

PAESAGGI AGRO-CULTURALI PER IL TURISMO:  
GEOGRAFIA, PIANI PAESISTICI E PIANI TURISTICI.

*Francesco Adamo*

**Apertura dei Lavori**

Autorità, Signore e Signori, Colleghi e Studenti : Buon Giorno!

In qualità di Presidente dell'associazione che promuove e organizza le Giornate del Turismo, prima di aprire i lavori di questa XI edizione, introducendo le tematiche che si cercherà di sviluppare, ritengo doverose alcune premesse ,

In primo luogo permettetemi di presentare la nostra associazione, Geoprogress. Essa è una Organizzazione Non lucrativa di Utilità Sociale (ONLUS) fondata nel 2011 da una trentina di universitari (docenti-ricercatori, tecnici e amministrativi) , con la finalità di contribuire al progresso dell'Umanità (Geo) attraverso :1) il progresso delle conoscenze e la loro diffusione in tutto il mondo, e quindi mediante la promozione di :attività di ricerca e alta formazione; 2) la tutela dell'ambiente naturale della Terra e dei suoi ecosistemi;3) la tutela e valorizzazione dei beni culturali, di cui il paesaggio è una fondamentale sintesi.4) la cooperazione allo sviluppo , soprattutto nei suddetti campi

In secondo luogo, devo far presente che le Giornate del Turismo nascono nel 2001 , anno d'attivazione del Corso di laurea in Promozione e gestione del turismo della Facoltà di Economia, come Giornate di Geografia del Turismo, per divenire semplicemente del Turismo nel 2003 e da quell'anno essere svolte con il sostegno della Regione Piemonte e con il patrocinio delle Conferenza delle Regioni e Province Autonome , delle tre principali Associazioni delle imprese turistiche, dell'ANCI e dell'UPI. Nel 2008 e 2009, furono organizzate dall'allora consorzio RéTour (Rete Interregionale per il progresso del turismo) costituito da alcune delle principali

università italiane (Catania, Napoli Federico II, Roma La Sapienza, Venezia Ca' Foscari e Piemonte O. "A. Avogadro"). Geoprogress ha ereditato da questo consorzio non solo l'organizzazione di questa iniziativa, ma la sua decennale esperienza nel campo degli studi turistici, essendo i membri del Comitato di Retour tra i primi soci fondatori di Geoprogress e un gruppo di studio di Geoprogress ha mantenuto tale denominazione, retour, alla quale teniamo non tanto come acronimo di Rete del Turismo quanto come significativo slogan del nostro modo di vedere i problemi del turismo italiano. Il nostro principale problema infatti è far sì che il turista "ritorni", obiettivo che nulla ha a che fare con la preoccupazione del portale Italia, della pubblicità e del marketing del paese e delle tradizionali attività dell'ENIT.

Le Giornate del Turismo non solo sono pienamente coerenti con la *mission* di Geoprogress - sia quale strumenti di progresso delle conoscenze sia per i contenuti che vengono trattati - ma, quale appuntamento annuale per ricercatori, operatori privati e decisori pubblici, costituiscono un evento necessario. E' un momento di libera discussione dei problemi del turismo e di proposizione di possibili soluzioni. Per questo, malgrado le difficoltà che attanagliano i tradizionali sostenitori dell'iniziativa, anche quest'anno abbiamo voluto promuoverla e organizzarla, ben consapevoli che non avremmo avuto un'alta numero di presenze, in mancanza di fondi per dare ampia pubblicità all'annuncio dell'evento e anche per il fatto che molti ricercatori universitari non possono oggi permettersi di partecipare ad un convegno. Quel che conta però non è quanti siamo, ma i risultati delle nostre ricerche ed esperienze che discuteremo e le proposte che verranno avanzate; inoltre, molto più importante del numero dei presenti, è il numero delle persone che verranno a conoscenza dei risultati e Geoprogress s'impegna a utilizzare in tal senso i fondi che insisterà nel richiedere a donatori e finanziatori di progetti.

La decisione di Geoprogress di non rinunciare alle Giornate del Turismo vuole essere anche una reazione positiva allo stato attuale di depressione, che non è solo economica ma anche sociale, morale e politica.

Prima d'addentrarmi nel programma ed in particolare nel tema specifico di quest'edizione permettetemi ancora alcuni ringraziamenti: Devo innanzitutto ringraziare il Presidente del Consorzio Astiss, dott. Michele Maggiora, che ci ha offerto ospitalità in questa sede, il dott. Francesco Scalfari, Direttore di questa sede astigiana, e i suoi collaboratori, dott. Garrone dell'Ufficio Stampa e il Signor Mazzon, che hanno contribuito all'organizzazione. Ringrazio inoltre per la loro partecipazione

i Rettori qui presenti e che avrò modo di presentarvi, le Autorità, i colleghi e tutti i presenti che con i loro interventi animeranno le Giornate e ne faranno, come auguro, un successo.

### **Paesaggi agro-culturali e turismo: geografia, piani paesistici e piani turistici**

E' questo il tema specifico che verrà sviluppato in queste giornate: nelle sessioni di domani in cui verranno presentati 18 contributi scritti proposti da ricercatori di tutt'Italia; nel seminario della prossima sessione introdotto dalle relazioni magistrali di Attilia Peano,, urbanista del Politecnico di Torino, e di Fabio Pollice, geografo economista dell'Università di Lecce; e nella seconda sessione di oggi pomeriggio, sulla pianificazione di vasta area, che assumerà come caso studio la regione vitivinicola di Langhe, Roero e Monferrato e verrà introdotta da una relazione magistrale di Sergio Conti, geografo economista dell'Università di Torino, noto in Piemonte anche per l'essere stato Assessore regionale per le politiche del territorio.

Le politiche per una valorizzazione sostenibile dei paesaggi agro-culturali delle regioni e sub-regioni italiane, ad uso del turismo e del tempo libero dei residenti nelle stesse regioni e in quelle vicine, avrebbero scarsa efficacia se non inquadrate in una adeguata politica nazionale di tutela dei paesaggi e di sviluppo del turismo. E' questo il motivo per cui, una sessione, la prima di oggi pomeriggio cercherà di fare il punto della situazione del turismo italiano e delle politiche di sviluppo praticate. Questa sessione che di norma teniamo negli anni dispari, perché in quelli pari si svolge la Conferenza Nazionale del Turismo, ha quest'anno l'obiettivo di raccogliere e discutere proposte di politica turistica e particolarmente per il Piano strategico nazionale la cui bozza verrà presentata dal Ministro Gnudi alla prossima Conferenza annunciata per gennaio 2013.

Rinviando a questa sessione di soffermarmi di altri problemi del turismo italiano e delle sue politiche, vorrei accennare alle questioni che dovranno essere affrontate nella considerazione dei rapporti tra paesaggio e turismo e in particolare alle politiche e agli strumenti per una valorizzazione turistica sostenibile dei paesaggi agro-culturali come quelli delle nostre colline vitivinicole.

Dall'affermazione secondo cui la valorizzazione per il turismo e più in generale per il tempo libero implica la tutela sorgono due semplici questioni: perché tutelare il paesaggio e cosa significa tutela, questioni che presuppongono entrambe

la definizione di che cosa intendiamo per *paesaggio* e che *valore* gli attribuiamo nel progresso d'ogni uomo e dell'umanità.

Andando con ordine, seppur rapidamente, ricordo che un paesaggio - come dovrebbe essere noto a chi abbia avuto modo di studiare i primi fondamenti della geografia - è l'identificazione-rappresentazione della struttura fisica di un territorio, data dalla combinazione degli elementi fisici, che cadono cioè sotto i nostri sensi. Di esso il panorama o veduta di un luogo è solo un'espressione, benché importante. Suoni, odori e profumi ne sono parte integrante, mutevoli come il panorama secondo l'andamento delle stagioni e delle attività umane. Pensate alle nostre vigne che già d'inverno, dopo la caduta delle foglie, dopo i profondi silenzi che le caratterizzano quando il suolo viene ricoperto dalla neve, cominciano ad animarsi con la potatura: un'operazione, fondamentale che va fatta con gran de attenzione e pazienza., perché da essa può dipendere il risultato della vostra vigna. Poi ai primi caldi, mentre ancora la neve va sciogliendosi germoglia e via via si riempie di foglie, va bagnata con il verdecime e tra i filari ove l'erba cresce rapidamente va tenuta pulita, sinché sul finire dell'estate gli acini son già belli pieni e scuri, e si guarda con trepidazione al tempo per decidere il momento opportuno della vendemmia, de momento più gioioso della vita di queste colline.

I luoghi non sono però solo paesaggi e la geografia che descrive lo spazio terrestre e i suoi luoghi, intesi come i territori nei quali lo spazio terrestre è stato articolato dalle comunità umane, non si riduce e non può ridursi, come pensavano alcuni geografi, a scienza del paesaggio: deve tener conto anche degli elementi immateriali dell'ambiente di ciascun territorio, non solo perché essi sono largamente determinati del paesaggio, ma anche semplicemente perché distinguono un territorio da un altro e la geografia, quale descrizione della Terra nelle sua differenziazione spaziale, non può non tenerne conto.

Tutela del paesaggio non significa pura conservazione, fare di un territorio un "museo" (parola purtroppo entrata in Piemonte d'uso con un termine decisamente errato, come quello di eco-museo) ma che il cambiamento necessario per il progresso, come per qualsiasi sviluppo, deve attuarsi nella continuità dei caratteri del territorio e anzi a partire dalle sue identità o peculiarità che gli conferiscono valore in un mondo globalizzato. Le Langhe e un po' meno il Monferrato e i loro vini sono divenuti famosi nel mondo proprio grazie al lavoro e all'iniziativa dei vignaioli locali, ai tanti cambiamenti che da essi ed altri lavoratori e imprenditori locali hanno

introdotta . Senza questi cambiamenti, le condizioni sociali locali sarebbero rimaste come quelle ad esempio descritte dall'Inchiesta Jacini, nel XIX e ancora nell'immediato dopoguerra, senza pensare agli scritti di poeti e letterati, le condizioni di miseria che emergono dal lavoro del prof. Rosso su La valle del Tanaro.

*Perché tutelare ed anzi migliorare i paesaggi?* - Per la duplice funzione del paesaggio: di poter accrescere le condizioni residenziali e ricreative ed il benessere degli abitanti ; e di risorsa economica, vuoi per le proprietà dei suoi elementi componenti, che possono essere necessari o favorire alcune attività produttive (come ad esempio l'agricoltura), vuoi per l'attrattiva turistica che alcuni suoi elementi e soprattutto esso nel suo insieme, può esercitare. La tutela del paesaggio (e/o il suo miglioramento) è in breve condizione necessaria per valorizzarlo.

Il problema di fondo è quindi *come tutelarlo* , che sostanzialmente corrisponde a mio avviso al problema di *come valorizzarlo* o, meglio, d'identificare, a partire dalle vocazioni locali, quali valorizzazioni ne consentono la miglior tutela ed anzi un miglioramento delle sue qualità; partendo dal presupposto che la tutela non è e non può essere pura conservazione e richiede qualche forma di valorizzazione e, come la stessa conservazione, richiede azioni appropriate. Ulteriori dimostrazioni di quest'affermazione sono superflue. Basti pensare: ai motivi che hanno indotto e inducono all'istituzione e all'organizzazione di parchi e altre aree protette: oppure anche agli incolti, privi di una qualsiasi attrazione in cui si trasformano, boschi, vigneti e altri coltivi abbandonati, ad esempio nelle nostre colline.

Per tutelare il paesaggio, quindi, occorre certo la definizione innanzitutto di regole, in particolare regole condivise, e soprattutto, specialmente nel caso italiano, farle rispettare. A questo riguardo è ad esempio inaccettabile che in un condominio ognuno dipinga il muro esterno del proprio terrazzo o sostituisca gli infissi proprio a piacere (chi in metallo o plastica che in legno); ma anche per le case unifamiliari, com'è evidente nelle campagne, è inaccettabile che vengano rinnovate senza rispettare gli stili originari e della regione. Quello che attrae, che fa "bello un paesaggio, non sono le stranezze (la casa fatta a funghetto!...) ma la normalità: l'ordine negli edifici civili e rustici, nella rete viaria, nella ripartizione e sistemazione dei campi.

Ma le regole e il loro rispetto non bastano : occorre anche mantenere o rendere produttivo il territorio di cui un dato paesaggio è espressione. E' impossibile, ad esempio, arrestare la degradazione dei suoli sui versanti montani e collinari, rendere

attraattivi i boschi – che per il visitatore e le sue passeggiate devono essere accessibili e penetrabili, quindi provvisti di vie campestri e sentieri - se le attività agro-pastorali e forestali vengono abbandonate. E' difficile pensare che l'arredo urbano come delle case e villaggi possa migliorare se si riduce la ricchezza: se ,nel caso dell'Italia e anche dei paesi d'Europa con i conti dello Stato più in ordine, si pensa di superare questa ben lunga depressione (siamo ormai ad almeno 5 anni) soltanto attraverso politiche restrittive e affidandosi al "toccasana del solo mercato" - continuando di fatto a dominare l'ideologia liberista riaffermatasi nel decennio 1990, dopo un sessantennio dagli insegnamenti keynesiani che restano pur essendo da adeguare ai più complessi tempi dell'attuale capitalismo, flessibile e globalistico.

La riduzione della spesa pubblica, se è indispensabile per evitare il collasso dello Stato, non basta - ed anzi non serve se nel contempo si riducono i redditi - se la spesa non viene controllata attentamente nel quadro di un programma che la orienti a espandere la domanda attraverso investimenti in opere che migliorino le infrastrutture e servizi che accrescono la competitività del territorio , dando al tempo stesso lavori a sostegno dei consumi. Gli sforzi e i sacrifici richiesti dalla ripresa se sono gli obiettivi e il programma sono chiari e trasparenti tanto da ricevere un ampio consenso, cosa che richiede non ultimo che si rispetti il principio dell'equità secondo cui chi più ha più deve dare.

Assieme a queste condizioni a scala sovranazionale, nazionale e anche regionale, una tutela e valorizzazione sostenibile (ecologicamente, socialmente ed economicamente) e quindi duratura del territorio ed in particolare dei suoi "paesaggi agro-culturali" su cui si focalizzano queste Giornate richiede una pianificazione sistemica e partecipativa a scala sub-regionale e locale, tanto più se si vuole che il turismo sia una delle basi essenziali di tale valorizzazione.

Prima di concludere con un accenno a tal pianificazione e ai piani, paesaggistici e turistici , che sono al centro di alcune relazioni, oltre che oggetto di discussione in una Tavola Rotonda a questo convegno, sembra utile chiarire il senso dell'attributo "agro-culturale", variamente interpretato nelle proposte d'intervento al convegno ricevute. I paesaggi agrari sono spesso già di per sé - com'è il caso di quelli viti-vinicoli del Monferrato, delle Langhe e del Roero, la regione scelta per quest'incontro - una espressione della cultura locale, del secolare "genere di vita" prevalente delle comunità contadine, vale a dire del loro rapporto originale con l'ambiente naturale, della loro interpretazione originale. Essi possono di per sé , come nell'esempio

assunto, essere considerati paesaggi culturali e comprendere altri elementi culturali, oltre ai coltivi, come case rustiche, chiese campestri e piloni votivi, case-forti, castelli e ville. Di fatto in molteplici studi geografici sui paesaggi agrari, questi elementi sono stati compresi e agrario è stato quindi assunto come sinonimo di rurale (dal nome agro, ovvero campagna, piuttosto che da agricoltura). Tuttavia si è aggiunto “agro” all’attributo culturale sia perché intanto non tutti gli elementi strettamente agrari, benché espressione di tecniche agronomiche e quindi di cultura, sono eredità culturali identificative di un luogo, sia per evitare di ridursi, come in vari altri studi e nel linguaggio comune, a considerare il patrimonio culturale strettamente agricolo e trascurare altri beni culturali che rendono attrattivi molti paesaggi rurali italiani. L’elemento distintivo di questi paesaggi, rispetto ai paesaggi culturali delle città, è dato comunque dall’uso dei suoli e in particolare dall’indirizzo prevalente della produzione agraria.

La pianificazione dello sviluppo sostenibile di tali spazi rurali avrà il non facile e ambizioso obiettivo di coniugare la tradizione con l’innovazione produttiva: di far sì che l’innovazione sia espressione ed elemento intrinseco dello sviluppo locale e quindi possa tutelare e anche arricchire i valori identitari locali, tra i quali quelli delle strutture fisiche o materiali rappresentate dal paesaggio. L’innovazione produttiva, indispensabile per mantenere vivo il paesaggio, è tanto più necessaria quanto più limitata potrà essere il contributo del turismo alla base economica locale.

Il turismo, come dimostrano le regioni rurali dove s’è più diffuso, per quanto importante possa divenire, non può essere che una parte della base economica e per svilupparsi ha bisogno d’integrarsi strettamente con altre attività locali e in particolari agricole, che debbono essere in grado, il più possibile di per sé sole, non solo di mantenere vivo il paesaggio agrario, ma di fornire alla comunità locale i redditi per azioni collettive di creazione delle condizioni ambientali locali di sviluppo del turismo, che le imprese esclusivamente di servizi turistici non sono in grado di realizzare. Si pensi non tanto alle spese per l’informazione e la comunicazione o per attrezzare gli itinerari di visita del territorio, quanto alle spese per la cura e il mantenimento di terreni abbandonati e soprattutto per la manutenzione dei boschi che in molti comuni collinari e montani fortemente deruralizzati nessuno fa più.

Per coniugare innovazione e tradizione, nel senso suddetto, come per realizzare il coordinamento e l’integrazione organica tra i protagonisti possibili dello sviluppo locale - che in una certa misura e disorganicamente può anche avvenire

“spontaneamente” - è necessaria una programmazione dello sviluppo locale, inclusiva della pianificazione paesaggistica e turistica del territorio, con un approccio sistemico e partecipativo.

Sistemico perché il territorio e i suoi paesaggi sono sistemi e occorre considerare le interazioni tra i loro elementi, tra i loro soggetti e tra essi e le condizioni di sviluppo date dagli elementi dell’ambiente (sociale e naturale); sistemico a maggior ragione perché il turismo è un sistema di produzione costituito da differenti settori d’attività e di imprese, e nel caso specifico del turismo agro-culturale, l’offerta turistica richiede l’integrazione e spesso l’identificazione (agriturismo) con soggetti di altri settori economici, aspetto che caratterizza questo tipo di turismo.

Partecipativo dev’essere, al tempo stesso, l’approccio della pianificazione<sup>1</sup> sia perché deve avere il consenso dei soggetti economici che dovranno assumersi la responsabilità di attuare le azioni concordate, sia per garantire al territorio e al paesaggio, pur nel cambiamento delle strutture materiali, quella continuità di valori che consentano agli abitanti di riconoscersi in essi, di apprezzarli e farli continuare ad apprezzare dagli “altri”. La partecipazione e la piena condivisione degli obiettivi del piano, per lo sviluppo specificamente del turismo è poi essenziale per creare una cultura dell’accoglienza e fare degli abitanti in loco potenti fattori della crescita quantitativa e qualitativa del turismo.

Una questione tra le tante messe in discussione al convegno che merita d’essere sottolineata in tema di pianificazione, perché si ritiene importante ed è di norma trascurata riguarda le scale territoriali dei diversi interventi di piano ed in primo luogo quale dimensione-delimitazione debba assumere l’intera area interessata dal piano di sviluppo basato su prodotti agricoli e d’altri settori, e per quel che qui più c’interessa sull’offerta turistica dei paesaggi agro-culturali. La questione è in genere trascurata dai responsabili politici degli enti territoriali – che dovrebbero promuovere (se non lo fan altri, come associazioni di operatori), coordinare gl’interventi e realizzare quelli di competenza pubblica – che di norma considerano essenzialmente il territorio dell’ente. Altrettanto fanno in genere i loro consulenti, esperti di pianificazione, i quali si limitano spesso a fare quanto chiede il committente e certo a considerare solo

---

<sup>1</sup> Termine che, come quello simile di programmazione, non è una “parolaccia” opposta a “mercato”, come qualcuno sembra pensare: ogni seria azienda programma-pianifica il proprio avvenire. A maggior ragione dovrà farlo ogni comunità sociale, sulla base delle sue scelte politiche, promosse dalle sue istituzioni.



il territorio del committente. Per questo motivo, in questo convegno si è voluto dare rilievo alla questione, ponendola tra i temi principali sia delle relazioni affidate a Fabio Pollice e a Attilia Peano, sia della Tavola Rotonda sulla Pianificazione di vasta area.

Entro certi limiti la dimensione e soprattutto la delimitazione di una regione-programma di sviluppo turistico agro-culturale è una scelta decisamente politica: dipende dal consenso e dalla volontà di una comunità locale di condividere i destini delle altre comunità alle quali s'aggrega. Tuttavia, per divenire realtà - essere cioè sufficientemente attrattiva e funzionare adeguatamente come unità economico-territoriale e quindi gestibile in modo efficiente - deve disporre di un'offerta di attrazioni turistiche, in particolare di attrazioni principali ovvero che possano motivare lo spostamento del turista dal suo luogo abituale di dimora, superiore ad una certa soglia minima, tale da essere in grado di generare flussi di domanda turistica capaci non solo di remunerare le locali imprese di servizi turistici ma anche il costo della spesa complessiva delle comunità locali per creare le economie esterne per queste imprese e nel caso considerato per interventi di mantenimento e miglioramento del paesaggio.

Tale soglia minima e di conseguenza la dimensione spaziale della destinazione è funzione della forza attrattiva e della qualità delle diverse attrazioni; ma per quanto raro e anzi unico possa essere un dato bene culturale, la località in cui si trova difficilmente potrà divenire una destinazione turistica se non dispone di altre attrazioni e soprattutto se la sua potenziale offerta non si integra con quella di altre località: non diventa il nodo di una rete di località che dispongono di altre attrazioni simili o complementari, la quale nel suo insieme costituisce la destinazione e l'offerta turistica. La dimensione di tale rete e quindi della regione programma turistica, se deve certo garantire il superamento della soglia minima necessaria a generare una adeguata domanda, deve essere contenuta entro uno spazio da garantire, tenuto conto dei mezzi di trasporto e della accessibilità, la fruizione delle attrazioni offerte da parte del target di turisti e da soddisfare le loro aspettative.

E' evidente, quindi, che i piani delle Province italiane, alle quali le rispettive Regioni affidano spesso gli interventi di pianificazione turistica, oltre che paesaggistica, sono in molti casi libri dei sogni o quasi ed, anzi, tenuto conto che non si fa monitoraggio non si possono neppure considerare piani.