

## Mostra dei Vini Trentini e il convegno "Indovina chi comunica a cena?"

Vino e gastronomia sono stati i temi fondamentali di questa settantasettesima edizione della Mostra Vini del Trentino (in realtà la rassegna trentina, dal 23 al 27 maggio, ha offerto un ampio spettro di possibilità, dal teatro ai convegni, da presentazioni di ricerche a visite aziendali, da seminari a creazioni di nuove ricette). Circa 170 i vini presenti, in rappresentanza di 38 cantine fra le quali 25 case spumantistiche, 14 cooperative, 11 aziende agricole e 10 aziende vitivinicole. Quest'anno abbiamo fatto una puntata veloce, riservata solo ai Trento doc. Nel bicchiere, fra gli altri, ci hanno colpito particolarmente il Trento doc Riserva del Fondatore 976 di Letrari, l'Extra Brut e il Riserva 2006 di Abate Nero, l'Opera Brut 2008 dell'azienda Opera. Molto interessante il convegno "Indovina chi comunica a cena?", organizzato da Trentino Sviluppo presso la CCIAA di Trento, poco lontano dalla sede della mostra, il cinquecentesco Palazzo Roccabruna. Difficile, però, riassumere in poche parole i molti spunti usciti da un parterre di relatori di primo livello, Paolo Marchi, Davide Scabin, Enzo Vizzari e Luigi Cremona, che si sono interrogati, stimolati dalle domande del moderatore Cristiano Seganfredo, sulle nuove frontiere della ristorazione italiana e trentina. Con una domanda di fondo: come veicolare al meglio e in modo efficace l'immagine dei nostri ristoranti? "Fare" prodotti di qualità è importante anzi fondamentale; poi però bisogna anche saperli comunicare correttamente, in un mercato sempre più globalizzato e nel quale i nuovi media stanno giocando la parte del leone. Internet, siti di recensioni, social network come Facebook o Twitter: tutti "luoghi" virtuali dove non basta esserci, ma occorre anche una marcia in più. E qualcosa da dire.

Enzo Vizzari, direttore delle guide dell'Espresso ha così esordito: «Il quadro nazionale non è dei più confortanti. Fra i ristoranti che entrano nella Guida, conto negli ultimi due anni più chiusure e ridimensionamenti che nei dieci anni precedenti. Sono tempi difficili, ma non è l'unica spiegazione: troppi hanno pensato che per fare il ristorante bastasse saper cucinare. C'è, in questo senso, carenza di imprenditorialità». Parole confermate da Davide Scabin, chef del ristorante Combal Zero di Rivoli (To). «Non è più sufficiente essere artigiani, ma serve organizzazione, soprattutto in fascia alta, un livello che richiede anche dinamiche di immagine, con l'organizzazione di congressi e tavole rotonde. Deve partire uno stimolo a rivedere il modello, dalla scelta delle materie prime alla politica dei prezzi con un occhio più attento alle potenzialità del turismo italiano: siamo stati da sempre un popolo di trattori e non di ristoratori. Occorre più organizzazione, il modello familiare non basta più; le nonne sono una risorsa incredibile, ma non più sufficienti». Paolo Marchi, patron di "Identità Golose" ha aperto ulteriormente il campo di discussione: «Giusto interrogarsi sulla ristorazione, ma in Italia il problema è più generale; è un problema anche di politica, soprattutto di scelte turistiche a livello nazionale. È vero anche che tra ristoratori non si fa sistema, perché siamo subito pronti a parlare male dei colleghi, mentre invece sapere mandare avanti i migliori fa crescere tutto il movimento». Non solo le istituzioni, però. In Italia manca imprenditorialità. Ne è convinto Luigi Cremona, critico gastronomico: «I prodotti in Italia ci sono, il problema è che ci stanno scippando la ristorazione perché il made in Italy è un brand vincente all'estero, solo che viene sfruttata da stranieri mentre gli ita-



liani latitano. Colpa del nanismo imprenditoriale; pensiamo che la cucina italiana è la più amata nel mondo e questo la dice lunga».

E allora, come agire? «Occorre in primis fare sistema – ha spiegato Vizzari – a livello di categoria e di territori. Non c'è una ricetta indifferenziata perché i problemi evidenziati sono a livello di sistema-Italia. La filiera agroalimentare e turismo è l'unica risorsa forte del nostro paese per il futuro; sinora non è stata sfruttata a dovere. Serve una cultura maggiore, partire dal marketing e arrivare alla comunicazione e al web». «Non siamo capaci di fare sistema, siamo individualisti – è l'opinione di Davide Scabin –. Manca il next step degli attivatori, imprenditori che si sveglino e diano il quid pluris, figure di spicco che prendano in mano la situazione e facciano da punto di riferimento. Non continuiamo a dare colpa alle istituzioni, sono i privati a dover cambiare passo, smettiamo di essere alle elementari, dobbiamo andare all'Università». Nel concreto, secondo Paolo Marchi: «I ristoratori del territorio devono essere più lungimiranti, investire sui servizi: pensiamo solo alla destagionalizzazione, ai servizi sui trasporti (ad esempio, a Torino nonostante le Olimpiadi di soli sette anni fa, è difficile trovare un taxi con la carta di credito), al settore conferenze-convegni. Fino alle cose più banali, dal sito internet con menù, prezzi, orari, magari in lingue straniere. In altre parole, puntare sull'accoglienza, un concetto ampio che riassume tutti i precedenti».