

adv



LA SCUOLA CATTOLICA
un film di STEFANO MORDINI
DAL 7 OTTOBRE AL CINEMA
© Picomedia S.r.l. e Warner Bros. Entertainment Italia S.r.l.

78
UNIVERSITÀ
D'ARTE
E ARCHITETTURA
A SENSIBILITÀ
SPECIALI
Sensore Officia

VM 18 ANNI

 CONTENUTO PER GLI ABBONATI

Missione enogastronomia. Vino e cibo fondamentali per scegliere il viaggio

di Luca Ferrua



▲ Il Cedro del Libano a La Morra tra i vigneti Cordero di Montezemolo

Lo Unwto (l'agenzia Onu che si occupa di turismo) porta nelle Langhe, nel Roero e nel Monferrato il forum mondiale del 2022. Ma l'Italia è pronta a cogliere l'opportunità? La risposta non è così certa

01 OTTOBRE 2021

 2 MINUTI DI LETTURA

Se un pezzo della ripartenza dell'Italia fosse nelle mani di un vignaiolo, in quelle di una cuoca o di uno chef? Guardando i dati in costante crescita del turismo enogastronomico mondiale sembra più che un'ipotesi. Se poi si prende coscienza di come il gusto sia determinante nella scelta della meta di un viaggio allora la prospettiva prende concretezza. **Ma il nostro Paese è pronto a cogliere l'opportunità?** La risposta non è così certa.

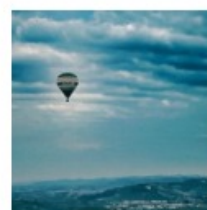
Nel 2022 l'Italia sarà la capitale dell'enoturismo mondiale. Lo ha appena decretato il congresso dello Unwto, l'organizzazione delle Nazioni Unite che governa il turismo planetario guidata da Zurab Pololikashvili. Il testimone, che in questo caso è un'anfora, passa dalle mani dell'**Alentejo in Portogallo** a quelle marchiate Unesco di **Langhe, Roero e Monferrato** sotto la regia di Alessandra Priante direttore Europa dello Unwto.

Nei prossimi 12 mesi l'Italia ha una responsabilità importante e una sfida chiave per la ripartenza: dotarsi di un piano di sviluppo per il turismo enogastronomico, Ce l'hanno moltissimi Paesi del mondo, la maggior parte di quelli dell'Unione Europea ad esempio, l'Italia non ce l'ha, anche se il vino e il cibo sono un asset fondamentale per noi ed è soprattutto, dati diffusi proprio dallo Unwto, sono diventati la prima motivazione per scegliere la meta di un viaggio per i turisti di tutto il pianeta. A completare il quadro va aggiunto che **la cucina italiana resta la più desiderata al mondo** sia se si esamina l'intera popolazione, sia se si fa riferimento ai ceti elevati. Dietro al nostro menù si piazza la cucina cinese, i francesi tengono il passo per la clientela altospendente, mentre per i numeri assoluti vengono insidiati da India e Giappone. Ingredienti perfetti per cucinare un piatto dal successo assicurato.

L'Italia ha una grande opportunità, ma si deve strutturare. E forse troppo dire che oggi non siamo ancora pronti ma è sicuramente vero che non siamo pronti a sufficienza. «Noi siamo oggettivamente il più bel Paese del mondo e allora perché a consuntivo siamo solo quinti o sesti? Perché c'è qualcuno che riesce a fare marketing digitale meglio di noi, è lì che dobbiamo puntare e dobbiamo migliorare ma non è difficile» Sono parole pronunciate dal **ministro Massimo Garvaglia** che ha chiaramente molto presente la situazione. Se guardiamo al fronte enogastronomico la lacuna italiana è ancora più grande. Ecco perché il piano di sviluppo del turismo del gusto sarà uno dei pilastri della ripartenza. Un progetto rigoroso che il ministro ha affidato a Roberta Garibaldi, elemento importante nei board della World Food Travel Association e del World Gastronomy institute.

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

di Elisabetta Pagani
26 Agosto 2021



Servono progetti per innovarsi e arricchire l'offerta ma soprattutto serve una nuova consapevolezza. L'enogastronomia deve uscire dall'angolo di considerarsi e lasciarsi trattare da figlia di un dio minore nel panorama turistico e culturale italiano. L'assenza di un piano, di un progetto e anche solo della voce enogastronomia nelle priorità dei governi precedenti a quello guidato da Draghi è un sintomo della scarsa considerazione. Non esiste un numero, reale, che indichi **il valore dell'enogastronomia per l'Italia**, a cui ovviamente va sommata la ristorazione, ma è evidente che stiamo parlando di uno strumento chiave per lo sviluppo e la valorizzazione di tutti i territori. Proprio dalla base, dalle Regioni ad esempio, deve arrivare un cambio di passo sulla qualità e sulla capacità di mettere a disposizione in modo capillare un'offerta sostenibile e green, un'experience, in grado di coinvolgere tutte le fasce di età e di spesa. E' necessario costituire dei gruppi di lavoro capaci di

coinvolgere i protagonisti del settore, dalle aziende, anche le grandi, ai territori, ma soprattutto alle persone a chi produce cibo e vino e a chi pensa al futuro dell'enogastronomia. In cantina come in cucina. L'Italia ha donne e uomini per fare la differenza, deve soltanto coinvolgerli perché l'occasione è unica e arrivare impreparati sarebbe troppo grave