

Come si diventa Maestri ?

Le candidature di questa edizione si sono aperte nel 2023. **Gusto e torinesità** sono alla base della valutazione di Slow Food e della Camera di commercio, che già dalla scorsa edizione ha iniziato a verificare anche alcuni aspetti etici e amministrativi di ogni azienda. Al Laboratorio Chimico, invece, il compito di valutare gli **aspetti igienico sanitari**. Le aree oggetto di verifica sono state negli anni ampliate: igiene e autocontrollo alimentare, ma anche comunicazione e informazione al consumatore, ad es. l'etichettatura, la sostenibilità ambientale, ecc. Le visite si svolgono in modo programmato, ma spesso anche **a sorpresa e in incognito**, con il prelievo di campioni per la verifica sia di parametri di igiene, sia di parametri merceologici.

In questi anni è cresciuta poi e viene positivamente valutata l'attenzione alla **sostenibilità**, ad esempio con la riduzione degli sprechi o l'utilizzo di packaging riciclabili ed ecologici: scelte che presuppongono investimenti e modifiche produttive, ma che sono sempre più premiate dai consumatori più attenti.

Infine il criterio maggiormente valutato dall'intero gruppo di lavoro è stata in questa edizione la volontà dell'azienda di **mettersi in gioco**, non solo adempiendo a quanto eventualmente segnalato dal Laboratorio Chimico, ma soprattutto partecipando attivamente alle iniziative e alle proposte offerte dal progetto, tra cui eventi e degustazioni, attività di comunicazione sui social, disponibilità a mettersi in rete con altri Maestri per progetti condivisi. Entrare a far parte della grande famiglia dei Maestri richiede infatti un impegno continuativo, in qualità di testimoni e rappresentanti del gusto del territorio intero.

E da domani?

Ricchissimo anche per questo biennio il carnet di proposte offerte a chi è Maestro: **fiere in Italia** (come ad esempio, Vinitaly, Fiera Nazionale del Peperone, Messer Tulipano, Golosaria Milano, Degustè), **eventi** (degustazioni e vendita presso l'aeroporto di Torino Caselle, Final Eight Basket, Play With Food, Bike Up), **inserimento in pubblicazioni di settore** (Guida Golosaria), **appuntamenti internazionali** come le prossime ATP Finals che già da tre edizioni vedono i Maestri protagonisti delle degustazioni a Casa Gusto. Nei prossimi mesi i Maestri saranno coinvolti a Golosaria Milano, Degustè, e poi nella primavera 2025 nuovamente Messer Tulipano, Cioccolatò e molti altri a seguire.

Non solo. Ai Maestri vengono offerte numerose occasioni di **formazione**, dalle video pillole sul sito, dedicate a temi come la sicurezza alimentare, l'etichettatura, l'export, alle master class dedicate all'uso dei social e alla comunicazione, senza dimenticare le proposte e i progetti di Camera di commercio su digitale, export e così via.

La promozione dei Maestri poi in questi anni si è avvalsa di professionisti della comunicazione con il coinvolgimento di **influencer italiani e stranieri** che hanno visitato alcune aziende realizzando storie e post con un ottimo riscontro mediatico e con la collaborazione con un'agenzia per la creazione di contenuti sui canali social del progetto. Senza dimenticare i numerosi **press trip internazionali** organizzati da Turismo Torino e provincia che non mancano mai di fare tappa presso i Maestri.

Spesso infine sono gli stessi Maestri a promuoversi congiuntamente e in modo autonomo. Si moltiplicano infatti negli anni le **"contaminazioni"** tra realtà diverse, fino all'utilizzo reciproco delle materie prime nella creazione di nuove proposte. Un esempio? Gusti di gelato o ripieni di pasta fresca realizzati con materie prime di altri Maestri, "ospitate" estemporanee di prodotti altrui, per esempio nell'Apecar che percorre la Valle di Susa con gelato e pane, o ancora collaborazioni regolari come

quella nel bistrot del Campus Einaudi dove gli studenti trovano pasta fresca e caffè targati Maestri del Gusto.

Dove incontrare i Maestri?

Tutti i nominativi e gli indirizzi dei Maestri del Gusto sono raccolti in un **dépliant** distribuito allo stand istituzionale della Camera di commercio di Torino (F57) durante Terra Madre Salone del Gusto.

Ma **on line c'è molto di più**: le storie, le immagini, i prodotti, le curiosità, gli eventi e una mappa facilmente consultabile, sono tutti sul sito italiano e inglese www.maestridelgustotorino.com con schede Facebook (circa 16.500 follower) e Instagram (quasi 4.000 follower).



Negli ultimi due anni le visite al sito dei Maestri del Gusto sono state circa **86.000** con 200.000 azioni (click, download, ecc.). Le visite provengono principalmente dal torinese ma a seguire da Milano, Roma, Napoli, Bologna, Firenze. Primo Paese estero per le visite la Germania, a seguire Regno Unito, Francia, Spagna. Picchi di visite in occasione di eventi in cui sono coinvolti i Maestri.

www.maestridelgustotorino.com