

GASTRONOMIA E OSPITALITÀ SI FONDONO NELLA RICERCA DI UN'IDEA ORIGINALE E AUTOIRONICA

# Nasce la "Città del cavolo" dal piatto al marchio di qualità

Lavagna lancia un nuovo progetto di promozione turistica

## LA SFIDA

**LAVAGNA.** Il marchio di Lavagna? Il cavolo. L'ortaggio lancia la sua sfida allo stemma dei Fieschi, l'antica, nobile, famiglia originaria della città e ricordata ogni anno ad agosto con la rievocazione delle nozze tra Opizzo e Bianca. Nell'era del chilometro zero e del biologico il tema gastronomico (radicato in città grazie alla cultura contadina ancora viva in vaste aree della piana dell'Entella) vanta maggiori riscontri del blasono medievale. È così che Lavagna punta a conquistare l'identità di Città del cavolo, facendo della tipicità del prodotto una carta di identità e un mezzo per promuovere il territorio sotto il profilo turistico. L'esempio da seguire è quello della Deco, la denominazione comunale, che certifica la provenienza di un prodotto o di un piatto. L'amministrazione comunale (attraverso gli assessori all'agricoltura, Lorenzo Dasso, alla Cultura, Mauro Caveri, e al Turismo, Mauro Armanino) investe sulla valorizzazione di agricoltura, agroalimentare ed enogastronomia tipica del territorio comunale. Lo fa attraverso un'operazione culturale e promozionale che ruota attorno alla ricerca di un marchio di impatto, dotato di una forte connotazione autoironica. Le iniziative per lanciare la "Città del cavolo" non mancano: Pesto e dintorni, Musica e gusto, i mercatini a chilometro zero a Cavi Borgo e Arenelle, le cene itineranti, Andar di gusto, la festa del 2 Giugno, la ciclovia dell'ardesia oltre a una serie di nuove manifestazioni allo studio.

La presentazione del progetto si è svolta ieri all'interno di Villa Spinola Grimaldi, oggi sede di Accademia dei sapori e del progetto regionale Vetrine delle produzioni agroalimentari del territorio, realtà che stanno avviando, nell'antica dimora, occasioni di promozione per turisti stranieri, momenti di presentazione di produzioni locali e corsi amatoriali di cucina. L'Istituto alberghiero "Città di Lavagna", rappresentato dal presidente Alessio Chiappe, ha realizzato un progetto dedicato a sensibilizzare i ragazzi e i giovani cuochi iscritti al corso del secondo biennio "carving" (taglio artistico) sull'utilizzo di materie prime a chilometro zero. La presentazione di ieri ha coinvolto alcune aziende agricole lavagnesi, fornitrici dei prodotti lavorati: azienda agricola Santa Giulia, Daneri, La bilaia, Simone Righini e Cooperativa agricola Lavagnina.

D. BAD.