

TERRITORI. Un convegno a Soave Versus fa il punto delle potenzialità di questo comparto

«Urge fare una mappa su enoturismo a Verona»

Gli operatori: molti i patrimoni da valorizzare. Magnani (Fufluns): «Chi viene qui chiede autenticità e contatto umano con le comunità»

Francesca Lorandi

Hanno voglia di esperienze nuove, uniche, di scoprire un territorio attraverso gli occhi di chi lo abita, di conoscere le cantine, i vini che producono, abbinandoli a prodotti tipici della gastronomia locale. Sono i nuovi enoturisti, che solo tra gli italiani hanno registrato una crescita, in un anno, del 48%. Un flusso elevato che le colline del Soave intendono cavalcare, forti del recente riconoscimento ottenuto dalla Fao, che ha certificato il territorio sito Gias, Globally important agricultural heritage system (sistema di patrimonio agricolo di rilevanza mondiale). Un vessillo che il territorio può e deve sfruttare.

Di questo si è parlato sabato in Gran Guardia, nel giorno di inaugurazione di Soave Versus: «Da paesaggio a patrimonio» il tema del confronto condotto da Federico Quaranta di Radio Due per fornire agli operatori strumenti concreti. Partendo dall'analisi della domanda,

da cioè che chiedono gli enoturisti. «Chi sceglie questo tipo di esperienze vuole autenticità, contatto con la piazza cioè con la comunità locale, vuole conoscerne l'umanità e vivere momenti non replicabili», ha spiegato Filippo Magnani, fondatore 20 anni fa di Fufluns, prima agenzia in Italia specializzata in turismo enogastronomico. «Chi invece già opera nel settore, da questi viaggi si aspetta la visita in cantine di piccole dimensioni, quelle dove è possibile incontrare il titolare, conoscere il cantiniere».

Lo sguardo si è spostato dall'altra parte del mondo con Ruggiera Sarcina, della Camera di commercio italiana in Canada, che ha raccontato l'abitudine dei canadesi «di tornare in Italia più volte per scoprire territori poco conosciuti. Parlo di over 55», ha puntualizzato Sarcina, «che hanno tempo e risorse, preferiscono un turismo destagionalizzato e sono molto digitalizzati». Suggestivo importante, quest'ultimo, per gli operatori del Soave Roberta Garibaldi, autrice



Il convegno di inaugurazione di Soave Versus FOTOD'ENNEVI

del Rapporto su Turismo Enogastronomico italiano, lo ha spiegato in altre parole: «È necessario mappare le esperienze turistiche sul territorio, renderle di facile fruizione. Valorizzare le proprie caratteristiche, creando esperienze diverse in base alla propria storia, alle proprie risorse. In una parola: differenziarsi». Un aiuto alle aziende del territorio lo dà il Gal Baldo-Lessinia che, come ha spiegato la direttrice Simona Rossotti, sta pianificando la stagione 2021-2027 «e avremo un occhio di riguardo per il territorio del Soave, creando bandi finalizzati a valorizzare il riconoscimento Gias-Fao». Anche la Camera di commercio, con Great Wine Capitals, rete delle grandi ca-

pitali del vino, sta facendo la sua parte. «Tra gli obiettivi di questo network», ha spiegato il vice segretario generale Riccardo Borghero, «c'è lo sviluppo e la reciproca promozione dell'enoturismo». In tre anni sono già stati mappati 88 luoghi, tra cantine e punti di servizio. «Dobbiamo esaltare la diversificazione del territorio», ha sottolineato Borghero, aggiungendo anche il tassello della gastronomia». Un supporto, in questo senso, può arrivare dai ristoranti e quelli Tipici di Verona, rappresentati dal portavoce Simone Vesentini, «propongono sempre ai clienti un calice di Soave, raccontando il territorio da cui nasce questo grande vino». ●

REPUBBLICAZIONE RISERVATA