

Una bottega può salvare l'anima dei piccoli borghi

CARLO PETRINI

Quando ho iniziato la mia avventura di gastronomo, 40 anni fa, ricordo che la via centrale della mia città, Bra, era un susseguirsi di piccole botteghe. Panifici, latterie, alimentari, edicole, tabacchi, barbieri, gastronomie e caffè. Oggi, sono sopravvissuti pochi punti vendita tradizionali, rimpiazzati principalmente da negozi di abbigliamento, spesso appartenenti a catene monomarca. Se ciò è ben visibile in una cittadina, lo è ancora di più nei 5536 piccoli borghi (meno di 5000 abitanti) che costellano il nostro Paese. Spesso, in molti di questi, è sparito qualunque presidio aggregativo di carattere commerciale (gli esercizi commerciali a fine 2016 erano 94.112, circa 8 mila in meno rispetto alla stessa data del 2015). Dove una volta l'osteria era il punto d'incontro e di scambio delle informazioni, dove una volta il bar tabacchi fungeva da centro di smistamento delle ultime notizie e di conoscenza reciproca dei cittadini, oggi non resta nulla. Eppure, la grande bellezza dell'Italia non è fatta solo dall'architettura e dagli edifici che disegnano i nostri centri storici, al contrario il patrimonio di cui siamo più ricchi è sempre stata la socialità e la vita di questi centri. Vita che un nuovo modello di commercio e di convivenza ha

messo a dura prova e che rischia di consegnarci musei a cielo aperto buoni per comitive di turisti che cercano lo scorcio adatto per una foto ricordo e, poi, via di corsa. Il tema della rivitalizzazione dei piccoli centri è cruciale per darci una prospettiva di benessere comune. Non è pensabile proseguire sulla strada dello spopolamento e dell'abbandono delle aree rurali. Purtroppo il turismo non può essere la sola risposta in grado di evitare la polverizzazione del tessuto sociale, commerciale e produttivo per chi quelle aree le abita e le anima. Se vogliamo dare un futuro alle aree agricole del Paese, alle campagne, dobbiamo partire dal mantenere la socialità dei borghi. La battaglia per la difesa delle tradizioni agricole e alimentari italiane che rischiavano di scomparire con l'ondata del fast food si può dire vinta, e al contempo oggi rischiamo di trovarci col paradosso di un rinascimento delle produzioni tradizionali senza un tessuto sociale e comunitario in grado di assorbirle e valorizzarle. Rischiamo di aver salvato la lingua essendoci dimenticati di chi la parla. Anche perché le piccole botteghe nei piccoli comuni sono presidi di sicurezza, di controllo del territorio, di conoscenza e di pace sociale. Perderli significa perdere un pezzo enorme della nostra identità di cittadini e della bellezza dei nostri territori.

Attenti però a non cadere nella tentazione del rimpianto per i bei tempi andati. Qui si parla di modernità, le nuove botteghe devono essere smart, connesse con il mondo, multifunzionali, animate e gestite da giovani, devono rappresentare un modello di futuro positivo. Va salutata positivamente la legge dello scorso novembre che ha messo al centro la tutela dei piccoli comuni, ma non è ancora abbastanza. Serve uno sforzo collettivo, un'alleanza tra istituzioni, associazioni di categoria e cittadini per ridisegnare insieme il futuro delle nostre comunità. Questa è la parola chiave per indirizzare le politiche. La comunità è la base dell'agire collettivo e del benessere individuale, è lo spazio privilegiato della costruzione del sé e della sperimentazione della vita di gruppo. Le botteghe sono un baluardo e un presidio insostituibile per rivitalizzarle.

Per dare un futuro alle aree rurali bisogna mantenere la socialità. E la battaglia si vince anche tenendo in vita i negozi