



Insieme per crescere!



Al Ristorante De Gusto Dolomiti di Sagrognana - Belluno il secondo workshop Marco Polo G.E.I.E. e Apindustria Venezia



Organizzato da Marco Polo G.E.I.E., (Gruppo Europeo di Interesse Economico) in collaborazione con Apindustria Venezia, dopo il successo del precedente Workshop tenuto in febbraio a Mogliano, si è ripetuto all'inizio di marzo a Belluno, nella struttura rustico-elegante, del Ristorante De Gusto Dolomiti in località Sagrognana, analogo incontro, allo scopo di divulgare concrete possibilità di sviluppo e crescita per le Piccole e Medie imprese del settore Agroalimentare, Turistico e dell'Accoglienza del Territorio.

Punto di partenza erano le idee e soluzioni adottate e disponibili, pronte per realizzare una rete attraverso il coinvolgimento sempre maggiore di aziende del territorio che operino in sinergia sul prodotto/servizio tipico veneto, per aumentarne l'interesse, la visibilità creando opportunità di lavoro. Hanno in apertura portato il loro saluto il presidente della Camera di commercio di Belluno e direttore di Veneto promozione

Paolo Doglioni e il consigliere regionale Sergio Reolon.

Il numeroso pubblico presente ha quindi accolto con interesse le tematiche via via proposte dai relatori della serata, introdotti dal moderatore e animatore Luigi Russolo, autopromosso Viandante del buon gusto.

Sono seguiti poi gli interventi su: Aggregazioni e filiere, strategie per la crescita di Pier Orlando Roccato, direttore di Apindustria Venezia; Le strategie di Marco Polo G.E.I.E. per superare la crisi; Pianificare e realizzare le vendite tramite un'aggregazione di Francesco D'Antonio, dello Studio D'Antonio - Milano.

Tutti i relatori si sono infine prestati di buon grado al ping pong di domande poste dai presenti, numerosi gli operatori, tra cui:

Fabio Guerra, esperto gastronomo; Giuseppe Ribaudo, famoso chef di Ca' Interessati Country House, loc. Caposile, Musile di Piave; giornalisti delle Riviste specializzate: Il Gusto Italiano-enogastronomia, turismo & golf e Italia a Tavola e dell'Agenzia Media Diffusion; nonché numerosi produttori che hanno illustrato le loro specialità in prima persona, presenti con le ditte: Pastificio Croera, Borca di Cadore (BL); Az. Agr. Le Grave, allevamento agnello dell'Alpago, Budoia (PN); Soc. Agr. Menin, produzioni agroalimentari conserve e fresco, Tisoi (BL); Malga Montegal, agriturismo e latteria, Limana (BL); Latteria Valmorel, Limana (BL); Latteria Soc. Agr. Fabry 77, conserve sciropi confetture, San Pietro di Cadore (BL).

Infine, allo scopo di continuare il dialogo tra ospiti e relatori, gli organizzatori hanno proposto un lieto finale con brindisi e degustazione di prodotti Tipico Piave, concludendo così in bellezza un evento ricco di stimoli per il futuro.

I TESORI DI TIPICO PIAVE

Le riflessioni dello storico, giornalista e scrittore bellunese, **Ivano Pocchiesa**

“A suo tempo ero intervenuto a Mogliano in una serata analoga, apprezzando gli interventi dei relatori e soprattutto la messa in evidenza della necessità di unire le forze per crescere, senza limitare le frontiere dei saperi e dei sapori, creando un “ponte” tra le culture europee a partire da quelle del Piave sino al Danubio.



Nell'occasione mi ero soffermato sull'importanza assunta in ambito regionale appunto, dalla iniziativa Tipico Piave- nata oltre dieci anni addietro - la quale, ebbi modo di affermare, non vuole costituire quindi solo uno slogan, sia pure indovinato, ma un invito a scoprire un territorio che unisce ben tre province venete, quelle di Venezia, Treviso e Belluno, ognuna con le proprie peculiarità e specialità, che meritano di essere maggiormente conosciute, valorizzate e promosse costituendo un tutto unico lungo l'asse del Piave.

Il nostro territorio, la nostra regione, detengono un patrimonio di beni gastronomici unico al mondo, un assortimento di leccornie e specialità capaci, ognuna autonomamente, di trasmettere quei valori oggi richiesti ai vari prodotti.

Ma come far decollare appieno tale mercato di prodotti tipici? Forse la formula migliore potrebbe essere la creazione di numerosi micro mercati, radicati nel territorio di provenienza della specialità, dotati comunque di adeguata capacità promozionale.

E' a questo punto che può entrare in gioco la ristorazione, per lo sviluppo appunto del mercato del “tipico”, con l'assegnazione ai ristoratori di due funzioni basilari.

Prima, la finalità di salvataggio delle realtà locali, con la passione di ricerca per l'alta gastronomia e l'amore per il recupero degli antichi gusti della tradizione territoriale nostrana.

Seconda, i ristoratori con l'inserimento dei prodotti così - diciamo - resuscitati dalla standardizzazione del gusto, potrebbero svolgere attività di promozione del prodotto stesso proponendolo in diverse preparazioni, valorizzandolo in abbinamenti con altre pietanze, e anche decantandone ai clienti le virtù organolettiche e magari, anche quelle storiche...

Fortunatamente, negli ultimi anni, è aumentato nelle nostre aree il numero dei ristoratori capaci di pratiche lungimiranti come quelle accennate, azioni attuate anche con intelligente accordo assieme ai produttori, ma il numero deve ancora aumentare parallelamente alla ricerca e alla qualità dei servizi richiesti.

In tale spirito sono meritorie - e mi limito alla provincia di Belluno - visto che si gioca in casa, le riscoperte della gamma di mais autoctoni, particolarmente del Mais Sponcio che ha riportato il rito della polenta quasi alla

segue nella pagina successiva (...)



Insieme per crescere!



(...) continua

solidità e consistenza del passato, quando si mangiava con le mani senza posate...

Ancora la riproposizione, a fianco dei famosi Fagioli di Lamon, della gamma di delicatissimi Fasoì Gialèt, e l'idea del Radicchio rosso di Santa Giustina; e pure la rivalutazione degli insaccati locali: Sopresse, Storte, Salami o Saladi che dir si voglia, a contenuto di carni miste, le Pendole e lo Speck delle Dolomiti e i Prosciutti di Sappada, affiancati all'ormai tipico Pastin dai cento profumi, in quanto ogni produttore ha la sua infallibile ricetta.

E che dire dell'Agnello dell'Alpago, della Fea Fumada (pecora) del Lamone, della vastissima gamma di formaggi bellunesi, rinati o riscoperti anche per l'opera di qualche risorta piccola latteria o malga locali?

Sofferamoci anche sull'uso del Miele locale, impiegato non solo come dolcificante, come fu per secoli tra queste valli in quanto fino all'ottocento l'uso dello zucchero qui era sconosciuto, ma come ingrediente complementare per raffinate e profumate ricette in cucina.

E per concludere infine, un accenno doveroso allo Schiz, ottenuto da una particolare tagliata, non salata, che, come disse anni addietro in una memorabile serata nel Feltrino l'eno-gastronomo Veronelli, elogiando la sua delicatezza e gusto, “non ha nulla a che fare con la Tosella trentina o con il Frico friulano ma, se fosse nato in Francia, in questo momento sarebbe famoso in tutto il mondo e costerebbe un occhio della testa!”.

Meditiamo quindi... Con un augurio, indirizzato a ristoratori e produttori, perché continuino sulla buona strada intrapresa...
Ivano Pocchiesa

apindustria
VENEZIA



DIVISIONE
AGROALIMENTARE
E TURISMO

III WORKSHOP AGROALIMENTARE & TURISMO: ...PER IMPRENDITORI NON RASSEGNIATI...!

Giovedì 10 maggio 2012, ore 19.30 c/o Ristorante Casa Coste
Via Vigna, 33 - 31058 Susegana (TV) (come arrivarci: www.casacoste.it)

Marco Polo G.E.I.E., (Gruppo Europeo di Interesse Economico),
Apindustria Venezia e Tipico Piave

PRESENTANO

ALCUNI PROTAGONISTI DELLA RETE AGROALIMENTARE E TURISMO

Le linee guida e le soluzioni già adottate nelle aziende del territorio che operano in sinergia sul prodotto/servizio tipico veneto, per aumentarne l'interesse, la visibilità e fare business.

PROGRAMMA

- 19.30 Presentazione della Divisione Agroalimentare & Turismo: Pier Orlando Roccato, Direttore Apindustria Venezia
- 19.40 Wellness e salute alimentare come plusvalore: Laura Di Renzo docente di Nutrigenomica - Università di Tor Vergata (Roma) Presidente dell'A.I.C.M. (Accademia Italiana Dieta Mediterranea)
- 19.50 Le eccellenze storiche, culturali e territoriali nel sistema Veneto: Bona Zanuso, portavoce Villegrandtour
- 20.00 Valorizzazione permanente delle eccellenze in rete: Lucia Benedetti - Guide Turistiche Veneto
- 20.10 Le attività nell'aggregazione Agroalimentare e Turismo: Andrea Modenese - Marketing Territoriale
- 20.20 Possiamo conoscere e vendere i vostri prodotti e servizi?: Alessandro Sparta - Quality Care Lifestyle - Budapest (Ungheria)
- 20.30 Aggregare e vendere esperienza in modo nuovo: Ferdinando Martignago, Marco Polo G.E.I.E.

Interventi e domande dal pubblico

Coordinatore Luigi Russolo, corrispondente per il Triveneto della Rivista “Italia a Tavola”

Brindisi finale con degustazione Prodotti di Tipico Piave allo scopo di continuare il dialogo tra gli ospiti e i relatori per approfondire temi e possibili rapporti di collaborazione.

