Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1027 del 15/05/2019

Ieri sera gli Stati generali della montagna hanno fatto tappa ad Agraria di Riva del Garda con imprenditori, esperti di innovazione

Agricoltura e turismo, la sfida è nella qualità globale di prodotti e territorio

Gli Stati generali della montagna hanno visto ieri sera a Riva del Garda la serata dedicata alla qualità dei prodotti e del territorio per il settore del turismo ed agricoltura. Raccogliendo la disponibilità di Massimo Fia, direttore di Agraria di Riva del Garda, il progetto per la ridefinizione delle politiche delle montagna ha voluto aprire anche ad esperti esterni ed imprenditori trentini, chiamati a confrontarsi su uno dei temi cardine degli Stati generali della montagna: la qualità globale di prodotti e del territorio. Senza qualità - è questa la sintesi della serata - non è possibile vincere alcuna delle sfide di un mercato sempre più competitivo, così come non è possibile costruire un'architettura di politiche che guardino, in maniera innovativa, alle genti e al futuro delle alte terre. All'incontro hanno preso parte, tra gli altri, gli assessori provinciali all'agricoltura e al turismo, l'antropologo (e già presidente del Cai) Annibale Salsa; Camilla Lunelli delle Cantine Ferrari; Silvio Rigatti, fondatore di AktivHotel Santa Lucia; e Andrea Casadei di Grow the Planet.

Le parole chiave dell'incontro le ha riassunte l'assessore provinciale all'agricoltura e foreste: "Gli Stati generali della montagna ci obbligano a pensare in maniera critica, ovvero a pensare dove siamo e dove vogliamo arrivare. In Trentino abbiamo degli elementi distintivi, su cui investire, quali paesaggio storia e autonomia. In ambito turistico, l'agriturismo non è concorrente dell'albergo ma integra l'offerta legata al contesto agricolo. Molto rimane da fare per quanto riguarda le nuove opportunità digitali nella comunicazione e nel marketing. "Se vogliamo - ha continuato l'assessore - far convergere agricoltura e turismo, le parole chiave sono qualità e sostenibilità: un'esperienza trasversale a cui il mercato guarda con sempre maggiore attenzione. Per questo motivo dobbiamo smetterla di farci la guerra interna perché dobbiamo lavorare per liberare le potenzialità di un'economia circolare". In campo agricolo, la responsabile provinciale ha confermato le prossime novità del settore, contenute anche nel disegno di legge che permetterà agli agricoltori di acquisire conoscenze e competenze nella gestione manageriale delle aziende: "Andremo a modificare il piano di insediamento per restituire, soprattutto ai giovani, una prospettiva e una visone a lungo termine dell'azienda". Fondamentale - è questa l'ultima parola chiave - sarà il ruolo dell'Istituto di San Michele per la formazione sul territorio.

Imprenditori a confronto.

La prima parte della serata ha visto il confronto tra esperienze imprenditoriali turistiche ed agricole. Aprendo la tavola rotonda l'assessore provinciale al turismo, artigianato e commercio ha sottolineato come in questa fase degli Stati generali della montagna il ruolo della politica sia quello di ascoltare esperienze, buone pratiche ed esigenze dei territori: "Raccogliere le istanze di chi si impegna in prima persona è la condizione necessaria per andare ad incidere in maniera risolutiva sui problemi. Oggi siamo a Riva del Garda, eccellenza turistica, sportiva ed agricola, grazie ai prodotti quali vino ed olio. Occorre essere consapevoli di quello che abbiamo. Personalmente apprezzo la grande disponibilità dei territori a mettersi in gioco per recuperare il tempo e le opportunità perse".

Nel suo intervento Annibale Salsa ha toccato tre temi: il rapporto tra uomo e montagna, la governance e i grandi carnivori. “La montagna vive se l’uomo vive in montagna. Il contadino è un costruttore di paesaggi fin dal 1200 e il paesaggio è una costruzione sociale, culturale e naturale.”. Per questo motivo il ruolo della governance è cruciale in quanto - secondo Salsa - deve consentire l’attivismo e il protagonismo dei soggetti che abitano le terre alte. I prodotti di montagna sono di qualità a differenza della quantità della pianura. Per questo la politica deve recuperare modelli anche passati per restituire l’autenticità alla montagna”. Sul dibattito dei grandi carnivori, Salsa ha individuato nel numero di esemplari presenti sul territorio l’elemento di criticità: “La governance serve a questo, ovvero a garantire il controllo del territorio che non deve essere condizionato dalla burocrazia”.

La storia di successo della famiglia Lunelli e dell’azienda Ferrari ha permesso a Camilla Lunelli, responsabile della comunicazione del gruppo, di portare la testimonianza diretta di quanto la qualità del prodotto ma anche del territorio siano fondamentali per competere sul mercato: “Il marchio Trento Doc ci consente di promuovere nel mondo un prodotto ed un territorio. Questo non potrebbe avvenire se promuovessimo il pinot grigio o lo spumante in generale. Il prodotto agricolo unico si realizza grazie al legame con il territorio, un’appartenenza unica con i terreni e la qualità del territorio. Il turismo in Trentino ci consente inoltre di far conoscere i prodotti a milioni di turisti che una volta ritornati a casa si riconosceranno ancor più negli stessi prodotti in quanto conoscono il territorio da cui provengono”. Da qui la volontà di continuare ad agire con responsabilità sociale ed ambientale: “La montagna è un ecosistema fragile che va ad interagire con la vita delle persone. Noi non abbiamo migliaia di ettari ma piccoli terreni coltivati da agricoltori”. Lo stesso mercato guarda sempre più alla sostenibilità come valore deciso nella scelta dei prodotti. Infine, parlando di comunicazione, Camilla Lunelli ha ribadito la scelta obbligata del digitale: “Nuovo canale attraverso cui dobbiamo tramettere emozione, raccontando tutto ciò che sta dietro al prodotto”.

L’emozione è il tasto che ha toccato anche Silvio Rigatti, fondatore di AktivHotel SantaLucia: “Nel turismo non vendiamo pasti o letti ma un’esperienza ricca di emozioni. Non è necessario fare tutto ma poche cose fatte bene. All’ospite di un hotel offriamo l’incontro con il territorio grazie alle escursioni o alle degustazioni in cantina e promuoviamo prodotti tipici dell’Alto Garda quali l’olio e l’aceto”. Secondo Rigatti, il Trentino deve guardare all’Alto Adige come un modello di qualità e sostenibilità: “Investiamo nella formazione degli operatori e facciamo crescere il sistema agricolo e turistico”. Un ultimo accenno, l’imprenditore lo ha dedicato alla comunicazione: “Negli ultimi anni il sistema è cambiato, siamo passati dalle riviste patinate al web, dal giudizio stellato al giudizio dei clienti”.

E di web ed opportunità digitali ha parlato Andrea Casadei, general manager di “Grow the Planet H-Farm”, il quale ha sottolineato il gap tra turismo e industria agroalimentare (a vantaggio del primo): “Molti imprenditori sono iperdigitali nella produzione del prodotto ma quando lo impacchettano tornano analogici. Solo il 3 per centro dell’agroalimentare è digitale ma la percentuale salirà al 25% nei prossimi anni”. Chi non si attrezza al cambiamento corre il rischio di trasformare il digitale nella loro grande distribuzione: “E’ necessario che l’imprenditore, sia esso turistico o agricolo, abbia la consapevolezza delle opportunità e delle conoscenze digitali”.

Buone pratiche in vetrina.

L’incontro di Riva è servito a presentare esperienze molto diverse tra di loro ma unite da un unico filo rosso: il successo di un’idea e, a volte, di un sogno. La conferma che “le favole esistono anche in agricoltura” è arrivata da Francesca Eccher, dell’azienda agricola e fattoria didattica “Il Leprotto Bisestile”: “Siamo nati per necessità, per garantire un ricovero ad animali in difficoltà. Dopo gli animali sono arrivate le famiglie e le scuola a cui insegniamo le cose essenziali della campagna e l’autenticità della natura”.

La scelta bio, senza chimica, nei prodotti e nei campi ha premiato Matteo Furlani, dell’omonima azienda agricola di Povo: “Mio padre mi ha ceduto una parte di azienda in cui abbiamo fatto nascere una cantina, che produce spumante con il metodo classico, e, grazie a mia moglie, una linea di creme naturali, sempre a base spumante: “I turisti e i clienti apprezzano la nostra scelta di proporre un prodotto che cambia di anno in anno perché il vino è il risultato dei terreni ma anche delle stagioni”. Il loro agriturismo merita una visita.

Sempre il biologico ha premiato l’azienda agricola Balter di Rovereto. La storia, raccontata da Clementina Balter, parte dal castelliere (antica torre di comunicazione tra i castelli di Noarna e Pietra) nel cuore del bosco della città di Rovereto: “Oggi il castelliere è trasformato in una fattoria dove il cliente ci visita per conoscere la cultura del vino”.

La chiusura è toccata ad Agraria di Riva del Garda con il suo direttore, Massimo Fia, il quale ha aggiunto la parola chiave finale: identità. “Agraria - ha detto - è conosciuta per l'olio gardesano, unico in Italia e nel mondo. La nostra identità è nell’olio, un prodotto che garantisce solo il 10% del fatturato ad un’azienda di 300 soci e 28 dipendenti. Il resto viene dal negozio e dalla cantina. Grazie al valore identitario di un prodotto con il territorio abbiamo svoltato: oggi siamo in 42 Paesi del mondo, qualche anno fa in 42 paesi del Trentino”.

Foto e video a cura dell'Ufficio Stampa.

(pff)