



## COMUNICATO STAMPA DI FINE EVENTO

3<sup>a</sup> edizione

ITALIAN FOOD AND FASHION 2006

**“Il Made in Italy diventa sistema:  
enogastronomia e moda per il turismo italiano”**

### Sintesi del convegno e dell'evento

Si è svolta giovedì 6 luglio, a Roma nella cornice dell'SGM Conference Center la terza edizione di **“Italian Food and Fashion”**.

La giornata si è aperta con i seminari sulla figura del “Wedding Planner”, in collaborazione con Aesperta Eventi e Catering, con il seminario di degustazione “Conoscere e riconoscere il cioccolato” in collaborazione con l'Associazione “Compagnia del Cioccolato – Tavoletta di Roma” e con il seminario “Il Gusto che passa in/da/per la Tuscia” in collaborazione con l'enoteca La Torre di Viterbo.

Il momento centrale della manifestazione è stato nel pomeriggio con il **convegno “Il Made in Italy diventa sistema: enogastronomia e moda per il turismo italiano”**.

Su questo tema si sono avvicendati al tavolo dei relatori, moderato dal giornalista del Tg2 **Luca Salerno**, il vicesindaco del Comune di Roma **Mariapia Garavaglia**, **Domenico Lupo**, Presidente UNAI Confindustria, **Vincenzo Colombo**, delegato ENIT Agenzia Nazionale del Turismo, **Costanza Afan de Rivera Costaguti**, Vice Presidente “Alta Roma” e lo stilista **Franco Ciambella** della maison Franco Ciambella.

L'**apertura della Garavaglia** ha tracciato una linea chiara anche per il futuro del turismo. *“Roma sta vivendo un trend straordinario in questo momento nel settore turistico. Ma questo è possibile solo se il turismo viene coniugato con l'innovazione”. “Altrimenti – ha aggiunto – le città diventano musei statici ed intoccabili che dopo un po' perdono l'attrattività. Roma in questo senso ha saputo dare il giusto peso alle ricchezze storiche e monumentali di cui è ricca, senza trascurare la forte tradizione artigianale esistente, e di cui la moda e la tipicità di alcuni prodotti enogastronomici sono un esempio”. “E' questo binomio – ha concluso – che fa riscoprire ai turisti la storia dei nostri nonni e che li fa sentire come a casa”.*

Dello stesso tono l'intervento del **presidente UNAI di Confindustria, Domenico Lupo**. *“Lo sviluppo del turismo e delle strutture alberghiere ricettive rappresenta ad oggi un volano per altre attività sul territorio – ha sottolineato Lupo - Altrettanto importante è la sinergia con ulteriori fattori di attrattiva del “made in Italy”. Moda ed enogastronomia sono due elementi di eccellenza e di spicco del panorama nazionale. Possono e devono essere di richiamo per il turista. L'eccellenza di questi due settori si sposa con l'eccellenza della nostra accoglienza alberghiera”.*

**Paolo Cortese**, dell'**Istituto Guglielmo Tagliacarne**, ha completato il quadro con gli ultimi dati dello studio *“L'agroalimentare in Italia: scenario, competitività, problemi e prospettive”*. *“Già da alcuni anni – ha sottolineato Paolo Cortese - il mercato dei prodotti agroalimentari sta assistendo ad una fase di cambiamento in risposta a fattori quali la globalizzazione dei mercati, l'evoluzione del ruolo del consumatore nella produzione alimentare, lo sviluppo delle nuove tecnologie e i nuovi orientamenti in tema di Politica Agricola e Alimentare”.* *“La prospettiva – ha aggiunto - è quella di realizzare un maggior sforzo teso a*

**Progetto ed Organizzazione a cura di:**  
fivegraphic srl  
www.italianfoodandfashion.com

Alessandra Maggiani  
mob 340.2379687 - fax 178.2738691  
press@fivegraphic.com



*coordinare le attività di promozione e curare l'aspetto relazionale e aggregativo, nell'ottica sia di ottenere importanti masse produttive sia di sviluppare servizi strategici che accompagnino i prodotti".*

La giornata è proseguita con l'apertura di **"Italian Food and Fashion ART"** da titolo **"Alla ricerca del sesto senso"** ideato da **Fabiola Cinque**, art director di Fivegraphic srl e ideatrice della manifestazione.

"Alla ricerca del sesto senso" ha fatto incontrare il gusto delle degustazioni enogastronomiche con le sensazioni della vista, del tatto e dell'udito del fashion e dei percorsi multimediali.

Tutta la creatività di Italian Food and Fashion ART è strettamente legata ai sapori. A partire dalle installazioni Fashion **DOLLS di Stretch Couture**. *nelle tonalità che ricordano le golosità dei bambini. I rosa e i panna di caramelle e bon bon, di glasse e meringhe.* "DOLLS – spiega **Maria Katia Doria di Stretch Couture** – è un nato da poco. All'interno di DOLLS, però, nascerà un altro label, che presenteremo a settembre "FOOD DESIGN". Si tratta di una linea di prodotti beauty e accessori ispirati proprio ai colori e i sapori del cibo. In questo senso quale migliore cornice che Italian Food and Fashion per presentarne l'anteprima?".

Bagno schiuma e creme per il corpo al cioccolato, rossetti alla frutta, bracciali e borse con frutta e verdura sono alcune delle idee prodotto che Stretch Couture lancerà a settembre.

Poi le foto di **Manuela Giusto "Pelle e Cioccolato"**, un percorso da vedere ma anche da mangiare. Le foto sono state infatti installate in una cucina arredata completamente con il cioccolato. Piatti, bicchieri, posate, ma anche il piano del lavello sono stati pensati per "essere assaggiati". "Mentre si apprezza il contrasto del cioccolato bianco sulla pelle scura e del cioccolato sulla pelle bianca – dice Manuela Giusto – le dita possono raccogliere e portare alla bocca il cioccolato a pezzi e in polvere che arreda la cucina".

Il gusto e la vista sono state associate con le **acconciature di frutta e ortaggi**, create in estemporanea dall'hair stylist Angelo Spadai del centro **Degradé Joelle**, su modelle di eccezione che hanno indossato abiti di COVERI con i colori della nostra bandiera per celebrare il "Made in Italy".

La cucina, come centro della vista e dell'esistenza è stata reinterpretata in una performance che aveva protagonista la collezione di **Annalisa Caruso per Otitude "lo adoro le casalinghe"**. La donna anni '60 prendeva forma nella performance attraverso azioni quotidiane di una casalinga modello interpretata da modelle ironiche e bellissime che le ridavano vita.

Infine la **mostra del fotografo Carlo Schilirò** che racconta i **backstage di Galitzine**, la stilista russa trapiantata a Roma e al suo apice proprio negli anni '40. Con il declino della maison, Massimo Stefanini l'ha riportata in auge. La mostra racconta la rinascita di Galitzine ed è un'anteprima assoluta per l'Italia.

"*Italian Food and Fashion* – ha commentato Fabiola Cinque, ideatrice della manifestazione - *è ormai, nel mondo del marketing ed organizzazione degli eventi, un brand. Un brand che, con ancor più orgoglio, ha saputo cogliere e rispondere, con le sole forze finanziarie e organizzative di noi che l'abbiamo sostenuto in questi tre anni, alle richieste provenienti dalla produzione targata Made in Italy*".

Un successo testimoniato dagli oltre cento espositori dell'area Bussines, in rappresentanza di altrettante aziende dell'enogastronomia tipica di tutto il Lazio.

**Alessandra Maggiani**  
**Ufficio stampa "Italian Food and Fashion"**

**Progetto ed Organizzazione a cura di:**  
fivegraphic srl  
www.italianfoodandfashion.com

Alessandra Maggiani  
mob 340.2379687 - fax 178.2738691  
press@fivegraphic.com