

# IVG

## Ad Alassio in scena “Tipici da Spiaggia”: sotto l’ombrellone si promuove il km0 savonese

di **Redazione**

02 Settembre 2019 - 11:57



**Alassio.** Sotto gli ombrelloni della Città del Muretto, nello stabilimento balneare Eden, non solo creme abbronzanti e castelli di sabbia: i produttori di Coldiretti - Campagna Amica sono scesi in riva al mare per la campagna di promozione “Tipici da spiaggia”, dedicata alle eccellenze enogastronomiche italiane, voluta dal Sib-Conffcommercio, con il patrocinio del Ministero del Turismo e dell’Agricoltura.

Così nello stabilimento balneare alassino il pane di Gavenola, i formaggi di Cosio D’Arroscia, l’olio extravergine di olive taggiasche di Casanova Lerrone, i frutti di Bosco di Bastia d’Albenga, il basilico genovese DOP, le aromatiche liguri, il pomodoro cuore di bue, la zuccina trombetta e il Pigato si sono trasformati in promoter della Valle Arroscia e della Piana albenganese.

L’alleanza tra agricoltura e turismo è la formula vincente, come dimostrato dalla partecipazione e dall’entusiasmo con il quale i turisti hanno accolto l’iniziativa organizzata

dal Centro Studi dell'Alberghiero di Alassio, in collaborazione con Coldiretti Savona e il blog "Liguria e Dintorni", ha confermato ancora una volta come l'enogastronomia è il vero valore aggiunto del brand Italia.

Grazie a "Tipici da Spiaggia" e ai produttori del marchio Coldiretti - Campagna Amica i turisti dello stabilimento, supportati dagli agricoltori, hanno potuto cimentarsi nella preparazione di un aperitivo a base di specialità del Ponente ligure.

L'evento, coordinato da Carla Simondo, Stefano Pezzini, e Franco Laureri, ha coinvolto turisti italiani, svizzeri e tedeschi che sotto la guida dello chef dell'hotel Eden hanno preparato un aperitivo a base di: ortaggi prodotti dell'azienda agricola "Le Roveri" di Albenga, formaggi di capra e mucca dell'azienda "Ciapparini" di Cosio D'Arroscia, pane di Gavenola (IM) del Panificio Cacciò, olio extravergine di olive taggiasche dell'azienda "Marcello Grenna", frutti di bosco e marmellate dell'azienda "Ansaldo" di Albenga.

"Iniziativa come questa - affermano il presidente di Coldiretti Savona Marcello Grenna e il direttore provinciale Antonio Ciotta - sono importanti opportunità per i nostri produttori, l'Entroterra e le grandi eccellenze che vi si coltivano: far sì che i prodotti della tradizione diventino testimonial del territorio è un modo per suggellare ulteriormente il legame che collega sempre di più il turismo all'agricoltura".

"Infatti in Liguria una chiave importante del turismo è diventata, da un po' di anni, l'enogastronomia, considerata da ben un turista su 4 criterio di scelta della propria vacanza: la buona cucina si piazza al secondo posto (26%) dopo le escursioni, mentre distanzia le visite a musei, monumenti e siti d'interesse scelti dal solo 12,8% dei turisti. I dati liguri confermano l'andamento nazionale dove addirittura si registra, per i turisti italiani, che il 59% valuta come importante o importantissima la presenza di un'offerta enogastronomica adeguata".

"Scoprire le nostre ricette e prodotti è un modo per conoscere le radici, la tradizione e la storia del nostro territorio, uno tra i non più facili d'Italia ma custode di innumerevoli biodiversità, che vanno tutelate, valorizzate e fatte conoscere in giro per il mondo come segno distintivo della nostra agricoltura e della nostra regione", hanno concluso.