

## “L'Italia dei Paesaggi Rurali Storici tra Arte, Cultura ed Identità” - Intervento di Michele Sonnessa

**Pubblichiamo l'intervento del Presidente Michele Sonnessa al convegno “L'Italia dei Paesaggi Rurali Storici tra Arte, Cultura ed Identità” che si è tenuto il 18 novembre ad Amalfi.**

Ringrazio gli organizzatori, l'Associazione dei Paesaggi Rurali di interesse Storico, la Sua Presidente Patrizia Lusi, il Comune di Amalfi, il Sindaco Daniele Milano, Sindaco di un territorio meraviglioso con un affaccio sul mare unico ed ammirato in tutto il mondo, ma anche con un entroterra rurale che è tanta parte di questa comunità, che è fatto anche di olivi, arrampicati ma che sono parte identitaria di questo territorio e, spero presto Sindaco di avverti nella grande famiglia delle oltre 460 Città dell'Olio e saluto i presenti, i relatori e gli amici

Ringrazio per aver invitato l'Associazione nazionale Città dell'Olio che ho l'onore di presiedere, anche perché sui Paesaggi e sul Registro nazionale Paesaggi Storico Rurali presso il Ministero Politiche Agricole, ci ha creduto da sempre, sin dall'inizio, sin dal 2015, grazie anche alla collaborazione e stimolo del Prof. Mauro Agnoletti (che saluto) nel lavorare assiduamente, per sensibilizzare i nostri territori, delle Città dell'Olio, a compiere un percorso di riconoscimento nazionale nell'allora appena nato Registro nazionale Paesaggi Storico Rurali (*Per paesaggio rurale storico si intende un territorio nel quale gli aspetti agricoli, forestali, pastorali ed insediativi, siano definibili come il risultato dell'integrazione fra processi economici, sociali ed ambientali nello spazio e nel tempo*) facendo emergere i valori storico-culturali che un paesaggio olivetato rappresenta, come opportunità di promozione e valorizzazione di un territorio e del prodotto olio extra vergine di oliva.

Un lavoro intenso che ha portato a presentare 45 pre-candidature, di cui 16 sono state ammesse alla presentazione del Dossier Ufficiale di candidatura. Di queste candidature 6 Paesaggi hanno ottenuto il riconoscimento di Paesaggi Storici Rurali: Olivi Terrazzati di Vallecorsa (Fr) - LAZIO, Fascia Pedemontana Assisi-Spoleto (Pg) - UMBRIA, Parco Regionale Storico agricolo dell'Olio di Venafrò (Is) - MOLISE, il Paesaggio policolturale di Trequanda (Si) - TOSCANA, il Paesaggio policolturale di Fibbianello (Gr) - TOSCANA, Paesaggio collinare policolturale di Pienza e Montepulciano (Si) - TOSCANA.

### 1. Il valore del Paesaggio per le Città dell'Olio

Il paesaggio rurale, ed in particolare i nostri oliveti, rappresentano una componente essenziale dell'identità culturale, prima ancora che economica, dei nostri territori. E in un contesto di globalizzazione, la valorizzazione del paesaggio e dell'ambiente naturalistico, considerati sia nella loro valenza storica e civile sia nella loro dimensione e potenzialità economico-sociale, rappresentano un'azione necessaria per superare i fattori di crisi e per lo sviluppo diffuso di un turismo di qualità

altamente competitivo, fattore essenziale di attrazione e di forza.

Si tratta di un patrimonio, quello paesaggistico, che va alla scoperta delle nostre identità e radici culturali di cui gli alberi di olivo sono un esempio evidente. Ed il mantenimento di culture centenarie e millenarie ha un ruolo di tutela ambientale del territorio, anche contro il rischio idrogeologico in un'ottica di sviluppo sostenibile dell'agricoltura. Senza dimenticare l'aspetto turistico con la possibilità di realizzare percorsi specifici negli oliveti per il trekking, per un turismo esperienziale dove si crea la motivazione (storica) della visita ad un paesaggio olivicolo non solo bello esteticamente ma che ha anche qualcosa da raccontare. In questo contesto la legge sul Turismo dell'Olio faciliterà queste azioni. E su questo le Città dell'Olio sono fortemente impegnate.

Il 93% dei turisti italiani e il 93% dei turisti enogastronomici ha come prima motivazione di scelta di un luogo da visitare la bellezza e l'integrità del PAESAGGIO, e il 92% dei turisti enogastronomici e l'87% dei turisti italiani sceglie la destinazione di un viaggio tenendo conto della cultura e tradizioni di quel territorio enogastronomiche e non. L'84% sia dei turisti enogastronomici che italiani sceglie la destinazione di un viaggio dove è presente una comunità locale accogliente e ben disposta nei confronti del turista. (dati Rapporto Annuale Turismo Enogastronomico - Roberta Garibaldi).

La riscoperta e la valorizzazione di questi luoghi permettono di conoscere e apprezzare realtà capaci di coniugare qualità della vita e tutela dell'ambiente, economie e saperi tradizionali con innovazione e sviluppo locale. Un vantaggio competitivo per le aziende olivicole che hanno il privilegio di produrre in un luogo riconosciuto che avrà una giustificazione maggiore nella presentazione di un prezzo reddituale per gli olivicoltori.

Olivicoltori che non venderanno solo il prodotto in sé stesso ma anche un patrimonio di valori che partono dal paesaggio, **ma includono, l'archeologia, i prodotti tipici, l'artigianato, punti di forza dei nostri piccoli comuni**, delle nostre Città dell'Olio, nei quali la **qualità della vita e dell'ambiente** si coniugano con la qualità dei prodotti.

## 2. Paesaggio: abbandono e olivicoltura sociale

Ma il paesaggio olivicolo soffre di una grande problema: l'abbandono.

Il Tema dell'abbandono è un tema serio e preoccupante della nostra economia olivicola e dei nostri territori. Riguarda un'olivicoltura cosiddetta "marginale", perché molto spesso sono **marginali** i luoghi di produzione, **ma strategica** in considerazione dell'elevato valore ambientale e paesaggistico e dei conseguenti benefici prodotti per l'intera collettività anche in termini di **mantenimento delle "comunità"** in un dato territorio. È vero, molto spesso parliamo di abbandono relativamente ad alberi di olivo in zone impervie, o terrazzati (esiste anche una olivicoltura eroica!) dove c'è scarsa redditività!

**Ma abbiamo anche un dovere, come amministratori, di mantenimento del territorio dal punto di vista idrogeologico, e parliamo non soltanto di patrimonio puramente agricolo, ma anche e soprattutto storico, identitario, culturale e turistico.**

Uno strumento efficace, a nostro avviso, può provenire dall'utilizzo di iniziative di agricoltura sociale/olivicoltura sociale che vedano coinvolte le comunità di un territorio, permettendo di realizzare

progetti che consentano di erogare servizi di qualità a persone svantaggiate: giovani in cerca di lavoro, donne vittime di violenza, detenuti ed ex detenuti, diversamente abili, immigrati, bambini. Una vasta platea di soggetti che possono usufruire di percorsi di integrazione che sfocia in contratti di lavoro che restituiscono dignità e permettono di pensare al futuro, recuperando aree a rischio idrogeologico, recuperando identità colturali dimenticate e facendo rinascere territori e comunità urbane a rischio di serio abbandono.

### 3. **Abbandono olivete e abbandono urbano aree interne**

Per noi, per le nostre città, l'olivo è il simbolo della difesa di uno stile di vita e di una battaglia per la sopravvivenza dei nostri paesi. Le Città dell'Olio italiane sono per lo più piccoli comuni, sotto i 5.000 abitanti, con il 90% situato nelle aree interne. Sono piccoli comuni che vivono una situazione paradossale di abbandono olivicolo, ma anche di abbandono urbano, perché l'economia locale non ce la fa a sostenere la sopravvivenza delle persone in questi territori. Ecco, noi dobbiamo difendere l'olivo perché all'olivo corrispondono i paesaggi e ai paesaggi corrisponde la presenza umana. Fenomeni di **abbandono delle olivete** (il 30% in Toscana, il 60% in Liguria sono gli unici dati certi che abbiamo, ma sono tuttavia significativi) si traducono in paesaggi che perdono la loro valenza. Non è assolutamente una questione estetica o "turistica", nel senso più deteriore del termine... anzi. **Noi non vogliamo le nostre Città dell'Olio svuotate di funzioni e di vita, svendute al mercato turistico, peggio ancora se gestite da soggetti esterni al territorio.** Noi auspichiamo un paesaggio abitato, curato, dove il centro abitato dialoga con la campagna, dove l'opera d'arte o la processione del patrono, le tradizioni gastronomiche e i riti, i musei e i frantoi sono facce della stessa medaglia. In altre parole, se gli olivi sono oggetto di potatura, se le olive vengono colte, significa che la parte migliore e più autentica dell'Italia è ancora in vita. Dobbiamo difendere una civiltà, territori - lontani dagli outlet o dalle multisale, dai fast food e dalle catene alberghiere - e l'olivo e DARGLI VALORE, VALORE ECONOMICO. Lo faremo in questo nuovo anno impegnandoci fortemente sulla gestione del **Marchio delle Città dell'Olio con la nascita delle Comunità dell'Olio**, come opportunità non solo per identificare la Città, come Municipio che aderisce alla Rete, ma come opportunità di Marketing Territoriale, che sia "calato" sul territorio, coinvolgendo anche gli operatori economici del territorio, dalle aziende olivicole, ai frantoi, ai ristoranti, ai musei, alle oleoteche, alle attività di ricezione ed accoglienza, affinché anche il turismo dell'olio diventi una opportunità di rilancio. Noi, come Città dell'Olio, abbiamo lavorato duramente alla costruzione della Legge sul **Turismo dell'Olio** e per la sua approvazione fino ai Decreti Attuativi. Lo abbiamo fatto perché crediamo fortemente che il Turismo dell'Olio sia una grande opportunità di rinascita dei nostri territori olivicoli, una grande opportunità per **dare "valore"** al prodotto finito **olio extra vergine di oliva** esaltando quell'insieme di valori che rappresentano i territori e dell'olio extra vergine di oliva, che permettano una **remunerazione adeguata del prodotto e dei produttori olivicoli**, risultato concreto e fattivo delle attività di **educazione e conoscenza del prodotto** e della sua cultura trasmesse ed "offerte" al turista consumatore attraverso i protagonisti del territorio, gli olivicoltori, i frantoiani, i ristoratori ed il patrimonio paesaggistico di un territorio. In questo senso il **progetto "Carta degli Oli"** nei Ristoranti (una carta con boccettine da 100ml a pagamento) vuole andare in questa direzione, ovvero *consapevolizzare* i consumatori sul reale valore del prodotto. Sul tema del Turismo dell'Olio le attività che vengono svolte dalla nostra Associazione sono: la **Camminata tra gli Oliviche** quest'anno ha visto 163 Città aderenti per scoprire il paesaggio olivicolo ponendo l'attenzione al tema abbandono olivicolo, che affligge la nostra Penisola con oltre il 30% delle olivete abbandonate; e su questo siamo impegnato anche nel richiedere al Governo un Piano nazionale di recupero delle olivete abbandonate. Poi abbiamo la



**Merenda nell'Oliveta**, l'iniziativa primaverile che offre la possibilità di organizzare un'iniziativa stanziale tra gli oliveti nel mese di maggio; il **Concorso nazionale Turismo dell'Olio**, giunto quest'anno alla sua terza edizione, che nel corso delle precedenti edizioni ha censito oltre 250 esperienze oleoturistiche in tutta Italia, con un sito dedicato [www.turismodelolio.it](http://www.turismodelolio.it) che da quest'anno diventerà un vero e proprio portale di CLUB di PRODOTTO del settore oleoturistico. Nel corso di questi anni abbiamo lavorato molto sul tema del turismo dell'olio perché siamo certi che l'oleoturismo rappresenti una **opportunità di rilancio di luoghi e comunità**, quali le Città dell'Olio italiane, che molto spesso sono piccoli borghi e paesi nelle aree interne che al momento soffrono di problematiche di abbandono della coltura olivicola e della stessa comunità civile. Dare risposte alle piccole realtà attraverso un piano integrato di strategia di marketing turistico deve servire a programmare il territorio in tutte le sue componenti ed insieme a tutta la filiera della produzione e dell'accoglienza per un ritorno alla riscoperta delle nostre radici e della nostra identità, cercando di dare dignità e remunerazione alle migliaia di custodi del paesaggio e della cultura millenaria che sono i produttori di olio extravergine in una logica di sviluppo sostenibile. Ma l'impegno è anche sulla formazione con Olio in Cattedra (Bimboil, Bimboil Junior, Agrioil, Masteroil) per l'educazione dei bambini e ragazzi nelle scuole elementari, medie e superiori, per creare anche una coscienza nelle nuove generazioni di sensibilità verso questo prodotto e questa cultura millenaria. Un impegno costante, con tante altre iniziative, che sono uno stimolo costante alle nostre Amministrazioni, nel fare di questo prodotto e di questa coltura una opportunità di crescita delle nostre comunità.

#### 4. Conclusioni

L'attenzione al tema del paesaggio storico rurale e quindi alla sua tutela e valorizzazione, non può prescindere anche da un lavoro intenso e necessario sul tema dell'abbandono. E su questo stiamo lavorando affinché si arrivi ad una **Legge Nazionale per il recupero degli oliveti abbandonati** per dare una risposta forte al comparto olivicolo ed ai territori di produzione e di origine. Una legge che dovrà, in maniera trasversale, utilizzare le risorse del PNRR e dei fondi per l'agricoltura sociale, per sostenere ed aiutare il recupero e la messa in sicurezza dei luoghi abbandonati di produzione anche attraverso forme **di sostegno diretto o defiscalizzazione** delle attività agricole connesse. Ma non solo sostegno alle aziende con partita iva ma anche ai privati cittadini attraverso forme di defiscalizzazione, come dicevo prima (come vengono fatte continuamente per es. le ristrutturazioni di edifici) ma dovremmo utilizzare, ai fini di una continuità operativa e produttiva. È un problema strategico e di **visione** di come vogliamo che le aree rurali riemergano e rinascano dopo anni di abbandono culturale e urbano. Dobbiamo ripensare all'agricoltura come una risorsa PRIMARIA fondamentale alla nostra esistenza, che coinvolge l'aspetto produttivo, commerciale ma anche nutrizionale e di BENESSERE E VITA delle nostre COMUNITA'. Il nostro compito, come Città dell'Olio, è fare CULTURA. Cogliere l'opportunità di una storia millenaria come la CIVILTA' OLIVICOLA, fatta di paesaggi, di persone, di comunità, per far crescere, in maniera sostenibile, i nostri territori. E noi, come amministratori, abbiamo un compito, quello di avere una VISIONE di lungo periodo. Ed una VISIONE per l'agricoltura e **l'olivicoltura, in particolare**, deve partire da una integrazione di persone, paesaggi e biodiversità creando un modello dove ci si riappropri della terra rispettando quei valori di sostenibilità, di educazione alimentare, di gesti e di saperi che ci sono propri. Dove i **luoghi e le persone sono fondamentali**, riappropriandoci del territorio **non come consumo** ma integrandoci con esso in maniera armoniosa. Le Città dell'Olio sono nate con questo obbiettivo e siamo convinti che tutti insieme, TUTTI noi che lavoriamo con gli stessi obbiettivi e gli stessi scopi, ovvero valorizzare il PATRIOMINO RURALE ITALIANO, potremo contribuire a



Associazione Nazionale  
Città dell'Olio

vincere questa sfida ed a rendere quella VISIONE realtà per i nostri giovani e per i nostri territori!