



ASSOCIAZIONE
CULTURALE
DEI PALATIFICINI



Genova, 14 Febbraio 2023

Spett. Camera dei Deputati

X Commissione Attività produttive,
commercio e turismo

Campionato mondiale di pesto al mortaio

COSA È IL CAMPIONATO MONDIALE

Il Campionato nasce con l'edizione del 2007 e prevede 100 concorrenti provenienti da tutto il mondo che si sfidano nella preparazione del pesto al mortaio del contesto del Salone settecentesco del Maggior Consiglio di Palazzo Ducale, uno dei luoghi più rappresentativi della scena culturale genovese.

Trenta i giudici, scelti tra gastronomi, degustatori, chef e giornalisti che effettuano gli assaggi e alla fine delle due tornate proclamano il vincitore.

I concorrenti, nelle ultime edizioni provenivano da tutti i paesi del mondo, addirittura 33 nel 2018 e 19 in quella post covid del '22. I paesi toccati sono stati tra i più disparati: il più lontano è arrivato dal Giappone, ma concorrenti sono arrivati da Stati Uniti, Canada, Francia, Germania, Russia, Sri Lanka, Nuova Zelanda, Spagna, Ecuador, Libano, Ghana, Norvegia, Finlandia, Irlanda, Gran Bretagna, Repubblica Ceca, Svizzera, Brasile, Argentina e altri.

Nei due anni che intercorrono tra un'edizione e l'altra si disputano le gare eliminatorie, in Italia e all'estero.

Dieci concorrenti (un modulo del campionato) si sfidano, di fronte ad una giuria locale ma sempre guidata da un membro dell'organizzazione e il vincitore viene invitato a partecipare alla finale genovese del campionato mondiale. In questo modo l'azione promozionale del campionato prende forma e la divulgazione diventa più capillare sviluppandosi pressoché ininterrottamente.

Competizioni di questo tipo funzionano molto bene quando inseriti quali momenti di animazione nell'ambito di stand promozionali istituzionali o privati in fiere o eventi.

Negli anni sono state organizzate gare in supporto a Regione Liguria, Comune di Genova, Camera di Commercio di Genova, Camera di Commercio di Savona, Camera di commercio Italiana di Madrid, Camera di commercio italiana a New York, Camera di commercio italiana a Ginevra, Consolato generale Italiano a Parigi, Ambasciata italiana in Niger,

Ambasciata italiana in Bahrein, in collaborazione di associazioni quali Confcommercio e tutte le altre associazioni di categoria.

Alcuni tra i paesi toccati dalle gare eliminatorie sono stati: Francia, Germania, Spagna, Gran Bretagna, Irlanda del Nord, Norvegia, Svezia, Canada, Stati Uniti, Russia, Giappone, Ecuador, Argentina, Brasile, Sud Africa, Repubblica Ceca, Svizzera.

In questo momento il Campionato del Mondo di pesto al mortaio è coinvolto nell'azione di promozione della città di Genova seguendo le tappe di "The Ocean race", il giro del mondo a vela per equipaggi, che vedrà il suo arrivo a Genova a fine giugno. (Alicante-Spagna, Capetown-Sudafrica, Itajaí-Brasile, Newport-USA, Aarhus-Danimarca, The Hague-Olanda il "Grand Finale" di Genova)

Uno dei punti di forza dell'evento è la sua "sostenibilità" legata all'utilizzo degli antichi mortai, alla semplicità e al costo contenuto degli eventi, che hanno bisogno di poche infrastrutture di supporto.

IL PESTO

Il pesto è la tradizionale salsa genovese a base di basilico. Grazie al suo traino è nata la DOP del Basilico Genovese", uno degli ingredienti fondamentali di un pesto di qualità.

Il pesto è la seconda salsa più usata al mondo per condire la pasta e la terza per la diffusione della sua produzione. La sua diffusione si è verificata spontaneamente, senza un progetto preciso negli ultimi 30/40 anni, diventando uno dei piatti più rappresentativi della cucina italiana nel mondo, grazie alla salubrità e modernità intrinseche alla sua ricetta.

Oggi il pesto viene utilizzato nei 5 continenti per condire e aromatizzare un'infinità di piatti oltre la pasta: lella preparazione di panini, sulla pizza, abbinato a carne, pesce o insalate. È stata proprio la sua versatilità a favorirne la diffusione a cui stiamo assistendo.

I PERICOLI CHE CORRE IL MERCATO DEL PESTO GENOVESE

La diffusione mondiale del pesto genovese comporta diversi pericoli dal punto di vista della tutela del prodotto e del "Made in Italy".

Innanzitutto il termine pesto è diventato di uso comune per definire salse a base vegetale, e questo rischia di diventare fuorviante nella comunicazione del prodotto tradizionale.

La legislazione europea non contempla le salse tra i prodotti che possono essere tutelati da denominazioni quali DOP o IGP.

Molti produttori in Italia e soprattutto nel mondo, grazie alla sempre maggior fama della salsa omettono ormai l'aggettivo "genovese" in etichetta, banalizzandone l'origine.

Negli anni '90 un'indagine di mercato condotta negli Stati Uniti, vedeva New York come la città in cui la pizza era nata, essendo che da lì si era sviluppata in tutti gli USA una delle più grandi catene di ristorazione americane.

IL RUOLO DEL CAMPIONATO MONDIALE NELLA DIFESA DEL MADE IN ITALY

Il ruolo del campionato mondiale è quello di ancorare a Genova, in Liguria ed in Italia la tradizione pesto e la sua ricetta, composta da molti ingredienti rappresentativi delle nostre produzioni e protetti da DOP e IGP (il basilico genovese, l'olio extra vergine di oliva "riviera ligure", il parmigiano reggiano, il pecorino fiore sardo, il sale di Trapani e prossimamente ci auguriamo l'aglio di Vessalico) e come tale uno splendido "veicolo" di promozione per le nostre materie prime di eccellenza.

Tutti possono partecipare al campionato, tutti possono produrre pesto (di fatto già lo fanno) ma l'evento mondiale di riferimento si svolge a Genova, in Italia sua sede naturale in quanto luogo di nascita della salsa.

Questa azione di comunicazione sembra avere successo e Genova è saldamente riconosciuta come la città del pesto (e di molto altro, per fortuna). Articoli che riguardano il campionato mondiale di pesto sono stati pubblicati su praticamente tutti i media del globo, della carta stampata, online e della tv.

Possiamo citare tra le altre tutte le testate Rai e Mediaset, praticamente tutte le testate giornalistiche nazionali e all'estero il Wall Street Journal, il Washinton Post, il Times, il Clarin, Allgemeine Zeitung, Le Figaro, Le Monde, la BBC, La CNN, ABC e infiniti altri ovunque nel mondo.

In ultimo la presenza del campionato mondiale e del pesto genovese nella puntata dedicata alla Liguria di "Searching for Italy", in questo momento la trasmissione di cultura gastronomica di maggior successo in USA e nel mondo, condotta dal premio oscar Stanley Tucci, prodotta da CNN e in onda anche su BBC.



COSA PUO FARE IL "CAMPIONATO" NELLA DIFESA DEL MADE IN ITALY

Il campionato mondiale è una piattaforma che ha la sua ragion d'essere nel momento in cui viene utilizzato per effettuare una divulgazione mirata, capillare ed incisiva del pesto e negli ingredienti che lo compongono.

Grazie al suo format ludico consente una comunicazione efficace e molto gradita dai soggetti che vengono coinvolti e che diventano a loro volta testimonial del prodotto e dell'importante filiera coinvolta.

COSA SERVE AL "CAMPIONATO"

Dal 2019 il Campionato Mondiale di Pesto al Mortaio è stato donato alla Camera di Commercio di Genova che ne ha la titolarità e che prosegue nell'opera di affermazione e lo utilizza nella divulgazione del pesto.

Il "Campionato" potrebbe essere impiegato in un sempre maggiore numero di eventi e manifestazioni, in Italia e all'estero per comunicare ed affermare, davanti ad un pubblico sempre maggiore, la tradizione del pesto e della sua filiera.

IL FUTURO

Grazie alla sua fama consolidata a livello nazionale e internazionale è giunto il momento di un ulteriore salto di qualità, con la realizzazione di una struttura fissa, che possa essere un luogo fisico di divulgazione.

Abbiamo immaginato "il Museo del Pesto e dell'Olio", posizionato in un luogo strategico della città, caratterizzato da importanti flussi turistici. Si tratta una struttura "leggera", altamente interattiva e informatizzata che possa dare un'idea chiara del territorio regionale e delle sue specificità e principali produzioni. Immaginiamo inoltre che la struttura possa funzionare da laboratorio per approfondire e sviluppare nuove tecniche di comunicazione sui nuovi media, immaginando la presenza del campionato e la promozione del Made in Italy su piattaforme in divenire quali "METAVERSO" e utilizzando i più avanzati strumenti di Intelligenza Artificiale.

A questo proposito abbiamo raccolto l'interesse di due importanti realtà nazionali che operano a Genova in diversi ambiti nel settore della ricerca tecnologica: IIT ed ETT.

I POTENZIALI PARTNER DEL PROGETTO

IIT è un istituto completamente statale (di proprietà del Ministero dell'Economia italiano), e governato da una fondazione che segue le regole del diritto privato, a differenza di altre istituzioni quali università pubbliche italiane e CNR, che invece seguono regole di diritto pubblico. Questa scelta fu dettata dalla necessità dell'istituto di poter operare attraverso una struttura più simile a quella aziendale, come avviene per il Max Planck Institut in Germania

La struttura di ricerca presso la sede genovese è articolata in dipartimenti e laboratori:

Robotica avanzata ("Advanced Robotics")

Scoperta e sviluppo di farmaci ("Drug Discovery and Development")

Neuroscienze e tecnologie del cervello ("Neuroscience and Brain Technologies")

Robotica, scienze cognitive, del cervello ("Robotics, Brain and Cognitive Sciences")

Nanochimica ("Nanochemistry")

Nanostrutture ("Nanostructures")

Nano fisica ("Nanophysics")

Analisi di modelli e visione automatica ("Pattern Analysis and Computer Vision")

Dalla fondazione dell'istituto fino al 2010 è stato attivo anche un dipartimento di telerobotica, chiuso poi per il mancato raggiungimento degli obiettivi prefissati.

L'istituto nel 2018 impiega 225 scienziati e ricercatori a tempo indeterminato e 855 con contratti a tempo determinato e co.co.co

L'amministrazione prevede un consiglio e un comitato esecutivo. Il programma di dottorato di ricerca viene gestito dall'IIT insieme all'Università di Genova.

ETT S.p.A.

ETT, industria digitale e creativa internazionale che l'ultimo anno ha fatturato 32.8 milioni di euro a livello consolidato di Gruppo, svolge il ruolo di general contractor per la consegna chiavi in mano di impianti comunicativi esperienziali e sistemi informativi complessi. Con headquarter a Genova e sedi a Roma, Milano, Torino, Ancona, Pescara, Palermo, Napoli, Lugano e Londra, ETT è leader nella digitalizzazione e valorizzazione del patrimonio culturale digitale italiano.

La forza lavoro di ETT è costituita da oltre 260 persone che producono sistemi di conoscenza ed esperienze facendo leva sull'innovazione tecnologica. Ciò è reso possibile dall'ampio spettro di competenze riunite in un unico sistema produttivo in grado di offrire al mercato soluzioni integrate e complete. La prospettiva culturale è quella umanistica che mette al centro la persona e la sua ricerca di significato.

Gli ambiti di competenza di ETT, per i quali l'azienda offre soluzioni digitali specifiche di efficientamento e ottimizzazione dei processi, sono: patrimonio turistico, culturale e paesaggistico, formazione, edutainment, comunicazione corporate e retail, allestimento di spazi e corner, data management e data mining.

Design, storytelling e tecnologie all'avanguardia vengono declinati in parallelo per creare nuove connessioni tra luoghi e persone attraverso l'immersione in spazi virtuali. La progettazione di sistemi informativi per aumentare l'efficienza dei servizi e dei processi di governance e la gestione e l'analisi dei Big Data vengono poste al servizio di smart cities e ambiente in un'ottica di sostenibilità. ETT s.p.a. è una società del Gruppo SCAI

IN ALLEGATO A QUESTO DOCUMENTO LA PRESENTAZIONE DEL PROGETTO "MUSEO DEL PESTO E DELL'OLIO"

Roberto Panizza



Su incarico di CCIAA Genova

Passo Ponte Carrega, 62 Q R – 16141 Genova, Italy - tel. (+39) 3478009701

e-mail: info@pestochampionship.it - www.pestochampionship.it