

Parte il progetto internazionale Wine e Travel Italy dedicato alla Calabria



Taglio del nastro al Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria per **“Wine e Travel Italy”** il progetto della Camera di Commercio Italiana in Canada (CCIC) che **per la prima volta punta il proprio sguardo sulla Regione Calabria.**

Una *mission* speciale, l'unica che guarda al nostro territorio con azioni specifiche e mirate puntando a valorizzare le produzioni del settore enologico calabrese all'estero, specie nel Nord America, promuovendo al tempo stesso la Calabria come nuova destinazione del turismo enogastronomico.

Wine and Travel Italy presents: Calabria”, co-finanziato dalla Regione Calabria, è stato presentato nella sala Paolo Orsi del MArRc, una location importante proprio perché sottolinea come il vino calabrese sia presente nella storia della nostra terra fin dall'antichità. L'iniziativa è stata accolta con entusiasmo dalle aziende vitivinicole calabresi: sono oltre 130 le cantine che hanno aderito alle tre manifestazioni d'interesse. Entusiasmo condiviso anche da Jacques Orhon, giornalista e sommelier franco-canadese che ha fatto conoscere al Canada l'eccellenza vitivinicola del nostro Paese, scelto dalla CCIC non solo come guida esperta ma come *influencer* del progetto.

L'iniziativa è stata presentata da Paola Aloe, funzionario del

settore internazionalizzazione della **Regione Calabria**; Ruggiera Sarcina, Direttrice Italia Camera di Commercio Italiana in Canada; Carmelo Malacrino, Direttore Museo Archeologico Reggio Calabria; Jacques Orhon, scrittore, sommelier e formatore; Antonino Tramontana Presidente della Camera di Commercio di Reggio Calabria; Giovanni Benvenuto, Amministratore Delegato Cantine Benvenuto e Gennaro Convertino, Presidente Enoteca Casa dei Vini di Calabria.

I relatori hanno contribuito ad arricchire la discussione su questa un'iniziativa che punta ad ampliare l'esportazione estera del vino calabrese, un settore in crescita che inizia ad essere apprezzato sempre più, specie nella grande regione del Quebec.

Tra gli obiettivi di "Wine and travel Italy", inoltre, quello di organizzare degli incontri tra i tour operator che lavorano fra il Canada e la Calabria e le aziende del territorio che producono vino in modo da partire subito con le attività di promozione territoriale subito dopo l'estate.

«Con la **Camera di Commercio italiana in Canada** si è creata una sinergia che permette di dare vita ad un'ampia progettualità per uno dei settori più identitari del nostro territorio – ha spiegato Paola Aloe, funzionario del settore internazionalizzazione della Regione Calabria – Grazie alla consulenza e alla competenza di Jacques Orhon è stata già avviata una prima fase di conoscenza delle cantine calabresi che permetterà uno sviluppo di percorsi turistici in questa direzione».

Sul ruolo di Orhon come ambasciatore in Canada del vino calabrese si è espressa anche la Direttrice Italia della Camera di Commercio italiana in Canada Ruggiera Sarcina che ha esposto i tre obiettivi specifici di "Wine e Travel Italy" per la Calabria: aumentare il numero di cantine calabresi presenti in Canada, in particolare in Quebec; costruire pacchetti

turistici specifici con percorsi esperienziali enogastronomici sulla Calabria per i canadesi e comunicare al mondo, attraverso il sito www.wineandtravelitaly.com, la realtà calabrese.

«Le parole chiave del progetto sono vino e viaggio e sono inscindibili – spiega la Sarcina – e per i produttori calabresi questa è una grande opportunità perché il Canada rappresenta il quinto importatore di vino italiano sul mercato internazionale e il **Quebec** è la regione maggiormente predisposta ad accogliere il prodotto. Inoltre i canadesi vengono in Italia la prima volta per conoscere le grandi città d'arte ma generalmente amano ritornare nella Penisola proprio per intraprendere viaggi di turismo esperienziale legati all'enogastronomia, e la Calabria, con le sue specialità, ha il potenziale per diventare una delle mete più ambite».

Dopo il saluto del Direttore del **Museo Archeologico di Reggio Calabria Carmelo Malacrino**, che ha sottolineato quando il progetto sia importante anche per la cultura in quanto ne esalta l'identità e la conoscenza del territorio, la parola è andata a Jacques Orhon che ha incantato la platea raccontando della sua esperienza professionale in Italia, dei vini del Bel Paese, per poi focalizzarsi sulla realtà calabrese.

«Il Quebec – spiega Orhon – ha amato i vini francesi e quelli di regioni come Veneto e Toscana, adesso è la volta di quelli calabresi. Appena sono arrivato in questa regione mi hanno detto che c'erano da assaggiare più di 120 bottiglie e, analizzandoli, ho potuto constatare che la qualità è aumentata di livello: i vini calabresi si sono evoluti nel tempo e il loro punto di forza è la differenza dei vitigni, la ricchezza etnografica dei territori e la storia delle vigne. Il vino deve avere le caratteristiche delle persone ed ecco perché quello calabrese è un vino di livello».

Di qualità e numeri in aumento ha parlato anche il presidente della Camera di Commercio di Reggio Calabria Antonino

Tramontana sottolineando l'importante ruolo delle Camere di Commercio calabresi e il lavoro di sviluppo sul vino che si sta facendo. Giovanni Benvenuto, amministratore delegato delle Cantine Benvenuto, ha raccontato della propria esperienza e quella della sua azienda con la rigenerazione dello Zibibbo e del salto di qualità che permette di fare lo scambio commerciale con il Canada.

La chiusura della giornata dedicata a *“Wine and travel Italy presents: Calabria”* è toccata a **Gennaro Convertini**, presidente Enoteca Casa dei Vini di Calabria che ha ripercorso le tappe che hanno portato alla nascita dell'enoteca regionale nel 2011 sottolineando come un balzo in avanti sia stato fatto nel 2016 quando la giunta regionale della Calabria si è aperta al nuovo mercato vinicolo che va oltre il prodotto in bottiglia.

«Da 10 anni – ha affermato Convertini – il cliente è diventato qualitativamente più esigente e se traiamo un bilancio degli ultimi 30 anni possiamo vedere quanto il mercato sia cambiato in positivo. La Calabria ha un forte appeal ma ha l'handicap di non essere ancora molto conosciuta come brand internazionale. Con questo progetto scegliamo in quale mercato vogliamo muoverci e il Canada diventa un'opportunità enorme».