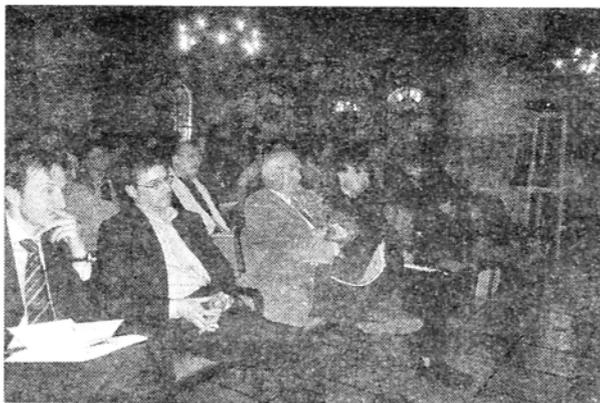


Una ricerca sul comparto agricolo nella Valdigne **Il rilancio viene dal turismo**

LA SALLE - Le strategie per fare interagire al meglio l'agricoltura e il turismo sono stato l'oggetto di un dibattito svoltosi venerdì 18 gennaio scorso a La Salle. L'incontro ha fornito l'occasione per presentare la ricerca - che sarà pubblicata a breve - «L'integrazione tra l'agricoltura e gli altri settori dell'economia di montagna nella Comunità montana Valdigne Mont Blanc», promossa dall'Osservatorio sul sistema Montagna Laurent Ferretti della Fondazione Courmayeur, in collaborazione con l'Institut Agricole Régional. «La ricerca - ha spiegato Giuseppe Nebbia, presidente dell'Osservatorio Laurent Ferretti - vuole promuovere una visione più dinamica degli aspetti reciprocamente promozionali delle attività agricole e di quelle turistiche. La scelta della Valdigne come luogo della ricerca discende da scelte di carattere principalmente operativo. Ma il metodo adottato può essere utilizzato egual-



Il pubblico che ha assistito alla presentazione dello studio

mente nel caso di altra comunità». «Tutto quanto contiene il territorio deve essere utilizzato per variegare l'offerta turistica, - ha aggiunto Nebbia - e l'agricoltura è un condensato di territorio».

«Per rendere più competitivo il comparto agricolo - ha detto Hervé Lale Murix, che ha realizzato la ricerca - sarebbe auspicabile, tra l'altro, diversificare le produzioni attraverso l'introduzione di colture come piccoli frutti, erbe officinali, prodotti ortofrutticoli e allevamento di selvaggina. E poi

diversificare l'azienda agricola verso i settori secondari e terziari attraverso la creazione di offerta turistica (agriturismo), favorire la cooperazione tra aziende al fine di ridurre i costi di gestione, e rafforzare sul territorio la presenza commerciale delle aziende agricole. Per il settore turistico - ha concluso Lale Murix - le criticità sono legate soprattutto al fatto che la maggior parte delle maestranze e degli operatori non sono locali e quindi presentano una conoscenza limitata dei prodotti del territorio».