

## **FIOF e il sogno Americano...**

La gastronomia italiana suscita da sempre grandi consensi in tutto il mondo. Non stupisce quindi l'enorme successo della Settimana della Cucina Italiana, realizzata per la prima volta nel 2016.

Conferenze, degustazioni, cene di gala, corsi di cucina, concerti e **mostre legate alla cucina** hanno animato in ogni Paese le Ambasciate, i Consolati, gli Istituti Italiani di Cultura e altre location selezionate. Per tutta la settimana centinaia di ristoranti italiani all'estero hanno proposto menu ad hoc per far conoscere al mondo il meglio dell'enogastronomia tricolore.

*Il Corriere della Sera sottolinea che si è trattato di una manifestazione senza precedenti, volta a promuovere le eccellenze dello Stivale e gli artigiani del cibo e, nel contempo, incrementare le esportazioni e il turismo enogastronomico.*

In considerazione dell'enorme successo riscosso, il Governo italiano rilancia nel 2018 la III Settimana della Cucina Italiana nel Mondo, un'iniziativa attuata dai Ministeri degli Esteri, delle Politiche Agricole, dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca e dello Sviluppo Economico. L'intento è quello di valorizzare la tradizione culinaria italiana nel mondo, quale uno dei segni distintivi del Marchio Italia.

Per l'edizione 2018 sarà la dieta Mediterranea a far da padrona, la Puglia e i suoi prodotti testimonial dell'enogastronomia made in Italy.

In questo prestigioso contesto, FIOF è stato chiamato a testimoniare attraverso la fotografia l'eccellenza della cucina pugliese.

*Il progetto ben si inserisce nei progetti di interscambio culturale che da anni ormai il FIOF attua, con le diverse realtà presenti nel mondo, attraverso la fotografia, dichiara il Presidente Nazionale Ruggiero Di Benedetto, abbiamo il dono di poter raccontare per immagini tutti gli ambiti della cultura e delle tradizioni italiane. La fotografia oggi è uno dei più potenti mezzi di comunicazione, che ci consente di trasmettere con immediatezza tutto ciò che ci circonda".*

*A raccontare l'eccellenza gastronomica pugliese, presso l'Ambasciata di Washington, non potevamo chiamare che un'eccellenza della fotografia italiana, dichiara Maria Lanotte, art director FIOF, nonché responsabile del FIOF International Department.*

*Quando dall' Ambasciata di Washington ci hanno contattati, per proporci un'esposizione, che potesse raccontare attraverso la fotografia, le tipicità pugliesi, ho subito pensato al progetto sulla pesca, prodotto in Puglia dal Maestro Francesco Cito. Un racconto per immagini che evidenzia non solo uno dei prodotti più rinomati della cucina pugliese, ma anche le tradizioni legate alla pesca e al contesto sociale locale. Siamo molto onorati di*

*aver ricevuto questo invito dall'ambasciata di Washington e che a rappresentare FIOF, l'Italia e la Puglia sia Francesco Cito, con la sua indiscussa professionalità e cura nel "saper raccontare per immagini"*

Mission del FIOF International Department è la promozione della fotografia italiana nel mondo. Questa occasione offerta dall'Ambasciata di Washington è solo l'inizio di una lunga collaborazione, che vedrà FIOF e la fotografia italiana, protagonisti di altri eventi in America nel 2019.

**Obiettivo di FIOF è far conoscere, la fotografia italiana, attraverso lo sguardo di vari autori, ognuno con la propria inclinazione, dichiara il Presidente Ruggiero Di Benedetto.**

Per chi ama la fotografia e crede nelle attività FIOF, a partire da gennaio, saranno aperte le selezioni degli autori FIOF per il Washington FotoDC, uno degli eventi più importanti nel panorama della fotografia americana e mondiale. FIOF ancora una volta sarà protagonista con la fotografia italiana, in un mercato che ha fatto della fotografia, una vera e propria arte, un mercato destinato soprattutto alla vendita della fotografia come arte.

Fondato come FotoWeekDC nel 2008, il festival di fotografia di una settimana ha inizialmente attratto 20.000 partecipanti; tra cui fotografi professionisti e amatoriali, amanti della fotografia e partner come National Geographic, la Corcoran Gallery of Art, The Smithsonian Institution e varie gallerie d'arte locali. Nel 2009, l'organizzazione ha ricevuto lo status di no-profit e ha iniziato a sviluppare programmi per includere lo sviluppo professionale e nuovi spazi espositivi. In risposta alla domanda di programmazione per tutto l'anno, FotoWeek DC è stata rinominata nel 2011 per diventare FotoDC, e ha lanciato nuovi programmi per offrire maggiore visibilità a tutti i fotografi, nuovi spazi per mostre e nuovi programmi per studenti e giovani. Il Festival annuale di novembre continua a essere il più grande progetto di FotoDC con oltre 40.000 visitatori ogni anno.