'Italia de "L'Espresso" vedrà incorporare anche la guida ai vini.

Identità Golose, giunta all'edizione n. 14, è oltre una guida soprattutto un congresso di alta cucina. "Noi italiani - spiega l'ideatore di IG, Paolo Marchi - facciamo molta fatica a dare valore a un piatto: anche per questo il mondo della ristorazione internazionale non ci riconosce la forza creativa di altre Nazioni. Identità Golose cerca di tracciare le tendenze, di individuare le persone che hanno un'eccellenza da dire, una grande idea: non ragioniamo a livello regionale. E cerchiamo di valorizzare i giovani, provando a individuare prima degli altri gli emergenti". IG ha "un centinaio di collaboratori sparsi nel mondo. Come guida siamo solo online perché secondo noi le guide cartacee non sono più attuali".

Slow Food Editore nasce nel 1990 con l'obiettivo di sostenere, con una produzione libraria, i temi cari all'Associazione internazionale "con l'intento di difendere il cibo buono, pulito e giusto". L'esordio della casa editrice è affidato all'*Atlante delle grandi vigne di Langa*, seguito l'anno successivo dal best seller assoluto, con cadenza annuale, di *Osterie d'Italia*. "A volere questa guida è stato Marino Marini, e la prima edizione non riportava l'anno, perché l'intenzione era quella di fare un *unicum*. Invece, il successo fu talmente grande che si decise di continuare a editarla ogni anno", ha raccontato Eugenio Signoroni, Direttore dal 2012 della guida *Osterie d'Italia*. "La prima edizione riportava solo 700 segnalazioni dai soci. Oggi contiamo su 1657 segnalazioni; i nostri testi sono abbastanza lunghi perché vogliamo raccontare l'esperienza più che fare critica gastronomica. Non diamo punteggi, ma poniamo molta attenzione all'esperienza complessiva, allo stare bene, oltre che al mangiare bene. Per questo il ruolo dell'oste, di chi accoglie in sala, è fondamentale. Anche l'elemento del prezzo è distintivo per noi, perché si inclu-



dono solo i locali che propongono un pasto completo a non più di 35-40 euro vini esclusi".

Il convegno è stato aperto dai saluti del Delegato di Rovereto Germano Berteotti, dall'Assessore al Turismo e all'Agricoltura della Provincia autonoma di Trento, dottor Michele Dallapiccola, dal Sindaco del Comune di Rovereto, dottor Francesco Valduga, e dall'intervento introduttivo del CT del Trentino-Alto Adige, Raoul Ragazzi. Un focus regionale è stato poi fatto dal Direttore del "Corriere del Trentino", "Corriere dell'Alto Adige" e "Corriere di Bologna", dottor Enrico Franco, e dall'Amministratore unico di Trentino Marketing, dottor Maurizio Rossini. Le conclusioni sono state affidate al Segretario Generale dell'Accademia, Roberto Ariani.

See International Summary page 70