

## **Aromatica, un'altra edizione da incorniciare**

### **Riscontri più che positivi per la vetrina dedicata alle produzioni agricole e alle eccellenze della Liguria**

A distanza di due settimane dalla chiusura dell'evento, è tempo di bilanci e riflessioni per la decima edizione di "Aromatica, profumi e sapori della Riviera Ligure", la grande rassegna dedicata a basilico, erbe aromatiche, prodotti tipici ed eccellenze dell'agroalimentare e dell'enogastronomia ligure che si è svolta a Diano Marina (Im). Un progetto che dal 2018, anno in cui è stato riavviato dopo un lungo stop, continua a crescere, ad arricchirsi di nuovi contenuti e raccoglie sempre maggiori consensi.

**ESPOSITORI** – Salvo qualche rarissima eccezione, essenzialmente dovuta alla tipologia di prodotto non adatta, gli oltre ottanta espositori, di tutte le categorie, si sono dichiarati soddisfatti, sia per gli incassi che per il ritorno promozionale. L'apertura serale del sabato (arricchito da uno spettacolo musicale), lo svolgimento di attività collaterali, la presenza di ospiti prestigiosi, l'attenzione del pubblico ai prodotti di qualità: queste le caratteristiche maggiormente apprezzate. Nel consueto sondaggio di fine evento, la media del giudizio generale si è attestata a quota 4.5 su un massimo di 5. Per diversi operatori, Aromatica è un modello cui ispirarsi.

**PUBBLICO** – Non essendoci vendita di biglietti, tutti i numeri sono possibili e allo stesso tempo discutibili. È però chiaro che Aromatica 2023 ha avuto un importante successo di pubblico. Affluenza ininterrotta, da venerdì mattina a domenica sera, con ogni mezzo. Impossibile stabilire quante persone, qualcuno ha parlato di 25.000, altri di 30.000, certamente tanti, tantissimi. Insieme agli studenti dell'Istituto Ruffini-Aicardi sono state fatte alcune rilevazioni, dalle quali sono emerse queste informazioni: il 37% dei visitatori è arrivato dalla provincia di Imperia; il 11% dalla provincia di Savona; il 13% da altre province liguri; il 14% dal Piemonte; il 15% da altre regioni d'Italia; il 10% da fuori Italia; il 20% aveva meno di 24 anni; il 20% aveva un'età compresa tra 25 e 44 anni; il 27% aveva un'età compresa tra 45 e 64 anni; il 33% aveva un'età superiore ai 65 anni; l'80% ha ammesso di gradire Aromatica; solo l'8% non ha gradito Aromatica; il 23% ha preferito i cooking show; il 11% ha preferito le presentazioni tecniche e

culturali; il 16% ha preferito i laboratori esperienziali; il 39% ha preferito l'esposizione dei produttori; il 11% ha preferito Diano Marina; oltre il 75% pensa di tornare il prossimo anno.

INDOTTO - Difficile è anche quantificare l'indotto generato, direttamente e indirettamente da una manifestazione di questa portata, ma affermare che a Diano Marina e nel Golfo Dianese, nei giorni di Aromatica, tra espositori e attività cittadine, siano state effettuate transazioni per diverse centinaia di migliaia di euro non è sicuramente un'esagerazione.

LE INIZIATIVE - Cooking show, laboratori, degustazioni, presentazioni e conferenze si sono confermati gli ingredienti distintivi dell'evento dianese, insieme alla attenta selezione degli espositori. Il pubblico ha gradito e partecipato numeroso e con molta attenzione alle molteplici attività (quasi 50 ore di interventi in totale) proposte da chef, esperti, imprenditori e addetti ai lavori. Particolare attenzione, oltre che alla qualità, è stata rivolta ai temi della sostenibilità, a nuovi prodotti liguri di eccellenza, ai prodotti agroalimentari tradizionali della nostra regione (incluse De.Co., presidi Slow Food e Prodotti Agricoli Tradizionali) ed ai vari utilizzi delle erbe aromatiche. Grande spazio ai vini, con i focus su Vermentino ed Ormeasco, ed agli spirit, dal vermouth all'amaro, dal whisky al gin. Senza contare i laboratori e le degustazioni ospitate nell'area esperienziale di Assaggia la Liguria, con i prodotti liguri a denominazione di origine, e l'evento teatrale "Pesto, un racconto ligure" che ha fatto registrare un doppio sold out.

GLI OSPITI - Tinto e Tracy, le due guest stars, presenti nell'arco delle tre giornate - fatto raro per ospiti di questo livello - e coinvolti in molte delle attività, hanno contribuito a nobilitare l'evento. Da sottolineare la presenza di cinque chef stellati, di cui tre liguri: Giorgio Servetto, Giuse Ricchebuono, Enrico Marmo, Omar Bonecchi e Fabio Ingallinera. Senza dimenticare le esibizioni di due numeri 1 al mondo, grandi testimonial del Basilico Genovese Dop: la campionessa iridata del Pesto Championship, Camilla Pizzorno, e il n° 1 dei gelatieri, Marco Venturino, con il suo Liguretto. E ancora lo chef Alessandro Dentone, già campione italiano di risotto, curatore del catering del Genoa e testimonial nazionale Aism; l'agronoma Paola Migliorini, docente dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; il professor Claudio Battaglia, presidente della sezione provinciale della Lilt e il maestro pizzaiolo Antonio Senese, attualmente l'unico a rappresentare la Liguria nell'Associazione Italiana Ambasciatori del Gusto. Strameritato

il Premio Aromatica a Marco Bonaldo, dianese che, basandosi su qualità e immagine, si è costruito un'invidiabile carriera nel settore oleario.

In mezzo a tutte queste grandi firme, straordinario il lavoro svolto dagli allievi dell'Istituto Alberghiero Ruffini-Aicardi di Arma di Taggia, per il secondo anno protagonisti di Aromatica.

NAVETTA – Ottimo riscontro ha avuto la navetta gratuita stazione-centro-stazione, messa a disposizione sperimentalmente solo per la giornata di domenica. Ha viaggiato praticamente piena nei due sensi per tutto il giorno, al mattino ovviamente con più persone in direzione Diano, al pomeriggio in direzione stazione. Esperimento da ripetere e da potenziare.

CONFCOMMERCIO – Le dichiarazioni rilasciate agli organi di stampa da parte dei rappresentanti locali dell'associazione di categoria - che ha organizzato un concorso di cocktail per i bartender del Golfo Dianese, un concorso di vetrine e ha promosso ricette e prodotti a tema presso ristoranti, panetterie, pasticcerie e gelaterie - non lasciano scampo a dubbi: "Grandissima partecipazione e tanto impegno da parte di tutti i commercianti, con tanta passione e tanto amore per il territorio e per questa manifestazione che è nel nostro DNA". "La scelta di destagionalizzare si è rivelata un successo, Aromatica anche quest'anno ha avuto un'ottima performance".

ALLESTIMENTI – I visitatori non hanno mancato di apprezzare anche l'attenzione posta all'aspetto estetico, con allestimenti e decori a tema in piazza Martiri della Libertà e in tutte le vie interessate all'evento, anche grazie all'iniziativa dei commercianti e di associazioni locali, come nel caso del Club Fiat 500 del Golfo Dianese, che ha stupito i visitatori con alcuni esemplari d'epoca, esposti via Genala.

PARTNER – Anche l'edizione 2023 di Aromatica, fortemente voluta dal Comune di Diano Marina che ha individuato nella sua partecipata Gestioni Municipali il soggetto attuatore, non si sarebbe potuta svolgere senza il sostegno di partner importanti. Da quelli pubblici, Regione Liguria e Camera di Commercio Riviera di Liguria, a quelli privati: Gruppo Arimondo con i marchi Pam ed Eurospin, Frantoio Venturino, Banca d'Alba, RB Plant, Intesa Grandi Impianti, Il Giardino dell'Edilizia, Acqua Minerale Calizzano (acqua ufficiale), Generali agenzia Imperia Piazza Rossini, Due Emme Service e Tastee Ravera Bio.

**MEDIA** – Tutti i media regionali e buona parte dei media specializzati nazionali hanno dato ampio risalto ad Aromatica già da metà marzo, confermando il grande riscontro mediatico della manifestazione. Si tratta di un evento di partecipazione collettiva che per tre giorni trasforma l'elegante centro pedonale della Città degli aranci in un grande teatro, con expo dei produttori, cooking show, cene a 4 mani, proposte speciali nei ristoranti, laboratori, presentazioni, street food, conferenze, concorsi e molto altro. Ha fatto piacere notare un deciso aumento di addetti ai lavori, anche se non direttamente coinvolti nell'evento per le vie di Aromatica: chef, imprenditori, professionisti del settore, agricoltori. Testimonianza che la filosofia su cui è basato l'evento e il percorso di crescita sono quelli giusti.

**SOCIAL** – Con una copertura dei post superiore ai 2.000.000 in 90 giorni, Aromatica 2023 ha stabilito un altro record. Le piattaforme social della manifestazione sono state prese d'assalto, grazie a sponsorizzazioni, condivisioni, post, stories, reels, riprese da molti profili di settore a livello nazionale e da tutti i profili governativi a livello regionale. Una strategia che ha dato i suoi frutti, condivisa con Regione Liguria, Agenzia regionale per la promozione turistica In Liguria, Camera di Commercio Riviera di Liguria ed i vari partner ed espositori.

**AROMATICA OFF** – Una delle novità della decima edizione è stata Aromatica Off, ovvero il prolungamento dell'evento e l'allargamento dei suoi confini. Il primo atto si è consumato mercoledì 10 al Vignamare di Andora, con la cena a quattro mani proposta dagli stellati Giorgio Servetto e Jorg Giubbani (quest'ultimo ha seguito l'evento a distanza, promettendo di essere presente nel 2024). Aromatica Off vivrà una nuova tappa a Moneglia nella serata di giovedì 8 giugno, quando Servetto renderà visita al collega presso il ristorante Orto di Villa Edera. La volontà dell'Amministrazione comunale di Diano Marina è quella di dar corpo a questa idea, per parlare di Aromatica, ma più in generale delle eccellenze del territorio, per dodici mesi all'anno, peraltro non solo a Diano Marina e nel Golfo Dianese.

**L'EDIZIONE 2024** – Difficile condensare tre intense giornate in un breve video, ma è stato giusto provarci. [Cliccando qui](#) si può rivivere in pillole Aromatica 2023, in attesa dell'annuncio – che avverrà nelle prossime settimane, dopo un'attenta analisi dei risultati e un confronto con gli operatori – della data ufficiale dell'undicesima edizione.