

AIKAL



Il primo anno – bozza base

**ASSOCIAZIONE INTERNAZIONALE
CULTURA AMBIENTALE E LAVORO SOLIDALE**

www.aikal.eu - info@aikal.eu

PROGETTO **LA BIENNALE** DELLA CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE E DELLA CIVILTÀ DELLA TAVOLA



 CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE
ALIMENTAZIONE DELLA CULTURA
TURISMO, CIVILTÀ, 5 CONTINENTI

Schemi e strutture di avvio edizione 2012 a Venezia

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2007

IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

... coinvolgere le diverse civiltà della tavola, esistenti nei 5 continenti.

(dal tema: Nutrire il pianeta, energia per la vita. - MILANO EXPO 2015)

*“Il turismo **enogastronomico** e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in **5 miliardi di euro** e nel recente periodo è **creciuto del 6%**, nonostante la congiuntura economica. I **prodotti tipici** sono al centro di questo successo. Ad esempio il BIT dedica a questo fenomeno un evento unico, Certicibit, che valorizza le tradizioni enogastronomiche **per lo sviluppo dei territori quali destinazioni di viaggio**. Cinque miliardi di euro. ... “il turismo enogastronomico e rurale in Italia, si conferma così come **uno dei veri “motori” del turismo made in Italy**. **Fonte:** Sondaggio Coltivatori Diretti. Il prodotto enogastronomico tipico del luogo visitato è, in ogni tipo di vacanza, il souvenir preferito di visitatori italiani e stranieri. Una tendenza che non sembra influenzata dall’attuale situazione economica. ... sono le specificità paesaggistiche e ambientali dei singoli territori che **danno ai prodotti italiani della “dieta mediterranea” quelle caratteristiche peculiari di gusto e qualità che li fanno apprezzare in tutto il mondo**. ... sono le specificità di prodotti che costituiscono delle attrazioni turistiche, sulle quali si costruisce la proposta di un nuovo turismo consapevole e sostenibile, che sceglie il prodotto tipico non per moda, ma perché **ha conosciuto e apprezzato i territori e gli ambienti dove viene prodotto**.”*



Fornelli d'Italia

**DECINE DI CHEF NOSTRANI GUIDANO LE CUCINE
NEI MIGLIORI HOTEL DEL MONDO.
STORIA DI UN SUCCESSO TRICOLORE.**

DI FIAMMETTA FADDA

Può una cosa elementare come un piatto di pasta costituire una difficoltà insormontabile per uno chef come Alain Ducasse? Possono i suoi spaghetti, alla Trattoria, il ristorante del Beach di Monte-Carlo. benché del più pregiato pastificio di Gragnano. benché preparati da cuochi che hanno frequentato uno specifico corso. benché cucinati espressi. arrivare scotti?

Possono.

*La ragione è la stessa per la quale noi siamo bravi a fare la frittata ma non riusciamo (stesse uova, stessa padella. stesso burro) a fare un' omelette decente: **le radici.***

*È un bel problema, visto che nel mondo sono **circa 70 mila i ristoranti che si dicono italiani**, dove lavorano 800 mila addetti di cui solo un terzo è nato o ha radici qui*

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)





BIENNALE della Cultura dell'ALIMENTAZIONE e della CIVILTÀ' della TAVOLA 2012

CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE – ALIMENTAZIONE DELLA CULTURA

I protagonisti sono da una parte l'Alimentazione intesa sia come **bisogno di cibo**, ma anche come uno degli ambiti privilegiati per l'espressione dell'identità delle persone e come **valorizzazione dei prodotti della filiera alimentare** e dall'altra la **Civiltà della tavola** cioè del gusto, dei sapori nonché delle tradizioni, in una parola della cultura materiale degli uomini e dei loro territori.

Una vera e propria sfida culturale tra Produttori, Conservatori, Distributori, Albergatori, Ristoratori, Cuochi, Uomini di cultura e d'arte, retta e governata dal **piacere di stare a tavola**, di **stare insieme** e dalla volontà di integrare realtà differenti per la promozione del progetto Italia.

“Il cibo crudo è natura, quello cotto cultura” (C. Lévi-Strauss)

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



IL PRIMO ANNO

Una forte iniziativa che vede la promozione della Cucina Italiana collegata all'Arte, alla Cultura e alle bellezze del nostro Paese in un contesto globale ed universale. Un'iniziativa comprensiva di una versione moderna del *mecenatismo culturale*, tra imprenditoria ed istituzioni, per la Cultura Alimentare rivolta alla comunità in generale (istituzioni) ed in particolare alle partite IVA. Un evento "condito" con musica e mostre, che sia luogo ed occasione di incontro per un: .

UN FESTIVAL INTERCULTURALE TEMATIZZATO

**FARE CULTURA NELL'ALIMENTAZIONE NEL MANGIARE E NELLO STARE A TAVOLA
DIFFONDERE LA CULTURA ED IL TURISMO D'ARTE
CRESCERE INSIEME NELLA CONOSCENZA ALIMENTARE VERSO L'EXPO 2015**

La manifestazione d'avvio prevede un percorso che vede "alimentazione e cultura della tavola" al centro di una azione diretta a far conoscere strategia e volontà di costruire un grande Progetto culturale per un turismo di qualità. Il primo anno si avvia con:

Un confronto tra la "Civiltà della Tavola" di due Paesi GEMELLAGGIO NEW YORK VENEZIA

Tempi, modi, format, strategie d'incontro, comunicazione sono la base per far dialogare domanda ed offerta, business e cultura, divertimento e avventura non solo all'interno della Biennale, ma in tutto il Territorio.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



GEMELLAGGIO NEW YORK VENEZIA

La città di **VENEZIA**, capitale della Serenissima Repubblica, nei secoli è stata certamente una capitale della cultura mondiale, con le sue navi, i suoi uomini, la sua cucina, le sue istituzioni,

La città di **NEW YORK**, è, nel XXI secolo e nel suo tumultuoso sviluppo, la capitale della cultura mondiale al pari di quello che Venezia e la Serenissima Repubblica sono state nei secoli passati



NEW YORK <> VENEZIA obiettivi

- ✓ **Comparare l'evoluzione della cucina italiana**, con particolare riferimento alla **lombardo-veneta** rispetto all'offerta enogastronomica della Città con il maggior numero di ristoranti italiani nel mondo;
- ✓ **Associare l'offerta enogastronomica italiana alla proposta culturale**, con particolare riferimento alla dimensione umanistica del "gusto" e delle sue molteplici declinazioni nei settori dell'arte, della letteratura, della musica, del design e dell'architettura, dell'artigianato artistico e della moda italiani;
- ✓ **Contribuire alla comprensione** da parte degli USA, **della cultura eno-agro-alimentare italiana** e della sua reale identità e ricchezza, espressione delle realtà storico-antropologiche regionali.
- ✓ **Sviluppare dibattiti, discussioni, approfondimenti e studi** su aspetti eno-agro-gastronomici che coinvolgano prodotti e cucine nordamericana ed italiana.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



La proposta si concentra sostanzialmente sulle seguenti direttrici comparative:

Il **Merluzzo**: il pesce che cambia la storia dell'**economia** tra **Europa** e **America**; uno straordinario ingrediente della tradizione veneta e nordamericana;

La **ristorazione Italo-Americana a New York**: evoluzione della cucina italiana dopo oltre un secolo di immigrazione;

La **nuova ristorazione italiana a New York**: i protagonisti di una cucina moderna, ma rispettosa delle **tradizioni**; il pericolo del **meticcio** culturale e gastronomico: quando l'identità regionale italiana si confronta con il mercato del **gusto** nella **metropoli più multiculturale del mondo**.



DE HONESTA VOLUPTATE ET VALETUDINE

(Il piacere onesto e la buona salute)

Titolo dell'opera di Bartolomeo Sacchi detto il Platina, pubblicato a Venezia nel 1475, che offre l'opportunità di riflettere sui due nodi cruciali dell'alimentazione del nostro tempo:

l'onestà e la salute.

Approfondimenti sulle falsificazioni (della cucina e dei prodotti italiani all'estero) e delle adulterazioni (mucca pazza etc.)

Il confronto fra Venezia e New York avviene nello scenario di due città che a distanza di secoli ripetono il ruolo essenziale. Essere (stata, l'una; essere divenuta, la seconda) luoghi di profonde ibridazioni fra culture, e centri di acquisizione, scambio e distribuzione di prodotti e conoscenze gastronomiche, di grandissima importanza sul piano del mercato (RIALTO come WALL STREET).

Proprio come la Venezia del 1475, che aveva tante stamperie come in tutte le Germanie (più Bassano, Verona, Treviso, Padova), dove si pubblicarono le grandi opere di culinaria, New York è oggi sede delle riviste e delle pubblicazioni più quotate per l'analisi e la critica gastronomica.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



DE HONESTA VOLUPTATE ET VALETUDINE

Il confronto sfinerà con l'allargarsi alla comparazione fra Europa e America, in altri termini fra tradizione e innovazione, nella prospettiva della mondializzazione (quella che Venezia conobbe a opera di Cristoforo Colombo, dei Caboto, di Vespucci, Da Mosto, etc.).

L'evento, di sicura spettacolarità, coinvolgerà una pluralità di competenze, e dunque richiede contributi e testimonianze di alto livello sui due fronti:

- ❖ grandi ristoratori veneziani (Cipriani, che opera a Venezia e a New York, l'istriana Bastianich ben conosciuta nei Media statunitense, per fare un esempio),
- ❖ grandi ristoratori di Manhattan;

I Relatori saranno di profilo storico italiani e americani; imprenditori del settore alimentare; gourmet; responsabili della vigilanza sulla qualità dei prodotti; medici, dietologi.

Il tutto s'accompagnerà a una piccola e sofisticata mostra d'opere d'arte sulla gastronomia, un'esposizione di testi antichi (Marciana), una selezione italo-americana di stampa specifica europea e americana in materia (Wine Spectator e dintorni).

(proposta ideativa del Prof Ulderico Bernardi)

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



NEW YORK <> VENEZIA contenuti

I contenuti culturali e scientifici verranno sviluppati dal prof. Ulderico Bernardi e potrebbero seguire le seguenti direttrici comparative:

1. Il **Merluzzo**: il pesce che cambia la storia dell'**economia** tra **Europa** e **America**; uno straordinario ingrediente della tradizione veneta e nordamericana;
2. La **ristorazione Italo-Americana a New York**: evoluzione della cucina italiana dopo oltre un secolo di immigrazione;
3. La **nuova ristorazione italiana a New York**: i protagonisti di una cucina moderna, ma rispettosa delle **tradizioni**; il pericolo del meticcio culturale e gastronomico: quando l'identità regionale italiana si confronta con il mercato del **gusto** nella **metropoli più multiculturale del mondo**. I rischi della contraffazione alimentare e enogastronomica.

Prima di giungere all'organizzazione delle serate newyorchesi ed all'evento italiano è necessario avviare una serie di strumenti ed attività in grado di supportare il progetto e mantenere stabili nel tempo i risultati raggiunti.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



LE COLLABORAZIONI

Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2007

IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

DUE sono le componenti fondamentali di successo di questo avvio minimale del progetto:

1. **IL PARTNER DI RIFERIMENTO:** che consentirà il coordinamento ed il controllo di tutte le iniziative e farà da capofila per gli altri Partner operativi.
2. **IL MAIN SPONSOR o Sponsor di riferimento:** l'azienda che farà da punto di riferimento per tutti gli altri Sponsor, e **che consentirà**, economicamente e finanziariamente, **l'avvio del Progetto.**

Partner e Sponsor potranno così coinvolgere **altri Partner e Sponsor importanti** che abbiano un interesse specifico nel progetto, vuoi in termini di immagine, vuoi in termini di business.



L'iniziativa potrà essere governata tecnicamente dall'Accademia Italiana della Cucina ed ipotizza un *Testimonial* specifico e un partner di riferimento:

- ✓ **TESTIMONIAL:** da stabilire e che abbia la finalità di realizzare una partnership con un organismo collegato all'arte della cucina (es. gran ristorante internazionale) promotore dell'immagine del premio e delle specifiche iniziative culturali.
- ✓ **PARTNER CULINARIO:** Una rivista internazionale di cultura della cucina.
- ✓ **PARTNER CULTURALE:** verranno effettuate alcune approfondite ricerche per individuare la più indicata rivista (Es: "POESIA" Rivista internazionale di cultura poetica la più diffusa, del suo genere, in Italia e in Europa. Molte tra le maggiori Università europee e tra le più prestigiose Università americane sono abbonate. Del comitato di redazione, garante del suo alto livello culturale, fanno o hanno fatto parte cinque Premi Nobel per la Letteratura (Derek Walcott, Sea-mus Heaney, Czeslaw Milosz, Joseph Brodsky, Odisseas Elitis), oltre a poeti di fama nazionale ed internazionale
- ✓ **PARTNER "MEDIA":** RAI UTILE per il coinvolgimento culturale ed una TV locale o in rete Nazionale per trasmettere l'avvenimento, Sky, Mediaset.
- ✓ **PARTNER WEB:** RAI UTILE e/o un sito ad alta diffusione specifico della poesia e del teatro.



IL CONTRIBUTO DEI PARTNER

I Partner saranno, di conseguenza, in grado di dare un DETERMINANTE contributo da tutti i punti di vista operativi ed in particolare in termini di:

- Comunicazione con tutta la Stampa specializzata e non,
- Relazione con i vari *stakeholder*, sia della Fiera BIENNALE dell'ALIMENTAZIONE e della CIVILTÀ' della TAVOLA, che del Territorio
- Strumenti di assistenza operativa ai vari avvenimenti e reperimento "location".
- Servizio di supporto all'organizzazione degli Eventi
- Coordinamento delle varie attività per lo svolgimento della Fiera BIENNALE dell'ALIMENTAZIONE e della CIVILTÀ' della TAVOLA

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



OBIETTIVI

- ❖ Presentare a livello internazionale i temi della **Cultura dell'Alimentazione e della Civiltà della Tavola**, cioè le diverse tradizioni enogastronomiche e della civiltà della tavola presenti nei cinque continenti (o 5-6 aree gastronomiche) , in coerenza con gli obiettivi dell'EXPO 2015
- ❖ Facilitare il confronto di esperienze tra i vari Paesi con le rispettive “fonti” di cibo e rispettive “culture” della tavola.
- ❖ Promuovere confronti tra settori industriali, artigianali e commerciali legati alla **CATENA del CIBO e dell'ALIMENTAZIONE** nei vari continenti; compresi i servizi di conservazione, di trasporto (aereo, treno, nave, pullman ecc.), servizi di ospitalità (alberghi, pensioni, villaggi turistici), strutture recettive e altri servizi correlati (guide turistiche; musei, fiere, parchi naturali e altre attrazioni; servizi di assicurazione per il viaggiatore; servizi di ristorazione e intrattenimento e via dicendo).
- ❖ Favorire la solidarietà tra persone, intorno ad una tavola imbandita. Il riconoscimento attraverso la cultura / civiltà della tavola, delle aree di miglioramento nella **produzione e distribuzione alimentare**



- ❖ verificare cosa accade attualmente nella **filiera agro-alimentare** a livello internazionale nelle diverse aree: sistemi di produzione agro-alimentare; **controlli di filiera; sistemi di raccolta e conservazione; distribuzione preparazione degli alimenti,**
- ❖ valutare le condizioni per l'eventuale trasferimento del/dei modello/modelli più adeguati ad altre realtà dei **Paesi Emergenti** e/o sottosviluppati per assegnare valore aggiunto alle loro produzioni agro-alimentari da sviluppare con tecniche di marketing compatibili con nuove opportunità di utilizzo nella filiera, dei loro prodotti
- ❖ offrire un **pacchetto completo logistico-culturale veneziano, veneto / lombardo veneto (ambiente, cultura, spettacolo) in preparazione dell'Expo 2015** coinvolgendo la più ampia filiera agro-alimentare e dell'ospitalità a livello planetario, internazionale, nazionale, regionale e locale
- ❖ Portare la **Civiltà della Tavola al centro dell'attenzione mondiale**, in particolare della Nuova Europa (...Corridoio 5), in ragione della sua ricchezza intrinseca e di tutto quello che può offrire, sia in termini di cultura che in termini di turismo, di riposo e di svago.



OBIETTIVI *di settore*

- Divulgare, nelle Imprese dell'intera filiera agro-alimentare, la consapevolezza che **lavorare con la Cultura porta ad avere forti vantaggi competitivi e contribuisce alla creazione di valore per l'Impresa stessa, la Comunità, il Territorio e tutti i portatori di interessi (Stakeholder)**
- Diffondere la **civiltà della tavola** dei territori, internazionali, europei ed italiani, e della crescita culturale ed economica legata alla condivisione del cibo.
- Far comprendere che la **cultura dell'alimentazione e la civiltà della tavola rappresentano la cultura di un popolo** e la cultura rappresenta per l'Impresa agro-alimentare e turistica la scelta di avere o meno un futuro lì dove il Territorio è rappresentato non più semplicemente dal produrre, ma da un produrre che genera "qualità", così come il Consumatore ormai impone.
- Capire che il **Consumatore è cambiato** e sono cambiate le sue richieste e le modalità di acquisto ed in qualsiasi punto della filiera ci si collochi, le istanze del Consumatore prevalgono.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



Il Premio vestito di Gusto e d'Arte, sarà collegato direttamente agli Eventi Artistici menzionati ed a un Convegno dove sarà effettuata una prima fase di comunicazione al Territorio ed alle Imprese sul significato dell'iniziativa e sul concetto che sottintende il mecenatismo, anche nel mondo dell'arte culinaria.

Ci si vuole rivolgere a tutti gli Attori Economici (Commercianti, grandi e piccoli Imprenditori e Professionisti) agli Studenti ed alle Autorità della Scuola per lanciare l'iniziativa. L'idea alla base è l'incontro tra Imprenditori e Studenti (attraverso le Istituzioni, Associazioni e la Scuola) su un progetto culturale che vede coinvolti tutti gli Attori del territorio nel proteggere e difendere la cultura.

**VINCERE INSIEME CON LA CULTURA
IMPRENDITORI E GIOVANI GUARDANO COSTRUTTIVAMENTE
AL FUTURO DEL TERRITORIO
UN PREMIO MONDIALE BIENNALE
L'ARTE NELLA CUCINA - LA CUCINA NELL'ARTE**

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



**CONSERVARE GENERARE CREARE INNOVARE ATTRAVERSO
UN PROGETTO CULTURALE CHE PORTI LE CITTA', I LUOGHI
e I TERRITORI AL CENTRO DELLE ATTIVITA' E DELLA VITA
DELLA FIERA**

**BIENNALE della Cultura
dell'ALIMENTAZIONE
e della CIVILTÀ della TAVOLA**

Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2007

IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

Metakom copyright 2004

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



L' "Associazione Internazionale per la promozione e lo sviluppo di Progetti e Programmi culturali e solidali inerenti gli Obiettivi di EXPO 2015", in forma abbreviata

AIKAL

**A ASSOCIAZIONE I INTERNAZIONALE
K CULTURA A AMBIENTALE E L LAVORO SOLIDALE**
Progetti e Programmi inerenti gli Obiettivi di EXPO2015

www.aikal.eu - info@aikal.eu

Dallo Statuto L'Associazione ha lo scopo di favorire ed incrementare la crescita delle espressioni della cultura in tutte le sue manifestazioni promuovendo e sviluppando, anche indirettamente, ogni iniziativa intesa ad approfondire e diffondere la conoscenza delle espressioni artistiche e culturali locali, nazionali e globali relativamente ai temi ed agli Obiettivi di EXPO 2015.

la cultura e l'arte; l'istruzione e la ricerca scientifica; la sanità, la sicurezza sociale; la difesa dell'ambiente e del territorio; il lavoro solidale; i temi afferenti alla politica di cooperazione internazionale.

Il turismo enogastronomico e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in 5 miliardi di euro (+ 6% annuo)



**“Fa che il cibo sia la tua medicina e la medicina sia il tuo cibo.”
(Ippocrate)**

**“L'uomo è ciò che mangia.”
(L. Feuerbach)**

**“L'entusiasmo è per la vita quello che la fame è per il cibo.”
(B. Russell)**

**“Non c'è amore più sincero che l'amore per il cibo.”
(G. B. Shaw)**

**“Una discussione sul come cucinare l'anguilla vale una dissertazione
sul sorriso di Beatrice”
(Artusi)**

