




## De gustibus

**a cura di  
Arnaldo Cartotto**

Delegato biellese del Club 



### Il commento

## BIELLA, FOOD & BEVERAGE

Il week end del gusto di inizio maggio, di cui parliamo nello spazio qui a fianco, è stato un test per un possibile progetto di comunicazione e di marketing territoriale, ma anche il numero zero per l'avvio di un percorso che veda l'enogastronomia come uno dei "driver" dell'attrazione turistica legata ai prodotti della filiera agro-alimentare locale, nonché un esperimento di aggregazione delle varie realtà esistenti nella nostra provincia poco avvezze a collaborare per definire strategie e obiettivi comuni. Infine, è stata anche una sfida: vinta se si guarda alla quantità e alla qualità dei temi trattati nei vari convegni, al livello dei relatori e delle loro testimonianze; un po' meno soddisfacente se si guarda alla partecipazione a questi momenti di riflessione sul nostro futuro. A Città Studi, oltre alle numerose presenze, si sono infatti notate anche le assenze. Non interessano questi temi ai Comuni (singoli o aggregati nei distretti del cibo o del commercio della Regione Piemonte), alle Unioni Montane, ai Consorzi Turistici, alle Associazioni di Categoria? È normale che in un territorio come il nostro non ci sia un'organizzazione professionale aderente all'Unione Regionale Cuochi Piemontesi? E neppure un'Associazione Ristoratori come quelle delle aree a vocazione turistica a noi vicine come il Canavese, l'Astigiano, l'Albese, la Valle d'Aosta o più lontane come la Valcamonica, il Trentino o il Friuli Venezia Giulia, per citarne alcune dell'arco alpino? Lo stesso dicasi per i produttori di vino locali che viaggiano in ordine sparso in un'area che va da ovest (Cavaglià, Salussola, Viverone, dove troviamo l'Erbaluce e la Barbera) ad est fino alle terre dei Nebbioli di Lessona, Brusnengo, Masserano e Sostegno, passando dalla parte centrale del territorio costituita da Vigliano, Valdengo, Cossato e Mottalciata. Non è più il tempo delle battaglie combattute in solitudine. Cosa potrebbe succedere se gli imprenditori di questi settori si impegnassero davvero per "fare rete" (termine fin troppo abusato) attraverso un'organizzazione che aggrega tutti gli operatori della filiera del gusto locale, ma anche di quella turistica, per concretizzare azioni di carattere promozionale, partecipazione a fiere di settore, costruzione di un'identità gastronomica e poi di un'immagine coordinata, supportate da un'efficace comunicazione per rendere il Biellese più "appetibile" e attrattivo partendo dal "gusto"? Che bello sarebbe visitare le principali fiere nazionali (Cibus, Vinitaly, Golasaria, Cheese, ecc.) e internazionali (BIT e altre) e trovare uno stand collettivo con le insegne e un logo che richiama Biella: si potrebbero così dividere i costi e moltiplicare i ricavi. E anche scrivere una storia nuova.

