



Cultura

23 Aprile 2022

À la carte | Se cambi un piatto, cambia il turismo



di Anna Prandoni

Che cosa significa, per il turismo italiano, che una catena internazionale di grande livello scelga di posizionare nei suoi menu degli hotel italiani le creazioni di giovani e brillanti interpreti della cucina gastronomica?



Le grandi catene abituate a lavorare con una clientela straniera d'élite finora, nel nostro Paese, hanno proposto una cucina italiana fatta di tradizione e di piatti legati allo stretto immaginario che gli stranieri si aspettano di trovare qui. Una cucina che sia espressione del territorio e della storia gastronomica locale, più legata alle mamme e alle case che all'alta ristorazione. La scelta di un gruppo come Belmond, per esempio, di selezionare giovani interpreti della cucina creativa

ci dice che è arrivato il momento di fare finalmente il salto che serviva per dare una svolta a livello globale alla percezione che il mondo ha di noi, almeno ai fornelli.

La cucina italiana è pronta per dimostrare che qui non si mangiano solo parmigiane di melanzane, trofie al pesto e tiramisù, ma la cucina di tradizione si è evoluta e quella creativa e gastronomica sta iniziando a diventare significativa e attuale, e soprattutto gli stranieri stanno iniziando a capirla e a desiderarla.

Lo staff di un grande gruppo come Belmond non lascia nulla al caso: la loro forza è senz'altro l'accoglienza, che viene curata in ogni dettaglio e fa parte dell'esperienza che le persone si aspettano di trovare in questi luoghi. Si scelgono location d'eccezione, si cura il design nei minimi particolari. Si presta grande attenzione al far ritrovare all'ospite abituale le "sue" comodità e le sue attenzioni, che sia il televisore posizionato ad arte davanti al letto, sempre nella stessa comodissima posizione, o il pensiero della buonanotte sul comodino, declinato a seconda del luogo ma sempre dolce, o il phon (un Dyson, neanche a dirlo!) con il filo perfettamente avvolto all'impugnatura e sempre nel cassetto dell'armadio a vista. Lo stile si misura anche da queste attenzioni, e l'impronta della casa è visibile proprio nei dettagli: come la musica dal vivo, che accompagna sempre le serate e diventa parte dell'esperienza come un *fil rouge* che lega Taormina a Ravello, Fiesole a Venezia.

Da quest'anno c'è una nuova attenzione, proprio legata alla scelta gastronomica, che evidentemente nasce da una ricerca approfondita rispetto al "consumatore tipo" di questi hotel: un viaggiatore benestante, evoluto, abituato ad avere certezze ma anche a sperimentare e a capire meglio il luogo in cui si trova. E a raccontarlo al ritorno, costruendo e cambiando la reputazione delle mete che visita, anche grazie a una scelta apparentemente banale come un piatto in carta al ristorante dell'hotel.

Scegliere di avere Cristoforo Trapani a Ravello, o Riccardo Canella al Cipriani a Venezia significa decidere che anche in Costiera o in laguna serve una nuova narrazione del gusto, perché se gli scialtielli e la pizza rimangono imprescindibili, l'Italia è anche tanto altro e farlo capire agli stranieri che viaggiano e sono *opinion leader* nel loro paese non può che aiutare il turismo italiano nel suo complesso, e la ristorazione nel suo totale.

Perché se questi clienti capiranno che c'è una nuova modalità di intendere la cucina italiana, se si può interpretare il territorio con grande dinamismo e sapori più evoluti, allora il passaparola inizierà inesorabilmente a fare il suo corso e l'evoluzione della cucina italiana potrà passare al livello successivo, portando anche gli altri viaggiatori a cercare alternative, e non solo la tradizione sul nostro territorio. Portare l'Italia ad essere meta enogastronomica più alta e speciale aiuterà tutto il comparto turistico e contribuirà

all'evoluzione della ristorazione stessa, dando un nuovo slancio al nostro Paese come destinazione di un turismo non più di massa ma di sostanza.

Prima della pandemia ci lamentavamo di avere sempre troppi turisti di passaggio e di scarso valore che affollavano le nostre città d'arte e le mete più ambite, senza lasciare sul territorio un'effettiva qualità: aumentando il percepito attireremo invece viaggiatori più disposti a spendere, più attenti alla cultura e un turismo meno "mordi e fuggi" ma più disposto all'ascolto, alla cura, all'esplorazione di tutti gli aspetti della nostra meravigliosa penisola.

Un grande in bocca al lupo, quindi, a questi giovani interpreti della cucina italiana contemporanea, che dopo tanto estero hanno nelle loro mani la possibilità di riportare in patria esperienze, bagaglio culturale, sapienza ma soprattutto dignità e clienti. E di contribuire attivamente alla rinascita turistica del nostro Paese.

Condividi:

