## Agrifood Chain Storytelling *Op.19.2.1 1.2.1 “Attività dimostrative e azioni di informazione” GAL Terre di Argil*

Relazione introduttiva del seminario 28/06/2022 (pomeriggio)

*“Coltura e cultura dell’olio extravergine d’oliva italiano; tra paesaggio e produzione”*

Il seminario cui state partecipando è il secondo appuntamento promosso oggi dall'Associazione REV Green nel borgo antico di Fontana Liri. I vicoli, gli scorci e 2 piazze di questa suggestiva location a fare da cornice ad un'intera giornata dedicata al tema dell'innovazione sociale come strumento imprescindibile nei processi di sviluppo rurale e per la crescita dei territori sia sotto il profilo economico che dal punto di vista sociale.

Momenti e strumenti di informazione, di condivisione e di confronto per far crescere e valorizzare le potenzialità del territorio attraverso un investimento sistemico sul capitale umano. I saperi e la conoscenza come motore e come obiettivo di una strategia di sviluppo rurale, quella avviata dal Gruppo di Azione Locale Terre di Argil attraverso l'Asse LEADER ed il PSR Lazio 2014-20; un percorso articolato e che si sta dipanando attraverso progetti ed attività di vario genere promosse e portate avanti da molteplici soggetti.

Tra questi il progetto di informazione "Agrifood chain storytelling" a cura di REV Green che prevede 14 momenti laboratoriali, tra cui questo incontro. Che è, in ordine puramente cronologico, il 7° sinora realizzato.

Il seminario "Coltura e cultura dell’olio extravergine d’oliva italiano; tra paesaggio e produzione" riporta già nel titolo la chiave tematico-argomentativa che sottende l'intera attività di informazione e l'obiettivo del progetto "Agrifood chain storytelling": il rapporto costituente e reciprocamente valorizzante del binomio paesaggio rurale-filiera agro alimentare.

La filiera, la produzione agricola, le eccellenze e la biodiversità rappresentano il pivot ed un tassello - indispensabile e fondamentale - del composito mosaico che costituisce la dimensione agro rurale.

E la filiera olivicola-olearia costituisce l'espressione massima della sintesi, della connessione e della reciproca valorizzazione - sia in termini di accumulazione che di prospettiva - tra cultura, produzione e paesaggio. Tra tradizione ed innovazione.

Il prodotto agricolo come sintesi di un processo storico e di un investimento futuro. Come sineddoche valorizzante di una storia e di un territorio.

Questo sarà il tema portante del seminario odierno, che vedrà come principale relatore l'agronomo Dottor Marco Cinelli. Un seminario con una forte impronta laboratoriale durante cui i momenti di analisi ed "in aula" si alterneranno a momenti degustativi e di storytelling.

Il Paesaggio è un concetto astratto che trova concretezza in ambiti geografici con scale funzionali a obiettivi di analisi territoriale. Ma il paesaggio può assumere sfumature di significato le più diverse

Il paesaggio agrario, paesaggio antropico, somma ai precedenti canonici un ulteriore livello di complessità derivante da valori esclusivi, peculiari del sistema culturale locale, che vanno dalle architetture alla struttura fondiaria, dalle tecniche agronomiche al mosaico colturale. Sulla base degli elementi suddetti può prendere le mosse un tentativo di inquadramento, a livello nazionale, del paesaggio dell’olivo.

Che fare, quindi, degli oliveti? In realtà il problema del paesaggio olivicolo non si discosta da quello più generale del paesaggio agrario, il cui dinamismo legato alle sorti dell’agricoltura è funzionale a quanto dettato dal mercato; l’urgenza di trovare un compromesso tra conservazione del paesaggio e ammodernamento dei cicli produttivi deriva dal fatto che la governance territoriale non sempre garantisce gli equilibri tra città e campagna, tra modelli di sviluppo locale e globale, urbano e rurale, e mostra talvolta debolezza anche nell’indirizzare le scelte imprenditoriali, funzionali al mercato, verso il rispetto del paesaggio.

Il compromesso è difficile perché le politiche comunitarie impegnate nel garantire il presidio territoriale determinano sicuramente nella misura più importante l’evoluzione del paesaggio agrario, avendo ancora come priorità di riferimento l’unità produttiva non del tutto rappresentativa delle dinamiche territoriali e paesaggistiche.

Il paesaggio multifunzionale dell’olivo, così come la multifunzionalità intrinseca a ogni paesaggio agrario, non può prescindere dalla funzione primaria: la produzione. L’agricoltura, invece, non risponde più solo alle esigenze della società e del territorio ma anche a quelle del mercato globale, con il rischio di perdere il rapporto identitario con le comunità locali e, quindi, con le dinamiche del paesaggio.

Pertanto la tutela del paesaggio agrario richiede un’azione a tutto tondo che procede da una sinergica azione pubblico-privata (organizzazione; in De Castro, 2004) operativa dalla scala locale a quella nazionale e comunitaria, per giungere alla distinzione del prodotto da ritrovarsi nel rapporto col territorio e la sua cultura.

Risulta fondamentale porre al centro del processo le componenti peculiari del paesaggio agrario, evidenziando i benefici culturali, sociali, e psicologici per la qualità della vita dei cittadini e le tendenze per i futuri sviluppi».

La tutela del paesaggio porta al momento, ma in prospettiva sembrano più consistenti, vantaggi comparati per l’azienda olivicola, che concretizza la sua più importante esternalità nella ricostruzione sociale e identitaria delle comunità e dei territori.

Si può giungere a questo risultato sia adattando gli schemi di educazione ambientale a ché le nuove generazioni possano ritrovare un imprinting attraverso l’identificazione di se stessi nei prodotti locali, sia affidando all’agricoltura l’opportunità di riscatto sociale.

Il Paesaggio Rurale Olivicolo va tutelato. Il futuro dell’olio passa attraverso un progetto integrato di valorizzazione e promozione. Che contempli ogni aspetto del settore, dal turismo del cibo e dell’olio al ruolo strategico del paesaggio rurale olivicolo, dall’importanza dell’identità territoriale alla visione dell’olio come cultura e stile di vita, dalla produzione al marketing all’economia fino agli aspetti più a “lunga prospettiva” di educazione scolastica e formazione.

Promuovere la cultura dell'olio di qualità significa tutelare le nostre radici identitarie e prendersi cura del territorio. Solo valorizzando l'olivicoltura, infatti, si combatte il rischio dell'abbandono degli oliveti che sono non solo un patrimonio estetico, ma anche una fondamentale risorsa per la biodiversità. Inoltre, riconoscere il giusto valore all'olio di qualità, permette anche la sostenibilità economica, oltre che quella ambientale.

L’evoluzione da sistemi promiscui alla monocoltura ha visto la progressiva riduzione dei paesaggi tradizionali di cui l’olivo è protagonista. Per difenderli occorre tutelare la loro funzione produttiva, scommettendo su qualità e multifunzionalità.

Tralasciando i piccoli appezzamenti a conduzione diretta o part-time che continuano a costituire parte importante del tessuto proprio del paesaggio rurale marginale, i paesaggi tradizionali si difendono, prima di tutto, opponendosi al diffondersi di un’urbanizzazione incontrollata (molti terrazzamenti delle regioni costiere mediterranee ne sono vittime).

Va quindi salvaguardata e valorizzata la funzione produttiva, incrementando i risultati produttivi, se non in termini di resa – cosa difficile a farsi nelle condizioni limitanti della olivicoltura marginale - in termini di qualità: è la strada degli oli di qualità e del riconoscimento del loro legame con il territorio.

A tal proposito risulta utile ricordare come il paesaggio, quale forma percettiva, è il risultato delle interazioni tra ambiente naturale e componente antropica. I caratteri evolutivi del paesaggio vanno posti in relazione alle dinamiche che si instaurano tra il contesto naturale e l’ambiente operativo dell’uomo che abita e utilizza il territorio agrario.

Procedendo in questa direzione analitica il primo quesito utile per lo studio del paesaggio agrario è: quali sono le dinamiche che sottendono al processo costruttivo del paesaggio operato dalla componente antropica? In altri termini, qual è l’obiettivo ultimo dell’azione di trasformazione dell’ambiente naturale, e quindi di costruzione del paesaggio da parte dell’uomo?

Per rispondere a questa domanda va rilevato che lo spazio in cui è possibile osservare l’azione antropica potrebbe definirsi, in sintesi, lo spazio dei mercati, ossia uno spazio, non solo fisico, definito dall’azione dell’uomo quale agente economico, con la gamma dei suoi obiettivi e delle sue scelte.

E queste riflessioni, l'unicità e la tipicità dei nostri paesaggi rurali, la biodiversità che gli stessi generano e custodiscono, sono la base argomentativa e tematica su cui si svilupperà il seminario odierno.