

Helena Kyriakides: «Come promuovo l'enogastronomia dell'Emilia Romagna nel mondo»

written by Enzo Radunanza | 07/05/2019



Cresciuta a Londra, in Italia ha trasformato in lavoro la sua passione per cibo e vino. La fondatrice di Yummy Italy si racconta con spontaneità e spiega in che modo collega gli stranieri con le aziende emiliano-romagnole. L'obiettivo è creare un importante dialogo culturale che metta al centro tradizioni e persone.

Negli ultimi cinque anni il **turismo enogastronomico in Italia** ha registrato una crescita notevole,

dimostrando che i nostri sapori - insieme all'architettura e all'arte - rendono il Belpaese **una delle destinazioni più ambite nel mondo**.

A novembre 2018, un'[indagine dell'Agenzia Nazionale Turismo](#) ha evidenziato che nel 2017 **gli stranieri hanno destinato ai viaggi enogastronomici ben 223 milioni di euro** con un incremento del **70% rispetto al 2013**; un dato interessante, soprattutto perché è il più alto se rapportato ad altri tipi di vacanza.

I buongustai arrivano soprattutto da Stati Uniti, Regno Unito, Austria, Svizzera e Francia e la spesa totale - solo di questi cinque Paesi - rappresenta il 55,2% degli introiti del turismo italiano nel comparto cibo-vino (Fonte: Ufficio Studi ENIT - Redazione ONT, 26/11/2018).

Un **fenomeno da non trascurare** perché è un volano potenziale per la ripresa della nostra economia. Va anche detto che la promozione del turismo legato al cibo e al vino, deve rientrare in un progetto politico ad ampio spettro che crei tutte le condizioni per un'accoglienza efficiente.

Ne abbiamo parlato con **Helena Kyriakides**, titolare dell'agenzia bolognese [Yummy Italy](#) che dal 2014 si occupa di creare dei percorsi enogastronomici per **gli stranieri che desiderano conoscere e approfondire i sapori autentici dell'Emilia Romagna** ma anche dell'Italia in generale.

Helena Kyriakides di Yummy Italy: esperienze enogastronomiche su misura

Cresciuta a Londra, [Helena](#) si è stabilita in Italia dopo una carriera nel campo della comunicazione e dell'organizzazione di eventi. Oggi vive a Bologna ma continua ad interagire con una clientela internazionale desiderosa di scoprire le aziende e i prodotti tipici emiliano-romagnoli.

Sarebbe riduttivo definire **Helena Kyriakides** una semplice blogger e **non è un'accompagnatrice turistica**, la sua professione è molto di più. **Yummy Italy**, infatti, è un mezzo di trasmissione della cultura di un territorio e dei suoi protagonisti.

Alla simpatia e alla grande predisposizione a parlare di cibo e vino, Helena unisce la preparazione approfondita che si è formata in anni di studi e corsi specialistici. Tra i titoli conseguiti ci sono quelli di **Assaggiatore di Aceto Balsamico Tradizionale**, **Sommelier FISAR**, **Assaggiatore Formaggi ONAF**, **Giudice del Gusto** e **Panel Leader** presso il Centro Studi Assaggiatori Italiani.

Per le aziende, invece, la **fondatrice di Yummy Italy** è un partner prezioso per aprirsi una finestra sul mondo e presentare la propria storia, l'attività e l'offerta enogastronomica ad un pubblico curioso che vuole approfondire tutto quello che è legato alla tavola italiana.

A testimonianza dell'importante lavoro esperito in questi anni, al Vinitaly 2019 **Helena Kyriakides** è stata insignita del titolo di "[Ambasciatore dei vini dell'Emilia Romagna](#)". Il riconoscimento, ogni anno, viene assegnato da **Enoteca Regionale** a pochi giornalisti e opinion leader che - attraverso il proprio lavoro - si sono contraddistinti per la promozione e la valorizzazione del comparto vitivinicolo regionale.

Intervista a Helena Kyriakides

Abbiamo chiacchierato con Helena durante una degustazione di vini emiliano-romagnoli e, tra un bicchiere e l'altro, ci ha raccontato la sua storia e il suo lavoro, oltre a spiegarci cosa pensa del **turismo enogastronomico in Emilia Romagna**, senza risparmiare qualche giusta critica.

Ciao Helena, da quanto tempo vivi in Italia?

Ormai da quasi vent'anni perché mio marito è bolognese. Al mio arrivo, mi sono immediatamente innamorata di Bologna anche se era diversa da come la conosciamo oggi. In quel periodo lavoravo per una multinazionale alimentare e viaggiavo spesso tra Inghilterra, Svizzera e Italia fino a quando ho deciso di fermarmi sotto le Due Torri.

Come sei riuscita ad ambientarti a Bologna?

Non è stato molto difficile perché è una città accogliente. Nella ricerca di un nuovo lavoro, tra diverse buone offerte, ho accettato quella della Lamborghini diventando responsabile degli eventi in Italia e all'estero. Questa esperienza mi ha aperto un mondo sull'enogastronomia italiana, ed in particolare emiliano-romagnola, perché dovevo selezionare e scegliere chef, produttori, prodotti, aziende di catering e cantine. I nostri eventi, infatti, dovevano anche promuovere le tipicità della regione a cui apparteneva questa prestigiosa casa automobilistica. Ovviamente, il mio compito era di garantire elevati standard anche in queste occasioni ufficiali.

Conoscevi già la cucina italiana?

Sono cresciuta a Londra e tra i nostri vicini di casa c'era la famiglia Bergonzi, di origine piacentina. Ci hanno fatto scoprire le lasagne, la pasta in brodo, la mortadella, la pancetta piacentina e il Parmigiano. In estate, inoltre, facevano il vino in giardino ed era una festa per tutti, soprattutto per noi bambini che partecipavamo alla pigiatura dell'uva. Anche mia madre preparava gli spaghetti alla bolognese, un piatto molto famoso all'estero a proposito del quale [tra i bolognesi c'è un'accesa diatriba](#).

È come se l'Emilia Romagna fosse già nel tuo destino...

Esatto, essendo cresciuta con i prodotti tipici dell'Emilia Romagna, quando sono arrivata a Bologna la sfoglia è stata per me un simbolo "di casa". Devo dire che per me, come per gli inglesi in generale, i piatti emiliani rappresentavano la cucina italiana in senso lato; non conoscevo ancora la varietà gastronomica che offre questo Paese ed è una cosa molto comune all'estero. Non aver promosso adeguatamente le tradizioni regionali è stato un limite per l'Italia e invece è importante che gli stranieri sappiano a qualche regione associare un piatto o un prodotto.

Torniamo alla tua storia. Come ti sei trasformata da brand manager di Lamborghini ad ambasciatrice della cultura gastronomica emiliano-romagnola?

Per 10 anni ho promosso nel mondo i *brand values* dell'azienda e i solidi valori di [Ferruccio Lamborghini](#), contadino e uomo innamorato della sua terra. Ne sono stata felice ed onorata ma, ad un certo punto, ho dovuto rinunciare ad un lavoro che mi portava continuamente all'estero e che non si conciliava con le esigenze familiari. Mi sono reinventata e nel 2014 ho aperto una Partita Iva come **consulente marketing e comunicazione**, aiutando le **aziende dell'Emilia Romagna a promuoversi all'estero**. Nello stesso tempo, per assecondare l'attrazione per il cibo e il vino, ho iniziato a frequentare dei corsi; il primo è stato di Assaggiatore di Aceto balsamico tradizionale, della durata di diversi mesi.

Avevi già in mente che questa passione potesse trasformarsi in un lavoro?

In quel momento non ancora; era un interesse che mi rendeva felice. Scoprivo sempre cose nuove ed era interessante degustare sulla base di un'accresciuta competenza. Il palato va esercitato e stimolato; al di là delle preferenze soggettive, con il tempo e lo studio, si acquisisce una maggiore consapevolezza di quello che ci viene proposto. Si sviluppa anche un senso critico ma attenzione, la critica va esercitata solo quando si ha una preparazione in materia e non a sproposito. Poi tutto si è evoluto per caso. Un giorno il mio amico **Alberto Bettini**, titolare della **"Trattoria Da Amerigo"** di Savigno, mi ha chiesto di accompagnarlo a portare dei clienti a conoscere alcuni suoi fornitori di Parmigiano Reggiano, ortaggi e altre cose e mi sono innamorata di questo lavoro.

Spiegaci cosa fai con l'agenzia Yummy Italy

Creo delle **esperienze enogastronomiche su misura** per gli stranieri che vengono in Italia e soprattutto in Emilia Romagna. Il mio lavoro non si riduce a semplici visite presso le aziende e le cantine ma faccio in modo che si instauri un **dialogo tra il produttore e l'appassionato** affinché quest'ultimo conosca sia i prodotti che l'intero processo produttivo. L'obiettivo principale non è quello di vendere ma di far conoscere le persone e i processi di lavorazione che si nascondono dietro il prodotto finito.

Quanto ritieni importante questo contatto per la promozione del turismo enogastronomico?

È fondamentale per veicolare la cultura del cibo e del vino. Quando in un ristorante a Hong Kong, ad esempio, si vedono grattugiare il [Parmigiano reggiano](#) sul piatto non immaginano che dietro ci sia un casaro che si sveglia alle 5:00 di mattina per mungere le mucche e far partire il lungo procedimento per ottenere questo formaggio tanto decantato. All'estero conoscono e apprezzano i prodotti italiani, ma non viene comunicato abbastanza su ciò che c'è dietro di essi e questa è una lacuna a cui si deve porre rimedio, a mio parere. Oltre a non conoscere le tecniche di produzione, gli stranieri non associano ogni tipicità ad una regione, non si rendono conto della varietà e della biodiversità che caratterizzano il vostro Paese.

Cosa si può fare dal punto di vista politico?

La Regione Emilia Romagna, gli uffici del turismo e altri Enti stanno lavorando molto bene ma bisogna insistere su questa strada. Al Vinitaly 2019, il padiglione gestito da Enoteca Regionale Emilia Romagna, è stato uno di quelli che ha dimostrato un'identità coerente e precisa. Si respirava un concetto di insieme e abbiamo assistito ad una vetrina unica. Non si può nascondere che regioni come Piemonte e Toscana sono più virtuose dal punto di vista della **capacità di autopromuoversi** ma è anche vero che hanno cominciato moltissimo tempo fa su questo terreno. Nel mio piccolo, sto dando un contributo alla divulgazione di una grande regione come l'Emilia Romagna però anche le aziende devono fare la loro parte. Non tutto può dipendere dalle amministrazioni pubbliche.

Cosa potrebbero fare di più le aziende?

Il produttore emiliano-romagnolo mira sempre all'eccellenza e, durante le visite con i miei clienti, i titolari riescono a trasmettere la loro grande passione. Tuttavia, a mio parere, devono essere più intraprendenti e investire maggiormente nella comunicazione della loro storia e per promuovere il loro lavoro, in Italia e all'estero. A volte ci sono piccole azioni che, a costi accessibili, stimolano la curiosità.

Qual è l'interesse che gli stranieri mostrano durante i percorsi che organizzi?

In Emilia Romagna, e in generale in Italia, si mangia benissimo e quindi i miei clienti impazziscono per questi sapori però quello che trovo ancora più importante è la forte curiosità che rivelano. Vogliono approfondire come nasce un prodotto oppure un vino, seguono ogni fase del processo di lavorazione, ascoltano, fanno domande, degustano e toccano, quando è possibile. Le esperienze multisensoriali sono proprio quelle che io miro a concretizzare perché credo che, in questo modo, tutto rimanga ancora più impresso nella mente.

Generalmente dove porti i tuoi clienti?

Da produttori di vino, di aceto balsamico, di Parmigiano e formaggi in generale. Nei miei percorsi, inoltre, non mancano le aziende che coltivano olive e producono olio, i piccoli apicoltori e i prosciuttifici che utilizzano carni provenienti da allevamenti allo stato brado. Mi piace essere portavoce di artigiani che condividono la mia filosofia, che producono cose genuine con un processo ecosostenibile lungo l'intera filiera. Credo molto anche nel km zero e nella tracciabilità.

Oltre all'Emilia Romagna ti capita di andare in altre regioni?

Lavoro soprattutto con l'Emilia Romagna ma mi capita di spostarmi in Puglia e in Toscana, evitando

percorsi frequentati dal turismo di massa. I miei clienti sono persone curiose che vogliono soffermarsi sui dettagli e, spesso, anche abbastanza competenti. Infatti arrivano chef, ristoratori o titolari di gastronomie che vogliono “studiare” da vicino la cucina e i prodotti emiliano-romagnoli ed italiani.

Da quali paesi del mondo provengono e come ti contattano?

In maggioranza sono americani dalle coste (New York, Boston, Seattle, California) ma arrivano da tutta Europa, dai Paesi arabi, asiatici e perfino dall'Oceania. Mi conoscono grazie a TripAdvisor, al sito [Yummy Italy](#) e soprattutto per l'attività social che effettuo tramite [Instagram](#). Naturalmente ciò che funziona di più è sempre il passaparola.

Sei anche una docente di sfoglia emiliana

Ho sempre amato la pasta fresca, mia nonna greca faceva una specie di sfoglia sottile con il manico della scopa e io mi incantavo a guardarla. Arrivata in Italia, dopo qualche anno in cui preparavo la sfoglia in modo amatoriale, ho deciso di seguire un corso professionale con **Rina Poletti**, una bravissima docente che mi ha insegnato molto. Attualmente **impartisco lezioni individuali e collettive** agli stranieri che vengono in Italia oppure vado io all'estero, Londra soprattutto.

Oltre a quella emiliano-romagnola, quale cucina regionale ti piace?

Sicuramente sono stata conquistata dal sud, dai loro piatti ma anche dalla passione e dall'orgoglio che dimostrano per quello che fanno. Purtroppo anche lì manca l'autopromozione di cui parlavo.

Hai un figlio adolescente, cosa gli piace mangiare?

Per me la cucina è una grande passione e in ogni viaggio, seguo un corso di cucina e poi replico i piatti a casa. Inoltre sono cresciuta in cucina con la nonna greca e quindi mi vengono benissimo quei piatti, anche quelli contadini e magari meno conosciuti. Sulla nostra tavola il cibo è internazionale, dalla cucina italiana a quella giapponese e asiatica. Mio figlio apprezza un po' di tutto, dalle ricette indiane, thailandesi e greche. Devo dire, però, che con una nonna bolognese non potrebbe non amare questa tradizione.

C'è qualche progetto che ti piacerebbe realizzare?

Sto scrivendo un libro improntato sul cibo e sul vino di Bologna e dintorni, destinato al mercato straniero. Non posso dare altri dettagli ma anticipo che conterrà storie interessanti e aneddoti divertenti.

Per contattare Helena Kyriakides:

Sito web: [Yummy Italy](#)

Instagram: [@yummyyumyitaly](#) | **Facebook:** [Yummy Italy](#)