

# Prodotti tipici decolla il Club del Gusto

## IL PROGETTO

Aziende e ristoranti tipici certificati. E' questo l'obiettivo del Club del Gusto: creare una rete d'eccellenza delle imprese enogastronomiche della provincia. Ieri i ristoranti e le aziende che hanno aderito all'iniziativa della Camera di commercio si sono riuniti per la prima riunione, per fare il punto della situazione e per ritirare il «kit del gusto». Si tratta di una targa che contraddistinguerà nei locali «un angolo» di vendita dei prodotti tipici, ci sono poi una vetrifania, che sarà il marchio di riconoscimento per aziende e ristoranti, e un menù dedicato da proporre ai clienti. In sostanza si tratta di un kit pronto per essere utilizzato che consentirà agli operatori di promuovere al meglio i prodotti e i piatti tipici della provincia, da scegliere tra i 113 selezionati in un paniere di qualità.

Nella sala conferenze dell'hotel Europa sono intervenute le attività già ammesse al Club, si tratta di 53 ristoranti e 69 aziende che, a conclusione della valutazione preventiva, sono entrati nel Club in quanto rispettano i requisiti richiesti. Si tratta del-

**RISTORANTI  
E AZIENDE  
DI QUALITA':  
SELEZIONATI  
I PRIMI 122**



l'utilizzo di prodotti genuini, di come vengono trattati, della qualità della cucina ma anche dell'accoglienza e delle caratteristiche delle strutture. Il numero delle imprese per ora è assolutamente indicativo, numerose sono infatti ancora in fase di certificazione, inoltre è tutt'ora possibile entrare a far parte del Club ovviamente, il modulo per presentare la domanda si può scaricare dal sito [www.camera-dicommerciolatina.it](http://www.camera-dicommerciolatina.it)

«Si avvia - ha sottolineato il presidente Vincenzo Zottola - il nuovo percorso del Club del Gusto, un progetto capace di intervenire trasversalmente su diversi settori economici: enogastronomia, agroalimentare, industria, commercio e turismo. La nostra provincia dispone di una rete di eccellenze, che deve usufruire di strumenti di promozione». Italo Di Cocco ha poi sottolineato: «Il 2013 sarà anche l'anno della comunicazione, il primo passo sarà la creazione di un sito internet in cui troveranno spazio le presentazioni delle aziende e dei ristoranti destinato a diventare una vetrina. Il marchio approderà poi sui social network attraverso pagine dedicate indispensabili per la promozione degli eventi».

**Mo.F.**