

# “TORINO CAPITALE DEL GUSTO”

## AL VIA LA CAMPAGNA PER PROMUOVERE IL BRAND

È stato presentato oggi a Lingotto Fiere, nella giornata inaugurale della XII edizione di Terra Madre Salone del Gusto, il brand “**Torino capitale del Gusto**” che accompagnerà una campagna di comunicazione tesa a esaltare la tradizione enogastronomica locale.

Si tratta di un progetto realizzato dal **Comune di Torino**, in collaborazione con **Turismo Torino e Provincia**, e sostenuto finanziariamente da **Camera di commercio di Torino**, per promuovere la città come destinazione di *food experience* di alto livello, da scoprire durante un soggiorno in cui, accanto alle visite nei musei e nelle pinacoteche e allo shopping, si potranno assaporare piatti tipici e bouquet di vini pregiati e fare conoscenza con le tendenze della cucina contemporanea.

Il buon cibo si conferma uno straordinario valore aggiunto per il turismo internazionale. Ha infatti un peso crescente nelle scelte delle mete da parte dei viaggiatori, sempre più incuriositi dalle particolarità gastronomiche locali. *“I buoni primi, le pietanze e i dolci torinesi riscuotono da sempre un successo notevole e lo stupore di quanti ne apprezzano i sapori per la prima volta diventa veicolo di promozione - sottolinea **Alberto Sacco**, Assessore al Turismo e Commercio della Città di Torino -. Il marchio “Torino capitale del gusto” si affiancherà allo spontaneo passaparola, rafforzando un settore sempre più trainante della nostra economia. L’iniziativa pubblicitaria all’insegna dei piaceri del palato inviterà a trascorrere alcuni giorni nella città della Mole. Torino, con il Monferrato, le Langhe e il Roero è, infatti, il capoluogo di una terra Patrimonio dell’Unesco, in una regione, il Piemonte, molto attiva a rendere sempre più piacevole lo stare a tavola, attraverso la cura dell’enogastronomia, la pasticceria, la ristorazione e che lega alla gradevolezza del sapore la scoperta dell’ingente ricchezza culturale”.*

Torino ha tutte le carte in regola per essere annoverata tra le principali città italiane del gusto. L’innegabile fervore che si avverte è sottolineato dalle recenti aperture di locali negli ex spazi industriali, riqualificati e trasformati in incubatori di food, nei quali chef stellati esprimono la loro creatività culinaria.

*“In Italia e nel mondo cresce esponenzialmente la domanda di turismo enogastronomico e il nostro territorio ha tutte le caratteristiche per soddisfare queste richieste con successo: sappiamo ad esempio che le visite alle botteghe dei nostri Maestri del Gusto, ai laboratori dei casari di Torino Cheese o alle cantine dei viticoltori Torino DOC costituiscono per tutti un’esperienza indimenticabile e rappresentano uno strumento di conoscenza diretta e coinvolgente soprattutto per il turista più esigente e attento – ha spiegato **Vincenzo Ilotte**, Presidente della Camera di commercio di Torino. – In un’ottica di sistema con la Città abbiamo pertanto voluto finanziare questo progetto di valorizzazione del*



*nostro patrimonio, anche in linea con le nuove competenze affidate alle Camere di commercio italiane in tema di turismo”.*

Il concept “**Torino Capitale del Gusto**” che è stato ideato dai creativi dello Studio Sanna fa leva sull’aspetto emozionale, evocativo e di autenticità in un mix di arte, cultura, paesaggio, enogastronomia, design... qual è Torino.

**Mmm Torino! - #MmmTorino!** è inoltre il claim della campagna e logo onomatopeico che richiama la bontà delle eccellenze enogastronomiche locali. Un escamotage per rafforzare anche graficamente le sensazioni di stupore e soddisfazione.

Per la campagna sui media stampa e web è stata scelta una golosità tipicamente torinese: un **gianduiotto** posato sulla mano di una modella ingioiellata con un orecchino a forma di **Mole Antonelliana**.

*“Siamo certi – sottolinea **Daniela Broglio**, direttore di Turismo Torino e Provincia – che promuovere il lato gourmand del nostro territorio contribuirà a incrementare il numero di coloro che scelgono di passare un weekend o più giorni a Torino; basti pensare che da recenti indagini realizzate della Food Travel Monitor è emerso che un italiano su tre ha svolto almeno un viaggio motivato dall’enogastronomia negli ultimi tre anni e che i turisti enogastronomici salgono al 30%; un dato che dichiara come il settore sia passato da un ruolo accessorio a componente in grado di influenzare le scelte di viaggio”.*

Torino, 20 settembre 2018