la Rassegna.it
Fondata nel 1906

15 Gennaio 2020

Bocuse d’Or Italia al via. Beltrami (Fipe): “Un’occasione da non perdere anche in chiave turistica”

Tre team si sfideranno ad Alba il 27 gennaio per portare in alto la ristorazione italiana a Tallin, sede delle selezioni europee per il concorso internazionale dedicato al grande chef Paul Bocuse, in programma a Lione nel 2021

Giorgio Beltrami e Carlo Cracco

È stata presentata oggi, 15 gennaio, da Cracco in Galleria la Selezione Italiana Bocuse d'Or Italia che si svolgerà il 27 gennaio ad Alba, in provincia di Cuneo, organizzata dall'Accademia Bocuse d'Or Italia in collaborazione con la Federazione Italiana Cuochi e aziende primarie del settore. L'obiettivo è individuare lo chef che guiderà il Team Italia alle gare europee di Tallin 2020, in programma il 28 e il 29 maggio, con l'obiettivo di guadagnarsi le qualificazioni alle finali del Bocuse d'Or di Lione 2021, la più importante competizione mondiale delle arti gastronomiche. Alla presenza delle autorità regionali e comunali sono stati presentati i tre team che parteciperanno alla Selezione composti rispettivamente da uno chef candidato, un commis e un coach che si affronteranno nella preparazione di due piatti, uno di pesce e uno di carne, utilizzando alcuni ingredienti principali selezionati dal Comitato Organizzatore e giudicati da una Giuria di Degustazione composta da 18 importanti chef italiani e da una Giuria Tecnica. Le tre squadre pronte a sfidarsi sono: il team al femminile toscano, con Marialuisa Lovari chef, commis Briget Gimmi, Susanna Del Cipolla coach; il team laziale con lo chef Andrea Del Villano, commis Francesco Prata e Filippo Crisci come coach; il team con lo chef Alessandro Bergamo, Francesco Anese commis e Lorenzo Alessio coach. I piatti della sfida avranno come protagonista il coniglio grigio di Carmagnola e la salsiccia di Bra per la carne, mentre lo sgombro del Mediterraneo con il carciofo di Sicilia esalterà i sapori del mare nostrum. **Giorgio Beltrami,** presidente del Gruppo Bar e Ristoranti Ascom Confcommercio e vicepresidente nazionale Fipe, ha sottolineato, in rappresentanza di Confcommercio, l'importanza del concorso in chiave turistica: "È importante che la ristorazione italiana prenda parte a questo grandissimo concorso internazionale, qualsiasi sia il risultato che riusciremo a raggiungere. La ristorazione, con i suoi 46 miliardi di valore aggiunto (il 34% sul totale), traina la filiera agroalimentare italiana, ed è più importante di Agricoltura e Industria Alimentare. Anche se il suo ruolo non è sempre riconosciuto. Lo vediamo per esempio nell'organizzazione del Bocuse d'Or. Negli altri Paesi europei il concorso viene sostenuto dai Governi come asset di attrattiva turistica, mentre da noi ciò non succede". La cucina, ha aggiunto, è cultura, territorio, immagine, brand: "Da una recente ricerca su 700 mila post in lingua inglese, i ristoranti italiani sono al primo posto tra le dieci cose che i turisti apprezzano maggiormente della nostra nazione. Il food gioca un ruolo strategico nell'immagine del Paese, impatta sulla capacità di affascinare, attrarre e vendersi e ha un vero e proprio "potere d'influenza". La cucina è un eccezionale portatore virale di stile di vita. Questa percezione è confermata dai dati visto che secondo questa ricerca internazionale, Il richiamo della cucina italiana, al netto della ristorazione veloce, muove un giro d'affari positivo per 158,2 miliardi di dollari. Per capirci, il secondo è il Giappone con un bilancio di 43,9 miliardi". Componente materiale e componente immateriale si intersecano, accrescendo in modo esponenziale l'impatto positivo sulla vita delle persone, sull'economia, sull'immagine del Paese nel mondo: "Come pubblici esercizi abbiamo una responsabilità intrinseca in tutti coloro che hanno la capacità di influenzare: quella di promuovere valori, qualità, sostenibilità nel messaggio di stile di vita che portiamo con le attività del food- ha precisato Beltrami-. Tornando al Bocuse d'Or mi ha sempre impressionato il supporto che ogni Paese riesce a dare al suo rappresentante con investimenti in tempo, denaro e relazioni. I Paesi del Nord Europa non solo si possono permettere di fare certi investimenti, ma hanno deciso di farli per rivalutare la loro ristorazione, tanto che per esempio la Danimarca ha dei progetti governativi che mettono al centro il cibo come elemento di promozione del brand del Paese. E se lo può fare la Danimarca credo che possiamo farlo anche noi. Basta volerlo. Auspichiamo quindi che anche in Italia possa esserci da parte del Governo una simile attenzione, proprio per il valore economico e simbolico che il nostro settore ricopre".