

IL GUSTO. L'analisi di Alessandra Priante, direttrice per l'Europa dello Unwto (United Nations World Tourism Organization) alla vigilia del Forum mondiale in Portogallo che passerà il testimone all'Italia: l'edizione 2022 si terrà nelle Langhe

“L'enogastronomia sarà il motore della ripartenza del turismo globale”

ELISABETTA PAGANI

«Il turismo enogastronomico è e sarà il motore della ripartenza dell'intero settore» assicura Alessandra Priante, direttrice Europa dell'Unwto (United Nations World Tourism Organization), l'Agenzia delle Nazioni Unite che si occupa di turismo a livello globale.

A più di un anno e mezzo dall'inizio della pandemia, il mondo è ancora semichiuso: il 29% delle destinazioni mondiali ha confini invalicabili, il 34% parzialmente sigillati e il 36% permeabili a chi è in possesso di un test Covid negativo. Solo l'1% concede accesso libero. Questi i dati con cui si è aperta l'estate e che la direttrice Europa dell'Unwto grossomodo conferma oggi, quando nel continente la stagione si avvia alla conclusione. Una stagione che, per il secondo anno consecutivo, giocoforza ha visto accorciarsi il raggio degli spostamenti dando ulteriore impulso al turismo di prossimità. «Una scelta inevitabile che da una parte ci ha fatto scoprire un nuovo modo di viaggiare, dall'altra ha consolidato un fenomeno in crescita già pre pandemia, e cioè la forza del binomio enogastronomia-vacanza – sottolinea Priante –. Oggi in Italia, in

Europa e in gran parte del mondo la motivazione enogastronomica è quella principale nella scelta di una destinazione. E sono sicura che non si tratti di una tendenza ma di una realtà che rimarrà tale anche dopo il Covid».

Il turismo rappresenta per molti Paesi una fetta fondamentale dell'economia (in Italia vale più del 13% del Pil) e quello enogastronomico, osserva Priante, «ha in assoluto la catena del valore più ampia perché riguarda molti attori: ristoratori, produttori, agricoltori». È, inoltre, una leva importante per «favorire la destagionalizzazione e la decentrazione del turismo», i due problemi del settore in epoca pre pandemica. Perché l'enogastronomia non è solo luglio e agosto, basta pensare al vino. E perché si assaggia in aree rurali, lontano dalle mete congestionate dal turismo mordi e fuggi.

Proprio del rapporto fra enoturismo e campagne, e di come il primo possa essere un traino per lo sviluppo rurale, si discuterà nel quinto Forum globale sull'enoturismo che l'Unwto ha organizzato nella regione vinicola dell'Alentejo, a Reguengos de Monsaraz, non lontano da Évora, il 9-10 settembre (il forum sulla gastronomia sarà invece a Bruges a ottobre). Il focus sarà il

Portogallo, Paese ospitante, ma ci sarà spazio anche per un confronto tra le altre potenze del vino europeo: Spagna, Grecia, Francia e Italia. E per il passaggio di testimone. Dopo Kakheti in Georgia, Mendoza in Argentina, Chişinău in Moldavia, la valle di Colchagua in Cile e l'Alentejo in Portogallo, nel 2022 sarà Alba a ospitare la sesta edizione. Sulle colline patrimonio Unesco arriveranno delegati da tutto il mondo e al centro saranno Langhe, Monferrato e Roero, ma anche l'intero comparto dell'enoturismo italiano, che vale 2,65 miliardi di euro.

D'altronde, secondo il Rapporto sul turismo enogastronomico di Roberta Garibaldi, oltre un italiano su due (il 55%) negli ultimi 3 anni ha fatto almeno un viaggio con l'enogastronomia come principale motivazione (era il 45% nel 2019 e il 21% nel 2016), anche se la crisi innescata dal Covid ha ridotto numero di esperienze fruite e potere di spesa. Questa attenzione non si riscontra solo in Italia ma in gran parte del mondo, spiega Priante, che non ha dubbi nel dire che «l'enogastronomia è il futuro del turismo, non solo il suo motore. Il principio di questo turismo è uno: andare in un posto e goderselo. Oramai non esiste destinazione che prescindano dall'offerta enogastronomi-

ca». E tutto questo aziona un circuito di cui possono beneficiare sia le aree rurali sia i poli turistici presi d'assalto.

«Il turismo enogastronomico permette di conoscere un territorio in modo più autentico, di favorire lo sviluppo di aree meno note e di decongestionare quelle di massa – osserva Priante –. Penso a Venezia. Non voglio entrare nella discussione sul ticket d'ingresso ma dico che sicuramente bisogna dissuadere i turisti dall'accalcarsi in Laguna, ad esempio promuovendo gite sulle colline del Prosecco patrimonio Unesco». Bisogna mettere in atto un nuovo modo di far conoscere il territorio, ora e in vista del futuro, per quanto ancora vago. «Quando si tornerà ai numeri globali del turismo del 2019? La stima è il 2023 ma con questa incertezza si tende a far slittare la data. Le frontiere tardano ad aprirsi, i Paesi impongono la quarantena, non tutti i vaccini vengono riconosciuti. E, soprattutto, non c'è un protocollo valido globalmente che regoli viaggi e ingressi. Ma quando si riaprirà davvero non potremo più permetterci gli errori di prima – conclude –. Dovremmo mostrare un approccio più olistico, mettere le città d'arte in connessione con le aree rurali. E il collante sarà uno: l'enogastronomia». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il cibo come motivazione per partire

Secondo il rapporto sul turismo enogastronomico di Roberta Garibaldi, oltre un italiano su due (il 55%) negli ultimi 3 anni ha fatto almeno un viaggio con l'enogastronomia come motivazione (era il 45% nel 2019 e il 21% nel 2016)



ALESSANDRA PRIANTE
 DIRETTRICE EUROPA
 UNWTO



L'enogastronomia è il futuro del turismo, non solo il motore. Il principio è: andare in un posto e goderselo

Valorizzare e decongestionare

Il turismo enogastronomico favorisce lo sviluppo di aree meno note e decongestiona quelle di massa. Penso a Venezia: bisogna dissuadere i turisti dall'accalcarsi in Laguna, ad esempio puntando sulle colline del Prosecco patrimonio Unesco

Il Content hub

Il gusto viaggia da Cibus fino a Cheese

Il cibo, il vino e l'enoturismo italiano hanno un sapore particolare, quello delle storie delle persone che ci mettono la faccia in cucina, nelle vigne, nei ristoranti. Ilgusto.it, il content hub che si occupa di tutti i contenuti food del gruppo Gedi, è nato per raccontarle.

Lo facciamo ogni giorno sulla nostra home page (www.ilgusto.it) e su quelle di tutti i quotidiani del gruppo, da la Repubblica a La Stampa a Il Secolo XIX per proseguire con le altre testate che raccontano l'Italia. Lo facciamo con I segreti del Gusto che tornerà in edicola a settembre, ottobre, novembre e dicembre. Lo facciamo negli eventi, e la prossima settimana, il 1 e il 3 settembre, saremo a Cibus a Parma e poi con il «Circo del Gusto» a Cheese a Bra. Lo facciamo anche con le inchieste sul mondo del cibo e del vino perché per noi il valore di quello che arriva nel piatto, nel bicchiere o nella tazzina non è importante solo per il sapore che ha, ma anche per l'etica del gusto, per la sostenibilità e la qualità della filiera. Lo facciamo con i progetti che costruiamo dialogando con i protagonisti del Made in Italy, con i volti, le mani, i nasi, i palati e ovviamente anche le aziende. Lo facciamo con la certezza che dietro ogni sapore c'è una storia e vale sempre la pena di raccontarla. L.FER. —



FOTOMRU



FOTOMRU

A sinistra uno scatto dei filari a la Morra, sopra il Cedro nella Cantina Montezemolo, uno dei simboli delle Langhe dell'Unesco. Sotto una mongolfiera in volo sulle vigne



FOTOMRU

