

MACROGARDA
**Prodotti
e territorio
rilanciano
il turismo**

Zanini - pagine 14 e 15

Territorio, prodotti e cultura rilanciano la proposta turistica

MANIFESTAZIONI Vino e olio sono gli alfieri della riviera gardesana, attraverso musei pubblici e privati e con iniziative ad hoc tradizionali e nuove. Artelio: «Così attrattivi tutto l'anno». De Beni: «Qualificano l'immagine del lago»

EMANUELE ZANINI

economia@larena.it

Raccontare un territorio attraverso la storia, la cultura, l'enogastronomia locale, con l'organizzazione di manifestazioni ad hoc, a cui si affiancano musei tematici (di nicchia e non) in grado di arricchire ulteriormente l'esperienza sul lago.

Si tratta di un «motore» aggiuntivo al turismo gardesano, che innalza la qualità del soggiorno del visitatore e crea ulteriore valore, facendo scoprire non solo le bellezze gardesane ma anche i propri fiori all'occhiello culturali. I milioni di turisti che ogni anno frequentano la Riviera degli Ulivi hanno quindi un ventaglio di opportunità per conoscere ed esplorare le tradizioni locali sempre più ampio e diversificato.

Negli ultimi anni le tradizioni enogastronomiche gardesane vengono promosse e comunicate in modo sempre più capillare e dettagliato, puntando da una parte su eventi storici e consolidati che attirano una buona fetta di appassionati, dall'altra a rassegne innovative che a loro volta contribuiscono ad allargare la platea degli ospiti sul Garda.

Vino, olio e miele

La Festa dell'uva e del vino Bardolino, che celebra uno dei simboli enogastronomici del lago, è uno degli appuntamenti più attesi dell'autunno e non solo, che attira ogni anno migliaia di visitatori: nel 2023, per esempio, si sono toccate le 200mila presenze. Quest'anno, dal 3 al 7 ottobre, si celebrerà la 93esima edizione, con l'ambizio-

ne di eguagliare i numeri dello scorso anno o addirittura fare meglio. La storica manifestazione, secondo Federalberghi Garda Veneto, negli anni scorsi ha generato un aumento delle prenotazioni alberghiere di settembre di tre, quattro punti percentuali, spalmate sempre più a macchia d'olio sul territorio, con Bardolino comunque che rimane chiaro epicentro. L'evento, quest'anno, sempre nel paese del Basso Lago, sarà anticipato da una novità, una tre giorni speciale, dal 30 agosto all'1 settembre, denominata «Il Bardolino freddo», dedicato sempre al tradizionale vino locale, ma servito, appunto, freddo. Una versione alternativa del tipico rosso gardesano spinta dalle aziende vitivinicole del territorio per ridare slancio al prodotto e su cui ci sono grandi





aspettative.

Il vino è il protagonista anche del tradizionale Palio del Chiaretto, ancora con Bardolino come epicentro (ma con la novità da quest'anno della sorta di «integrazione» proposta a Lazise), a cui si aggiungono altre manifestazioni di richiamo presenti in varie zone dell'area gardesana.

Ma non è solo il vino tra i protagonisti delle rassegne organizzate lungo la sponda veronese del lago: «I giorni del Miele», per esempio, in programma ad ottobre a Lazise, è riconosciuta come la più grande vetrina dei mieli italiani, un'occasione per conoscere l'universo che ruota intorno ai derivati del miele, alle attrezzature, al materiale apistico e all'editoria di settore. WardaGarda, invece, a Cavaion (quest'anno dal 6 al 7 settembre) mette in vetrina un altro prodotto d'eccellenza del territorio: l'olio Garda Dop che viene così raccontato (e degustato) in tutte le sue multiformi sfaccettature, con una due giorni di laboratori, degustazioni e show-cooking per gli appassionati del pregiato olio e delle produzioni Dop e Igp venete. Ma nell'area gardesana nel corso dell'anno si stanno moltiplicando le iniziative che mettono in mostra le prelibatezze enogastronomiche locali: tra queste si distinguono Ciottolando con Gusto a Malcesine, a settembre, con degustazione, in particolare, di prodotti tipici del lago.

Pubblico e privati

Vino e olio, rimangono comunque i due alfieri del territorio. E non a caso i musei di Cisano per l'olio e per il vino quelli presenti alla Cantina Zeni a Bardolino, oltre a quel-

lo creato nella Tenuta Canova a Lazise dal gruppo Masi, sono in grado, ognuno con le proprie peculiarità, di portare il visitatore alla conoscenza e alla scoperta sensoriale delle due eccellenze gastronomiche.

Questa miriade di soluzioni e opportunità di conoscere, approfondire e «studiare» l'enogastronomia gardesana sta coinvolgendo sempre maggiormente i visitatori, a beneficio di tutto il sistema territoriale. «Come fondazione», spiega Paolo Artelio, presidente di Destination Verona & Garda Foundation - un'organizzazione unica per la gestione della promozione del turismo e strumento operativo delle due Ogd del territorio, quella di Verona e quella del Garda, e dei quattro Marchi d'area: Lessinia, Valpolicella, Soave ed Est Veronese e Pianura dei Dogi, «stiamo lavorando in prima linea per valorizzare e promuovere al meglio gli eventi enogastronomici e culturali che l'area macrogardesana offre. Per la destinazione Lago di Garda si tratta di un elemento sempre più strategico, che innalza il livello qualitativo generale dell'offerta turistica attirando di conseguenza un crescente numero di ospiti e di conseguenza aumentando anche il valore economico del comparto. In questo modo possiamo anche diversificare l'offerta e incrementare le presenze nei periodi di bassa (o media) stagione, come la primavera e l'autunno, ma anche l'inverno, con proposte di richiamo anche sotto Natale», sottolinea Artelio. «Stiamo lavorando per rendere attrattivo il territorio praticamente dodici mesi l'anno».

Sulla stessa lunghezza d'onda il commento di Ivan De Beni, presidente di Federalberghi Garda Veneto: «Gli eventi legati all'enogastronomia, sia quelli storici che quelli più recenti, stanno dando un contributo importante a migliorare ancor di più l'immagine del nostro lago, dando un impulso significativo al turismo e alla fitta filiera ad esso collegata e al relativo indotto che cresce progressivamente. Questo successo è dovuto anche ai Comuni che stanno implementando gli eventi dedicati», osserva De Beni. «Siamo già ad un buon livello, con un'offerta che copre buona parte dell'anno. Nulla vieta, comunque, di creare ulteriori nuove manifestazioni di richiamo. Lo spazio per sperimentare c'è».

Sulle grandi opportunità di sviluppo del comparto è convinto anche Filippo Gavazzoni, vice presidente della Comunità del Garda, il quale mette in evidenza per esempio «l'attività sempre più importante delle cantine vitivinicole, anche nella zona del Basso Lago nell'area del Lugana, che in certi casi si trasformano in piccoli musei in cui si tramandano le tradizioni del territorio, dando impulso ulteriore al turismo. Ma ci sono anche tante altre realtà attive nei vari comparti - anche in quello ittico, come l'incubatoio di Bardolino - che sono in grado di valorizzare le peculiarità del nostro territorio in maniera eterogenea dando ulteriore valore alla carta d'identità del Garda».





Rassegna
Wardagarda
edizione
2019, tra gli
ospiti illustri
della
manifestazio
ne per l'olio
d'olivo anche
Alessandro
Borghese





Vino
Una delle
passate
edizioni
del Palio del
Chiaretto
a Bardolino
E (qui a
fianco) il
percorso
interattivo
del museo
del vino a
Canova
(Masi) a
Lazise

