



## Genuinità in Bit

Numerosi gli incontri organizzati da certicibit, la sezione della Borsa del turismo, esclusivamente dedicata all'enogastronomia di qualità. Conferenze e approfondimenti sul territorio e sull'offerta variegata. (Leonella Zupo a pag. 8)

## Omaggio a Soldati.

Un incontro interamente dedicato a Mario Soldati, regista italiano che per primo si distinse nella creazione di documentari sulla gastronomia italiana, mostrando, paesaggi rurali e vita contadina. (Sara Rossi a pag. 9)

## Vino in strada

Presentata in Bit una ricerca approfondita sulla Strade del Vino in Italia. Analisi dei siti e della loro navigabilità, riflessioni sull'andamento turistico enogastronomico e sulle proposte per il futuro. (Sara Marchesi a pag. 16)

**Per la tua  
pubblicità  
chiama**

**337-3139964  
prodel@alice.it**

Quaderni  
di Milano

# on the road

SETTIMANALE DI INFORMAZIONE - ANNO XXIII N. 10 - 10 MARZO 2009  
Aut.Trib.MI n. 704 del 20/12/86 - Sped.in A.P.45%-art.2 co 20B legge 662/96 (MI) - 0,20 Euro

**Speciale  
Eno  
Gastronomia**  
pagg. 1, 8, 9, 16

## Svizzero? Perché no



Sarà Lugano ad ospitare la prima edizione elvetica di Eurochocolate dal 26 al 29 marzo 2009. La festa del cioccolato più importante d'Italia e la più nota in Europa sbarca, dunque, in Svizzera, dove il cibo degli dei non è solo tassello fondamentale della tradizione nazionale, ma è da sempre considerato, anche in Ticino, uno dei simboli dello Swissness più conosciuti al mondo. Con un consumo medio pro-capite di 12,3 chilogrammi, gli Svizzeri sono i più grandi consumatori al mondo di cioccolato. Non potrebbe essere altrimenti, se si considera che il fiore all'occhiello dell'industria dolciaria nazionale, con una produzione di circa 180 mila tonnellate all'anno, è proprio il cioccolato. L'evento sarà organizzato in partnership dallo staff di Eurochocolate e dall'agenzia Isicom SA di Lugano, con il patrocinio della Città di Lugano, di Lugano Turismo, GastroTicino, Hotelleriesuisse Ticino e dell'Accademia italiana della cucina e seguirà l'ormai consolidato format che contraddistingue ogni edizione di Eurochocolate nata 15 anni fa a Perugia.

Mostre, laboratori didattici per adulti, ragazzi e bambini, degustazioni guidate, spettacoli e divertenti animazioni faranno, dunque, da cornice al Chocolate Show, il grande e dolcissimo bazar dove il cioccolato svizzero sarà l'indiscusso protagonista con un focus significativo sulla produzione locale. Per i bambini, in particolare per i piccoli alunni delle scuole di Lugano, Eurochocolate Swiss propone il percorso Children Chocolate per imparare a conoscere come il cacao diventa cioccolato con i corsi ABC del Cioccolato ed Equoscuola, nonché il percorso ludico-didattico Nanauà per le vie del Cacao a cura dell'associazione Così per Gioco. Si attendono poi con molto entusiasmo anche l'appuntamento di successo con Cioccolato con l'Autore, in cui scrittori di fama presentano al pubblico le loro ultime opere, in compagnia di una dolce cioccolata in tazza, l'esclusiva Choco Spa, l'area benessere con trattamenti al cioccolato riservati al pubblico di Eurochocolate Swiss e, sempre in termini di benessere, il convegno sulle molteplici pri-

prietà salutari del cibo degli dei. A celebrare la Pasqua ormai prossima, un'interessante mostra di incarti pasquali provenienti dalla collezione privata Kramsky, esempio di come si è evoluto il packaging del cioccolato nel corso del tempo, alla quale si affiancherà la mostra fotografica 'I villaggi del cacao', reportage a cura di Andrea Di Martino che fissa gli istanti di vita quotidiana nelle piantagioni, i volti dei contadini e delle loro famiglie, facendo scoprire la realtà degli angoli più remoti del mondo dove si coltiva il cacao.

Per tutti i golosi che arriveranno a Lugano, anche ottime degustazioni di pane e cioccolato, nonché originali abbinamenti di cioccolato e vini, realizzate in collaborazione con le associazioni locali di panettieri e pasticceri e dei sommelier.

La scelta di Lugano come sede della prima edizione svizzera di Eurochocolate si deve non solo al fatto che il Ticino è baricentrico rispetto ai poli produttivi più importanti del cioccolato in Svizzera, ma soprattutto perché è proprio qui che sono nate alcune delle più importanti realtà produttive di grande qualità del territorio elvetico.

Eurochocolate Swiss avrà, dunque, il compito di promuovere la cultura del cioccolato svizzero ed il suo territorio con l'obiettivo di consolidare questo appuntamento pre pasquale nel corso degli anni, così come è già avvenuto in Italia, a Perugia, dove l'evento richiama ad ottobre ogni anno circa un milione di visitatori!

E allora 'More chocolate!': ancora più cioccolato!

## Assaggi gustosi in tutta Italia con 'Le stagioni dell'olio'



Un vero e proprio carrello di oli extravergine e biologici fino al 15 marzo presente nei maggiori ristoranti italiani.

Da Palermo, passando per Roma fino a Cuneo si potranno assaggiare le migliori produzioni oleicole italiane grazie a 'Le Stagioni dell'Olio', manifestazione organizzata da Enoteca Italiana in collaborazione con l'Associazione Città dell'Olio e con l'Associazione Città del Bio. I ristoranti di Siena, madrina dell'iniziativa, di Roma e delle province di Salerno, Matera, Messina, Palermo, Agrigento e Cuneo diverranno luoghi per far conoscere e approfondire la cultura dell'olio italiano, prodotto simbolo dell'enogastronomia mediterranea.

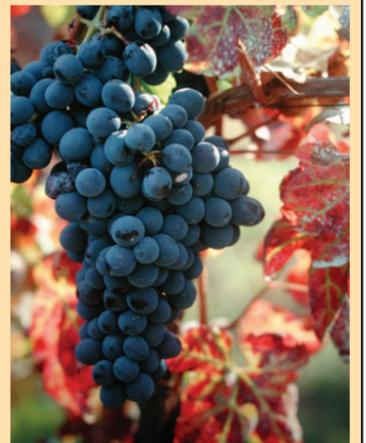
Inoltre, per rendere più gustoso l'appuntamento, gli chef proporranno anche menu degustazione tematici ed assaggi di olio extravergine e biologico abbinati ad eccellenze gastronomiche e produzioni tipiche Dop ed Igp. Una nuova iniziativa per promuovere il contatto diretto con il consumatore che avrà così la possibilità di scegliere, all'interno dei ristoranti, il miglior olio per ogni piatto degustato senza alcun costo aggiuntivo. Per informazioni dettagliate circa i ristoranti che parteciperanno all'iniziativa è possibile consultare il sito [www.enoteca-italiana.it](http://www.enoteca-italiana.it).

## Piemonte, itinerari vitivinicoli per scoprire il territorio

Un itinerario alla scoperta dei territori a vocazione vitivinicola, delle loro specialità enogastronomiche e delle loro peculiarità storiche e culturali. E' tutto questo la Strada Reale dei Vini torinesi, la nuova iniziativa turistica nata per volere di numerosi enti pubblici, associazioni, privati, a cominciare dalla Provincia e dalla Camera di Commercio di Torino, e con il supporto tecnico e finanziario dei Distretti Sud e Nord dei vini del Piemonte e che vede al momento oltre 120 soggetti aver aderito all'associazione.

La Strada sviluppa i suoi itinerari lungo un percorso che collega le eccellenze architettoniche, paesaggistiche e produttive

del territorio torinese, toccando i 180 comuni a vocazione vitivinicola, dei 315 dell'intera provincia, suddivisi nelle quattro principali aree viticole provinciali, pinerolese, collina torinese, Valle di Susa e canavese, con attività che saranno dedicate alla ricerca e alla rivitalizzazione dell'autentica gastronomia delle aree rurali, ma anche a programmi e iniziative divulgative per accrescere la conoscenza del territorio e del suo patrimonio culturale. "Il progetto - ha spiegato il presidente della Provincia, Antonio Saitta - nasce con un chiaro riferimento storico all'ambiente che sta determinando il suc-



cesso del turismo torinese senza dimenticare che la Strada vede la luce nell'imminenza dell'evento culturale e mediatico di rilevanza internazionale costituito dalle celebrazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia".

[www.ontheroadnews.eu](http://www.ontheroadnews.eu)

# Certicibit, enogastronomia di qualità



In una società 'informatizzata', quale quella che stiamo vivendo, il turismo si avvicina ad essere uno strumento col quale le persone sperano di sperimentare una migliore qualità della vita, una sorta di viaggio-percorso verso la realizzazione di una felicità individuale.

Per questo forse hanno sempre più successo forme di attività lente come antidoto ai ritmi frenetici, uno fra tutti il turismo enogastronomico, una forma di turismo culturale che si sposa con il bisogno di esperienze più autentiche. Non a caso, dopo i positivi riscontri dell'esordio, lo scorso anno, è ritornato 'Certicibit', un appuntamento con il turismo delle buone abitudini alimentari e delle produzioni enogastronomiche di qualità, in occasione dell'ultima Bit (Borsa Internazionale del Turismo) svoltasi al quartiere FieraMilano a Rho nel mese di febbraio. Patrocinato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e dal Ministero dell'Ambiente e

della Tutela del Territorio e del Mare, quest'anno 'l'Atlante del Gusto' di Bit ha dedicato uno spazio ancora più ampio all'inserimento dei prodotti enogastronomici certificati nel contesto del loro territorio. Specificità che costituiscono attrazioni turistiche, sulle quali Certicibit ha costruito la sua proposta di un nuovo turismo rurale consapevole e sostenibile, che sceglie il prodotto tipico non per moda, ma perchè ha conosciuto e apprezzato i territori e gli ambienti dove viene prodotto. La seconda edizione di Certicibit ha visto presenti le massime realtà istituzionali del settore, oltre a una rassegna completa dei migliori operatori del turismo rurale, agroalimentare ed enogastronomico provenienti da tutta Italia. "Questa seconda edizione di Certicibit - ha dichiarato Corrado Peraboni, amministratore delegato di Fiera Milano Expo, organizzatore di Bit - concretizza al meglio uno dei punti chiave della filosofia della manifestazione: coniugare la valorizzazione di un

segmento di mercato, a vantaggio degli operatori, con la maggiore conoscenza dei territori e dei loro valori da parte dei viaggiatori, innescando un circolo virtuoso che punta a un continuo miglioramento qualitativo del sistema turismo nel suo insieme. È in questa logica che quest'anno Certicibit punta in modo particolare su una più stretta connessione tra i prodotti enogastronomici e i loro territori, e su un'offerta culturale densa di appuntamenti di grande spessore". In linea con questo spirito, Certicibit si è presentato ancora più completo e approfondito, forte di un ricco programma culturale. Un fitto calendario di eventi ha infatti coperto l'intera durata della manifestazione, coordinato da due tra i maggiori esperti del settore: Adriano Agnati, segretario generale della Fondazione Buon Ricordo, emanazione del Touring Club Italiano, e Davide Paolini, 'Gastronauta' e docente a contratto di turismo gastronomico all'Università di Parma. Nei quattro giorni di Bit si sono

susseguiti continui incontri all'interno dell'area eventi dedicata, quali la conferenza inaugurale sul tema del cibo come medium dei territori: prodotti, vini, cucina e ambiente ricetta del Made in Italy per attrarre i viaggiatori. Il primo giorno della manifestazione è stato possibile partecipare alla presentazione della ricerca 'I prodotti tipici e il turismo: la domanda, i canali e le opportunità per le imprese', a cura di Sardegna Ricerche, alla consegna del premio 'Bandiere Arancioni' del Touring Club Italiano al miglior programma di accoglienza, e alla conferenza di presentazione del Flower Film Festival 2009. Nei giorni a seguire si è proseguito con approfondimenti su prodotti e territori (Acqualagna, Lucania, Montefalco, Sud-Sardegna, Terre di Arezzo, Toscana, Piemonte, Valle del Po) e sulla cultura dei cibi e dei vini. "La fama e il fascino di un prodotto tipico e di un paesaggio rurale sono un bene immateriale che crea valore aggiunto per l'intero territorio. Il programma culturale che Certicibit ha proposto ha offerto sia agli

operatori sia al pubblico elementi di riflessione e documentazioni interessanti di spessore storico capaci di consolidare tanto nei professionisti quanto negli utenti la consapevolezza di questo fenomeno", ha commentato Adriano Agnati. Davide Paolini ha aggiunto "Il programma di Certicibit è basato sulla presenza quali ospiti dei protagonisti di questa realtà, per far conoscere le chiavi del loro successo, i loro tesori e, in questo modo, comunicare il loro territorio in modo inconsueto, quasi didattico. Avremo così nelle quattro giornate molte case history che potranno costituire precedenti per altre esperienze in corso o future". Con il rafforzamento di Certicibit, la fiera ha confermato la sua attenzione per il turismo sostenibile di qualità, legata alla riscoperta della terra. Un segmento di mercato che, secondo dati di Coldiretti, con un valore di cinque miliardi di euro è uno dei principali driver del turismo del Bel Paese, forte di circa 18mila agriturismi ai quali si aggiungono ben 57.530 imprese rurali aperte al pubblico tra frantoi,

cantine, malghe e cascine, dove è possibile acquistare direttamente i prodotti tipici locali. L'Italia è il Paese al mondo che conta il maggior numero di cibi e vini certificati: 172 sono i prodotti a Denominazione di Origine Protetta (Dop/Igp), 469 i vini a Denominazione Doc/Docg/Igt. A questi vanno aggiunti 4.396 prodotti tradizionali regionali, che dall'anno scorso sono stati dichiarati per decreto espressione del patrimonio culturale italiano. Leit motiv di Certicibit 2009, dunque, la connessione tra prodotti certificati e sviluppo turistico dei territori, un concetto che ha trovato riscontro nei dati: una ricerca di Istituto Piepoli-Leonardo-Ice mostra infatti che tra i turisti esteri, in particolare, per quasi uno su due (il 45%) prodotti tipici e vini Doc sono i memorabilia preferiti del viaggio in Italia. Secondo i dati Coldiretti, inoltre, il cibo e la buona cucina sono il simbolo per eccellenza del Made in Italy per quasi due italiani su tre (il 63%).

Leonella Zupo

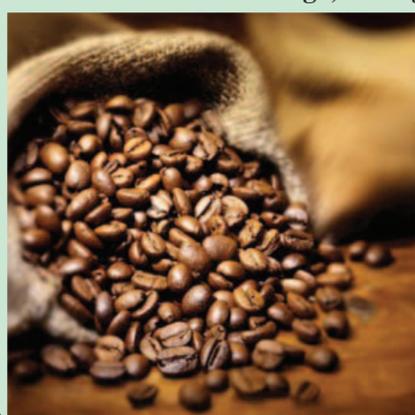


## Nicaragua, Ruta del caffè per il turismo

Prosegue con buoni risultati il progetto 'La Ruta del Caffè' lanciato nel 2007 dal Ministro del Turismo del Nicaragua Mario Salinas, per sviluppare l'economia della regione nord del Paese attraverso il turismo.

Questa iniziativa sta portando beneficio a tutto il Nicaragua e sta funzionando da traino al potenziamento di attività quali: agroturismo, etnoturismo ed ecoturismo di avventura, educativo e culturale.

Il progetto si pone come obiettivo principale la promozione e lo sviluppo del turismo nel nord del Paese mediante il settore del caffè e più precisamente attraverso le visite alle piantagioni situate in questa zona. A supporto dell'iniziativa è stato stanziato 1 milione di dollari da consegnare alla piccola e media impresa per migliorare la qualità dei servizi già esistenti e incentivare la creazione di nuove imprese che siano competitive e che si avvalgano di un personale qualificato. Per portare a termine il progetto verranno rafforzate le politiche locali di sviluppo turistico e le capacità imprenditoriali locali attraverso l'assistenza tecnica dei cinque comuni del nord: Jinotega, Matagalpa, Estelí, Nueva Segovia e Madriz.



Questa iniziativa garantirà il consolidamento della regione nord del Nicaragua come destinazione turistica.

La bellezza dei paesaggi, la varietà di flora e fauna, e le antiche tradizioni di questi luoghi arricchiscono la 'ruta', offrendo ai visitatori infinite possibilità di itinerari che soddisfano le esigenze di qualsiasi tipologia di turista. I viaggiatori possono ad esempio scegliere una vacanza d'avventura, educativa, culturale o a contatto con la natura usufruendo di buoni servizi di ospitalità, servizi di ristorazione e guide specializzate.

## Il vino italiano sbarca a New York



New York

Oltre 60 produttori vinicoli in rappresentanza delle principali aree produttive italiane, accompagnati da 20 dei più famosi ristoranti italiani di New York sono stati protagonisti del Gala Italia, importante manifestazione promozionale del Made in Italy negli Stati Uniti, arrivata quest'anno alla 24esima edizione.

L'evento, a cui hanno preso parte in un grande albergo di

Manhattan oltre tremila operatori commerciali, ristoratori e giornalisti degli stati Usa della Costa Atlantica, è stato anche l'occasione per due sfilate di moda che hanno tenuto a battesimo a New York la linea di Simona Ventura, 'Star Chic' e di Raffaella Currier con 'Curier Couture'. "Il Gala Italia è la più grande manifestazione per il Made in Italy negli Usa - ha detto Lucio Caputo, l'organizzatore della manifestazione, presidente dell'Italian Wine&Food Institute -. Abbiamo unito la moda, l'arte, i grandi vini e la gastronomia italiana e fatto anche un grosso passo in avanti anche rispetto all'anno scorso". Il Gala Italia è stato organizzato sotto l'alto patronato dell'Ambasciatore Italiano a Washington, Giovanni Castellaneta, che ha partecipato alla serata, dall'Italia Wine&Food Institute in collaborazione con l'Ice, la Camera di Commercio di Milano, il Comitato Moda della regione Lombardia, l'Istituto Regionale Vite e Vino di Palermo e con il patrocinio dell'Enit e dell'Istituto Italiano di Cultura di New York. (ANSA)

# A scuola di bontà con Soldati

Un viaggio alla ricerca dei cibi genuini sulla scia dell'insegnamento di Mario Soldati, scrittore e regista che ha attraversato il novecento italiano. Condotti per mano da Bruno Gambacorta, sotto l'ala del Certicibit - la sezione della Bit dedicata al turismo enogastronomico e rurale, come fattore di sviluppo turistico dei territori - e in collaborazione con la Fondazione del Buon Ricordo, emanazione del Touring Club, abbiamo iniziato l'esplorazione di 'Alla ricerca dei cibi genuini', un programma di approfondimento gastronomico ideato, prodotto e diretto dallo stesso Mario Soldati. La visione è fruibile, scorrevole, interessante. Era il lontano 1957 quando Mario Soldati ha introdotto in Italia questo primo programma di vero e proprio turismo enogastronomico, fu il primo a parlare della 'cultura del cibo' e, negli anni Cinquanta, era davvero una novità. La cultura allora era poesia, arte, letteratura; il documentario era ancora quello delle belle riprese, della voce fuori campo che regalava conoscenza con un timbro impostato. Soldati guida lo spettatore, apre una porta e dietro gli fa trovare una cuoca, un'abile, esperta e comune massai. Oggi è usuale, ad ogni ora la tv è invasa da programmi di cucina, allora era un'innovazione. Nuovo anche l'approccio: documentaristico, giornalistico, un'effettiva indagine sul campo, così diverso rispetto allo 'spadellare' che la televisione oggi ci propina. Soldati va, indaga,



domanda al contadino, con estrema curiosità, semplicità ed umiltà, indicazioni sulla coltivazione dei cardi, sulla vinificazione dello spumante, si sorprende quando viene a conoscenza che il riso lo si semina direttamente nella risaia già allagata, lasciando imbibire il seme d'acqua per evitare che galleggi. Sullo sfondo le belle immagini della nostra campagna, scorci di semplice ed incantevole paesaggio rurale italiano. Mario Soldati è un uomo di cultura, uno scrittore, ha uno sguardo indagatore e uno stupore fanciullo. Guarda in camera, con quel fare affabile e istrionico, e regala alcune perle di saggezza e fine umorismo. Non si può non sorridere davanti all'affermazione, preferita come fosse un assioma inconfutabile: "La pera è la regina della frutta".

Abbandonata la riflessione sul buon giornalismo, Bruno Gambacorta, coadiuvato dalla competente Mariella Sardella, giornalista di Repubblica, induce a riflettere sul ruolo della sana alimentazione nella nostra vita e sull'importanza delle verdure, vero patrimonio della terra e alimento cardine della nostra dieta. Rivalutate nell'alimentazione occidentale, quest'anno frutta e verdura sono state protagoniste anche della prestigiosa kermesse gastronomica 'Identità Golose', immane appuntamento per tutti coloro che si dedicano al food di qualità. Tra virtù e proprietà, nel ritorno ai prodotti naturali, c'è spazio anche per l'avanguardia: 'l'adozione di un orto a distanza'. Proprio così, accedendo al portale: [www.leverduredelmioorto.it](http://www.leverduredelmioorto.it), e inviando una semplice mail, è possibile scegliere il proprio appezzamento a distanza. Ad illustrare il progetto è Giovanni Ferraris che, con i suoi fratelli, ha

avuto quest'idea. Nel mondo del virtuale, pure il possedere un orto lo è, nel senso che, l'appezzamento è reale, ma pur non lavorando direttamente la terra è possibile ottenere frutta, verdura e anche fiori, dal proprio orto personale. I prodotti vengono consegnati a casa ogni settimana. I prezzi, assicura Ferraris, sono un giusto compromesso tra la grande distribuzione e il cibo biologico, pur non essendo classificato come tale, perchè la certificazione, essendo il progetto avviato da pochi mesi, sarebbe al momento troppo dispendiosa. Sono garantite 48 consegne l'anno, con la possibilità di visionare il proprio orto nel fine settimana. Per adesso hanno aderito 30 nuclei, perlopiù famiglie, l'obiettivo è quello di far prendere piede l'adozione con lo sviluppo dei nuclei di acquisto solidale. La coltivazione è assolutamente rispettosa dell'ambiente, punta al risparmio energetico, non utilizza diserbanti, ma esclusivamente metodi naturali, come la pacciamatura per le infestanti e le manichette per l'irrigazione, che garantiscono un buon risparmio idrico. Per concludere in bellezza la disquisizione sulle verdure, non si poteva che mettere sotto i denti sublimi piatti vegetariani, cucinati secondo i sacri crismi dell'inimitabile gastronomia italiana. Protagonista: la cucina di Enzo Barbieri, calabrese doc e ge-

store di un ristorante nel borgo medievale di Altomonte, nel casentino. "Quella cosentina è una cucina povera, dove la verdura, rigorosamente di stagione, è la star di ogni piatto". Poca la carne, soprattutto ovina, poco la bovina, praticamente assente il vitello, e tanta, tantissima verdura. Al via la degustazione dunque, dalle Ciambotte, fatte con mollica di pane abbinata alle verdure, alla Zuppa di mischiglia, sempre a base di ortaggi, ai peperoni croccanti, alle rosette di cipolline selvatiche. "Occorre puntare sull'enogastronomia perchè è una delle poche vie certe per uscire dalla stagionalità turistica. Il turismo va destagionalizzato e lo si fa a tavola". Credo sia vero, nel frattempo, tutti hanno la pancia piena e a me tornano in mente le parole di Soldati: "Qual è il modo più elementare di viaggiare? E' mangiare. Nei prodotti della terra c'è il clima di un territorio, nel modo di cucinare c'è la civiltà".

Sara Rossi

Sara Rossi



## Cucina con arte 2009, protagonista il vino bresciano



Giunge alla terza edizione l'iniziativa 'Cucina con Arte', manifestazione enogastronomica che abbina l'arte della buona tavola a quella proposta dagli artisti bresciani. Ideata dall'Associazione 'Ristoranti Rosa Camuna' e sostenuta dagli Assessorati al Turismo, Cultura e Agricoltura della Provincia di Brescia, ha preso il via nel 2007 in alcuni

ristoranti della Valle Camonica, ma ben presto, visto il successo e le numerosissime prenotazioni, è divenuta una delle manifestazioni più attese su tutto il territorio provinciale. 'Cucina con Arte 2009' si propone in veste rinnovata anche nei contenuti, quest'anno infatti il filone principale è il vino bresciano grazie alla partecipazione delle cantine. Unire la bontà dei

prodotti tradizionali con la capacità degli artisti bresciani per la promozione delle eccellenze della provincia di Brescia. E' questo l'obiettivo principale della manifestazione 'Cucina con Arte', che da marzo a giugno darà la possibilità di assaporare i piatti tipici, degustare i vini e conoscere l'arte bresciana. Come? Tutto durante i pranzi e le cene che si svolgeranno nei

mesi di marzo, aprile e maggio nei diciannove ristoranti protagonisti della rassegna; gli ospiti che sceglieranno il menu 'Cucina con arte' segnalato nella carta e accompagnato dal vino bresciano, riceveranno in omaggio la litografia dell'opera di uno dei diciannove artisti che anche quest'anno si sono sbizzarriti per realizzare splendidi lavori. L'opera verrà stampata su litografia e sarà apposta anche sulla contro etichetta del vino abbinato, quindi distribuita in tutti i ristoranti che partecipano all'iniziativa. In chiusura qualche numero relativo all'edizione 2008: 8.223 litografie distribuite; 814 il numero di commensali presenti alle cene di gemellaggio; 3.200 le visite alla mostra di Palazzo Martinengo.

Bed & Breakfast  
**Errigal**

via Zucchi 10 - MONZA

Ospitalità nello stile irlandese, nel pieno del centro storico di Monza (zona pedonale) a 3 minuti dal Parco e dal suo Autodromo, a 10 minuti a piedi dalla stazione, a 15 dal metrò.

Camere singole, doppie e triple con colazione personalizzata, uso cucina e, su richiesta, biciclette a disposizione.

Per informazioni e prenotazioni  
02.2135447 - 339.8559708 - 328.3561152  
[ibehan@tiscali.it](mailto:ibehan@tiscali.it)

# Le Strade del Vino in Italia



E' stata presentata durante la Bit 2009 una ricerca condotta dall'Associazione 'Le strade del vino' sulla comunicazione via web in Italia, delle Strade del Vino. Sono state prese in considerazione i siti di 69 Strade del Vino, sia dal punto di vista della qualità che della completezza dell'informazione. Tenendo conto dell'esigenza di informazione che deve essere unita alla capacità di 'confezionare' i contenuti, ma anche di rendere facile e agile il consumo, è risultato vincitore il sito della Strada del Sagrantino. E' stata innanzitutto fatta una tra aziende produttrici, ristoratori, e amministratori dei comuni toccati dalle strade, per capire quanto esse abbiano influito nel corso degli anni sul turismo locale.

Il 62% delle aziende interpellate dichiara di aver visto aumentare il numero di visitatori. Ha poi notato che i visitatori tendono a preferire degustazioni in cantina, seguite da visite nell'azienda e vendita diretta dei vini. Sono meno interessati all'acquisto di prodotti tipici, pernottamenti e cena in azienda. Le aziende, anche se iscritte all'associazione, non ne danno un giudizio positivo, perché da essa si aspettano, soprattutto in futuro, una funzione di regista, che svolga il compito di attrattore proponendo eventi legati all'eno-turismo, investendo su internet e sulla formazione di addetti. Gli imprenditori della ristorazione sono d'accordo sulla visione di una crescita del turismo enogastronomico. La clientela è fatta per lo più da habituè, e, nel valutare l'offerta del proprio

territorio, mettono al primo posto proprio la ristorazione, seguita dall'offerta di prodotti tipici alimentari, di vini, strutture di accoglienza e aziende viti-vinicole. Gli itinerari turistici e enogastronomici sono poco presi in considerazione, una conferma quindi della necessità di rafforzare l'offerta di percorsi e gite per sviluppare il turismo nel territorio. I ristoratori sono favorevoli alle Strade del vino, e ne hanno un giudizio positivo, anche se c'è comunque bisogno di investire nella formazione di addetti ai lavori e nella promozione della cucina del territorio. Anche gli amministratori dei comuni toccati dalle Strade del vino si sono dimostrati concordi nell'importanza del turismo del vino per lo sviluppo economico della propria zona. Sotto l'aspetto della qualità

dell'offerta, gli amministratori pongono al primo posto il vino, seguito dalle aziende vitivinicole e poi dalla ristorazione. Anch'essi si trovano d'accordo nell'idea di puntare, in futuro, alla promozione di itinerari, dei vini e dei prodotti alimentari. Il 79% dei comuni intervistati aderisce alle Strade del Vino. Operatori aziendali, operatori e amministratori sono quindi d'accordo sull'importanza di puntare su itinerari turistici del vino, sulla qualificazione di quelli esistenti attraverso segnaletica, mappe, rotte a tema, cura delle strade. Soprattutto è molto importante creare un'alleanza tra comuni, per creare una rete capace di affrontare la competitività della globalizzazione. Altrettanto urgente è la formazione degli addetti del settore per rendere migliore l'offerta, e realizzare eventi eccezionali legati all'eno-turismo.

Entrando in merito all'analisi dei siti internet delle Strade del vino fatta dall'associazione proprio per capire quanto è sviluppata e efficace l'informazione tra i suoi associati, si è potuto constatare che su 126 strade esistenti, solo 80 hanno un sito. Di questi sono stati

analizzati 69 siti, poiché i restanti sono risultati inutilizzabili, non navigabili, in aggiornamento.

Ogni sito è stato valutato tenendo conto della navigabilità, ovvero della semplicità di utilizzo, della possibilità di visitarlo in più lingue, della presenza di un motore di ricerca interno o di una mappa del sito, ecc. E' stata poi valutata la capacità di attrarre l'utente attraverso foto e descrizioni del territorio e degli itinerari, l'illustrazione dei prodotti tipici enogastronomici e di artigianato.

Vincitore nella classifica globale è risultato il sito del-

la Strada del vino Sagrantino ([www.stradadel-sagrantino.it](http://www.stradadel-sagrantino.it)), seguito da quello della Strada della Franciacorta ([www.stradadelfranciacorta.it](http://www.stradadelfranciacorta.it)) e da quella del Barolo ([www.stradadelbarolo.it](http://www.stradadelbarolo.it)). Infine, per valutare la qualità del servizio di informazione e contatto on line con i gestori del sito attraverso l'area 'contatti/info' è stata inviata, attraverso la tecnica del 'mystery client' una mail con richiesta di informazioni. La tempistica di risposta è stata generalmente positiva.

Sara Marchesi



## Piemonte: Timorasso, un vino ritrovato

La cultura del vino si manifesta anche nella capacità di ripercorrere in chiave moderna le tracce di antichi vitigni, che furono abbandonati in epoche passate per le rese relativamente poco significative, e rimasero a deliziare le tavole dei pochi che ne proseguirono la coltivazione per uso familiare. In anni recenti, verso la fine degli anni '80, un gruppo di viticoltori tortonesi ne reimpiantarono le barbatelle nei terreni poveri delle quote altimetriche limite per la viticoltura (il Timorasso viene coltivato in purezza nei Colli Tortonesi ed in Val Borbera,) pur se in epoca antecedente all'epidemia di fillossera era presente nell'Oltrepò Pavese e nel genovese come uva da tavola.

Attualmente il Timorasso è autorizzato in provincia di Asti e Alessandria e provvisoriamente

in provincia di Cuneo. L'uva a bacca bianca è facilmente riconoscibile perché nello stesso grappolo sono presenti acini grossi e piccoli e perché c'è un'elevata percentuale di aborti floreali (piccoli rametti del grappolo privi di acino). Questo difetto - lo stesso, seppur meno accentuato, che ha reso famoso il Picolit friulano (che ne ha una percentuale elevatissima) - in passato ha indotto i contadini, cui interessava soprattutto la resa, a preferirgli il Cortese ed altri vitigni bianchi.

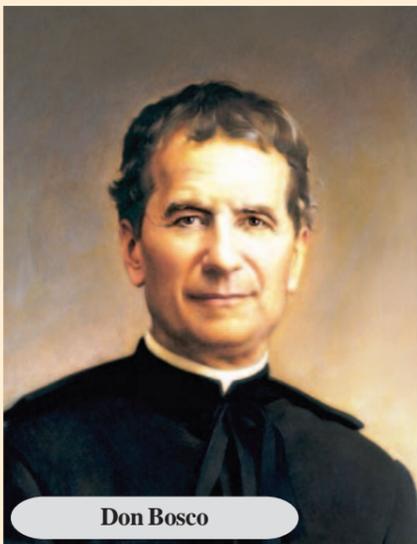
Il vino che se ne ottiene è profumato, con sentori complessi che ricordano la pera matura, le foglie di pomodoro, il sambuco; è fresco, molto longevo, tanto da poter raggiungere altissimi livelli

anche oltre i cinque-sei anni di bottiglia, caso assai raro nei vini bianchi.

Eccellente aperitivo, regge una gamma molto vasta di abbinamenti: dagli antipasti al pesce cucinato in ogni modo, dai primi piatti alle carni bianche, soprattutto quando tra gli ingredienti sono presenti erbe aromatiche, per non sfigurare neppure con i salami della tradizione locale e coi formaggi, come il pregiato e conterraneo Montebore.



## Anche Don Bosco amava il vino



Don Bosco

Don Bosco patrono dei viticoltori italiani: questa la richiesta che i sindaci del Monferrato e i vignaioli piemontesi avvanzeranno il prossimo 15 marzo a 'Golosaria', la rassegna di cultura e gusto del Club Papillon.

"Il vino fa bene, se buono e bevuto con discrezione" si legge in uno scritto del Santo del 1857, che riassume la sua forte passione per l'agricoltura e la viticoltura in particolare, ereditata dalla famiglia e da una vita trascorsa in campagna. Diverse le testimonianze di questo forte interesse: nella biografia di Don Bosco compare il libro, probabilmente datato 1844, 'L'eno-logo italiano', con spiegazioni sulla cultura e sulle tecniche di produzione della vite; suoi scritti che trattano di vino compaiono anche sul 'Galantuo-

mo' mentre non mancano le testimonianze dirette di anziani vitivicoltori della zona di Chieri. Il vino appare anche in un'episodio chiave della vita del Santo: la sua guarigione nel 1840, grazie "al riposo, al pane al miglio e a un bottiglione di vino che gli dono' la mamma". (ANSA)



Tutti i nostri stampati sono realizzati secondo la filosofia Green-Printing volta alla salvaguardia dell'ambiente attraverso l'uso di materiali (lastre, carta, inchiostri e imballi) a basso impatto ambientale, oltre all'utilizzo di energia rinnovabile e automezzi a metano.

SA-CDC-001952  
© 1996 Forest Stewardship Council A.C.  
Il marchio della gestione forestale responsabile

Stampati commerciali  
e di presentazione - Packaging - Libri  
Periodici - Guide - Agende  
Calendari - Servizi Editoriali

**A.G. BELLAVITE**  
Stampa ed Editoria in Missaglia

www.bellavite.it

A.G. BELLAVITE srl - Via 1° Maggio, 41 - 23873 Missaglia (Lc)  
Telefono 039.920.0686 - Fax 039.920.1174  
[commerciale@bellavite.it](mailto:commerciale@bellavite.it) - [bellavite.editore@bellavite.it](mailto:bellavite.editore@bellavite.it)  
[contabilita@bellavite.it](mailto:contabilita@bellavite.it) - [marketing@bellavite.it](mailto:marketing@bellavite.it) - [prepress@bellavite.it](mailto:prepress@bellavite.it)