



92^a FIERA
INTERNAZIONALE
TARTUFO BIANCO
D'ALBA

“TIME IS UP”: CALA IL SIPARIO SULLA 92^a EDIZIONE DELLA FIERA

Oltre 95.000 ingressi al Mercato mondiale del Tartufo Bianco d'Alba, con un focus sulla sostenibilità ad accompagnare la cucina d'autore e della tradizione

Le nebbie di inizio dicembre, con i colori del bosco che abbandonano il meraviglioso foliage autunnale preparandosi alle prime nevi che, si spera, ricopriranno le colline di Langhe, Roero e Monferrato: ecco i segnali che, ogni anno, accompagnano la fine della **Fiera internazionale della Fiera del Tartufo Bianco d'Alba**, in cui la poesia della natura di queste colline e delle tradizioni legate alla cerca e cavatura del tartufo si accompagna all'incredibile prestigio dell'alta cucina, capace di regalare emozioni indimenticabili.

Cala dunque il sipario su questa **92^a edizione**, dal titolo **“Time is up”**, con un forte richiamo all'urgenza legata al **cambiamento climatico** e un focus sul tema della **sostenibilità** – non solo ambientale, ma anche economica e sociale –, sottolineando l'ultima svolta che ha segnato la manifestazione, sempre più vetrina internazionale e punto di riferimento culturale, oltre che enogastronomico.

Un elemento, su tutti, ha caratterizzato la 92^a edizione della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba: il grande ritorno degli stranieri, e in particolare del turismo a lungo raggio. In nove weekend (dall'inaugurazione del 3 ottobre, alla presenza del presidente della Repubblica Sergio Mattarella, alla chiusura del 4 dicembre, con un anticipo nel fine settimana dedicato al folclore a inizio ottobre) il **Mercato mondiale del Tartufo Bianco d'Alba**, all'interno del Cortile della Maddalena, unitamente alla rassegna **Albaqualità**, ha fatto registrare **oltre 95.000 ingressi**: un numero significativo, in linea con le passate edizioni.

Degno di nota anche il dato relativo alle provenienze, con **arrivi da 70 Paesi** nel mondo e una partecipazione alle esperienze proposte dalla Fiera – **cooking show** in particolare, sempre andati **sold out** – che supera l'80% di stranieri, facendo registrare numerose presenze da USA, Brasile, Asia (Corea del Sud, Giappone, Hong Kong e Taiwan), oltre ai consolidati mercati europei. Tutto esaurito anche per i corsi di cucina al Castello di Roddi, i laboratori del gusto e gli atelier della pasta in Sala Fenoglio, le analisi sensoriali del Tartufo Bianco d'Alba e le **wine tasting**.

Un'ultima nota merita la riflessione sulla ricaduta economica: ogni euro speso per acquistare il Tartufo in Fiera genera circa 20 euro di spesa sul territorio, tra strutture ricettive, ristoranti ed esercizi commerciali, con un **fatturato di circa 150 milioni di euro** legato – direttamente e indirettamente – alla Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba.

Tra conferme di format ormai consolidati e novità assolute, quella appena conclusa si è rivelata essere un'edizione ricchissima. Tra i grandi debutti – grazie alla rinnovata collaborazione con **Microsoft Italia**, insieme al golden partner per la Mixed Reality “Hevolus” – la Fiera del Tartufo quest'anno è sbarcata sul **Metaverso**, con un assaggio (presentato in occasione di **Tuber Primae Noctis**, il Capodanno del Tartufo che si è celebrato quest'anno al Castello di Grinzane Cavour, nell'ambito della **VI Global Conference on Wine Tourism**) di quella che potrà essere la modalità di fruizione di una destinazione turistica su un orizzonte temporale di medio periodo, in forma ibrida tra finzione e presenza fisica.

Prima volta anche per la Fiera dopo il riconoscimento **UNESCO** della **“Cerca e cavatura del tartufo in Italia”** quale **patrimonio culturale immateriale**, con la celebrazione del compleanno – organizzata insieme al **Centro Nazionale Studi Tartufo** in un intero weekend dedicato – culminata nella consegna del riconoscimento di **“Ambasciatore del tartufo italiano”** alla speaker di Radio DeeJay **La Pina**, che da anni svolge una precisa e appassionata narrazione sul mondo del più pregiato tra i funghi ipogei.

Alla sua seconda edizione, grande successo ha riscosso l'appuntamento con **“Sostenibilità Incrociate”**, il ciclo di incontri – co-prodotto da Class Editori – che per tre giorni ha portato a dialogare tra loro mondi apparentemente distanti intorno al tema, attualissimo, della sostenibilità dal punto di vista sociale, economico e ambientale. Nell'ambito dell'evento – che vede proseguire il percorso per la **certificazione ISO 20121**, con l'implementazione di standard internazionali sulla gestione sostenibile degli eventi – è stato inoltre assegnato il **premio “Dawn to Earth”**, alla sua seconda edizione, organizzato in collaborazione con il curatore gastronomico **Paolo Vizzari**, che ha visto premiati i **game changer Chiara Pavan e Francesco Brutto**, Chef del ristorante **Venissa** di Mazon, in virtù del loro impegno attraverso la **“cucina ambientale”**.



Un capitolo a parte meritano, quindi, gli **appuntamenti legati al folklore**, che grazie al lavoro della **Giostra delle Cento Torri** e dei volontari dei nove Borghi albesi hanno aperto il mese di ottobre con la **Rievocazione storica in costume** e con il **Palio degli Asini**: il capitolo legato alla tradizione è stato arricchito, inoltre, dal ritorno del **Baccanale dei Borghi**, con lo street food dei borghi albesi, e dal debutto del **Baccanale della Musica**, che hanno fatto rivivere le atmosfere medievali in tutto il centro storico cittadino.

Tra gli appuntamenti ormai consolidati, il ricchissimo calendario dei **cooking show** proposti in Sala Beppe Fenoglio: 40 gli eventi proposti, sempre **sold out**, dedicati ai gourmet che da tutto il mondo hanno voluto sperimentare le migliori combinazioni tra la cucina d'eccellenza e il **Tuber magnatum Pico**. Un intero weekend è stato dedicato ai **Creative Moments** che, dopo il riuscito debutto dello scorso anno, hanno visto la Città di Alba protagonista – insieme a Bergamo e Parma, le tre italiane Creative Cities Unesco per la Gastronomia –, attraverso un gemellaggio con le città di Rouen (Francia), Cochabamba (Bolivia) e Bohicon (Benin).

Sempre più che apprezzate le **Cene insolite**, eventi eccezionali organizzati in scenari fuori del comune, con le proposte culinarie di chef di fama internazionale: tra le altre, oltre quelle presso il Teatro Sociale "Busca" di Alba, degne di nota le cene al **Kartell Bistrot Panoramic** di Punta Helbronner – grazie alla collaborazione con **Skyway Monte Bianco**, nel ristorante più alto d'Italia a 3.466 metri –, al **Castello di Perno** e all'**Italdesign Giugiaro** di Moncalieri, per un'immersione nelle eccellenze del Made in Italy tra prototipi e auto d'epoca.

Sull'asse "**Truffle and Wine**", rinforzando il connubio vincente tra Tartufo Bianco d'Alba e grandi vini piemontesi, si è consolidata la partnership con il **Consorzio Alta Langa DOCG** e il **Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani**, impreziosita dalla collaborazione con la **Strada del Barolo e grandi vini di Langa** per accogliere in Fiera produttori e **vini della Borgogna**, in un weekend dedicato. Sempre in tema di vino, non è mancata la storica proposta della **Wine Tasting Experience**, organizzata quest'anno nelle sale del Museo Civico Archeologico e di Scienze Naturali "Federico Eusebio", così come l'appuntamento con **La Vendemmia**, uno degli eventi più attesi dell'autunno milanese, ideato e promosso da **MonteNapoleone District**. Infine, la seconda edizione di "**Barolo en Primeur**", asta internazionale a fini benefici – organizzata dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo, insieme alla Fondazione CRC Donare in collaborazione con il Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani – a sostegno di progetti di utilità sociale, tenutasi nella scenografica location del **Castello di Grinzane Cavour**.

Lo stesso maniero, inoltre, è stato protagonista dell'**Asta Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba**, giunta alla sua XXIII edizione, nel corso della quale sono stati superati tutti i precedenti record: nell'Asta più internazionale di sempre, con collegamenti a Hong Kong, Singapore, Vienna, Seoul e Doha, è stata raccolta la cifra da capogiro di oltre 600.000 euro – interamente destinati a progetti benefici –, con il lotto finale battuto a 184.000 euro, volato a Hong Kong.

Di grande qualità anche l'esemplare da 555 grammi, proposto da Tartufi Morra e premiato da Reale Mutua con il riconoscimento di **Tartufo Reale**, mentre per tutti i bambini è stato riproposto l'allestimento dell'area **Alba Truffle Bimbi**, presso il Palazzo Mostre e Congressi intitolato a Giacomo Morra.

Il **Truffle Hub di Roddi** si è riconfermato centrale anche in questa 92ª edizione, ospitando cene ed eventi nell'ambito del progetto di valorizzazione "**Eccellenze del Piemonte in Vetrina**", realizzato in collaborazione con l'assessorato al Turismo della Regione Piemonte, la DMO regionale Visit Piemonte e le ATL piemontesi. Proprio il Castello di Roddi è stato teatro, inoltre, della presentazione dell'alzata "**Sottosopra**", il nuovo oggetto di design – ideato dall'architetto milanese **Fabio Novembre** e realizzato grazie alla collaborazione con la **Cooperativa Sociale Eta Beta** di Bologna – andato ad arricchire il **Kit per il Tartufo Bianco d'Alba**.

Tra gli altri partner della manifestazione, oltre al **Consorzio di Promozione e Tutela del Prosciutto Crudo di Cuneo DOP**, da segnalare la **Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo**, in particolare con la "**Cena del Talento**", **Confartigianato Cuneo** con le proposte dei "Creatori di Eccellenza" e le Passeggiate Gourmet, **Confagricoltura Cuneo** e **Coldiretti Cuneo**, la località sciistica svizzera di **Verbier** insieme alla **Barry Foundation of the Grand-St-Bernard** di **Martigny**, il **CREM di Montecarlo** (il circolo dei residenti esteri di Monaco), la **Birra Menabrea** in abbinamento ai migliori **formaggi Botalla** e la **Regione Valle d'Aosta**, con le sue fontine e i suoi vini.

"La grande sfida che ogni anno la Fiera si trova a fronteggiare è quella di essere contemporanea, mantenendo saldo il suo fortissimo legame con la cultura del tartufo e con la tradizione, ma al contempo rinnovandosi e rispondendo alle chiamate del presente. Così è stato con 'Time is up', attraverso il quale abbiamo voluto mettere al centro del dibattito il cambiamento climatico e la sostenibilità. Avevamo iniziato in tempi non sospetti, ora a maggior ragione sentiamo l'urgenza, l'esigenza e la responsabilità di affrontare e stimolare una svolta culturale che necessariamente deve coinvolgere sempre di più le nuove generazioni, ricordandoci sempre di guardare al futuro – afferma la presidente della Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, Liliana Allena –. Credo che possiamo guardare a questa edizione,



la prima dopo il ritorno alla normalità, con grande soddisfazione. Oggi salutiamo una Fiera ricca di emozioni, con un successo che è frutto di un grande lavoro di squadra. Con grande passione questo territorio, mettendo al centro il Tartufo Bianco d'Alba come prodotto principe, insieme alle moltissime eccellenze enogastronomiche di questa terra, continua a investire sulla promozione. Continuiamo quindi a lavorare per proporre a turisti e visitatori delle esperienze autentiche e irripetibili, che trovano la loro massima espressione nelle emozioni suscitate dal profumo inebriante del nostro diamante bianco, con tutto il fascino e il mistero che questo frutto della terra porta con sé”.

“È stata un'edizione eccezionale. L'edizione della ripresa dopo i due difficili anni della pandemia, quella in cui abbiamo avuto l'onore di ospitare ad Alba il Presidente della Repubblica Mattarella, in cui abbiamo accolto di nuovo migliaia di turisti da ogni parte del mondo per ben nove settimane – aggiunge il **sindaco della Città di Alba, Carlo Bo** –. Ringrazio l'Ente Fiera e tutti gli addetti per il grande sforzo organizzativo, ma anche le tante realtà che ogni anno promuovono eventi collaterali che arricchiscono le nostre proposte turistiche. È stato bello vedere di nuovo la città viva e animata come eravamo abituati durante la stagione autunnale. Ora il calendario cittadino non si ferma e prosegue con i tanti appuntamenti dedicati al Natale”.

“Si chiude una Fiera straordinaria, un'edizione di nove settimane all'insegna del ritorno alla normalità, con turisti da tutto il mondo – dichiara l'**assessore al Turismo e Città Creative Unesco della Città di Alba, Emanuele Bolla** –. Una fiera che ha saputo coniugare in modo eccellente la tradizione del folklore e il genio della creatività, il tutto all'insegna della valorizzazione del nostro tartufo bianco d'Alba. Una fiera che ha superato ogni aspettativa e che ci proietta verso le nuove sfide turistiche che ci aspettano nel 2023.

“Ancora una volta la Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba si conferma uno degli eventi più importanti d'Italia e un traino straordinario per il turismo piemontese, che quest'anno sta superando anche i livelli pre pandemia, a testimonianza dell'eccellenza di un patrimonio enogastronomico, artistico e culturale che continua a far innamorare visitatori in arrivo da ogni parte del mondo”, sottolineano il **presidente della Regione Alberto Cirio** con il vicepresidente **Fabio Carosso** e gli assessori al Turismo **Vittoria Poggio** e all'Agricoltura **Marco Protopapa**.

PER INFORMAZIONI

Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Piazza Medford, 3 - 12051, Alba Tel. +39 0173 361051 - info@fieradeltartufo.org - www.fieradeltartufo.org



@tartufobiancoalba



@tartufobiancoalba



@AlbaTruffle



<https://www.youtube.com/user/Tartufobiancoalba>

L'hashtag ufficiale dell'evento è **#albatruffle**

Ufficio Stampa Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Pietro Ramunno | ufficiostampa@fieradeltartufo.org | +39 3395943085

Efficere

Federico Amato | federico.amato@efficere.it | +39 3485261626
Alessandra Ferraris | alessandra.ferraris@efficere.it | +39 3479186800