



Una veduta di Barolo, verso Novello. Il turismo nell'area Alba-Bra-Langhe-Roero può contare su quasi 10 mila posti letto in più rispetto al 1991

TRA PAESAGGIO ED ENOGASTRONOMIA

# La bellezza paga

## Il mercato turistico cresce e guarda agli Stati Uniti

ROBERTO FIORI

numeri, a volte, parlano chiaro. Nel territorio Alba, Bra, Langhe e Roero, nel 1991 c'erano 268 ristoranti con 33mila coperti. Oggi i ristoranti sono 615, con 41.400 coperti. Sempre nel 1991, le strutture ricettive erano 85 (di cui 53 alberghiere e 32 extralberghiere), per un totale di 1.800 posti letto. Oggi sono 792 (di cui 86 alberghiere e 704 extralberghiere) e i posti letto sono diventati 11.400, senza contare l'universo sfuggente di Airbnb e simili.

Una crescita considerevole,

che è andata di pari passo con l'evoluzione e la consapevolezza turistica di un territorio che in pochi decenni si è trasformato da sonnolenta provincia agricola (ma anche e soprattutto industriale, se si ricordano nomi come Ferrero, Miroglio, Mondo) ad ambita meta internazionale riconosciuta Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco grazie al suo paesaggio, ai suoi vini e alla sua cultura enogastronomica. In trent'anni, gli addetti al settore turistico sono passati da mille a oltre seimila, impegnati ad accogliere e gestire ogni

anno 750mila presenze di visitatori. «Gli stranieri rappresentano il 62% delle notti dormite in Langhe e Roero, gli italiani il 38% - dice Elisabetta Grasso, direttrice del Consorzio turistico Langhe Monferrato Roero. «La nostra stagione turistica ormai dura 9 mesi, da aprile a dicembre, con ottime performance da maggio a novembre. Se settembre e ottobre sono i mesi storicamente di maggior affluenza, luglio e agosto, grazie soprattutto ai clienti del Nord Europa e a soggiorni più lunghi, sono diventati i periodi che consento-

no alle strutture turistiche le migliori soddisfazioni».

La spesa media del turista per un soggiorno di 2 giorni e 1 notte è di 250 euro, per un fatturato annuo stimato intorno ai 250 milioni di euro. «La Svizzera e la Germania si riconfermano i principali mercati storici per il nostro territorio, ma anche il Nord Europa, con il Benelux e la Scandinavia, rappresentano numeri decisamente soddisfacenti, sia in termini di arrivi che di permanenze, che ci ripagano del tanto lavoro di promozione fatto in questi anni», dicono dall'Ati Langhe Roero,

che ha recentemente annesso anche l'Ati astigiana nell'ottica di una promozione unica delle colline del vino. «Il Nord America costituisce un mercato molto interessante in considerazione della qualità dell'ospite e della lunga permanenza: uno dei mercati più promettenti sui quali si continuerà a investire. Anche la Francia ha registrato quest'anno un risultato molto positivo, con ospiti provenienti principalmente da Parigi, Lione e Costa Azzurra. Tra i mercati più nuovi e più lungo raggio, il Brasile e l'Australia. Chi ci sceglie come meta ha un'idea precisa di prodotto: paesaggio vitivinicolo ed enogastronomia, magari abbinabile a una visita artistica e culturale a Torino».

Tutto bene, dunque? Non proprio. In molti evidenziano quanto sia pericoloso sedersi sugli allori e quanto sia necessario andare oltre gli schemi tradizionali stile tajarin-tartufo-vino per mettere sul piatto un'offerta completa, professionale e diversificata in grado di soddisfare tutti i palati. Ecco allora la necessità di diversificare, incrementando le proposte nei settori outdoor e del turismo family, ma anche di preservare l'equilibrio sociale tra turismo e comunità locali. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

NEW YORK

FRANCESCO SEMPRINI

## Il viaggio Usa che parte dalle Langhe

Il Piemonte capofila della prima avventura interattiva «on the road» alla scoperta del vino italiano, un viaggio itinerante improntato alla cultura enogastronomica del Paese, e che vede protagonista il sommelier americano Jeff Porter. Sip Trip (letteralmente viaggio a sorsi), questo il nome della mini serie per YouTube, che andrà in onda in primavera e consentirà agli americani con la passione del vino italiano di avere un approccio ravvicinato e informale alle regioni vitivinicole e ad alcune delle migliori cantine del Paese. Nel suo viaggio, Jeff sarà accompagnato da due amici sommelier e da una esperta della testata online «Vinepair» dedicata a vini e liquori. Un viaggio rigorosamente «on the road» per le strade storiche del Paese, e la cui partenza è prevista a novembre. Gli ideatori della serie non hanno avuto dubbi sulle priorità fissando la prima tappa in Piemonte dove Porter avrà modo di visitare e degustare le produzioni di Consorzio di Tutela dell'Asti D.O.C.G. e Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato, Cantina Renato Ratti, Pio Cesare e Fontanafredda. «Sip Trip» nasce da un'idea di Jeff Porter, direttore della sezione beverage del gruppo Bastianich e tra i più influenti sommelier per il vino italiano negli Stati Uniti, in collaborazione con IEEM e Colangelo & Partners, per celebrare la cultura del Paese in America, in un format del tutto innovativo. «Sarà possibile seguire il nostro viaggio sul sito web, dove caricheremo anche le ricette dei piatti che degusteremo, in modo che lo spettatore possa provare a replicare i piatti e, volendo, anche il percorso del nostro viaggio».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

LA DECISIONE DELL'UE

## Contro l'invasione da Est il riso spera nell'Europa

### Il 4 dicembre il voto sui dazi

ROBERTO MAGGIO

Dopo anni di crisi, il comparto italiano del riso comincia a vedere la luce in fondo al tunnel. Da quando l'Europa ha stretto l'accordo Eba («Everything but arms») con 49 Paesi in via di sviluppo, tra cui Cambogia e l'ex Birmania, una quantità impressionante di riso asiatico a dazio zero ha invaso

l'Europa, andando a mettere a repentaglio i mercati europei, compreso quello italiano, con il riso prodotto in particolar modo nelle province di Vercelli, Novara e Pavia, che ha visto un drastico calo dei prezzi al quintale. La Coldiretti stima che solo da Cambogia e ex Birmania, nell'ultimo anno, sono arrivati 22,5 milioni di chili di riso; una grave minaccia per l'Italia, il maggior produttore europeo di



Da Cambogia e Birmania arrivano 22,5 milioni di chili di riso

riso con i suoi 230 mila ettari coltivati a risaia, 4.200 aziende risicole, 100 industrie risiere, per un fatturato annuo di 1 miliardo di euro.

La luce in fondo al tunnel

consiste nell'adozione della clausola di salvaguardia, cioè la reintroduzione dei dazi doganali per le tonnellate di cereali che approdano nei porti europei dai Paesi extracomunitari: dopo

anni di insistenza, le associazioni di categoria hanno ottenuto dalla Commissione Europea l'apertura di un'inchiesta che facesse luce sul danno provocato dall'import selvaggio alle aziende europee e italiane. Una richiesta supportata negli anni da continui allarmi e proteste, che hanno portato i risicoltori a manifestare di fronte ai Palazzi del potere: nel 2014 la Coldiretti nazionale aveva addirittura allestito una risaia in piazza Castello a Torino, di fronte alla Regione Piemonte, accompagnata dallo slogan «Restituiamo il riso al Piemonte». Ente Risi, dal canto suo, ha organizzato due forum a Bruxelles e Milano, radunando attorno al tavolo i Paesi risicoli europei. E' di questi giorni la notizia che la Commissione Europea ha riconosciuto il dan-

no ai produttori locali, giungendo alla conclusione di dover applicare la clausola di salvaguardia a tutela della filiera risicola europea a partire dal 2019.

La proposta consiste nell'applicare, al riso d'importazione, una tariffa doganale di 175 euro alla tonnellata per il primo anno, ed in misura ridotta per il secondo e terzo anno. Fondamentale, ora, sarà il voto del 4 dicembre, giorno in cui gli Stati membri dell'Unione Europea dovranno decidere sulla reintroduzione dei dazi doganali. Il presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani, in visita venerdì a Vercelli, ha chiesto l'appoggio delle associazioni agricole e delle imprese: «Avrò bisogno del vostro aiuto per far pressione sull'Europa». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI