

L'antropologo Michele Fontefrancesco

# “La lezione delle Langhe Così può crescere il turismo rurale”

di **Cristina Palazzo**

«Con i lockdown è scoppiata la voglia di lasciare la città verso le zone rurali, visti come luoghi di benessere, libertà e ritorno alla natura, trend confermato dal turismo globale. In Piemonte questi luoghi non urbanizzati ospitano la metà della popolazione. È l'anima grossa del territorio che ora ha scoperto di essere attrattiva ma anche impreparata e ancora di più sottodimensionata. Se escludiamo Torino, le Langhe, il distretto dei Laghi e quello dello sci, il resto del Piemonte non era mai stato pensato come destinazione così la sfida è professionalizzarsi a gestire questi flussi». Michele Fontefrancesco, antropologo sociale, ricercatore dell'università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo non ha dubbi sul futuro del turismo piemontese, all'insegna della ruralità e dell'innovazione. Aspetti non contrapposti anzi.

## **Quindi il nuovo trend è il turismo rurale?**

«Con l'estate del 2020 l'approccio è cambiato e hanno preso piede quelle forme che portano il viaggiatore a esplorare territori più marginali. Nel turismo rurale il traino sono il territorio e la produzione agroalimentare, quindi gli attori sono agriturismi, cascine, fattorie didattiche, cantine, microimprese spesso familiari».

## **In Piemonte queste zone non sono pronte al turismo?**

«Credo che siano ancora vittima del successo dei territori più noti. Nell'ultimo ventennio c'è stata una progressiva crescita di consapevolezza della propria

unicità. Una lezione che Alba ha imparato molto bene, facendo del vino e del tartufo un motore d'economia. Lezione che diffusamente stanno imparando altri territori. Penso al Vercellese con il riso, al Canavese con l'Erbaluce, al Tortonese con il Timorasso. Ma ancora lentamente».

## **Le Langhe devono essere un esempio dunque?**

«Assolutamente, il sistema Langhe è il classico caso di successo da studiare per capire come hanno fatto nell'arco di 40 anni a passare da territorio solo di produzione a un sistema di turismo attrattivo che ha creato ricchezza per il territorio. Questo nonostante abbia superato momenti come il 1986 e la crisi del metanolo, una delle peggiori in termini di reputazione per il settore. Sono stati dei maestri e da loro il sistema Piemonte può imparare. Perché ci si sta accorgendo che l'offerta su territori e comunità minori e periferiche può avere successo, ma bisogna capire come arrivarci. Per questo abbiamo promosso la ricerca “The European Network for the promotion of culinary and proximity tourism in rural areas” che vuole sistematizzare il turismo rurale, concentrandoci in Italia sulla zona dell'Alessandrino».

## **Perché proprio il Sud del**

### **Piemonte?**

«Perché è un territorio di confine, sia tra regioni che storicamente. Un guazzabuglio di realtà senza una cabina di regia che ha lasciato spazio alle identità dei singoli territori, come Acquese, Casalese, Ovadese. Identità oggi separate e molto forti ma sul mercato globale del turismo questo ha portato di

meno, perché ha creato un ecosistema diversificato. Nell'Alessandrino, inoltre, circa il 70 per cento del territorio è rurale e accoglie meno della metà dei 400 mila residenti. Insomma un laboratorio per analizzare quali sono i problemi che vivono i nuovi operatori».

## **E cosa è emerso? Quali sono?**

«Il primo problema che emerge – ma abbiamo scoperto che è simile alle altre realtà europee analizzate nello studio – è la necessità di cooperazione tra attori. Il turismo rurale, in Piemonte ma in tutto il sud Europa, è costellato di microimprese, spesso competitor tra di loro, tuttavia consapevoli di perdere così treni e opportunità. C'è voglia di superare le gelosie. Spicca anche l'arretratezza della comunicazione e la mancanza di professionalità. Bisogni comuni e prioritari, più della necessità di risorse e interventi pubblici che invece ipotizzavamo».

## **Quindi cosa fare per prepararsi al mercato?**

«Migliorare l'imprenditorialità, le lingue straniere e anche i contenuti digitali. Ma soprattutto fare sinergia e formarsi. Le imprese ne sono consapevoli: hanno bisogno di dialogo con pubblico e privato, da associazioni di categorie a università. Noi come università di Pollenzo ci siamo. Abbiamo creato corsi di formazione online gratis e crediamo sia utile osservare realtà come le Langhe ma anche fuori Italia e portare a casa le buone pratiche. È importante dare stimoli sulle tematiche emergenti, come ad esempio l'imprenditoria etica. Per questo il nostro lavoro continua con il progetto “Proengat”, sulla promozione dell'enogastronomia come volano del turismo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



“



**ANTROPOLOGO  
SOCIALE**  
MICHELE  
FONTEFRANCESCO

*È un mondo di  
microimprese che  
competono tra di loro  
ma che vogliono  
superare le gelosie  
per non perdere  
opportunità*

Il ritorno alla natura  
riscoperto durante  
la pandemia trova  
ancora impreparati  
i piccoli centri  
che tuttavia  
possono contare  
sull'enogastronomia  
come volano di sviluppo

