

TURISMO ENOGASTRONOMICO. BENE, QUASI BENISSIMO

Daide Morando

E' universalmente risaputo che il turismo enogastronomico sia la chiave di volta (e di svolta) della ripresa del bel Paese. I numeri parlano chiaro (fonte Osservatorio Nazionale del Turismo). Dal 2012 il comparto è cresciuto del 60% e vale centinaia di milioni di euro l'anno con margini di miglioramento e indotto difficilmente calcolabili. Per un milione di turisti stranieri l'anno (e si stima altrettanti connazionali) quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che porta a scegliere di intraprendere un viaggio in Italia. Un turismo lento, esperienziale, alla scoperta e valorizzazione di territori meno battuti, all'insegna della sostenibilità, della natura, delle tradizioni e della cultura.

Francia, Germania e Regno Unito guidano le "orde di invasori" straniere, mentre Lombardia Veneto e Lazio sono le regioni che "partoriscono" il maggior numero di enoturisti nazionali.

Questa corsa all'oro ha visto mobilitarsi in maniera trasversale le grandi metropoli e i piccoli paeselli, le multinazionali del food&beverage e il singolo contadino: tutti smaniosi di guadagnarsi il proprio posto al sole, consapevoli che non esiste di fatto concorrenza, anzi, l'aumento capillare dell'offerta è un richiamo allettante per il turista che non vede l'ora di trovarsi di fronte al proverbiale "imbarazzo della scelta".

Va detto che a fronte di un successo di pubblico quasi sempre assicurato, la critica (quella costruttiva, che si svincola dai toni entusiasti di un campanilismo esaltato) ha pareri altalenanti.

Km zero, buonsenso sottozero

Il concetto di Km zero è entrato di prepotenza nel vocabolario degli italiani, nei menù della maggior parte dei ristoranti e nelle presentazioni di qualsiasi evento (dalla sagra di paese ai saloni internazionali) enogastronomico Made in Italy. Ben venga. Se c'è qualcuno che può darsi delle arie in tal senso siamo proprio noi italiani, col più grande patrimonio di biodiversità agricole dell'intero pianeta, con decine di declinazioni di cucina e dieta mediterranea una più entusiasmante dell'altra. Ma l'Italia è anche il paese dei furbetti e in una costellazione di impresari virtuosi, non così raramente ci si imbatte in qualcuno che se ne approfitta. Complice una filiera incapace di garantire una tracciabilità adeguata spesso e volentieri c'è maggior sicurezza nella Grande Distribuzione (soggetta a standard internazionali rigidi e trasparenti) che non nei mercatini di paese, dove il KM ZERO dovrebbe trovare la sua massima espressione ed è di grande richiamo e fascino per il turista enogastronomico troppo sovente più fiducioso che critico. Spesso e volentieri i concetti di km zero e biologico vanno a braccetto

ed evocano prepotentemente una sensazione di "più buono". Va da sé che se non è garantita la prerogativa della tracciabilità, di conseguenza anche gli altri due epiteti perdono gran parte del loro valore. Un piccolo aneddoto

d'attualità che non ho modo di verificare e va preso per quello che è: mentre va alle stampe questa Agenda è ancora in corso la famosissima fiera del Tartufo Bianco di Alba. Le quotazioni del pregiato fungo ipogeo hanno raggiunto cifre impressionanti e ha fatto notizia che più volte in questi week end di fiera il mercato ha chiuso i battenti anticipatamente perché il prodotto è andato esaurito.



Le malelingue e alcuni trifolau con esperienza decennale si chiedono invece come il mercato abbia potuto aprire poiché a causa della prolungata siccità estiva di tuberi autoctoni ce ne sono veramente pochi.

Poi c'è chi il Km 0 lo pratica eccome (ad esempio l'agriturismo che vende i propri prodotti, il contadino che fa il banchetto sul ciglio della strada) e volte, purtroppo, pratica anche il doppio standard: un prezzo per l'autoctono di passaggio e un prezzo per il turista sprovveduto. Probabilmente non è una discriminazione così pesante come i bar e negozi delle città d'arte che hanno fatto notizia di recente, o alcuni ristoranti di località turistiche che lo fanno da decenni (confidenza diretta di uno di loro), proponendo non solo un doppio standard sul menù, ma anche uno sulla qualità (utilizzando cioè materie prime decisamente meno pregiate nei week end e nei periodi di maggior affluenza turistica).



Errante in fiera

Di grande risalto e successo le fiere enogastronomiche nella formula itinerante. Mangiare girovagando tra gli stand disseminati in paese, città, o addirittura su paesi limitrofi con un bicchiere di vino in una tasca a tracolla è diventato un format richiesto, di grande richiamo sia per gli eventi già consolidati a cadenza annuale, sia per le nuove manifestazioni che si affacciano timidamente sul calendario anche con formule inedite e stravaganti (fish&chips&wine ad esempio). Questo mangiare di stra-

a stilare liste chilometriche di regole e raccomandazioni quasi mai totalmente applicabili, dall'altra non si presta molta attenzione a chi eccede nel vino e nella goliardia, comportamenti molesti che mal si sposano con manifestazioni che si prefiggono di promuovere il buon bere, informato e responsabile.

E adesso un po' di campanilismo è d'obbligo. Una di queste straordinarie e pittoresche fiere è proprio qui a Calosso. Il terzo week end di ottobre, da oltre 18 anni, il paese si anima di migliaia di enoturisti per la Fiera del Rapulè (le foto di questo articolo sono prese dal



da (che poi mi si accusa di usare troppi inglesismi) ha tantissimi punti di forza e qualche tallone d'Achille. Sicuramente fa uscire dall'anonimato paesi che pur non avendo bellezze architettoniche o paesaggistiche superiori alla media, per questi eventi e grazie a questi eventi si sono "fatti belli" migliorando servizi e viabilità; sicuramente la qualità delle materie prime è altissima e viene esaltata la tipicità locale (quasi mai a buon mercato, ma sicuramente mai strapagata); probabilmente bisognerebbe investire maggiori risorse per abbinare

all'aspetto enogastronomico uno più culturale, cosa che permetterebbe di avere una migliore appetibilità turistica per tutto l'anno e non solo per una settimana o un week end. Bisognerebbe anche mediare un po' l'aspetto burocratico con quello del buon senso: se da una parte i tragici eventi di cronaca internazionale hanno portato gli organi di vigilanza e controllo preposti alla sicurezza

sito ufficiale dell'evento www.fieradelrapule.it) che invadono pacificamente le strade e i "crotin" (vi lasciamo il piacere di scoprire in rete cosa sono) alla ricerca degli odori e dei sapori del nostro piccolo borgo a cavallo tra Langhe e Monferrato. Produttori di vino locali, ristoratori, proloco (del paese e di molti paesi circostanti) e tantissimi volontari si adoperano sinergicamente per una tre giorni di buon cibo, buon vino, prodotti tipici, rievocazioni storiche, spettacoli musicali e molto molto altro ancora.



Riassumendo

Non tutto è male, per carità. Anzi l'enogastronomia italiana è come una stupenda e maestosa mongolfiera zavorrata da pochi ma significativi inconvenienti che le impediscono di solcare cieli più alti e più distanti.

Tantissime persone, diverse professionalità a più livelli, stanno mettendo sul piatto passione, fatica, tempo e risorse per dimostrare che questo è un volano straordinario, un'occasione che tanti hanno già colto con gratificanti ritorni di immagine ed economici ma, come dicevamo in apertura, tantissimi possono ancora perché... clamorosamente, c'è spazio per tutti. Bisogna quindi far quadrato consapevoli che la sinergia tra gli attori rende tutti protagonisti, anche senza il supporto delle istituzioni che non sempre stanno al passo col veloce evolvere delle tendenze, del marketing e della comunicazione.

Poiché sui furbetti sopra elencati l'unica "cura" sono maggiori controlli da parte delle autorità prepose, al momento il "digital divide" (non inteso solo come carenze di infrastrutture telematiche, ma anche come gap culturale in materia di social media e nuove forme di comunicazione che impediscono alle aziende locali di evolversi in GLOCAL) è l'ostacolo più grande e al tempo stesso il più facilmente risolvibile; c'è un mondo di persone la fuori che hanno fame e sete di Italia, con il tempo, la curiosità e la disponibilità economica adeguate: sta a noi decidere se farci scoprire o meno.