

CON L'AGRITURISMO, PER LA VALORIZZAZIONE DEL PAESAGGIO, DELL'AMBIENTE NATURALE, DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO

Giorgio Lo Surdo

L'agriturismo è ormai una solida realtà del mondo agricolo italiano: oltre 19 mila aziende agricole offrono ospitalità agli appassionati di "vacanze in fattoria" proponendo alloggio, ristorazione, campeggio, visite didattiche, passeggiate a cavallo, corsi di cucina, attività culturali e ricreative di vario genere.

I numeri dell'agriturismo

Il pubblico dimostra di gradire... Malgrado il non felicissimo momento per l'economia nazionale, nel 2008, secondo le stime di Agriturist (Confagricoltura), circa tre milioni di persone hanno trascorso un soggiorno, lungo o breve, in una azienda agrituristica, attivando un fatturato superiore al milione di euro.

Così l'agriturismo conferma di saper mantenere le promesse che oltre 40 anni, fa ne hanno ispirato la nascita e lo sviluppo. Oggi può affermare di aver promosso il recupero di oltre 50 mila edifici rurali abbandonati, di aver sostenuto il rilancio di molte produzioni tipiche della nostra agricoltura, 174 delle quali hanno fin qui ottenuto dall'Unione Europea il riconoscimento della DOP (Denominazione d'Origine Protetta) e della IGP (Indicazione Geografica Protetta), e infine, di aver avvicinato almeno venti milioni di persone ad una migliore conoscenza dell'ambiente naturale.

Il mondo del vino poi, ha tratto dal-



lo sviluppo dell'agriturismo benefici molto importanti, mostrando al pubblico la straordinaria tradizione vitivinicola del nostro territorio attraverso la ristorazione, le degustazioni guidate, le visite alle cantine, la vendita diretta. Oltre il 30% delle aziende agrituristiche italiane produce vino e alimenta un fiorente "turismo del vino" che rappresenta ormai un settore specializzato dell'offerta agrituristica.

La funzione ambientale e sociale

Da più parti si sente affermare che vi sia ormai "troppo" agriturismo, e che questo stia provocando una involuzione del settore, con redditi incerti e qualità dell'accoglienza non sempre impeccabile. I fatti dimostrano che indubbiamente la crescita dell'offerta non conosce sosta, mantenendo un ritmo annuo superiore al 5%, in termini di nuove aziende che si affacciano sul mercato. Ciò significa che gli imprenditori agricoli continuano ad avere fiducia nell'investimento sull'ospitalità e che l'agriturismo conferma la propria efficacia nel salvaguardare il patrimonio immobiliare delle aziende, altrimenti destinato a diffuso abbandono.

Ma la funzione dell'agriturismo è anche quella di stabilire efficaci sinergie con la produzione agricola consentendo di attrarre in azienda i consumatori e vendere loro direttamente vino, olio, formaggi, sa-

lumi, conserve di ortaggi e di frutta, anche attraverso la ristorazione, nella logica della "filiera corta", di cui tanto si parla, per abbattere i costi della distribuzione dei prodotti agricoli.

Non sempre l'ospitalità è offerta in questa logica... A volte l'agriturismo è un servizio parallelo alla gestione agricola dell'azienda senza che si stabilisca la connessione fra accoglienza e commercializzazione del prodotto... Su questo versante occorre, da parte delle imprese, una maggiore sensibilità e capacità organizzativa, tenendo presente che vi sono già molti esempi di attività che riescono a vendere direttamente al consumatore quote rilevanti di prodotto agricolo, soprattutto se capaci di curarne in proprio, anche con la collaborazione di laboratori esterni, la trasformazione.

E' dunque vero che la concorrenza, fra le tante proposte di agriturismo, cresce; ma è anche vero che vi sono ancora ampi margini per raggiungere, con offerte interessanti, nuovi settori del mercato potenzialmente interessati alla originalità del messaggio agrituristico.

Recenti studi compiuti da Agriturist, basati sulla frequentazione del sito internet www.agriturist.it, hanno messo in evidenza, ad esempio, il contributo importante che può derivare allo sviluppo dell'agriturismo anche dalle Strade del Vino, dalle Strade del Gusto e dei Sapori, dal-



le feste e dalle sagre dedicate ai prodotti agricoli. Queste iniziative costituiscono preziose vetrine del prodotto tipico alle quali il pubblico si avvicina con crescente interesse, seguendo una nuova logica del turismo che ha abbandonato, non solo per ragioni economiche, le vacanze lunghe, per privilegiare diversi momenti di relax nell'arco dell'anno motivati da attrattori culturali ed enogastronomici "forti".

E' importante che i produttori agricoli partecipino all'organizzazione di queste iniziative, contribuiscano alla loro conoscenza, colgano in pieno le opportunità di promozione del proprio prodotto, che esse offrono. Oggi, ancora in molti casi, questo non accade: molte "Strade" restano disegnate sulla carta, molte sagre continuano ad essere organizzate con scarsa attenzione al richiamo di visitatori anche da località distanti, e alla conseguente accoglienza.

Ospitalità e ristorazione

La qualità dell'offerta agrituristica è complessivamente eccellente. Se un appunto, in alcuni casi, le si può muovere, questo riguarda proprio la ristorazione, che tende ad assumere dimensioni rile-

vanti, con una varietà esagerata di piatti nel menu, imitando inopportunamente i comuni ristoranti, e proprio quelli scarsamente caratterizzati dal punto di vista dell'offerta enogastronomica. L'agriturismo deve puntare su una ristorazione di qualità, forte di ingredienti tipici del territorio, freschi, stagionali, genuini; e l'assortimento di piatti deve essere contenuto, per garantire la realizzazione attenta di ricette soprattutto tradizionali che valorizzino le "materie prime", siano esse di produzione propria o accuratamente scelte presso altri agricoltori o artigiani alimentari della zona. Anche per quanto riguarda la scelta dei vini, è bene limitarsi a quelli tipici del luogo, visto che in Italia tutte le regioni ne producono di ottimi.

Il mantenimento del paesaggio

Piuttosto, se preoccupazioni incombono sul futuro dell'agriturismo, queste riguardano il costante degrado paesaggistico delle zone rurali, sempre più assediate dal cemento che "mangia" ogni giorno centinaia di ettari all'agricoltura e compromette irrimediabilmente l'amenità dell'orizzonte che, chi ama trascorrere le vacanze in campagna, si aspetta, legittimamente, verde, disegnato dalle coltivazioni, esente da capannoni, ciminiere, rumori e inquinamenti.

Agriturist ha recentemente affrontato questo problema rilevando, già dai dati statistici, segnali più che allarmanti: nel periodo 1980-2005 la superficie agricola utilizzata del nostro paese ha perduto 2,34 milioni di ettari, cioè oltre il 15% della propria consistenza. Più allarmanti ancora sono i dati sulla superficie agricola totale, che meglio esprime il profilo generale del territorio: in 15 anni ne sono "spariti" 4,9 milioni di ettari. Se consideriamo che la percezione del paesaggio va ben oltre il confine fisico fra verde e cemento, possiamo farci un'idea della brutta china verso la quale stiamo andando. E dal 2005 in poi non si registrano provvedimenti significativi che facciano supporre una inversione di tendenza; anzi, secondo molti urbanisti, guardando ai piani di uso del suolo già approvati dai comuni italiani, il prossimo censimento dell'agricoltura, in program-



ma nel 2010, riserverà amare sorprese.

In realtà è riduttivo affermare che questo fenomeno mette in discussione soltanto il futuro dell'agriturismo. La sistematica sottrazione di suolo all'agricoltura, infatti, pone seri problemi di sopravvivenza per tante imprese agricole, comprime ulteriormente le nostre potenzialità di autosufficienza alimentare, rischia di compromettere anche l'habitat di molte produzioni a denominazione d'origine (vini, oli, formaggi, salumi, ecc.) sulle quali gli imprenditori hanno investito denaro e lavoro, e che rappresentano il fiore all'occhiello della nostra agricoltura.

Prospettive

Non basta... In tempi in cui il turismo italiano cerca di riconquistare le quote di mercato perdute strada facendo (negli anni '60 l'Italia era la meta turistica più visitata al mondo, oggi è scesa al quinto posto), è opinione diffusa che la "riscossa" possa venire soprattutto dalla valorizzazione dei centri minori, del turismo enogastronomico, dalle risorse naturalistiche e paesaggistiche. L'immensa colata di cemento che sta seppellendo le nostre campagne cancella ogni giorno una quota importante di questo patrimonio duraturo sovrappo-
nendogli attività economiche per lo più foriere di uno sviluppo temporaneo, incerto, legato al breve periodo, esposto ai capricci del mercato. Prima che sia troppo tardi, occorre invertire vigorosamente la rotta e salvaguardare con decisione i "gioielli di famiglia", altrimenti anche il turismo, una delle nostre industrie più produttive, ne uscirà con le ossa rotte.

Giorgio Lo Surdo
Presidente Agriturist



Neanche i personaggi famosi (Lucia Bosè) resistono al fascino di una pigiatura coi piedi e all'assaggio del mosto così faticosamente prodotto (Calosso, Fiera del Rapulè - III domenica di Ottobre)

