

# L'AQUILA

## Cibo, turismo, eventi Nasce la guida on line ai ristoranti d'Abruzzo

Il portale di Agica con Confcommercio mette in rete tutti i locali (e i menù) e le vicine proposte di svago e cultura

di **Marianna Gianforte**

► L'AQUILA

Una media di un migliaio di ristoranti per ogni provincia abruzzese, dalla più piccola osteria al ristorante più quotato, a partire dalla città grande fino ad arrivare al borgo della frazione sconosciuta fra gli Appennini. Da ieri l'Abruzzo ha il suo trip-advisor riservato: tutti i ristoranti raccolti nella guida online creata su piattaforma specifica per la consultazione gratuita. Il portale online "Agica - appuntamenti giornalieri cultura Abruzzo", inaugurato lo scorso 9 dicembre e nato come strumento per diffondere su tutto il territorio regionale informazioni sugli eventi di tipo culturale e il tempo libero, li mette tutti insieme in una sorta di "censimento" regionale della ristorazione.

"Guida ai ristoranti d'Abruzzo": questo il titolo dato alla sezione all'interno del sito Agica, una mappatura puntuale di tutti i ristoranti (mancano forse all'appello poche decine di attività, ma la Confcommercio in-

vierà a breve una lettera a tutti gli iscritti per farli aderire al portale e includere anche i ristoranti per qualche caso non censiti).

Ma perché mappare i ristoranti d'Abruzzo in un sito internet? La guida di Agica non è come una guida cartacea. È un vero portale, una sorta di piazza virtuale in cui s'incontrano domanda e offerta e dove tutto il mondo del turismo, prendendo come punto di partenza il cibo tipico e di qualità, si mette "a sistema". Voglio andare a mangiare nel ristorante di Castrovalva, piccolissima frazione di Anversa degli Abruzzi? Clicco sul nome del ristorante nell'elenco della Guida, leggo il menu e se mi piace prenoto e vado a cena. E se dopo voglio fermarmi un paio di giorni per un weekend tra i borghi? Cerco sempre nel portale cosa succede nei luoghi più vicini al ristorante che ho scelto per la cena tipica. Così posso scoprire che c'è un concerto, ad esempio, ad Anversa, oppure un altro evento nella poco lontana Scanno.

Certo, l'interazione con tutti i sistemi turistici sarà completa e ottimale soltanto fra un paio d'anni. Ma da qualche parte bisogna pur cominciare. L'iniziativa, oltre che di Agica, è di Confcommercio L'Aquila, Polo Agire e Salone dei Prodotti tipici e dei Parchi e lo sponsor è Bper.

«Abbiamo pensato di offrire un servizio particolare ai ristoranti», spiega il direttore responsabile di Agica, Maria Paola Iannella, «ossia fare pubblicità gratis a quei ristoranti che ogni settimana mettono a punto dei menù di prodotti tipici, realizzati cioè con materie prime provenienti dal mercato locale e non dalla grande distribuzione. E noi glielo veicoleremo insieme agli eventi in programma nella zona di riferimento».

Insomma, un pacchetto tutto compreso, in cui la serata (o il weekend) è facile da costruire: cena, spettacolo, evento, escursione in montagna, cinema. Tutto a portata di click. «L'obiettivo è riportare in regione i nostri turisti», aggiunge Iannella, «ossia coloro che cercano svago, relax e bellezze arti-

stiche o paesaggistiche altrove: a Roma, Perugia, nelle Marche. Mentre l'Abruzzo resta una regione stupenda ma poco valorizzata e poco esplorata». «È arrivato il momento di lasciarsi alle spalle il pessimismo della crisi economica», osserva il direttore regionale della Confcommercio Abruzzo, Celso Cioni, che ha partecipato ieri all'Aquila alla presentazione del portale, «e cominciare ad agire, inventando soluzioni e riattivando l'economia locale». «Vogliamo dare il calcio d'avvio al 2014 con un'iniziativa che valorizza il territorio, i prodotti tipici e i nostri bravissimi ristoratori e far conoscere la loro professionalità, la creatività e tutto questo gratis per i ristoratori associati a Confcommercio». Ma non finisce qui. Il trip-advisor di Agica si pone uno scopo ampio: mettere in connessione diretta produttori e ristoratori, incoraggiando l'acquisto di prodotti locali, aumentare la visibilità e la fruibilità degli eventi, estendere la cultura del mangiare sano e dell'igiene alimentare e allargare il bacino di utenza dei produttori.

