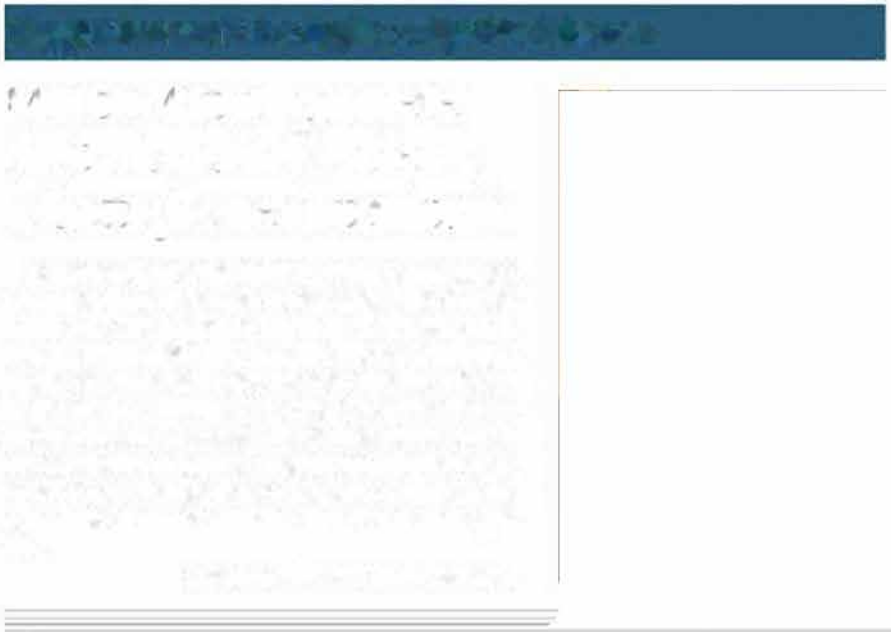
Il pollo fritto sbatte sulle Dolomiti

Kfc ridimensiona il progetto: nessun punto vendita. Nei locali Super G solo alcuni prodotti



Pollo fritto a bordo pista, Kfc, il colosso statunitense del fast food, fa marcia indietro anche a Madonna di Campiglio, dopo il dietrofront a Cortina d'Ampezzo. Super G, la catena italiana di mountainclub famosa per gli après-ski, spiega che «come per il Super G di Cortina anche nel Super G di Madonna di Campiglio non è prevista la realizzazione di un nuovo punto vendita monomarca. Super G continuerà a proporre la propria ristorazione italiana di qualità a marchio "Meraviglioso" e l'esperienza après-ski pomeridiana, mantenendo la pluralità e la varietà della propria offerta». Con un'importante precisazione: «La struttura conserverà integralmente le proprie caratteristiche estetiche e la propria identità, in continuità con il modello di ospitalità che contraddistingue il brand». Dunque, come a Cortina d'Ampezzo, nessuna personalizzazione degli spazi esterni da parte del colosso americano del fast food.

a pagina 2 **Ialenti**

MODELLO SBAGLIATO

di **Enrico Franco**

Viviamo tempi strani in cui assistiamo contemporaneamente a un'accelerazione straordinaria dell'innovazione tecnologica e a una regressione lenta ma continua sul fronte del costume e degli stili di vita. Sembra quasi che, di fronte a un progresso non privo di aspetti minacciosi (essendo noi incapaci di controllarlo completamente, poiché l'intelligenza artificiale ha dimostrato di saper agire autonomamente), la nostra reazione sia di tornare al cliché di un passato rassicurante o comunque conveniente per chi ha più potere. Pensiamo ad esempio alla sfera della sessualità: gli spazi faticosamente conquistati per ampliare la libertà delle scelte individuali vengono via via erosi nel nome dei valori tradizionali. Oppure al mondo economico dove, dopo aver minato pezzo per pezzo le tutele dei lavoratori e limato cinicamente i compensi, registriamo l'aumento di casi di caporalato e sfruttamento, se non di schiavismo, persino in una regione come la nostra che si pensava ligia alle regole. L'ho presa alla lontana, e me ne scuso, per evidenziare che, contrariamente alle apparenze, la scelta di portare sulle piste da sci di Madonna di Campiglio una catena americana di fast food rappresenta un clamoroso passo indietro della politica turistica locale.

continua a pagina 2



Fast food Il colosso «Kfc» approdato sulle piste da sci nella piana di Nambino a Madonna di Campiglio crea dibattito e polemiche

Pollo fritto in quota, il dietrofront «Nessun nuovo punto vendita»

di **Carla Ialenti**

La vicenda

- Il 5 novembre Super G ha annunciato le prime due aperture di Kfc sulle piste da sci italiane, a Madonna di Campiglio e Cortina d'Ampezzo.
- L'apertura ha suscitato polemiche. Critico il ministro Lollobrigida: «Montagna agli antipodi del fast food». Contrario anche il ministro Mazzi: «La montagna non va omologata».
- Super G, partner commerciale di Kfc, ha chiarito: «Come per Cortina anche a Campiglio non è prevista la realizzazione di un nuovo

TRENTO Kfc, il colosso statunitense del fast food, fa marcia indietro anche a Madonna di Campiglio, dopo il dietrofront a Cortina d'Ampezzo. Super G, la catena italiana di mountain club famosa per gli après-ski, ha infatti fatto chiarezza sulle novità che verranno introdotte e sulle scelte nel segno della continuità. «Come per il Super G di Cortina — si legge nella nota — anche nel Super G di Madonna di Campiglio non è prevista la realizzazione di un nuovo punto vendita monomarca. Super G continuerà a proporre la propria ristorazione italiana di qualità a marchio "Meraviglioso" e l'esperienza après-ski pomeridiana, mantenendo la pluralità e la varietà della propria offerta». In soldoni, l'offerta di ristorazione veloce già presente nei locali après-ski sarà ampliata con una selezione dei prodotti a marchio Kfc. Con una importante precisazione: «La struttura conserverà integral-



Il partner commerciale Super G: «Come per Cortina anche a Campiglio ristorazione italiana e pluralità e varietà dell'offerta»

pollo fritto e di montagna non si è mai parlato così tanto come nelle ultime ore. Sarebbe bellissimo che chi ne sta parlando con indignazione, si scagliasse anche contro le reale motivi, avessero attenzione e vigore. Tempi certi di attuazione. Pure arrabbiature collettive, democratiche, per la non attuazione. Come per il pollo fritto».

sempre più decontestualizzate e peggio ancora omologanti, prede di format ormai da fast food in quota. I cittadini e gli operatori del settore meritano una Politica con la P maiuscola: fatta di visione, coraggio e scelte».

Duro anche il commento dello scrittore Maurizio Corona, ospite del programma di Radio24 Uno, nessuno cento-Milan: «Gli imprenditori saggiano il terreno e dicono "Là ci sta bene perché lo vogliono". Abbiamo colpa anche

di un nuovo punto vendita monomarca».

struttura conserverà integralmente le proprie caratteristiche estetiche e la propria identità, in continuità con il modello di ospitalità che contraddistingue il brand». Dunque, come a Cortina d'Ampezzo, nessuna personalizzazione degli spazi esterni da parte del colosso americano del fast food.

Dopo il passo indietro, però, non si placano le polemiche. Manuela Baldracchi, presidente di Italia Nostra e Luigi Casanova, presidente di Mountain Wilderness, sottolineano come il «via libera» ai fast food fosse già stato concesso anni fa, facendo riferimento al «progetto dell'Après Ski Bar, che prevedeva testualmente "di rinnovare l'offerta per la movida della perla delle Dolomiti con una funzione ricettiva orientata a richiamare turisti che non si accontentano, proponendo una ristorazione fast food con hamburger, patatine e beverage"». Di qui la provocazione: «Pollo fritto e patatine sono forse più decontestualizzati dall'ambiente di montagna rispetto ad hamburger, patatine e beverage?».

Sulla stessa lunghezza d'onda Marco Bussone, presidente dell'Unione nazionale dei Comuni, delle Comunità e degli Enti montani (Uncem): «Di scagliasse anche contro le regole che portano via insegnanti dalla montagna, oppure le risorse economiche dai territori montani per effetto di flussi verso il basso non ristrutturati». Di qui l'invito ad andare oltre la «polemica del pollo fritto»: «Vorremmo che le leggi che riguardano le montagne italiane, nazionali e regionali, inattuate per mill- pollo fritto».

Sulla questione torna a parlare anche l'esponente di Casa Autonomia, Paola Demagri: «Ad una Provincia assediata da ospiti e visitatori la politica locale risponde col silenzio. Tace di fronte allo snaturamento delle nostre montagne trasformate in parchi giochi per un turismo "mordi e fuggi". Tace di fronte a strutture

Marcia indietro
L'arrivo del fast food Kfc a Campiglio e Cortina da giorni ha acceso il dibattito. Critico anche lo scrittore Maurizio Corona

Oscar Farinetti (Eataly)
«Noi italiani incapaci di trovare il formato giusto per Campiglio e Cortina con dei cibi tipici Il problema è che la ristorazione italiana ha dei costi enormi e facciamo fatica a resistere»

no". Abbiamo colpa anche noi che vogliamo queste cose».

Diverso il punto di vista di Oscar Farinetti, fondatore di Eataly: «Il sovranismo alimentare non mi convince. Io sottolineerei l'incapacità di noi italiani di trovare il formato giusto per Campiglio e Cortina con dei cibi tipici. In questi territori ci sono luoghi dove si mangia da dio, ma dovremmo trovare il modo per conquistare anche quegli spazi, magari con un modello simile a quello delle osterie. Il problema è che la ristorazione italiana ha dei costi enormi e facciamo fatica a resistere».

Il commento

Il fast food a bordo pista non è solo un affronto, ma un modello sbagliato

SEGUE DALLA PRIMA

Seppur riverniciato con i colori della presunta modernità. Il parziale ripensamento avvenuto ieri sulla scia delle proteste non tranquillizza in quanto il pollo fritto «yankee» sarà in ogni modo proposto, ma con maggior discrezione, all'ombra delle Dolomiti. A cavallo degli anni Settanta venivo in Trentino da «villeggiante», come si diceva allora: il turismo si sviluppava a tentoni, spesso era una componente di bilanci imprenditoriali nei quali permanevano le entrate derivanti dalle attività agricole e artigianali. L'albergatore non di rado nutriva un assurdo senso di inferiorità nei confronti dell'ospite «cittadino»: nascondere (letteralmente) il cibo locale per presentare con orgoglio il «Bel Paese» Galbani o il formaggino «Mio» era la normalità. Un giorno, avendo sentito parlare del «tortel di patate», chiesi di poterlo assaggiare e venni accontentato solo perché ormai ero considerato di famiglia: fui perciò ammesso in cucina dove lo mangiai con gioia, perché nella sala da pranzo una pietanza così misera non poteva entrare. Sono occorsi decenni per capire che il turista vuole evadere dalle sue routine, dunque cerca proposte originali e tipiche, accettando addirittura quelle farlocche ma con un minimo di credibilità. Nei menu è stato finalmente lasciato spazio ai piatti trentini, poveri come quelli di tutte le regioni italiane, tuttavia autentici e gustosi. Abbiamo visto recentemente prese d'assalto la sagra dedicata alla ciùga del Banale e quella della farina gialla di Storo con i colleghi della Rai pronti a intervistare i visitatori contenti di aver macinato centinaia di chilometri al fine di apprezzare le prelibatezze contadine, per molti un appuntamento fisso. Il pollo fritto americano, dunque, non è soltanto «un affronto» e «una minaccia diretta alla dignità del lavoro agricolo e all'economia delle nostre comunità montane», come afferma la Coldiretti regionale. È, assai peggio, l'emblema di un modello sbagliato che porta le piscine in alta quota, la disco-music tra la natura, la Provincia di Bolzano ad ammettere candidamente di non sapere quanti voli turistici in elicottero passino sopra i parchi, il proliferare di inutili terrazze panoramiche e passerelle a sbalzo. Il tutto per favorire soprattutto il turismo mordi e fuggi, da immortalare in uno stupido selfie, tanto da ricorrere al numero chiuso o ai tornelli per evitare di finire sepolti dalla massa incontrollata di persone. Ha commentato amaramente Carlo Alberto Zanella, presidente del Cai Alto Adige: «Visto il gran numero di turisti cinesi, coreani e giapponesi che visitano le Dolomiti, aspettiamo l'apertura di uno pseudo rifugio sushi». È significativo che la raccolta di firme contro il fast food dolomitico sia partita da Milano, cioè da uno tra i più importanti mercati cui guardano i nostri impiantisti: la reazione di chi accusa i cittadini di voler insegnare a chi vive in montagna come comportarsi denota la assoluta sordità di un sistema dall'orizzonte corto, ostinato a ignorare le critiche della propria clientela. Il turismo invernale e l'ampio indotto sono ancora un motore fondamentale per l'economia regionale e sappiamo come il cambiamento climatico, l'aumento dei costi, l'impoverimento del ceto medio nonché altri fattori rendano incerto il futuro: sfruttare scriteriatamente il presente avvicinerà il baratro, mentre una transizione ragionata e ragionevole potrebbe realizzare un nuovo equilibro virtuoso.

Enrico Franco