

## LE 'TIPICITÀ' MARCHIGIANE ALLA CONQUISTA DEL QUÉBEC – di Vittorio Giordano

MONTREAL\ aise\ - “Le eccellenze marchigiane sotto la luce dei riflettori. Dal 17 al 22 novembre, invitata dall’Ambasciata Italiana di Ottawa e dal Consolato Generale di Montréal, una delegazione marchigiana è sbarcata in città per promuovere i suoi “gioielli”, nell’ambito della “Settimana della Cucina italiana nel mondo”. A fare da regia a questa “Taste Marche Experience” in Canada, è stata “Tipicità”, una private-public partnership formata da circa 300 membri, che, dopo Dubai ed Abu Dhabi, New York, Tirana e Valona, quest’anno ha scelto Montréal per mettere in vetrina la ricchezza del suo territorio attraverso l’enogastronomia (dal pesce del Mar adriatico al tartufo degli Appennini, oltre a vini e oli biologici), la moda (con le calzature ed i cappelli di alta qualità) ed il turismo esperienziale”. Ne scrive Vittorio Giordano su “Il Cittadino canadese”, settimanale di Montreal di cui è caporedattore. “Una versione “export” di Tipicità Festival, la cui ventottesima edizione si svolgerà al Fermo Forum dal 7 al 9 marzo 2020. Quattro gli chef selezionati dall’Accademia di Tipicità (Luca Facchini Serena d’Alesio, Gianmarco di Girolamo, Barbara Settembri), che hanno accompagnato una missione formata da diverse piccole-medie imprese. Il 21 novembre, in particolare, i 4 chef hanno elaborato le pietanze servite all’Institut de tourisme et d’hôtellerie du Québec, alla presenza, tra gli altri, dell’Ambasciatore Claudio Taffuri, della Console Generale Silvia Costantini, della direttrice generale dell’ITHQ Liza Frulla, del direttore delle comunicazioni dell’ITHQ Paul Caccia, e della presidente dei Marchigiani di Montréal, Anna Perrotti. Oltre agli incontri con ICE e Camera di Commercio italiana in Canada, diversi sono stati i workshop e le attività relazionali per promuovere il “Marche Style” in un mercato, come quello canadese, che dimostra grande attenzione per l’Italia. A rappresentare il territorio, il sindaco di Sant’Elpidio a Mare, Alessio Terrenzi, insieme al direttore di Tipicità, Angelo Serri. Per il mondo della formazione, presenti il direttore del corso di laurea in Scienze Gastronomiche dell’Università di Camerino, Gianni Sagratini, insieme ai rappresentanti dell’istituto alberghiero “Carlo Urbani”, Roberto Vespasiani e Mario Andrenacci. Il food presente con l’olio biologico di alta qualità, presentato da Francesco Sabbatini Rossetti. A rappresentare la moda, i cappelli di Attilio Sorbatti, le calzature di equitazione e di alta gamma di Alberto Fasciani e le scarpe in canapa di Fabio e Annarita Fortuna. Tanti i prodotti arrivati dalle Marche con la consulenza di OTS, leader delle spedizioni internazionali con base marchigiana, insieme all’eco design ed il packaging dello scatolificio di Stefania di Battista. A rappresentare la filiera turistica La Nero Servizi di Enrico Gismondi, ed il presidente di Contram, Stefano Belardinelli. “Le Marche – ci ha spiegato il coordinatore di Tipicità, Alberto Monachesi - sono l’unica delle 20 regioni italiane con il nome al plurale, e questo esprime la nostra essenza: con le sue 13 vallate, le Marche sono un distillato d’Italia. Non a caso, per il 2020, la guida più famosa al mondo, la Lonely Planet, indica le Marche come la seconda meta al mondo, dopo la Via della Seta”. “Nata 27 anni fa – ci ha spiegato l’ideatore e direttore generale di Tipicità, Angelo Serri - Tipicità è uno strumento di marketing territoriale che mette in mostra l’enogastronomia, ma anche la moda e il turismo esperienziale attraverso la cultura e l’arte: un grande contenitore di eventi ed un legante tra associazioni di categoria, enti pubblici e soprattutto di imprese private. Col Canada, in questi giorni, abbiamo intravisto diverse aree di collaborazione, dai rapporti commerciali agli scambi alberghieri e universitari. Il Canada è un grande Paese, lontanissimo ma vicinissimo per cultura, valori e tradizioni. Basti pensare al Québec, che è la culla di una lingua neolatina nel Nuovo Mondo. Senza dimenticare i tanti marchigiani e italiani, che fungono da apripista e da ambasciatori del vivere all’italiana””. (aise)