

SALONE DEI SAPORI DI PADOVA IL FESTIVAL VIRTUALE FA IL PIENO DI VISUALIZZAZIONI

Un pubblico collegato da tutta Italia ha seguito la seconda edizione della kermesse nella versione online, che ha raccontato la ripartenza con i protagonisti del mondo food **PADOVA**. Il Salone del Palazzo della Ragione si trasferisce sul web ed amplifica esponenzialmente il pubblico del Salone dei Sapori, che per questa seconda edizione – cominciata il 12 maggio e conclusa questa settimana – è stato proposto in un'inedita versione online a causa dell'emergenza Corona-virus. Sono oltre 330.000 le visualizzazioni totali dei video, solo sui social, numeri attualmente ancora in crescita come si può verificare sulla pagina Facebook della manifestazione (con picchi di 2000 utenti collegati durante le dirette) e sono oltre 20.000 gli utenti che si sono collegati da tutta Italia nelle ultime due settimane sulla piattaforma online – www.salonesapori.it – che ospita tutti gli interventi video dei grandi ospiti ed esperti del mondo food che si sono espressi sul tema della Ri-generazione, payoff della manifestazione e parola chiave per raccontare la ripartenza post lock-down.

Il primo food festival digitale – un “webival”, termine appositamente coniato da Superfly Lab, che ha organizzato il festival assieme all'associazione Veneto Suoni e Sapori – raggiunge quindi l'obiettivo di non rinunciare alla divulgazione, coinvolgendo più di 50 relatori, tra chef stellati, giornalisti, docenti universitari, esperti enogastronomi e del settore agroalimentare che in oltre 1000 ore di video tra talk, conferenze, webinar e show cooking, hanno preso parte alla kermesse, toccando i temi decisivi del mondo del food, dell'educazione e dello spreco alimentare, della sostenibilità, della comunicazione e del marketing nel settore della ristorazione. Il festival non ha tradito le aspettative di un'ampia community che da ogni regione d'Italia ha potuto così assistere gratuitamente – e potrà continuare a farlo – agli interventi dei protagonisti che hanno portato l'eccellenza della cucina italiana nel mondo, assieme ai grandi esperti del settore, come Massimiliano Alajmo, Davide Oldani, Ernst Knam, Cristina Bowerman, Luigi Biasetto, Luca Mercalli, Antonia Klugmann, Oscar Farinetti, Andrea Segrè, Anna Maria Pellegrino, Chef in Camicia e moltissimi altri.

Un evento online che ha totalizzato un record di partecipazione, il primo del suo genere in Italia, con un ricco palinsesto che non si è limitato ad ospitare protagonisti “vip” ma anche formatori e professionisti che hanno messo a disposizione la loro esperienza per aiutare i settori in difficoltà con nuove idee, contenuti, strumenti e nuove strategie. Sono stati infatti oltre 1200 i professionisti che hanno partecipato ai webinar formativi gratuiti dedicati alle nuove frontiere del marketing e della comunicazione in ambito ristorativo, oltre a corsi sulla sanificazione, sulla sicurezza alimentare e sul mondo del bartending, curati da MARKETERS Academy, Aipe e Aibes.

SOTTO IL SALONE CON I PRINCIPALI MERCATI ALIMENTARI D'ITALIA: CON IL SALONE DEI SAPORI NASCE LA VOLONTÀ DI CREARE UN NETWORK DI ECCELLENZE

Tra i vari incontri ospitati dal Salone dei Sapori, uno in particolare riveste una certa importanza storica, quello che ha visto protagonista il mercato del Sotto il Salone di **Padova** - tra i più antichi d'Europa con i suoi 800 anni di storia - partecipare ad una tavola rotonda assieme ai più importanti mercati alimentari d'Italia: Mercato Albinelli di Modena, Mercato Centrale di Firenze e FICO di Bologna. In quest'ambito è stata ribadita la volontà di creare un network di eccellenze, iniziativa già precedentemente avviata dai due mercati storici, Sotto il Salone e Albinelli, attraverso un dialogo tra i sindaci delle rispettive città, avviato grazie all'intermediazione di Superfly Lab. L'obiettivo sarà quello di creare una rete di mercati storici, in modo da tracciare l'evoluzione di questi luoghi unici ed esclusivi, in chiave di marketing territoriale, rispettandone la tradizione.

«I primi passi sono stati compiuti quando i due Consorzi, Albinelli e Sotto il Salone, si sono scambiati esperienze ed idee e quando le due Amministrazioni comunali hanno dato vita a un dialogo, importantissimo per la

realizzazione del network e per aiutare ad evitare le trappole della burocrazia» sottolinea Paola Ferrari, responsabile comunicazione del mercato Albinelli di Modena. «La bellissima scoperta di condividere obiettivi e visioni, ma anche tante problematicità, ci motivano a creare in tempi rapidissimi un network di mercati storici, con un progetto comune di valorizzazione per attrarre, oltre ai cittadini di riferimento, turisti italiani e stranieri» Fulvia Furlanis, Vicepresidente del Consorzio Sotto il Salone, ha potuto descrivere al pubblico connesso con il Salone dei Sapori, collegato da ogni parte d'Italia, la bellezza delle gallerie che dal '200 raccordano Piazza delle Erbe e Piazza della Frutta, nel suggestivo contesto del Palazzo della Ragione e che rappresentano non solo un luogo di grande pregio artistico, ma anche un format, un'idea che attualizza la tradizione in chiave contemporanea mantenendo l'atmosfera che ne celebra gli 800 anni di storia.

«La convivialità e la qualità che si possono trovare nei mercati storici, elementi fondanti della tradizione italiana, non sono sostituibili dal food delivery e dalla grande distribuzione. Bellezza e cultura rappresentano anche il saper stare insieme» conclude Umberto Montano, che nel 2014 ha inaugurato il primo Mercato Centrale di Firenze come riqualificazione del mercato di San Lorenzo, riportando al centro dell'interesse della città gli "artigiani del gusto", che raccontano il grande patrimonio della tradizione gastronomica italiana.

Il Salone dei Sapori è stata quindi l'occasione per evidenziare che i mercati alimentari sono vivi e vogliono giocare la partita dell'innovazione, anche se emergono le innegabili differenze fra chi ha optato per accattivanti soluzioni di grandi spazi dedicati a "food courts" e chi, come i mercati storici, alle prese con ambienti tutelati e decisamente più delicati, ha intrapreso un cammino di innovazione rispettosa delle radici.

«Senza negare la possibilità di creare sinergie, narrazioni, collaborazioni commerciali tra mercati storici e food market più evoluti e strutturati – afferma Andrea Prandini, presidente Consorzio Mercato Albinelli – siamo convinti della necessità di intraprendere un cammino comune con il Consorzio Mercato Sotto il Salone per acquisire visibilità sui tavoli dove si studiano le strategie per far ripartire il turismo, ma anche per favorire la crescita imprenditoriale e culturale di realtà simili che svolgono un servizio strategico per il pubblico interesse».

EDUCAZIONE ALIMENTARE, SPRECO ZERO E AMBIENTE

Meno spreco alimentare, più attenzione alla qualità dei prodotti e all'ambiente: sono alcune delle più significative conquiste del lockdown imposto dall'emergenza Coronavirus. Questo è ciò che in breve viene anticipato al Salone dei Sapori dai dati del rapporto #iorestocasa 2020 dell'Osservatorio Waste Watcher di Last Minute Market / SWG, diffusi dalla Campagna Spreco Zero, che evidenziano come, prima del lockdown, il bene alimentare sprecato fosse elevatissimo (circa l'1% del pro-dotto interno lordo italiano) e quanto sia rapidamente cambiata questa tendenza al consumo in Italia. Andrea Segrè, Presidente della Fondazione FICO, Agroeconomista e fondatore di Spreco Zero, ne ha potuto parlare direttamente al Salone dei Sapori, sottolineando come il cambiamento delle abitudini alimentari degli italiani durante il lockdown sia la traccia di un nuovo modello di consumo da mantenere anche in futuro, a beneficio della salute, nostra e del territorio.

«Il primo dato rilevante – spiega Segrè – dimostra che in quarantena l'acquisto di generi alimentari è aumentato. Un italiano su tre ha fatto la spesa più frequentemente e acquistato una maggiore quantità di cibo rispetto al passato. C'è stata anche una preferenza per la maggiore qualità del cibo, che è aumentata per il 34% degli italiani.»

Siamo passati a una maggiore ponderazione nella scelta dei prodotti da inserire nella lista della spesa - conferma Duccio Caccioni, Direttore scientifico Fondazione FICO - e alla riscoperta delle tradizioni gastronomiche tipicamente nazionali, con una predilezione per i prodotti freschi. Un rinnovato piacere di cucinare in casa (7 italiani su 10 si sono cimentati ai fornelli con frequenza più rilevante rispetto a prima), che è andato in parallelo con la crescente attenzione a non sprecare il cibo (solo per 1 italiano su 2, ossia il 50%, la quantità di rifiuti è rimasta la stessa del periodo ante-quarantena).

Ribadisce inoltre Carlo Catani, ideatore del progetto “Tempi di Recupero” e consulente enoga-stronomico: «Il parallelo con il calcio è legato al fatto che i tempi di recupero sono gli ultimi minuti della partita. Nel nostro caso specifico, se continuiamo a sprecare il cibo in questo modo, per il Pia-neta siamo esattamente a questo: ai tempi di recupero. Dobbiamo fare più attenzione. Un’attenzione che sicuramente è cresciuta negli ultimi tempi da parte delle persone, ma credo si possa migliorare ancora.»

Un ritorno alla qualità dell’alimentazione e una rinnovata sensibilità verso il tema dell’ambiente sono stati i valori principali espressi dagli importanti contributi video di Despar, main partner della manifestazione, che hanno fatto riscoprire le eccellenze gastronomiche e le storie uniche dei produttori e dei territori dove nascono tipicità straordinarie, oltre alle materie prime, lavorate seguendo percorsi tramandati da generazioni.

Un tema avvalorato anche dagli interventi curati da Slow Food, a tutela dei nostri presidi enoga-stronomici e dei paesaggi che custodiscono tali tesori del gusto. Un processo di riscoperta che passa anche attraverso la testimonianza da una selezione di cantine dei nostri colli, negli incontri curati dal Consorzio dei Vini dei Colli Euganei, Ais Veneto e Strada del Vino Colli Euganei, volti non solo a rimarcare le unicità delle produzioni ma anche a delineare il futuro del settore, messo alla prova dalle conseguenze di mercato dell’emergenza Coronavirus.

La particolare attenzione del pubblico del Salone dei Sapori destinata ai temi ambientali è inoltre emersa dal record di visualizzazioni dell’incontro con Luca Mercalli, climatologo di “Che tempo che fa” e stimato ecologista italiano, in collaborazione con l’Università di Padova, partner della manifestazione, con la partecipazione di Chiara Gallani, Assessora all’Ambiente del Comune di Padova, Massimo De Marchi, docente dell’Università di Padova e Francesco Musco, docente dell’Università luav di Venezia.

LA RIPARTENZA PASSA ANCHE DALLA SOLIDARIETÀ

Il Salone dei Sapori, nell’anno di Padova Capitale del Volontariato, non dimentica l’importante capitolo legato al mondo della solidarietà e del sociale: «Il coronavirus ci ha spinti a mettere insieme per la prima volta tutte le forze tra i vari attori della città: Comune, Diocesi, Università di Padova e associazioni» commenta Emanuele Alecci, Presidente del Centro Servizi Volontariato Provinciale di Padova, che ha potuto presenziare ad un importante dibattito intitolato “Con la cultura si mangia?”, assieme al celebre attore padovano Andrea Pennacchi e a Suor Albina Zandonà, direttrice delle Cucine Economiche Popolari di Padova, che a proposito delle proprie attività ha potuto commentare: «Abbiamo ripreso il concetto di “mensa” per offrire non solo il cibo ma anche un luogo dove nutrirsi».

È proprio nelle Cucine Economiche Popolari che il Salone dei Sapori è tornato ad avvicinare – con il sostegno di Argos Energia e di Riso Grazia – rinomati chef del territorio al personale dei volontari, continuando il percorso delle iniziative solidali che lo scorso maggio e lo scorso Natale hanno coinvolto gli chef Andrea Valentinetti e Alessandro Bottazzi. Per questa seconda edizione della kermesse è Davide Di Rocco lo chef che ha avuto la possibilità di passare un’intera giornata per trasmettere la propria professionalità al servizio della solidarietà, lavorando al fianco dei volontari delle Cucine Economiche Popolari. Un percorso formativo sulla disciplina alimentare, una “scuola di cucina”, con l’obiettivo di riuscire a garantire anche ai meno fortunati un’alimentazione sana ed equilibrata, con prodotti semplici ed economici.

NASCE UN “NETFLIX DEL GUSTO” GRATUITO E A DISPOSIZIONE DI TUTTI

Salone dei Sapori 2020 si è rivelata, nella sua inedita versione online, un’edizione mai così seguita e ricca di ospiti e contenuti. Alta cucina, sostenibilità, sport e nutrizione, educazione alimentare, ambiente e territorio, vino, bartending, solidarietà, marketing, comunicazione, futuro della ristorazione, video ricette, webinar formativi e molto altro hanno arricchito un palinsesto denso di spunti e interventi con i relatori più autorevoli di ogni settore.

L’eredità che ci lascia Salone dei Sapori 2020 è una piattaforma digitale – www.salonesapori.it – che raccoglie tutti i numerosi interventi del programma, tra talk, interviste, dibattiti e webinar, un “Netflix del gusto” gratuito e a disposizione di tutti, con

una gran quantità di video visualizzabili liberamente, senza limiti e senza alcun obbligo di iscrizione, Salone dei Sapori raggiunge quindi l'obiettivo di garantire la divulgazione, con contenuti esclusivi e relatori d'eccellenza, mantenendo la gratuità della fruizione e reinventando il format inizialmente pensato, come per la prima edizione, come un evento live, ambientato nel Palazzo della Ragione di **Padova**, che in questo caso si trasferisce sul web come un palcoscenico digitale e gratuito, rag-giungibile da un'utenza ancor più ampia e senza confini.

Il successo di visualizzazioni e di pubblico conferma ancora una volta come i media digitali rap-presentino il mezzo più utilizzato per la divulgazione e per sopperire all'impossibilità di creare aggre-gazione mediante eventi live, anche in questa fase di ripartenza e riapertura che consentiva mag-giore mobilità rispetto alle settimane di lockdown forzato. Un dato che induce a riflettere su come il futuro degli eventi e della divulgazione culturale non possa prescindere dall'online, anche nel caso del Salone dei Sapori, dove si stimolano un confronto tra grandi ospiti e professionisti, condivi-dendo visioni, strategie, contenuti formativi e di intrattenimento.

In merito all'esperienza positiva di questa seconda edizione del Salone dei Sapori, Antonio Bressa, Assessore al Commercio del Comune di **Padova** aggiunge: «Il successo dell'evento, pur in questa versione digitale, ha superato ogni più rosea aspettativa. È la dimostrazione che quando ci sono contenuti di qualità ed occasioni vere di crescita e formazione non c'è limite che tenga. Ringrazio gli organizzatori, con loro faremo tesoro di questa esperienza e delle potenzialità del web negli eventi anche quando torneremo fisicamente presenti nei meravigliosi luoghi dove l'iniziativa è nata»

Giuseppe Pan, Assessore all'agricoltura, caccia e pesca della Regione del Veneto ha inoltre com-mentato: «Sono stato vicino sin dalla prima edizione ad una manifestazione che ritengo importante per la sua capacità di coniugare la valorizzazione delle bellezze architettoniche e culturali della città di **Padova** con la promozione delle eccellenze enogastronomiche del territorio. Un progetto che po-ne al centro dell'attenzione i produttori e le aziende della nostra Regione e che ci auguriamo, dopo questa edizione in versione digitale, possa ritrovare il grande pubblico per coinvolgerlo in degusta-zioni e momenti esperienziali che sono il veicolo migliore per conoscere da vicino la qualità dei no-stri prodotti e dei nostri vini».

[SALONE DEI SAPORI DI **PADOVA**, IL FESTIVAL VIRTUALE FA IL PIENO DI VISUALIZZAZIONI]