

La Tribuna

Un turisme del vi sostenible? L'exemple del Priorat

Una cosa és produir i exportar vins excel·lents i una altra atreure visitants per tastar vins i oferir-los una experiència memorable

El desenvolupament com a destinacions enoturístiques acostuma a ser per a les regions rurals una manera d'enriquir la seva cadena de valor

Les destinacions enoturístiques compten amb vins excel·lents, evidentment. No obstant, cal molt més que això. Una destinació competitiva i sostenible ha d'aconseguir un equilibri delicat entre el coneixement local i l'orientació global; la pressió per al desenvolupament i el respecte pel territori; l'actitud «fes-lo-tu-mateix» que caracteritza molts dels grans vinaters, i la necessitat de treballar junts i confiar en els altres agents locals. Una cosa, i de fet una tasca molt dura, és produir i exportar vins excel·lents; una altra, i de lluny més complexa, és atreure visitants per tastar vins en una regió i ser capaç d'oferir-los una experiència completa i memorable, fins i tot fora de la porta del celler.

Per a les regions de vi que tenen èxit en aquesta empresa, la perspectiva és un pas endavant cap a un major dinamisme socioeconòmic. El desenvolupament com a destinacions enoturístiques, tal com per altres formes de turisme basades en els productes de la terra, acostuma a ser una manera potent que les regions rurals poden fer servir per enriquir substancialment la seva cadena de valor, aconseguint una economia més diversificada i resilient. L'hospitalitat, la restauració, els transports, la indústria del patrimoni, la recreació activa, els esdeveniments i el wellness esdevenen socis de la vinateria i activen sinergies de tot tipus. En el camp simbòlic, el turisme del vi no és pas menys important: el turisme internacional ajuda les denominacions a ser conegudes a tot arreu i posicionar-se més clarament en el mapa, fins al punt que algunes DO estan funcionant amb «marques de lloc» amb una importància pel desenvolupament local que va molt més enllà del vi mateix.

Per últim, les destinacions del turisme de vi exitoses han aconseguit revertir una tendència al despoblament abans creguda imparable. Durant dècades, no obstant els èxits de la seva «indústria del territori», les àrees rurals inevitablement perdien població cap a les ciutats grans més properes. Tot i així, els llocs de treball, el dinamisme, les oportunitats generades pel turisme incipient i la «indústria de les experiències» a les regions vitivinícoles han acabat de convèncer les generacions més joves a quedar-s'hi (o a retornar-hi), i ha atret l'interès dels urbanites que busquen un canvi d'estil de vida.

Així, un lloc com el Priorat, fins fa poques dècades la comarca catalana més pobra i amb la taxa de pèrdua de població més aguda, està des del 1970 al mapa internacional dels grans vins, gràcies a la reinvençió de les seves varietats de vinya després del desastre de la fil·loxera. Tanmateix, només de manera recent, gràcies als resultats d'un esforç de llarg termini per millorar l'hospitalitat, unir esforços i promoure un turisme del vi d'alta qualitat i sostenible, assistim a una «Revolució Priorat», que té lloc no només a les enoteques o als menús de restaurants al voltant del món, sinó als carrers dels pobles, que a poc a poc s'estan fent més cosmopolites, més aptes per relacionar-se amb forasters, més acollidors, animats, i joves.

No havia assistit a la Festa del Vi de Falset, l'esdeveniment que s'organitza cada maig a la capital de la comarca, els carrers anys. Enguany, però, m'hi vaig deixar caure i el que vaig trobar no és el Falset que recordava (no exactament un lloc idíl·lic: polsós, fosc, buit, vell). Digueu-me urbanita incorregible, però el que vaig veure el 2017 és una nova generació d'amants de vi (amb barbes hipster i ulleres cares) gaudint de la natura i comproment-se amb la tradició;

sèniors elegants i setciències que parlen en llengües estrangeres de l'última collida de Garnatxa, i nens petits que fugen del control dels pares per ballar sota les estrelles. I vaig pensar, «això ha de ser per la festa, di lluns que ve això estarà tan mort com de costum». Però des de llavors hi he tornat sovint i veig un Priorat que gradualment s'està tornant un altre lloc: no dic un lloc millor, però segur un que m'agrada més. Proveu de visitar qualsevol mercat de poble, aneu a comprar el vostre vi a les catedrals del vi construïdes pels mestres modernistes catalans, mengeu en alguns dels nous restaurants gourmet –com l'increïble Els Brots de Pobolada–, participeu en una vetllada «Vi i Literatura» a l'hotel rural de la Roser Vernet, on va agafar forma la candidatura del Priorat com a Paisatge Patrimoni Mundial fa una dècada entre tapes i poesies, passeu temps com a flâneur a l'Hostal Sport a Falset, l'epicentre (malgrat el nom) d'aquesta poca revolució, i ho entendreu.

Alguns rondinaires –especialment els rondinaires de professió, com els acadèmics– seran molt recelosos d'aquest gir: la gentrificació acabarà amb el Priorat com a comunitat, i, final-

ment, també amb la reputació dels seus vins. I això és una realitat que, de fet, estem presentant en altres llocs, on els autocars vomiten grups enormes en llocs on haurien de tenir una «experiència exclusiva», i, fins i tot, els vinaters comencen a ser preocupats d'haver de competir per la terra (i l'aigua) amb els gegants corporatius de la promoció immobiliària de luxe. Fins i tot Venècia fa 60 anys era una destinació exclusiva, i mireu-la ara.

Però això és exactament on la bona administració i el planejament entren en joc. Ser conscients dels límits, apostar per la qualitat i no per la quantitat, deixar que la comunitat local sigui mestra del seu destí i no ho siguin els perdonavides de la indústria global, construir sobre la confiança, invertir en els joves i en relacions socials, no tenir por de la innovació però al mateix temps tenir molt clara quina és la teva marca d'identitat, valorar la bellesa del paisatge com un avantatge que no té preu. No hi ha cap garantia, però els territoris que troben la recepta secreta en la seva maquinària de governança per fer tot això tindran les millors oportunitats de seguir excel·lent sense por del que el turisme pugui portar.



PAOLO RUSSO
@diaridrtarragona

Departament de Geografia. URV

Antonio Paolo Russo és professor de Gestió de Destins i coordinador del Màster universitari en Gestió de Destins Turístics de la Facultat de Turisme i Geografia de la Universitat Rovira i Virgili. És investigador del Grup d'Investigació d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics (GRATET) del Departament de Geografia de la URV.