

“AROUND BAROLO” FA PROSELITI ANCHE IN AMERICA LATINA

L'hotel “Castello di Santa Vittoria” ha accolto una delegazione straniera che ha potuto apprezzare l'interessante progetto turistico

L'hotel CASTELLO DI SANTA VITTORIA D'ALBA ha dato il benvenuto nei giorni scorsi a una delegazione del centro latinoamericano “Rimisp”, in visita alle realtà territoriali e industriali di Langhe e Roero.

A inaugurare l'incontro di accoglienza è stato il sindaco del paese roerino, Giacomo Badellino, che ha ricordato l'origine agricola del piccolo centro: «Santa Vittoria è un paese piccolo, ma pieno di vita, uno di quelli che in passato hanno puntato tutto sull'agricoltura oggi finalmente riportata in alto, ridando valore anche a tutte le persone che coltivano la terra. Non dimenticando le altre realtà economiche, l'agricoltura è però la parte principale del nostro pianeta».

Aldo Sartore, presidente della società Castello di S. Vittoria srl, ha presentato alla delegazione, proveniente da quattordici Paesi di America Latina ed Europa, la storia delle colline langarole e roerine: «Sono un amante del nostro territorio fatto di leggende e di storia. La sua geografia ne spiega le caratteristiche favorevoli: terre selvatiche, un tempo poco abitate, che acquisiscono importanza in epoca romana. Proprio a di Santa Vittoria c'è il monumento più antico della zona di tutto il mondo romano che rappresenta la prima vittoria contro i barbari. La collina prese forse in quell'occasione il nome di Vittoria Santa, poi diventato Santa Vittoria. Dall'anno 1000 al 1400 in queste terre furono costruiti quasi cento castelli, dei quali cinquanta sono tuttora visitabili».

Il riferimento si sposta poi alla coltivazione viticola, perno di questa area: «L'incremento più significati-



Le immagini di queste pagine mostrano alcuni momenti dell'accoglienza data presso l'hotel “Castello di Santa Vittoria” alla delegazione del centro latinoamericano “Rimisp”, in visita alle realtà territoriali e industriali di Langhe e Roero prima di presenziare al Forum mondiale dello sviluppo economico locale di Torino (13-16 ottobre)

vo arriva verso la metà del 1700 e in seguito per opera del conte Camillo Benso di Cavour, che modificò la coltivazione della vite portandola a quella moderna. Un territorio questo, che è anche la culla di una cucina importante». Fulvio Dalmaso, amministratore delegato dell'hotel CASTELLO DI SANTA VITTORIA, ha introdotto gli ospiti al progetto AROUND BAROLO: «Questa iniziativa sintetizza lo spirito di collaborazione e col-

laborazione che lega realtà diverse, ma unite da valori fondamentali quali il vero, il bello e il buono. In questo senso basta pensare ai vini Mirafiore di Fontanafredda; a Borgogno con la sua storia; all'Azienda Agricola Brandini, giovane e frizzante; a Baladin con le birre nate in terra di Langa; ai distillati di Montanaro per riscoprire i sapori dei nostri vecchi; all'eccezionale acqua Lurisia con le sue terme, senza dimenticare gli esclusivi ristoranti Alciati e il collegamento con un territorio a noi confinante, la Liguria che ci parla di Olio “Roi” e di turismo.

Credo che AROUND BAROLO si avvicini molto alla vostra realtà in quanto nasce dall'esperienza di imprenditori che dedicano la vita alla propria terra. È importante sottolineare come il concetto di territorio e di amore per le proprie origini sia la massima espressione per tutti coloro che lavorano ricercando la soddisfazione dei propri ospiti. Questo è ciò che vogliamo trasmettere con il motto dalla doppia lettura “Circondati di esperienze!”. Le esperienze che offriamo ai nostri ospiti sono uniche: vanno da ospitalità negli hotel, alla cucina d'eccellenza, alle cantine. Da qui trae origine il progetto AROUND BAROLO che porta i suoi ospiti in una metafora della vita che è il viaggio per scoprire paesi diversi, ricercare se stessi e scoprire se il mondo in cui oggi viviamo sia



quello che cerchiamo dentro di noi. Fare impresa oggi vuol dire unirsi, stare insieme, affrontare piani comuni, ricercando persone che condividano i propri valori e amare il proprio territorio».

Luigi Barbero, presidente dell'ente turismo territoriale “Alba, Bra, Langhe e Roero” che da vent'anni è valido strumento per la promozione e l'accoglienza turistica, ha commentato l'epoca di incremento turistico significativo: «Si tratta di un valore importante che ha avuto ricadute economiche e organizzative sul nostro territorio: 12.000 posti letto, 700 strutture di ospitalità e 600 strutture di ristorazione con 40.000 posti a tavola. I nostri vini sono conosciuti nei migliori ristoranti del mondo, veicolo attraverso il quale abbiamo ottenuto visibilità. Lo stesso riconoscimento concesso dall'Unesco ci permetterà di sviluppare nuove politiche di promozione turistica non massificata, con uno sviluppo turistico esperienziale, legato ai valori di qualità. Si è presa piena consapevolezza, dunque, della responsabilità di un territorio dal valore turistico planetario».



COS'È IL CENTRO “RIMISP” OSPITE DI LANGHE E ROERO

“Rimisp” è un centro per lo sviluppo rurale che compirà trent'anni nel 2016. Si occupa, in particolare, di sviluppo territoriale in America Latina, dal punto di vista dell'influenza della politica pubblica, svolta da Stati, agenzie di cooperazione internazionale e agenzie territoriali decentrate. Claudia Ranaboldo dirige il programma “Sviluppo territoriale rurale con identità culturale” che celebrerà i dieci anni in occasione del terzo Forum mondiale dello sviluppo economico locale aperto a Torino il 13 ottobre, che si chiuderà venerdì 16. Le abbiamo rivolto alcune domande.

Come nasce l'idea di organizzare un progresso al Forum proprio nelle Langhe e nel Roero?

«Il Forum di Torino raggruppa circa 1.500 persone e ci sembrava interessante convocare una serie di attori latinoamericani ed europei (qui sono rappresentato quattordici Paesi di cui sette latinoamericani e gli altri europei), affinché potessero conoscere il territorio rurale del Piemonte. Stiamo parlando di sviluppo economico locale e le città sono di certo un buon esempio, ma volevamo far conoscere qualcosa di Langhe, Roero e Monferrato che oggi sono patrimonio vitivinicolo dell'Unesco. Circondati da persone che conoscono l'area e esperienze come quelle che ci sono qui intorno a Santa Vittoria d'Alba è molto più facile capire direttamente di che cosa stiamo parlando».

La scelta è caduta su Langhe, Roero e Monferrato soprattutto per la nomina a patrimonio mondiale dell'umanità?

«Non solo. Il patrimonio Unesco qui è recente. È stata di certo una buona ragione perché alcuni degli invitati provengono da altre terre patrimonio dell'umanità: ad esempio, c'è il rappresentante di Caldas, in Colombia, patrimonio Unesco “cafetero”, ma la nostra scelta è ricaduta su questa area per l'importanza di quella rete di imprenditori piemontesi, e

in particolare della zona, che nonostante la crisi si è saputa reinventare nel tempo. Abbiamo deciso di chiamare questa sessione “Dal mondo dei vinti” perché negli anni Sessanta questo era un territorio (io stessa provengo dall'alta Langa astigiana) teatro di abbandono della casa di pietra, della vigna per andare a lavorare in città. Un territorio in cui non ci sono soltanto il tartufo e il Barolo, ma una rete di prodotti e di produttori importanti e all'America Latina e al resto d'Europa interessa capire come questa rete di persone e prodotti si siano messi in gioco».

Capitate nell'albese in occasione dell'esordio della Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba: è stata prevista una visita?

«Avremmo voluto, ma non sarà possibile, perché il programma è molto fitto. Parleremo comunque della fiera albese e del fatto che questa sia stagione alta nel territorio, ma abbiamo scelto di vedere altre esperienze molto rilevanti: una è legata alla produzione di biogas all'azienda Egea, approfondendo il tema energetico anche alla luce dell'approvazione da parte delle Nazioni Unite degli obiettivi di sviluppo sostenibile. Visiteremo quindi una realtà completamente differente da questo territorio, ma fondamentale per la sua sostenibilità. Saremo anche a “Eataly in campagna”, a San Damiano d'Asti, con l'obiettivo di vedere un'azienda agricola multifunzionale vincolata a un marchio internazionale qual è “Eataly”».

Ascoltandola parlare di sviluppo rurale non sento questa situazione così lontana da quella delle Langhe di cinquanta-sessanta anni fa.

«È esattamente per questo che abbiamo voluto la presenza latinoamericana. Si è avuta un'emigrazione storica a più riprese da questo territorio all'America Latina e ci sono molte aziende italiane che lavorano nel Sudamerica, una terra cambiata molto in questi ultimi anni dal punto di vista delle politiche pubbliche, della crescita economica, della crescita della classe media, dell'interesse per una buona alimentazione non “gourmet”, ma semplicemente sana. Ciò che la accomuna molto all'Europa è l'approccio di sviluppo territoriale che è un elemento di aggregazione».

pa.co.