

ICI COMPAGNIE ADRIATICO S.p.A. | TEL: 051.2200000 | IP: 2.38.53.12



**I vini marchigiani
sorriscono a Verona
Ora è pronto anche
il progetto del food**

a pagina 16

dal nostro inviato
VERONA

Una chiusura in grande stile per il Vinitaly. E con tanti sorrisi e ottime prospettive per le 143 cantine che hanno rappresentato a Verona il mondo enologico marchigiano. Un'edizione davvero straordinaria, con il record di presenze di aziende che si sono identificate sotto il grande "ombrello" della Regione Marche, dell'Istituto marchigiano tutela vini e del Consorzio vini piceni. Un'immagine di unità che ha fatto bene a tutti, soprattutto nell'ottica (obbligo!) di conquistare nuovi mercati all'estero. C'è la Cina che sembra un immenso terreno di conquista sul quale in molti hanno capito di puntare. Toscana, Piemonte e Veneto sono già in prima linea.

Non solo vino

Ma proprio alle ultime battute della manifestazione per le Marche è arrivato un altro tassello, fondamentale. All'interno del padiglione Sol&Agri-food si è consumato, dopo un paio di anni di attesa, il battesimo definitivo di Food Brand Marche: anche in questo caso con l'unione che farà la forza del cibo, e non solo, della nostra regione. E l'ultimo colpo di reni è arrivato dalle aziende del Piceno che hanno monopolizzato la partecipazione al Salone parallelo al Vinitaly. «La spesa media di chi fa turismo culturale è di 131 euro al giorno, di 125 euro al giorno per il turismo gastronomico e appena 89 euro per quello balneare. Dobbiamo fare una scelta, anche perché si calcola che nel 2030 nel mondo ci saranno 1,8 miliardi di arrivi internazionali e i dati di crescita sono molto forti. Le Marche devono intercettare questa domanda». L'analisi e l'invito agli operatori enogastronomici, sono del professor Gianluca Gregori, prorettore dell'Università Politecnica delle Marche e docente alla Luiss, che insiste sulle opportunità di una terra ricca di storia, cultura, tradizioni, vini e sapori. «Il valore aggiunto pro-capite legato al turismo è di 33 mila euro per la Valle d'Aosta e il Trentino Alto Adige - specifica Gregori -. Cifre che a mano a mano che si scende lungo la Penisola, si abbassano. In Abruzzo il valore aggiunto è di 17mila euro, nelle Marche intorno ai 20-22mila euro».

Turismo ed enogastronomia

Il turismo e l'enogastronomia possono essere le chiavi per rilanciare le Marche e la redditività dei produttori. «Entro due mesi l'operazione Food Brand Marche sarà chiusa e, ritengo, con successo, dal momento che abbiamo superato le divisioni regionali - commenta



Sabatini, Mazzone e un sorridente Vincenzo Spinosi. A destra lo stand preso d'assalto



Chiusura positiva al Vinitaly. Ma anche i prodotti tipici fanno sistema

Food Brand Marche Adesso si fa sul serio



D'Agata esalta Rosso Conero e Verdicchio di Matelica

● «Il Rosso Conero è la grande sorpresa di oggi. Se il Verdicchio di Matelica è una conferma». È il giudizio di Ian D'Agata, direttore scientifico di Vinitaly International Academy che ha condotto la degustazione celebrativa di lmt dei 50anni delle nostre due Doc.

Alberto Mazzone, che del nuovo polo enogastronomico regionale è il direttore - possiamo considerare la partecipazione congiunta, seppure in due luoghi separati qui a Verona, come una prima vittoria». In Europa e nel mondo, dove i prodotti artigianali marchigiani puntano a conquistare spazi di mercato crescenti, forti di una qualità riconosciuta, «andremo insieme, con il vino a fare da traino al cibo». Una soddisfazione condivisa ma soprattutto benedetta da Gino Sabatini, presidente della Camera di Commercio di Ascoli Piceno, per cui le leve strategiche per attrarre visitatori devono necessariamente essere quelle dell'enogastronomia, «con il vino locomotore della biodiversità non solo delle terre picene, ma anche marchigiane». Un sostegno istituzionale garantito dal dirigente della Regione Fabio Ceconi, in rappresentanza dell'assessore all'Agricoltura e all'Alimentazione, Anna Casini. E l'assaggio dei prodotti marchigiani è stato come l'assalto a Forte Apache. E anche Vincenzo Spinosi con i suoi straordinari

«spinosini» al tartufo o al limone si è dovuto arrendere: un bagno di folla mai visto così a Veronafiere. E a proposito del fungo ipogeo viaggia forte il progetto dell'Ais, vini e tartufi «tutto l'anno».

Un bilancio molto positivo

Per i numeri definitivi ci vorrà ancora qualche ora (in totale a Veronafiere 128mila visitatori da 142 nazioni, a pochi minuti dalla chiusura degli stand) ma il successo del nostro vino è stato reale, si è toccato con mano ai tavoli delle trattative come dai bicchieri mandati al servizio lavaggio. Bianchi, rossi, rosati, bollicine e passiti: ecco le nostre Marche, tutti positivi oltre l'apocalisse del terremoto. E pieni d'orgoglio per essere ognuno importante per se stesso ma fondamentale nell'insieme delle altre cantine. Per il vino, per il cibo, per il mare, per le colline, per le montagne, per la capacità di accoglienza, per la nostra forza che ha radici profonde in questa terra meravigliosa. Siamo marchigiani, allora insieme avanti tutta.

Andrea Fraboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA