

Prodotti locali, il segreto per incuriosire

Piccole enoteche dedicate ai vini locali in ogni ristorante; tre pacchetti di turismo enogastronomico che abbraccino tutta la provincia di Latina; workshop con degustazioni guidate per far conoscere i prodotti tipici locali. Sono le tre azioni che il Club del Gusto della Camera di Commercio di Latina metterà in campo in autunno, illustrate ieri dal coordinatore, Italo Di Cocco, presidente di Ascom-Confcommercio. «Oltre 150, equamente divise tra aziende produttrici e ristoratori, sono state le manifestazioni di interesse per l'adesione al Club del Gusto che abbiamo registrato», ha esordito Di Cocco, precisando come «entro settembre un nostro esperto valutatore effettuerà le visite in incognito per verificare i requisiti necessari all'otteni-

mento del marchio del Club». Tutto questo, ha aggiunto, «per creare un collante tra le aziende che producono e i ristoratori, che fanno conoscere e apprezzare i prodotti». Scopo finale, «tutelare sempre di più il patrimonio enogastronomico e agricolo che risponde della storia e della cultura del territorio, puntando a standard di qualità sempre più elevati per garantire lo sviluppo futuro del «paniere di prodotti tipici-Club del gusto», e aumentare i flussi turistici in provincia di Latina sfruttandone il richiamo. D'altronde, «quello enogastronomico, è il secondo motivo per cui un turista torna in Italia». Una volta finito il giro delle verifiche, l'obiettivo è tenere entro ottobre la prima riunione con tutte le aziende che superano i controlli, e partire

subito con la creazione dell'angolo enoteca «dove esporre i prodotti del territorio e poterli vendere per asporto. Inoltre, se il ristorante avrà sempre a disposizione i prodotti, li inserirà nella carta dei vini e nei menù». Per quanto riguarda i percorsi enogastronomici, Di Cocco pensa a tre ambiti (mare, pianura e monti), «da vendere ai tour operator romani, per inserire una giornata pontina nei loro pacchetti». Ultimo aspetto è infine il rafforzamento delle sinergie tra il Club e le filiere già mature, come l'associazione Strada del vino, e i consorzi per la valorizzazione dell'Olio Dop delle colline e la Salsiccia di Monte San Biagio, oltre ad altri organismi di settore.

An. Ap.