Fipe: al via un corso per guide turistiche con focus sulla ristorazione

giancarlo-morelli-da544fd4

Le guide turistiche tornano a scuola, ma invece di monumenti e opere d’arte si aggirano tra fornelli ed eccellenze enogastronomiche, anche queste parte integrante e cuore della cultura del nostro Paese. È il senso del *Progetto di Formazione enogastronomica delle guide turistiche* realizzato da Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi in collaborazione con Confguide, Federazione Guide Turistiche Italiane. C’era una volta il turismo d’arte: la visita alle città (d’arte chiamate, appunto) si declinava in una processione di monumenti e musei, spesso rigidamente codificata da quella bibbia verde e plastificata che era la guida del Touring, tanto autorevole quanto immutata nel tempo. All’ora di pranzo la scelta del ristorante era per lo più estemporanea, dettata dall’impulso del momento e dalla lettura di sciapi menu su strada. Il rischio di cadere nella truffa del locale per turisti, specie per uno straniero alle prime armi in città, era altissimo. Oggi tutto è cambiato. Il turista, anche e specie quell’anglosassone che si voleva tirato su a spaghetti e ketchup o cavoletti di Bruxelles bolliti, parte già preparato, e spesso ha le idee chiare sul tipo di cucina che vuole assaggiare o dello chef che vuole testare. Addirittura, la scelta del ristorante può scavalcare quella del luogo, facendo di Michelangelo e Caravaggio delle piacevoli appendici di contorno alla esperienza vera: il pranzo dallo chef stellato. Manie estreme per pochi foodie scervellati? Forse, ma il punto è un altro: le guide turistiche, quelle in grado di rendere l’esperienza di un viaggio più o meno intensa e piacevole, sono pronte a introdurre il cliente, oltre che all’arte, anche alla cultura enogastronomica del nostro Paese, che tanta parte ha ormai nella scelta del luogo dove viaggiare? Un aiuto viene dal Progetto di Fipe, la cui prima tappa si è svolta a gennaio a Milano. Ci ha raccontato come è andata il Direttore dell’Ufficio Studi Fipe Luciano Sbraga. “Il progetto nasce da una constatazione: oggi il turismo è soprattutto esperienziale, il viaggio non è solo legato alla visita di un luogo, un museo, un monumento ma è vissuto come un’esperienza di vita. È necessario dunque fare leva sulle componenti forti per dare un’esperienza a tutto tondo, “da residente” e garantire più valore alla visita. Ma anche per fare in modo che questa generi più ricchezza sul territorio, portando il turista a prolungare il soggiorno (che statisticamente è sempre più

breve) e spendere di più. L’enogastronomia è questo elemento forte e qualificante, apprezzato e riconosciuto dai turisti”. La conferma viene da un’indagine di Sociometrica che ha studiato migliaia di post in lingua inglese di persone che avevano fatto un viaggio in Italia: in cima al gradimento ci sono proprio i ristoranti, seguiti dai bar (vedi tabella a fianco). Dunque, è importante integrare le competenze delle guide turistiche anche sull’offerta enogastronmica, perché possano accompagnare il turista alla scoperta dei territori. I prossimi appuntamenti? “A ottobre in Emilia Romagna, Toscana e Puglia” dice Sbraga

A SCUOLA DALLO CHEF

La trasmissione del sapere è il cuore del progetto, ma cosa si sono detti in aula gli chef e le guide, due professionalità che si incontrano? Lo abbiamo chiesto a Giancarlo Morelli (nella foto in apertura) del ristorante Pomiroeu, una stella Michelin, e altri progetti in città (Ristorante Giancarlo Morelli e il nuovo Bulk). “È un tema caldo, le guide sono le prime che dovrebbero parlare di cucina e tradizione del luogo che stanno illustrando, oltre che di storia e arte. Di fondo c’è anche un’educazione al rispetto di questi luoghi e della loro cultura. Io ho raccontato loro le peculiarità da trasmettere al turista, il perché della presenza del riso nella zona ad esempio, cercando di andare un po’ più in profondità, e spiegando perché la cucina cambia anche all’interno di Milano, più votata al riso a sud, più rivolta alla montagna a nord. Ho spiegato come riconoscere un buon ristorante da una ‘trappola per turisti’. È necessario trasmettere cultura gastronomica perché se io faccio una cucina legata alla tradizione locale, spesso non viene riconosciuta dagli stranieri come italiana, perché hanno una concezione limitata a pizza, lasagne e spaghetti, per lo più spesso fatti male”. Dunque, c’è un grande lavoro da fare. “Questo è l’inizio di un lungo percorso per far cambiare la mentalità del turista. La guida che racconta la cultura enogastronomica di un luogo aiuta a far capire quanto è ricca quella cultura. Alla fine, le guide mi hanno ringraziato perché ho dato loro più argomenti per parlare della ‘loro’ Milano”. Le è capitato di avere persone per cui il ristorante è la meta principale del viaggio? “Ci sono tanti casi del genere, specie in provincia. Io sono in Brianza: vengono a mangiare da me e poi ne approfittano per visitare la Villa Reale di Monza ad esempio, è la visita che diventa un contorno all’esperienza gastronomica e non viceversa”.

UN UTILE “DIETRO LE QUINTE”

“Sono stato coinvolto per raccontare il mondo del food alle guide, che poi trasferiranno queste informazioni al turista. È una cosa che non veniva mai fatta in passato, ora è il turista stesso che lo chiede, che se ne interessa, vuole sapere” ragiona Andrea Berton (nella foto) che ha vari progetti a Milano (dal ristorante “paludato” e stellato in Porta Nuova alla pizzeria Dry che ha appena raddoppiato al bistrò Pisacco). “Ho raccontato loro l’evoluzione che ha vissuto il mondo del cibo e del beverage a Milano negli ultimi anni, ci sono tante idee nuove, oggi la città ha preso un posto importante nel mondo del food. Ho raccontato come possono far capire che ci sono locali diversi a seconda del tipo di clientela ma sempre interessanti, dalla pizzeria al bistrò allo stellato con grande servizio. L’importante è che al fondo ci sia sempre la qualità”. E le guide cosa hanno chiesto? “Le ho trovate molto curiose e desiderose di approfondire cosa sta succedendo, hanno capito che l’offerta è aumentata in qualità e quantità e ci sono opportunità per tutti i target. Il turista si è evoluto, è più esigente per fortuna, pretende una qualità e un servizio costanti, non si lascia più prendere in giro. C’è stato un grande cambiamento generazionale. E questo tipo di turismo gastronomico, se ben gestito, è molto utile a trainare le visite in città”. Un vantaggio per tutti insomma, dal ristorante al bar, dalla bottega all’azienda agricola fuori porta. Per tutti, tranne che per i “locali per turisti” dei quali però, probabilmente, in pochi sentiranno la mancanza.

I NUMERI

- 17mila le guide turistiche attive in Italia
- 8,4 miliardi euro spesi dai turisti stranieri in bar e ristoranti (2015)
- 688 ristoranti in Italia
- 5 miliardi valore del turismo enogastronomico in Italia
- 085 bar in Italia
- 51 siti italiani dichiarati dall’Unesco patrimonio dell’umanità

IL MEGLIO DELL’ITALIA SECONDO L’ESPERIENZA DEI TURISTI RIENZA DEI TURISTI

Elemento Valutazione Ristoranti 82 Pasticcerie 82 Piazze 81 Spiagge 81 Shopping 80 Hotel 80 Bar 80 Italia 78 Musei 75 Aeroporti 71 Taxi 70

Fonte: Elaborazione Sociometrica su tecnologia Cogito

Corso Fipe per guide turistiche: un mondo di eccellenze svelato in 32 ore