AbruzzoWeb
Tutte le notizie d'Abruzzo a portata di click

# EXPO DUBAI 2020: ABRUZZO IN VETRINA CON FALCONERIA, BRAND "PAESAGGI CULTURALI" E IPPOVIA PARCO

8 Febbraio 2022



DUBAI – L'arte della falconeria abruzzese, classica e moderna, praticata in scenari mozzafiato, da far conoscere ai Paesi Arabi dove si contano decine di migliaia di praticanti e appassionati, il lancio del nuovo brand comunicativo "Paesaggi Culturali", che racchiude le bellezze, la tradizione e la forza del territorio abruzzese, e l'ippovia del Parco nazionale del Gran Sasso Monti della Laga, la più lunga d'Europa, i cui primi tratti saranno aperti al pubblico in estate.

Queste le proposte e le suggestioni al centro della seconda giornata all'Expo di Dubai 2020 di "Abruzzo sostenibile nell'agrifood", che per tutta la settimana presenterà nella vetrina mondiale circa 120 eccellenze enogastronomiche prodotte da 22 imprese. Nella conferenza stampa all'hotel Hilton di Dubai, è stato sottolineato "il nesso profondo tra qualità ambientale, storia e cultura, e agrifood di qualità" in una regione conosciuta come la regione verde d'Europa.

Tra i momenti più apprezzati dalla stampa internazionale e operatori turistici presenti, la proiezione del video illustrato dal falconiere Maurizio Raggio: le bellezze d'Abruzzo dal punto di vista di un rapace, in volo dal ponte del mare di Pescara, alla fortezza di Civitella del Tronto, in provincia di Teramo.

"La falconeria  – ha spiegato Raggio – vanta in Abruzzo una solida tradizione, sia nella sua versione classica che in quella moderna, e questo può rappresentare un ottimo biglietto da visita nei paesi arabi, e qui a Dubai, in particolar modo, dove sono migliaia gli operatori e praticanti, e dove esiste anche un ospedale veterinario specializzato. Una pratica che in Abruzzo si coniuga con paesaggi meravigliosi, tenuto conto che è una regione che può essere attraversata, in poco tempo, dalla montagna al mare, secondo i ritmi del turismo lento che consente di assaporare il territorio".

Anche oggi comunque sono continuati contatti e presentazioni per favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta del comparto enogastronomico, con il coinvolgimento di importatori, buyers, stampa internazionale, influencer, consulenti, chef e imprenditori dell'agrifood già operanti in Medio Oriente, e in altre aree del mondo presenti a Dubai: tutto ciò con l'obiettivo di conquistare nuovi mercati in una delle vetrine più importanti del mondo, con prodotti di punta come zafferano, tartufo, passando per olio, vino, ortofrutta, miele, pasta secca e fresca e pasticceria.

La 'spedizione' è promossa dalla Regione Abruzzo ed è curata, nel ruolo di braccio operativo, dall'Ente regionale della missione, l'Azienda regionale attività produttive (Arap).

Nella seconda giornata sono intervenuti il vice presidente della Giunta regionale, con delega all'Agricoltura e all'Ambiente, Emanuele Imprudente, il consigliere regionale e componente dell'ufficio di presidenza, Sabrina Bocchino, il presidente di Arap, Giuseppe Savini, il direttore generale di Arap, Antonio Morgante, il presidente del Parco Nazionale Gran Sasso Monti

della Laga, Tommaso Navarra, e il presidente regionale di Italia Nostra, Paola di Felice, direttore emerito del polo museale di Teramo.

Presente anche Valeria Di Santo Della Penna, consigliera Cram, ambasciatrice degli abruzzesi negli Emirati Arabi Uniti e nei Paesi del Golfo e portabandiera della comunità italiana a Dubai.

A moderare l'incontro, Filippo Lucci, giornalista e presidente del Consorzio Punto Europa.

Altro tema saliente è stato il nuovo brand "Paesaggi culturali", lanciato in sinergia dal Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga, dal Consorzio Punto Europa insieme all'associazione Italia Nostra, e l'ippovia del Gran Sasso e dei Monti della Laga, i cui primi tratti saranno aperti al pubblico entro l'estate, lungo quella che sulla carta sarà la più grande ippovia d'Italia e d'Europa, tra le più lunghe al mondo, forte dei suoi 400 chilometri. Anche qui sono stati proiettati due video dedicati, di grande efficacia e suggestione.

Un brand, ha detto il vicepresidente Imprudente, "che coniuga l'essenza della nostra terra, la sua bellezza naturale e i suoi valori culturali, in linea con l'immagine che vogliamo affermare nel mondo, a partire da qui a Dubai, della nostra regione, ovvero una terra sostenibile e dinamica, con una grande tradizione e una grande comunità. Una terra difficile, che ha subito terremoti devastanti nel corso dei secoli, ma che si è sempre risollevata, mostrando grande forza e resilienza. Una regione che vanta una alta qualità della vita, aspetto che vuole essere enfatizzato dal nostro progetto multidisciplinare Abruzzo regione del Benessere".

Bocchino, arrivata ieri a Dubai in rappresentanza del consiglio regionale, ha evidenziato che "affermare un marchio a livello internazionale incentrato sull'Abruzzo regione verde d'Europa e ricco di storia, porta valore aggiunto al nostro sistema economico. Non tutti sanno che nostre città come Chieti e Vasto sono più antiche di Roma".

"Con paesaggi culturali si condensa quella che è la nostra idea di Parco – ha spiegato il presidente del Parco, Navarra -, che non è solo un'area naturale protetta e un ente di gestione, ma una continuità identitaria, che l'uomo ha saputo affermare in sinergia e nel rispetto della natura. Il paesaggio mozzafiato di Campo imperatore è stato ad esempio plasmato nei millenni, dalla presenza dell'uomo e delle sue attività, come la pastorizia. Il sistema dei parchi abruzzesi costituisce un corridoio naturale, fondamentale al centro dell'Italia, ma anche una continuità storica e culturale, che si esprime anche nella straordinaria biodiversità delle materie prime agroalimentari, con cultivar antichi e rarissimi, riscoperti e valorizzati. In questa dimensione, in questo brand, rientra anche l'attivazione dell'ippovia del Gran Sasso e Monti della Laga, un anello di 400 chilometri, ideale per fare esperienza profonda e lenta del nostro territorio".

Ha poi preso la parola Paola Di Felice. "Paesaggi culturali nasce da una idea di Italia Nostra, partendo dal presupposto che la natura ha sempre convissuto con l'uomo. Ogni comunità ha un retaggio culturale, ma di cui  spesso, a causa dello spopolamento, si è persa la memoria, e se si perde la memoria, il futuro non è raggiungibile. Importante è che queste comunità tornino ora a raccontare i paesaggi che conservano le tracce della loro cultura secolare".

Il direttore generale Arap Morgante ha aggiunto che "un brand come Paesaggi culturali, l'ippovia, la valorizzazione della falconeria sono in piena sintonia con il nostro progetto di internazionalizzazione dell'agrifood di eccellenza, radicato nel territorio, e nel segno dell'eco sostenibilità, su cui le nostre aziende stanno mettendo in campo uno sforzo finanziario importante. Del resto anche a Dubai e in Medio Oriente, come è evidente qui all'Expo, c'è un mix di tradizione e innovazione".

LA DIRETTA DELLA CONFERENZA STAMPA

© 2026 Abruzzo Web Enfasi srl - Quotidiano digitale registrato presso il Tribunale dell'Aquila con decreto n°501 del 2 settembre 2003
Iscrizione al ROC n. 26362 - P.IVA 01812420667
Direttore responsabile Berardo Santilli