

**National Conference Parchi Per Una Sola Terra
Dolomiti Bellunesi National Park
July 10-11, 2008
Stefano Masini's Presentation**



Le qualità' italiane: saperi e sapori

*Conferenza Nazionale ed Internazionale
Ente Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi
- Feltre, 10/11 luglio 2008 -*

L'agricoltore è un attore economico che risulta sempre più consapevole delle opportunità di investimento e di sviluppo del settore, complice anche una regolazione europea orientata, nel periodo recente, all'apertura alla *competizione*.

Di qui la necessità di raggiungere standards di qualità e puntare alla valorizzazione delle risorse locali, in risposta ad una concorrenza basata sui prezzi, quando minori risultano i costi relativi ai fattori terra e lavoro e meno rigidi sono gli obblighi imposti dalla disciplina ambientale e sanitaria.

Si tratta, per tanto, di mettere a punto una strategia di valorizzazione del *territorio* tra cui è possibile inserire la serie delle aree naturali protette, che identificano e circoscrivono particolari habitat con tutti i connessi valori naturali e culturali approdando ad una visione complessiva dei fattori coinvolti.

Nell'ambito di una nuova prospettiva reticolare, un'azione di riqualificazione delle complessità ambientali e paesaggistiche, è svolta dalla disciplina di attuazione di *Rete Natura 2000*, in cui i parchi e le riserve assumono il ruolo di nodi interconnessi tra di loro e con i vari ambiti locali.

D'altra parte, occorre considerare che il territorio soggetto a norme di conservazione, è prevalentemente occupato da attività agro-silvo-pastorali.

Nel momento in cui i *flussi* tendono a recidere, nella scala allargata degli scambi, il radicamento territoriale delle produzioni, la localizzazione delle imprese nelle aree protette costituisce un'opportunità per le imprese agricole perché permette di:

- promuovere filiere – corte e incontrare i consumatori;
- ridurre i costi connessi con alla valorizzazione dell'immagine aziendale e di quella dei propri prodotti;
- far vivere al visitatore-cliente il contesto di qualità dentro il quale hanno origine i prodotti alimentari ed i servizi del tempo libero;
- valorizzare economicamente l'identità dell'area di produzione, fornendo in tal modo ulteriori motivazioni di acquisto;
- inserire il proprio prodotto nel circolo virtuoso della memoria che caratterizza ogni momento di vacanza, attribuendogli il valore aggiunto della categoria delle emozioni.

In sostanza, il sistema dei parchi e le aree della rete *Natura 2000* si configurano come ideali territori di progetto in cui realizzare azioni dirette a promuovere lo sviluppo rurale, favorire politiche locali di prevenzione di siti di alto valore biologico, metter in atto azioni di funzione della diversificazione e della qualità dei prodotti agroalimentari, valorizzare le risorse turistiche locali e le caratteristiche storiche e culturali.

Si considerino, ad esempio, gli itinerari per la scoperta dei sapori e dei luoghi quali ad es.: le strade del vino e dell'olio che rappresentano i mezzi attraverso i quali pubblicizzare l'offerta turistica di alcune aree apprezzate per le loro produzioni, sopra tutto, vinicole ed olivicole, ma anche di altri prodotti tipici a denominazione di origine DOP e IGP e più di recente le iniziative di valorizzazione dei prodotti territoriali presso i circuiti della ristorazione locale, che prendono nome di «Km0».

Sul piano concreto, ciascun agricoltore, dunque, grado di legare ad una logica di bilancio la sua scelta di rimanere ancorato al contesto sociale ed economico di riferimento, facendo leva sul vantaggio competitivo che l'identità territoriale dell'area protetta trasferisce al processo produttivo attraverso l'integrazione delle tradizionali attività di coltivazione ed allevamento con quelle di promozione dei prodotti tipici e biologici, di turismo ambientale e di servizi.

Stefano Masini