

# UN PONTE TRA CALABRIA E GIAPPONE IL CIBO FA DA TRAINO PER IL TURISMO

*Il progetto della Compagnia delle Opere*

*E gli chef rilanciano i prodotti con "Io acquisto calabrese"*

ANTONIO ANASTASI a pagina 8

■ **AGROALIMENTARE** Progetto della Cdo regionale

## Ponte col Giappone per gli amanti del food calabrese

di ANTONIO ANASTASI

CROTONE - Le premesse per un ponte ideale con il Giappone sono state create. L'idea è quella di promuovere un turismo di qualità per attrarre turisti nella nostra regione. A lavorarci intensamente è Giuseppe Caruso, presidente della Compagnia delle opere in Calabria, che ha organizzato un incontro tra alcuni imprenditori turistici aderenti alla Cdo Calabria e Mariko Takayama, fondatrice dell'agenzia di promozione della cultura italiana in Giappone "Cucchiaio", che pone particolare attenzione al food del Bel Paese. «Non volevo che si parlasse del solito portale, ma che si inizias-

Al lavoro con un'agenzia che promuove il cibo italiano

se a volare. E quando Mariko ha iniziato a parlare di turismo agroalimentare sottolineando, nel suo italiano

quasi perfetto, «qui miniera di turismo ma mancano mezzi pubblici», si è aperto un mondo». Caruso conosce il Giappone, e per questo ha invitato gli imprenditori calabresi a intraprendere «una grande sfida che speriamo - dice - possa contribuire a far crescere il nostro territorio». L'esempio che gli piace raccontare spesso è questo. «Se uno chef giapponese spende un sacco di soldi per venire in Calabria e imparare come si ammazza il maiale, se per una bottiglia di vino Cirò che da noi costa pochi euro li sono disposti a pagarne 30, se pongono una particolare attenzione alla cultura ali-

L'idea è attrarre un turismo di qualità

mentare tanto che la loro dieta basata sul pesce consente di vivere fino a 100 anni, ci sono tutte le precondizioni per progettare un tu-

rismo di qualità - dice il presidente della Cdo Calabria - Ma la cosa che mi ha fatto più piacere - aggiunge - è che non ero l'unico visionario, durante quella riunione. Anzi, più che una riunione di visionari, è stata una fucina di soluzioni concrete e nuove idee per rivalorizzare il territorio e parlare di turismo con la T maiuscola».

Il risultato finale è stato appunto il via libera alla predisposizione di un progetto fra la Cdo Calabria e l'agenzia "Cucchiaio" sulla base di alcuni capisaldi già fissati durante l'incontro preliminare. Gli spunti presi per buoni Caruso li elenca in questi termini: «Uno: alzare il tiro, ovvero puntare a un turismo di qualità; due: educare al turismo di qualità; tre: superare i luoghi comuni; quattro: riaffacciarsi; cinque: realizzare un prototipo».

Sullo sfondo, l'incontro fra tradizione e innovazione. Per

esempio, evidenzia Caruso, «la Calabria ha una grande storia, come ha ricordato Giuseppe Arfuso, proprietario del residence Atena di Tropea, mentre Claudio Castaldi, titolare del lido La Marinella di San Nicola Arcella, ha concluso dicendo che gli ultimi saranno i primi». Se-

condo Caruso sono loro i "visionari". Ma alla base c'è, anche e soprattutto, l'idea di attrarre turisti (italiani e stranieri) sulla base del primato Covid free guadagnato da un territorio salutare come quello calabrese che potrebbe appunto proiettare la Calabria in un circuito di pro-

mozione internazionale. Inoltre, potrebbe essere davvero interessante l'incontro con la dieta mediterranea per i visitatori provenienti dal Paese caratterizzato da una delle cucine più bilanciate e salutari del mondo, parte importante della longevità dei giapponesi.



Giuseppe Caruso



Mariko Takayama dell'agenzia di promozione della cultura italiana in Giappone

