



La sinergia che può far crescere le economie del territorio

RURALITÀ, STORIA E SAPORI PER UN TURISMO SOSTENIBILE

O CORRADI - Docente di Sociologia, Università Cattolica di Brescia

VALERIO CORRADI

La corrente stagione turistica sta confermando che il rapporto tra mondo rurale, storia locale ed enogastronomia è sempre più al centro delle scelte di molti turisti che approdano anche a Brescia e nelle diverse zone della provincia. Laddove viene adeguatamente valorizzata, questa sinergia costituisce un importante motore di crescita per le economie del territorio e un «modello» capace di arrecare vantaggi alle comunità locali, minimizzando l'impatto socio-ambientale del turismo invasivo di massa. Una ricerca condotta dall'Osservatorio per il turismo sul lago di Garda dell'Università Cattolica ha evidenziato che un numero crescente di turisti ricerca momenti di relax e di piacere entrando in contatto direttamente con i luoghi, la cultura e i paesaggi da visitare. Si tratta di turisti attenti alle proposte del territorio e alle opportunità di esplorarne le ricchezze, come confermato dall'interesse anche verso siti e monumenti. Una quota rilevante di turisti e di escursionisti si reca in aziende agricole, agriturismi e cantine a conferma della crescente richiesta diretta di prodotti enogastronomici di qualità. In questo quadro, tra le proposte turistiche emergenti, che si distinguono dalle tradizionali forme di turismo standardizzate, c'è da registrare l'incremento delle attività di accoglienza e di degustazione che coinvolgono le aziende agricole che adottano forme di coltivazione

eco-compatibili e le esperienze enogastronomiche offerte dalla ristorazione di qualità e dall'estesa rete degli agriturismi. Si tratta di un turismo prevalentemente attratto, da un lato, da precise scelte imprenditoriali e dall'altro dalla possibilità di effettuare scelte di soggiorno e di consumo che esaltano la dimensione esperienziale e che ricercano un immediato contatto con l'ambiente e la cultura dei luoghi attraverso la mediazione (simbolica e sensoriale) dei prodotti locali. In questo quadro, anche importanti zone del territorio bresciano si caratterizzano, tra le altre cose, per la centralità di alcuni prodotti come il vino e i suoi luoghi distintivi costituiti da vigneti, cantine, strade ed enoteche. Accanto ad esso si sta facendo largo anche la filiera della produzione e promozione dell'olio d'oliva, che sta attirando sempre più l'interesse dei visitatori. Non va dimenticato che il settore olivicolo bresciano copre circa l'80 per cento dell'intera produzione lombarda (il Benaco e il Sebino sono i luoghi più a nord del mondo dove si produce olio d'oliva). Le molte eccellenze (certificate dalle denominazioni d'origine «Laghi Lombardi DOP», «Garda DOP», «Sebino DOP») sono sempre più apprezzate, anche attraverso l'export, sul mercato internazionale. La crescita del turismo rurale legato ai prodotti tipici e ai loro luoghi è ormai un fenomeno consolidato, come dimostra l'aumento dell'attenzione da parte di





appassionati italiani ma anche di turisti provenienti da Germania, Regno Unito e Stati Uniti, verso i siti di produzione e trasformazione del vino e dell'olio d'oliva. Le aziende vitivinicole e olivicole stanno diventando destinazioni privilegiate per un turismo rurale che ricerca prodotti locali di alta qualità e che desidera conoscere in profondità il territorio e le sue eccellenze anche nel bel mezzo di vacanze che hanno come mete principali i laghi, la montagna o i centri e le manifestazioni artistiche e culturali. Questa immersione parziale o totale nel trinomio ruralità, storia ed enogastronomia offre l'opportunità per riscoprire il «genius loci» delle località nelle quali i prodotti vengono coltivati e trasformati, e costituisce un motivo in più per sottolineare come le proposte più innovative sul fronte della qualità e della sostenibilità dovrebbero essere

maggiormente sostenute e considerate un «patrimonio comune» capace di rinforzare un legame col territorio che, soprattutto nelle giovani generazioni, rischia di allentarsi ma che in realtà è una risorsa di grande valore su cui investire.



Sul Garda. Il paesaggio disegnato dagli ulivi

