

BIODIVERSITÀ E PAESAGGIO: UN'OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO

IL RECUPERO DELLE VARIETÀ AGRICOLE DIMENTICATE PUÒ RAPPRESENTARE UN'OPPORTUNITÀ PER LA PROMOZIONE DI UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE E PER LA CORRETTA GESTIONE DEL TERRITORIO E DELL'AMBIENTE. AGRICOLTURA E MARKETING TERRITORIALE SONO ELEMENTI CHIAVE PER LA COSTRUZIONE DI UN NUOVO PARADIGMA DI SVILUPPO SOSTENIBILE.

Dal dopoguerra le modifiche economiche, sociali e territoriali che hanno caratterizzato la storia del nostro paese hanno avuto un quanto mai drammatico riverbero sull'agricoltura, il paesaggio e la biodiversità. Si pensi che in Italia oggi sono coltivati 12,4 milioni di ettari – nel 1960 gli ettari erano 20,9 milioni. Mancano all'appello 8,5 milioni di ettari, una superficie (grande come Lombardia, Piemonte e Sicilia messe assieme) che è stata coperta con asfalto/cemento (1,3 milioni di ettari) oppure abbandonata dall'agricoltura (7,2 milioni di ettari). Per i terreni abbandonati spesso non si deve parlare di una vera "rinaturalizzazione" spontanea (gli ettari a nuovo "bosco" sono 5,2 milioni), ma di un processo che porta al degrado idrogeologico, oltre che paesistico (1,9 milioni di ettari incolti e marginali). La fragilità idrogeologica ha un costo economico immenso per l'Italia, peraltro causando numerose vittime ogni anno. Molto, troppo spesso sono stati distrutti quelli che erano ritenuti fra i più bei paesaggi (agricoli) del mondo. Negli ultimi 70 anni l'agricoltura, il paesaggio e la biodiversità hanno scontato le politiche tese prima all'industrializzazione e poi all'incremento di un settore terziario improntato su modelli che comportano una forte spesa ambientale (si veda per esempio la distribuzione commerciale, con l'abnorme sviluppo di ipermercati e centri commerciali).

La gran parte dei paesaggi italiani è (o era) opera dell'uomo: questo è vero anche dove l'azione umana può non essere di prima evidenza – parliamo per esempio di pascoli, lagune o pinete. Pochi, pochissimi sono i luoghi nella nostra penisola che non hanno conosciuto una millenaria antropizzazione, che ha sviluppato un'agricoltura in armonia con i processi naturali, di cui ancora oggi possiamo apprezzare i frutti. La paziente opera di selezione di decine di generazioni di agricoltori ha creato le migliaia di varietà di ortaggi, frutti ed erbe (oltre alle centinaia di razze animali) che rendono la

biodiversità agricola italiana la più ricca (e rinomata) del mondo. Una biodiversità che è una formidabile risorsa, ma che sovente è stata completamente persa. Si pensi, per esempio, che nel settore vitivinicolo solo da una ventina di anni si è iniziato a re-utilizzare le vecchie varietà viticole nazionali – e questo ha portato uno straordinario vantaggio competitivo per il nostro paese, che nel 2017 ha realizzato un export pari a 6 miliardi di euro. Le varietà agricole perse o perlomeno "dimenticate" si contano tuttavia a migliaia per effetto della drammatica opera di omologazione agricola nel mercato globale – tanto per fare alcuni esempi: il 75% della produzione mondiale di patate è rappresentato da 4 varietà, il 50% del frumento da 9 varietà, il 71% del mais da 6 varietà.

Le antiche varietà ovviamente possono rappresentare un patrimonio fondamentale anche dal punto di vista del miglioramento genetico. L'omologazione alimentare e l'adozione di una alimentazione che nuoce alla salute è un fenomeno oramai ben noto in tutto il mondo. L'alimentazione con quantità inusitate di cibo di bassa qualità nutrizionale comporta notevoli problemi sanitari: anche nel nostro paese da tempo è in netto aumento la popolazione sovrappeso o affetta da obesità, anche e soprattutto in età infantile. L'educazione alimentare è divenuta un'esigenza fondamentale nelle moderne società. L'informazione per la scelta consapevole di prodotti con adeguato profilo nutrizionale e igienico-sanitario, legati ai valori etici ambientali e territoriali è quindi un'operazione di grande interesse. Il consumatore deve essere posto in grado di sapere che scegliendo un buon prodotto di un buon agricoltore può aiutare la corretta gestione di un territorio e quindi la valorizzazione dall'*ambiente* e del *paesaggio* – due elementi fondamentali del Bene Comune.

Appare oggi sempre più evidente come l'agricoltura, il paesaggio e la biodiversità siano un'incredibile risorsa, non solo per la produzione di alimenti, ma anche per lo sviluppo civile e turistico del nostro paese.



All'agricoltura è legata la qualità degli alimenti, la qualità dell'ambiente e del paesaggio: in altri termini, la qualità della vita. La valorizzazione dell'agricoltura e del paesaggio, quindi dei prodotti agricoli, agroalimentari e artigianali di un'area è una operazione nota come *marketing territoriale*. Il marketing territoriale è un'operazione oggi indispensabile per dare nuovo impulso ad aree che si trovano in situazioni di spopolamento e abbandono: in Italia, specialmente nelle aree montane, sono già 8.000 i borghi abbandonati. L'adozione di una nuova politica di salvaguardia dell'agricoltura, del paesaggio e della biodiversità dovrebbe essere prodromo a operazioni di marketing territoriale che potrebbero creare nuova ricchezza e occupazione nei settori turistico, agroalimentare e artigianale – portando inoltre a notevoli risparmi per effetto di una migliore gestione idro-geologica dei territori. L'agricoltura andrebbe quindi vista come un elemento per la costruzione di un nuovo paradigma di sviluppo. Uno sviluppo sostenibile, innovativo, capace di dare un nuovo impulso economico, magari sistemando quello che si è scelleratamente guastato negli ultimi decenni. Rimettere a posto le brutte periferie, riordinare le campagne e ri-creare il paesaggio, bloccare il dissesto idro-geologico, curare il patrimonio naturale, produrre cibi di alta qualità può generare un'immensa ricchezza e fare ripartire la nostra economia. Ma soprattutto migliorare le nostre vite.

Duccio Caccioni

Coordinatore scientifico Fondazione Fico