Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1204 del 23/05/2024

Passione, identità, relazioni, futuro. Alfio Ghezzi si racconta agli studenti

La scuola incontra l'alta ristorazione. L'occasione è il talk organizzato da cinque istituti superiori del settore economico-turistico e del corso di laurea magistrale MaST per confrontarsi con uno dei maggiori protagonisti della scena gastronomica italiana sul tema dell'esperienza digitale nel food and beverage. E non solo.
Sul palco, insieme alla giornalista Filomena Greco, moderatrice dell'evento, giovani rappresentanti degli istituti Gardascuola di Arco, Ivo de Carneri di Civezzano, Marie Curie di Pergine, Lorenzo Guetti di Tione, Antonio Tambosi di Trento, oltre a due studenti della magistrale di "Management della sostenibilità e del turismo".

Tante le domande poste dai ragazzi: dalle strategie per perseguire una sostenibilità ambientale ed economica di un ristorante al rapporto con la tecnologia e gli strumenti offerti dal digitale.
"Per me il cibo non è solo prodotto e il ristorante non è solo il luogo dove questo si consuma. La mia cucina mi rappresenta e chi viene da me deve capire chi sono e quali sono i miei valori", ha spiegato Ghezzi sottolineando come la sostenibilità economica e ambientale si può ottenere anche privilegiando gli ingredienti di stagione e mettendo al centro il territorio. Un valore, ha aggiunto, sempre più apprezzato soprattutto dai giovani che oltre a essere nativi digitali sono anche nativi sostenibili. "Oggi – ha aggiunto – la gestione si è complicata, con una moltiplicazione di voci di spesa che prima non c'erano, per esempio sul fronte commerciale e marketing, ma lavorando su una cucina più diretta, un servizio più smart e una corretta relazione con la filiera si può raggiungere un corretto rapporto tra qualità e prezzo".
E sul fronte digitale, lo chef riconosce come la tecnologia sia importante se non diventa un limite che distanzia dal contatto con quello che si sta facendo. "L'esperienza digitale deve affiancarsi a quella diretta per raggiungere una vera conoscenza del prodotto e sviluppare un pensiero critico". Fondamentale l'ascolto del cliente, al ristorante prima ancora che sulle recensioni. A livello di promozione, nel suo caso risulta ancora strategico il passaparola, che attira una clientela vicina ai suoi valori.

(sc)