

“Il Calice Racconta” 2023: le Marche... autentiche e plurali

scritto da Raffaello De Crescenzo | 19/01/2023



Martedì 17 gennaio, presso l’Istituto Alberghiero “Panzini” di Senigallia, si è tenuto un incontro-confronto tra Istituzioni, mondo della formazione e del turismo per fare il punto sulla situazione attuale della Regione Marche

“Il calice racconta 2023” è il titolo di una giornata-evento legata al Bando regionale “Dalla vigna alla tavola” (DGR n. 938 del 25 luglio 2022). Oltre a questo pomeriggio di incontri e formazione, il progetto prevede anche numerose **serate con cene degustazione** volte a far conoscere il territorio, sia a un turismo locale che nazionale ed internazionale.

Il calice racconta 2023: tavola rotonda sullo sviluppo delle Marche

Un intero pomeriggio focalizzato sullo sviluppo delle Marche, attraverso i suoi asset strategici: il

cibo, la ristorazione e il turismo. Oltre alla tavola rotonda, con la partecipazione di numerose autorità tra cui **Riccardo Pizzi**, vice sindaco di Senigallia, e **Alessandro Impoco**, dirigente dell'Istituto Scolastico "Panzini", si è svolto anche un interessante **approfondimento sulla carta dei vini e il servizio di sala**. Sono stati presenti 45 espositori, divisi tra aziende vitivinicole, olearie, ma anche di tipicità del territorio e brassicole.

Una delle novità di quest'anno, infatti, è stata proprio l'incursione del mondo della birra all'interno della manifestazione. Non è cambiata, invece l'organizzazione dell'evento, anche quest'anno affidata ad Asteres.

La scuola superiore "Panzini", dal 1961 punto di riferimento per lo sviluppo della formazione dei giovani del settore, solo pochi mesi è stata sede di un importante evento legato alle scuole alberghiere d'Europa, che ha visto accorrere studenti dai diversi Paesi del nostro continente.

Rimanendo sul tema della formazione, è intervenuta anche **Danila Mele**, Brand Ambassador del Gruppo Cotarella nonché responsabile delle relazioni esterne per la "**Intrecci**", l'**Accademia di Alta Formazione di Sala** fondata dalla Famiglia Cotarella. L'accademia è recentemente diventata partner della [Luiss Business School](#), per la valorizzazione del territorio e, tra i vari progetti formativi che ha intrapreso, vi è anche quello per la creazione della nuova figura professionale del "**destination manager**". Un narratore di esperienze, fortemente legato al turismo sostenibile, in grado di analizzare il patrimonio, valorizzarlo, metterlo a sistema e farlo diventare una risorsa per tutti.

È stata poi la volta del professor **Tonino Pencarelli**, ordinario di Economia e gestione dell'Impresa presso l'Università di Urbino, che ha affrontato il tema del passaggio dall'economia tradizionale all'economia delle esperienze.

«Nell'economia attuale, divenuta economia delle esperienze, le imprese tradizionali dell'enogastronomia devono riuscire a trasformare le risorse in prodotti. - ha affermato il professore - Integrare le risorse del territorio con i prodotti tipici può portare alla creazione di nuove offerte turistiche, che devono essere sempre più coese tra loro».

Rendere le Marche una destinazione enogastronomica

Gli stranieri vengono in Italia in primo luogo per l'Arte, poi per i viaggi itineranti, il mare e solo dopo per l'enogastroturismo. Pur avendo le risorse, infatti, Le Marche non sono attualmente percepite come una destinazione in cui recarsi per il cibo ed il vino. Cosa fare, allora?

In primo luogo, **creare percorsi tematici** che arricchiscano l'offerta turistica locale con iniziative volte a valorizzare i prodotti enogastronomici e a inserirli, così, nel business delle esperienze. Altro aspetto da implementare è quello di organizzare non solo le tradizionali sagre e festival enogastronomici, ma **predisporre veri e propri pacchetti turistici** volti ad integrare le produzioni gastronomiche con arte, cultura, natura, musica, sport ed esperienze a tema enogastronomico (visite alle cantine, ai frantoi, ai caseifici, birrifici, distillerie, alle aziende agricole, ristoranti gourmet, show cooking e corsi di cucina, sommelier, ecc.).

«In questo modo - afferma il professor **Tonino Pencarelli** - possiamo trasformare le risorse in prodotti esperienziali!».

È, inoltre, importante riuscire ad attivare un **circuito di collaborazione tra i vari attori economici ed istituzionali**, come le Amministrazioni locali, le Associazioni di categoria, ma soprattutto le strutture ricettive, la ristorazione, le aziende di trasporto pubblico, gli asset infrastrutturali, come l'aeroporto ed il porto, le agenzie di promozione e quelle di intermediazione.

Cruciale, allora, è l'importanza delle aggregazioni e delle reti, sia formali che informali, per costruire, comunicare e vendere proposte di valore esperienziali a base enogastronomica a turisti e intermediari.

In quest'ottica, vanno ad assumere un ruolo strategico le **agenzie di incoming** che permettono di connettere i tanti operatori economici locali con gli operatori stranieri, in un modo quanto più possibile unico, credibile e facilmente gestibile.

Subito dopo l'intervento del professore, si è dato spazio ad un paio di casi concreti di esperienze raccontate dal pubblico (il turismo brassicolo, raccontato da Sebastiano Nabissi, referente di Unionbirrai Marche, e l'esempio di turismo esperienziale offerto da Borgo Loretello, in provincia di Ancona) prima di lasciare spazio all'intervento di **Francesca Severini**, dirigente del Settore **"Competitività delle imprese Agricole"** all'interno della direzione Agricoltura della Regione Marche, focalizzato sul Bando dalla Vigna alla Tavola, sul nuovo portale dedicato (dallavignaallatavola.marcheandwine.it) e sull'utilizzo del nuovo logo dell'enoturismo della Regione in questo progetto.

La promozione del territorio si pratica anche rafforzando i vari asset

Federico Scaramucci, presidente di [Inside Marche Live](http://inside.marche.live), l'Associazione che raccoglie i principali tour operator che si occupano di incoming nelle Marche, ha tirato poi le somme dei vari interventi, rafforzando l'importanza del concetto di creare sinergia tra settore pubblico e privato, per attuare una promozione forte ed unitaria di un territorio bello e vario, plurale ed autentico. Un territorio che ha anche una criticità legata alla difficoltà di raggiungimento, a partire dall'Aeroporto, un asset che deve essere rilanciato e rafforzato.

Proprio per riuscire in questa importante missione, da tre mesi è stata fondata [ATIM](http://atim.marche.it): l'Agenzia per il Turismo e l'internazionalizzazione delle Marche. Per illustrarne prerogative ed obiettivi, è intervenuto il suo direttore, **Marco Bruschini**, che ha parlato dell'importanza della condivisione delle scelte da prendere, coinvolgendo diversi attori.

L'obiettivo è quello di attrarre maggiormente turismo proveniente da altri Paesi, valorizzando e comunicando le nostre eccellenze enogastronomiche. Mettere insieme il comparto manifatturiero con quello del turismo, permette la creazione di una massa critica importante, più facilmente promuovibile a livello di fiere e di eventi internazionali.

Successivamente alla tavola rotonda, ha avuto luogo un incontro dedicato agli operatori del mondo Ho.Re.Ca sul tema: *"Come la giusta carta dei vini e la preparazione del personale di sala migliora la soddisfazione ed aiuta nella fidelizzazione dei clienti"*. L'incontro, a cura dei sommelier di AIS Marche, con l'introduzione del presidente **Stefano Isidori**, ha visto l'intervento di Luca Luciani, Primo Sommelier del Ristorante "Retrosceca" di Porto San Giorgio, recentemente insignito di una stella Michelin, nonché 44° miglior ristorante d'Italia, nella categoria "Grandi ristoranti".

Un pomeriggio di formazione e cultura davvero "gustoso" e ricco di stimoli, che ha raccolto visitatori da tutta la regione e non solo...