

CONVEGNO. CONFRONTO TRANSFRONTALIERO

Turismo e agricoltura La nuova alleanza in aiuto dell'economia

L'integrazione tra agricoltura e turismo è «strategica per lo sviluppo armonico di un territorio come quello alpino e valdostano in particolare». E' un passo della relazione preparata da Carlo Francesia, ricercatore dell'Institut agricole régional, letta ieri durante il convegno su «Economia di montagna: collaborazione tra agricoltura e altri settori». L'evento, organizzato dallo stesso Iar e dalla Fondazione Courmayeur con il Serec (associazione svizzera per i servizi agli enti locali) e il Suaci-Alpes du Nord (servizio delle camere agricole di Alta Savoia, Isère e Savoia) ha messo a confronto per una giornata intera esperti e istituzioni, alla ricerca di collaborazioni e partnership tra le regioni alpine. Queste ultime hanno presentato i loro progetti, già operativi, che integrano le ricchezze dell'agricoltura con le esigenze del turismo. La Valle d'Aosta ha così potuto esibire le proprie credenziali, come il marchio Saveurs du Val d'Aoste che contrassegna i prodotti tipici di qualità e le attività commerciali che li realizzano o li mettono sul mercato, o come le fattorie didattiche, nuova frontiera dell'agriturismo che guarda alle scuole e a nicchie di mercato.

Ma come spiega Francesia il percorso per l'integrazione tra agricoltura e turi-



La conferenza all'Institut

smo è accidentato: «La disponibilità di prodotti di alto pregio - scrive - non ha protetto a sufficienza i redditi degli agricoltori» mentre «il turismo ha modificato il proprio volto in maniera repentina» passando da fenomeno di élite a movimento di massa «e talvolta anche banalizzato». Per questo Francesia sostiene che «non basta avere prodotti e panorami unici per sedurre consumatori differenziati e distanti dalla cultura di montagna» anche perché «all'interno del mercato le regioni montane patiscono la concorrenza di realtà più aggressive, modaiole, con prezzi ridotti». La soluzione? Quella prospettata da Iar e Fondazione Courmayeur, cioè la collaborazione tra realtà omogenee e lo scambio di esperienze. L'obiettivo: «Acquisire la capacità di offrire servizi, quasi più che prodotti». [D.M.]