

Un esperimento ben riuscito che verrà replicato

# A Dublino si cucina molisano

*Con l'obiettivo di fare incoming nel Molise, tre giovani consulenti hanno portato in Irlanda i nostri migliori prodotti alimentari. E' nato un corso di cucina, poi un tour gastronomico che ha portato gli allievi in regione*



I sapori del Molise come strumento di marketing turistico. E' questa l'idea venuta ad un gruppo di giovani consulenti molisani, che di recente l'hanno sperimentata con successo.

Cavalcando la tendenza che vede crescere l'interesse per l'enogastronomia, Maurizio Mastrangelo, Marcello Musilli e Marco Giannantonio hanno scommesso sull'attrattivit  dei prodotti agroalimentari tipici molisani per creare un nuovo business. I risultati, come ci racconta in questa intervista Maurizio Mastrangelo, imprenditore la cui azienda (Praxis)   nostra associata, sono stati pi  che incoraggianti.

"Non volevamo vendere prodotti. La nostra intenzione - afferma Mastrangelo - era far conoscere il Molise e farlo diventare una possibile meta turistica. Abbiamo pensato che questo potesse avvenire attraverso l'enogastronomia, in particolare quella molisana. Cos  abbiamo fondato una scuola di cucina a Dublino, in Irlanda, dove abbiamo avuto un ottimo riscontro".

Perch  questa scelta?



"Uno dei soci, Marco Giannantonio, vive e lavora l  gi  da qualche anno. Per lui la gastronomia   un hobby, che lo ha portato a conoscere alcuni ristoratori e chef italiani che lavorano in Irlanda, con i quali abbiamo scelto di collaborare in questa prima fase".

Come li avete coinvolti?

"Prima di tutto, presentando loro alcuni prodotti molisani di qualit  da noi accuratamente selezionati. Quindi abbiamo proposto ad alcune aziende della regione di promuovere le loro produzioni attraverso gli chef e i locali irlandesi. Quasi tutte ci hanno dato fiducia.

Gli chef, dal canto loro, si sono molto interessati ai nostri prodotti e hanno accettato di presentarli ai

loro clienti e di inserirli nella preparazione delle loro pietanze".

Cosa   scaturito da questa iniziativa?

"Come dicevo prima, non volevamo vendere prodotti ma fare 'incoming' nel Molise. Uno degli allievi del corso di cucina, incuriosito dal Molise, si   offerto di collaborare con noi per formare un gruppo di turisti da portare qui da noi. Abbiamo cos  ospitato 23 irlandesi lo scorso mese di settembre, che hanno vissuto, a loro dire, un'esperienza entusiasmante".

Come avete organizzato il tour?

"Abbiamo curato tutto nei minimi dettagli: siamo andati a prenderli a casa uno per uno, li abbiamo accompagnati fin qui nel Molise



Un gruppo di irlandesi a lezione di cucina molisana. Gli allievi hanno concluso il corso con un viaggio in Molise



e abbiamo curato ogni loro spostamento, cercando di farli sentire sempre a proprio agio. Hanno alloggiato in un agriturismo nei pressi di Sepino e hanno visitato le aziende agroalimentari locali, delle quali promuoviamo i prodotti in Irlanda. Abbiamo proposto loro anche la visita ad alcuni luoghi importanti del nostro patrimonio storico artistico, ma il loro interesse per queste cose è stato sicuramente inferiore a quello per le produzioni alimentari".

C'è qualcosa che li ha colpiti in modo particolare?

"La visita alla fonderia Marinelli di Agnone, un'esperienza che turisti esperti come i nostri ospiti difficilmente potranno ripetere altrove".

In base a questa sua esperienza, qual è la chiave del successo del turismo in Molise?

"Prima di tutto bisogna creare interesse per la nostra regione, che non ha nulla di più attrattivo delle altre. Chi decide di venire in Molise è in genere una persona colta, che ha girato molto e ha già visto tutto quello che di più bello c'è in Italia. Viene quindi in Molise per

[www.flavourofitaly.net](http://www.flavourofitaly.net)

Sul sito internet della scuola di cucina italiana a Dublino ([www.flavourofitaly.net](http://www.flavourofitaly.net)) è possibile trovare notizie sui corsi, sui prodotti e sui tour che l'ente organizza in Italia.

La scuola ha ottenuto il supporto dell'Istituto italiano di cultura e dell'Accademia della cucina italiana, che la affiancano nello sviluppo di alcune attività promozionali.

Anche l'Istituto per il commercio estero ha riconosciuto il valore commerciale del progetto molisano, segnalandolo tra quelli maggiormente interessanti realizzati nel 2005.

conoscere il territorio, per coglierne l'identità più profonda, e in questo i nostri prodotti tipici e i nostri vini sono uno strumento prezioso. Infine, questa tipologia di turisti vuole trovare un ambiente accogliente, in cui i micro problemi non esistono: tutto è importante, dalla chiarezza dei cartelli informativi, alla pulizia delle camere d'albergo, dal menù in inglese, alla disponibilità di un mezzo pubblico".

Ripeterete questa esperienza?

"Sarà il nostro core business per i prossimi anni: abbiamo in programma visite in Molise ma anche in altre regioni d'Italia da cui siamo stati contattati. Non siamo certo i primi a mettere su queste attività ma nel Molise siamo gli unici. Almeno per ora".

Mariacristina Prece