



La Liguria al Festival del Giornalismo Alimentare

Dal 20 al 22 febbraio con la Regione, Camera di Commercio di Genova e Agenzia "In Liguria" protagoniste a Torino Lingotto

18 febbraio 2020 - L'Agenzia di promozione turistica "In Liguria" e la Camera di Commercio di Genova, saranno presenti e protagoniste al prossimo Festival del Giornalismo Alimentare, in programma a Torino dal 20 al 22 febbraio. La partecipazione all'appuntamento che riunisce centinaia di professionisti della comunicazione e dell'informazione in ambito alimentare, si inquadra in quella campagna di promozione commercializzazione del "made in Liguria" che caratterizzeranno l'attività di Regione Liguria e Agenzia "In Liguria" anche per il 2020.

L'importanza del segmento "food" per l'industria del turismo ligure è sottolineato da alcuni semplici dati: 7 turisti su 10 che scelgono la Liguria come meta di vacanza considerano il buon cibo un elemento prioritario; mentre il 74% del totale preferisce gustare il cibo tradizionale (solo il 16% punta su piatti internazionali e appena il 10 % su cucina etnica). Il Festival del Giornalismo alimentare rappresenta un'ottima occasione per promuovere il comparto enogastronomico ligure. Quello del cibo e dei sapori è un settore strategico all'interno dell'articolata azione di promozione della Liguria, una delle eccellenze su cui abbiamo puntato per diffondere il nostro nome nel mondo.

Un obiettivo, è chiaro, che si raggiunge anche attraverso momenti di incontro e di scambio di idee tra il mondo enogastronomico e i professionisti dell'informazione come questo. I numeri parlano chiaro: se 7 turisti su 10 che scelgono la Liguria considerano il buon cibo un elemento prioritario, significa che il messaggio che abbiamo scelto di veicolare in questi anni, cioè che la Liguria non è solo mare e spiagge, è arrivato, anche grazie alle diverse campagne che abbiamo lanciato, come quella approdata negli aeroporti dal titolo La Liguria è un'altra cosa, e quella intitolata Liguria terra d'olio e di vino. Dobbiamo continuare su questa strada, facendo conoscere sempre di più la qualità dei prodotti made in Liguria e il lavoro dei tanti piccoli operatori che portano avanti una tradizione ricca come la nostra. Sempre nell'ambito della rassegna, il 21 febbraio si svolgerà un panel organizzato dalla Liguria: presenti l'assessore al Turismo Gianni Berrino e il Commissario dell'Agenzia Pier Paolo Giampellegrini, per la Camera il Segretario Generale Maurizio Caviglia, per il Consorzio dell'olio DOP Riviera Ligure Carlo Siffredi e per il Consorzio del Basilico Genovese DOP Paolo Calcagno.

Il "made in Liguria avrà un proprio spazio: "Assaggia la Liguria", corner didattico e di degustazione sui prodotti agricoli a Denominazione d'Origine della Liguria: Basilico Genovese D.O.P, Olio DOP Riviera Ligure e vini DOP liguri. "Assaggia la Liguria" è il programma di comunicazione dei Consorzi di Tutela del Basilico Genovese DOP e dell'Olio DOP Riviera Ligure, insieme all'Enoteca Regionale, che offre la possibilità ai consumatori e agli operatori del settore di conoscere le storie di questi prodotti e i valori che la DOP mantiene lungo la filiera produttiva, offrendo il piacere di un cibo inimitabile che rivela la storia e la cultura del territorio. Nell'ambito del Festival saranno organizzati due laboratori: uno dedicato ad una eliminatória del Campionato mondiale del pesto al mortaio a cui potranno partecipare 10 giornalisti, il cui vincitore potrà partecipare alla finale del campionato prevista a Genova il 28 marzo; l'altro



dedicato all'olio DOP Riviera Ligure, per scoprire le caratteristiche delle sue tre menzioni geografiche, a cui potranno accedere sino a 15 giornalisti.

Il valore del binomio tra turismo e patrimonio agroalimentare è ben chiaro a Pietro Paolo Giampellegrini, commissario straordinario di Agenzia In Liguria: *«I rapporti tra il mondo del giornalismo, quello agroalimentare e la promozione del turismo - interviene Giampellegrini - sono naturali e per così dire inevitabili. Nel caso della nostra Liguria, la filiera alimentare, che può contare su alcuni elementi di forza rappresentata dalle nostre produzioni DOP e IGP, oltre che da un prodotto bandiera come il pesto, rappresenta una grande attrattiva per il comparto del turismo. Foodblogger, influencer, professionisti della sicurezza alimentare, chef e naturalmente giornalisti specializzati sono costantemente al centro della nostra attenzione. Dal 2019 abbiamo lanciato il format "Food & Green", che in maggio vedrà l'allestimento di un nuovo "Village" del gusto e della sostenibilità, ancora più grande e importante di quello andato in scena un anno fa».*

L'assessore Giovanni Berrino ricorda che *«La partecipazione di Regione Liguria ad un evento così importante come il Festival del Giornalismo Alimentare - dichiara Berrino - si inquadra nella politica di promozione che questa amministrazione sta portando avanti fin dal suo primo giorno di lavoro. Essendo le eccellenze enogastronomiche una delle linee principali di promozione della nostra regione, riteniamo quindi che sia fondamentale che i professionisti dei media del settore diano il giusto spazio ai prodotti della nostra terra da Ponente a Levante che, come indicano i dati, sono un fattore di grande richiamo per i turisti. Il nostro obiettivo è proporre ai nostri ospiti un'offerta integrata e immersiva, a 360 gradi. Di recente infatti abbiamo lanciato "Liguria immersive experience" un prodotto turistico composto non solo da mare blu e spiagge (siamo la prima regione in Italia per numero di Bandiere Blu) ma anche da sapori, tradizioni artistiche e culturali e dalla natura dei nostri parchi nazionali e regionali e delle nostre aree marine protette».*

Chiude il segretario generale della Camera di Commercio di Genova, Maurizio Caviglia *«Siamo al festival per la prima volta con il marchio del Campionato Mondiale di Pesto al Mortaio, che la Camera di Commercio ha appena acquisito dai fondatori: un gruppo di "pionieri" che nel 2007 hanno ideato e promosso la manifestazione quasi per scommessa e che negli anni ci ha aiutato a tessere una rete vastissima di relazioni con imprese, istituzioni e associazioni e ci ha accompagnato nella presentazione della candidatura per il riconoscimento Unesco. E proprio al festival organizzeremo un'eliminazione per giornalisti e blogger che aprirà al vincitore le porte della finalissima del 28 marzo prossimo a Palazzo Ducale. Insieme al campionato presenteremo gli ultimi nati della famiglia dei marchi collettivi gestiti dalla Camera di Commercio: "I prodotti Genova Gourmet", che tutela le produzioni agroalimentari di nicchia di imprenditori che investono sul territorio, e "Genova Gourmet Bartender", che distingue i professionisti dei cocktail che valorizzano i prodotti locali».*