

Eccellenze territoriali di Riccardo Lagorio

Secondo i più recenti studi di settore, un numero crescente di consumatori privilegia brevi periodi di vacanza fatta di *percorsi su misura* ai periodi di riposo *tradizionali* da 15 o più giorni. Al tempo stesso che si è andata modificando negli anni anche la concezione di turismo: da forma di turismo indefinita o tradizionale –religioso, culturale, di svago *tout court*–, quella del **turismo enogastronomico** ha assunto negli ultimi cinque anni una identità propria, diventando essa stessa **obiettivo e molla di spostamento**.

Si configura così una **sinergia tra settori economici e strategici** quali il turismo in senso stretto –con la promozione del territorio attraverso beni non deperibili– e l'agricoltura, grazie allo sfruttamento delle risorse rinnovabili.

Uno studio del territorio usufruibile dal turista enogastronomico deve avere allora come obiettivo quello di mettere in luce gli aspetti più importanti del **rapporto tra cibo e natura** –ovvero aree attrezzate o attrazioni naturalistiche ed altro ancora–, **tra cibo e monumenti storici, tra cibo e cultura, tra cibo ed identità dei luoghi**. Ciò rappresenta un tutt'uno da presentare al turista enogastronomico.

Secondo le stesse indagini di settore, la figura del turista enogastronomico o di chi è alla ricerca dell'artigianato tradizionale, risulta essere tendenzialmente giovane, con un'età compresa tra i 25 e 45 anni, di livello culturale medio-alto, e capacità di spesa elevate. Si tratta perciò di un **turista** sospinto da curiosità, ma soprattutto **che richiede un livello di servizi e opportunità di crescita personale qualificati e qualificanti**. A questo individuo non possono essere esibite accoglienza e professionalità banali, ma estremamente qualificate. Un punto fondamentale, almeno nella nostra zona, è l'incremento dei low cost, che fanno mettere in moto numerosi turisti d'Oltremarica. È stato dimostrato **che il turista enogastronomico desidera ripetere gli acquisti fatti in vacanza** nella propria sede abitativa: egli potenzialmente rappresenta un valido sbocco di mercato, soprattutto per quei **prodotti elaborati su piccola scala e che rappresentano la reale identità territoriale di un luogo** (esempio più clamoroso del rinato interesse verso le produzioni alimentari locali e artigianali, rappresentative dell'identità e delle tradizioni locali). Risulta così evidente che è necessario fornire ai nostri avventori qualcosa di unico, qualcosa che parla di territorio, qualcosa che non è rinvenibile altrove.

L'impatto che questo può avere servirebbe da elemento che rinsaldi il senso di appartenenza ad una comunità e coinvolgerebbe un numero crescente di settori (agricolo, commerciale, della ristorazione) apparentemente slegati, anche con l'aiuto dei canali di informazione e tecnologici oggi a disposizione. Ciò è ancora più vero qualora si prendano in esame altri due elementi di scottante attualità: la **salubrità** ma ancor più la **precisa tracciabilità** del prodotto. Elementi sui quali le pubbliche amministrazioni non potranno rimanere indifferenti nel prossimo futuro, con tutto beneficio delle microproduzioni locali.

Tutto ciò premesso, ecco perché appare **importante comunicare al turista che determinati prodotti sono inscindibilmente legati ad un determinato territorio**, ma è necessario **collocare gli stessi in precisi scenari e rimandi turistico-culturali**.

Riccardo Lagorio Esperto di prodotti tradizionali, da quindici anni si occupa di ricercare, scoprire e portare agli onori della cronaca le risorse agroalimentari di un'Italia che sta scomparendo. In questi anni ha seguito l'iter di istituzione della DE.CO. ,*Denominazione Comunale*, di numerosi Comuni italiani, recuperando in questo modo gestualità, biodiversità e prodotti tipici del nostro Paese. Lagorio collabora regolarmente con alcune importanti testate di turismo ed enogastronomia; ha inoltre prestato la sua competenza in fatto di produzioni agroalimentari all'Istituto Nazionale di Sociologia Rurale e alle rubriche Gusto del Tg5 e Eat Parade del Tg2.