

Territori ospitali

Intervista a Rosario D'Acunto,
Sindaco di Giffoni Sei Casali
e Presidente dell'Associazione Città della Nocciola

Una terrazza sopra Salerno, fra le boschive colline picentine. È Giffoni Sei Casali: tre parole per dire una intensa storia plurimillenaria, le odierne e drammatiche difficoltà, la fatica e l'ingegno per trovare la strada di un futuro possibile. Non a caso l'idea di dare vita a "Città della Nocciola", costituitasi il 29 aprile e quattordicesima associazione di città d'identità ad aderire al progetto "Res Tipica" promosso dall'ANCI, è maturata qui.

Lasciate che la prenda un po' alla lontana. Dunque: un paio di millenni e qualche secolo fa i Piceni, che abitavano il sud delle odierne Marche, si dimostrarono ostili a Roma: deportati in Campania, fondarono Picetia. Ma continuarono imperterriti a manifestare il loro irriducibile odio per l'Urbe. Perciò, senza troppi complimenti, i quiriti rasero al suolo anche la nuova città e, detto fatto, dispersero i suoi abitanti, gentaglia ribelle, in piccoli aggregati: trentasei, precisi precisi, disseminati per tutta la valle picentina. Gentaglia ribelle, sì: così li chiamavano. Che in latino suona "gens furis". Ristiracchiatelo in italiano, ed ecco saltar fuori Giffoni. Cui oggi si aggiunge "Sei Casali" un po' per distinguerla dall'omonima vicina, Giffoni Valle Piana, ed un po' perché ha conservato anche nel nome la memoria degli antichi vichi disseminati sul territorio: Capitignano, Prepezzano, Sieti Alto, Sieti Basso, Malche e Capocasale.

Questa, in due parole, la storia antica: che dice come la vocazione rurale ed antiurbana fosse inscritta già nelle origini.

Quanto alla moderna, è più semplice: arrampicata sull'entroterra del sud campano, Giffoni Sei Casali vive d'agricoltura: attività che, si sa, quasi mai fornisce gran che per campare. Sicché il paese s'impoverisce, si spopola e, in poche parole, sembra precipitare nello stesso declino che accomuna tanti altri piccoli comuni dell'Appennino.

Se ne esce? Se ne esce. Non sembra neppure troppo difficile, a sentire il sindaco Rosario D'Acunto: ci si guarda un po' attorno, si esaminano le possibili risorse da poter valorizzare, si fanno un po' di conti, si entra in un circuito di realtà analoghe con le quali scrivere assieme un buon progetto di marketing territoriale che, magari, impieghi e ben indirizzi anche fondi comunitari e, passo dopo passo, si inizia a dargli attuazione. I risultati arrivano: sicuri e concreti.

Seguiamo il filo del ragionamento: *"Le risorse di cui disponiamo sono la nobile bellezza del borgo e il fascino dell'ambiente in cui esso è inserito: le amene colline ricoperte di boschi di castagno e nocciolo e di uliveti"*, s'è detto il sindaco. Come dire che due più due fanno quattro: *"È evidente la vocazione turistica di Giffoni Sei Casali"*, ha infatti tirato le somme D'Acunto. Il quale non è solo amministratore pubblico: laureato in sociologia, abilitato in economia aziendale e perfezionato nello sviluppo locale per progetti turistici, ha un contratto con la cattedra di sociologia dell'Università 'La Sapienza' di Roma e conduce un seminario dal titolo eloquente: *"Dalla località alla meta turistica: le nuove forme di turismo culturale. Il turismo di comunità"*. In breve, è uno con le mani in pasta: su questa materia ha tutti gli strumenti per indagare, riflettere, elaborare progetti.

E, infatti, spiega: *"Negli stili di vita della società italiana stiamo assistendo ad un cambiamento importante, registrato anche dal Censis: si passa dai 'non luoghi' delle camere d'albergo alla significatività ed unicità di 'luoghi' quali le case di famiglie che praticano il bed & breakfast: magari dimore storiche, come ve ne sono a Giffoni. Noi abbiamo ideato questo progetto proprio per valorizzare un'ospitalità che promana dall'accoglienza familiare: un'accoglienza non più freddamente professionale, ma comunitaria. Sempre meno vengono accettati i rapporti asettici e standardizzati dalla rigidità delle procedure: si è fatto avanti, da qualche tempo, un viaggiatore che vuole condividere gli stili di vita, assaporare la storia locale, innamorarsi dei personaggi del posto, sentirsi a casa propria nelle mura e nella comunità che lo ospitano. E come ospite questo*

viaggiatore va riconosciuto: il turista non è più mero consumatore e cliente. Questo è il punto. Nel turismo di paese è l'ospitalità spontanea che ti coinvolge. I flussi turistici portano contaminazione: e tale contaminazione non va subita come un'invasione, una fruizione turistica usa e getta, ma come l'opportunità di uno scambio in grado di valorizzare entrambi i soggetti".

Convincente il ragionamento, arriviamo alle conseguenze pratiche: *"Questa impostazione – dice il sindaco di Giffoni Sei Casali – noi l'abbiamo trovata nei Villages d'Europe, un progetto-pilota sviluppato nell'ambito del FESR, in collaborazione con la Direzione generale per le politiche regionali della Commissione Europea".*

L'idea dei Villaggi d'Europa, che in Italia sono stati recentemente ribattezzati *'Borghi autentici'* (associazione che aderisce anch'essa al progetto *'Res Tipica'*), fa perno sulla creazione di alloggi turistici in quaranta piccole località di quattro nazioni: venti in Italia, soprattutto nelle regioni Obiettivo 1 del Mezzogiorno; le altre in Francia, Spagna, e Portogallo. In cosa consiste? Si tratta di un'operazione di marketing per il turismo d'élite che vuole utilizzare esclusivamente il patrimonio edilizio ristrutturato: circa cinquanta unità per villaggio. In tutto faranno quasi 3.000 alloggi sparsi in quattro Paesi europei.

L'obiettivo è di formare una catena nella quale il controllo del prodotto, dalla sua concezione fino alla commercializzazione, fa riferimento ad un operatore unico: *'Villages d'Europe International'*. Tale catena, integrata con tutti i fattori attrattivi e le potenzialità turistiche locali, opera quindi attraverso una gestione locativa locale, garantita da un professionista di Villages d'Europe, e una centrale di prenotazione unica. La clientela cui rivolgersi è europea (principalmente dell'Europa del Nord) di buon livello socio-culturale, di famiglie, coppie o amici; ma si prevede anche una clientela nazionale, per soggiorni eventualmente più corti, per week-end.

Il Comune di Giffoni Sei Casali è il primo fra i quaranta siti europei ad avviare la fase di realizzazione degli alloggi di eccellenza. Vengono in breve tempo cantierati i lavori per il recupero e la valorizzazione di immobili rurali, di palazzi nobiliari (come il rinascimentale palazzo Pennasilico) e di due conventi.

Oggi il bed & breakfast conta già 80 posti letto funzionanti. Prima del 2007 raddoppieranno. Intanto, gli 8 appartamenti (30 posti letto) del Convento Abate Conforti, disponibili da maggio, non essendo ancora spendibili sul mercato, sono già diventati punto di riferimento per tutti coloro che lavorano nell'ambito di *'Villages d'Europe'*: amministratori, tecnici, operatori del settore che qua vengono per vedere come è stato realizzato questo recupero, per discutere e incontrarsi, per adottare linee comuni che poi vanno calate nei singoli territori, per capire quali sono le procedure migliori per recuperare da una parte gli edifici e dall'altra le comunità.

L'architetto Gabriele Procida, che nel progetto mescola all'attività professionale quella di entusiasta volontario, mostra con orgoglio i lavori ormai terminati per il riutilizzo dei suggestivi ambienti dell'edificio, una magnifica palazzina neo classica.

"L'opera di recupero del patrimonio architettonico e di riqualificazione urbanistica del centro storico – dice senza nascondere la sua legittima soddisfazione – è ormai terminata. Con essa abbiamo ricostituito l'identità locale che stava inaridendo; ma soprattutto abbiamo innescato processi economici virtuosi che hanno aperto una serie di possibilità non di posti di lavoro fisso, che non c'è più, ma di impresa: piccoli e giovani imprenditori che, con la loro attività, conseguono un reddito che li tiene sul territorio".

In effetti già in questi primi anni, in paese, sono nati un allevamento ed un ristorante, con annesso b&b, specializzati sulla lumaca; un altro ristorante qualificato sulla cucina tipica; un laboratorio artigianale che rivaluta l'impegno delle nocciole come prodotto tipico; perfino una caffetteria la cui specialità è un magnifico caffè alla nocciola. Con i sentieri già attrezzati che collegano, attraverso i nocciolieti, i diversi centri storici, con l'associazione ciclo-picense che gestisce un parco biciclette, affidato dalla Provincia assieme a Legambiente, e col corollario di eventi qualificati che vengono organizzati ormai da diversi anni, chi viene qui già adesso non solo trova un'ospitalità b&b d'eccellenza, ma può fare escursioni a piedi, in bicicletta, a cavallo, all'interno del Parco regionale

picentino o attraverso i centri storici, e ha l'opportunità di partecipare a manifestazioni culturali che hanno ormai risonanza internazionale.

Chiosa Rosario D'Acunto: *“Se si legge il manifesto dello sviluppo locale di De Rita, troviamo le motivazioni storiche del progetto del ‘paese albergo’: la necessità di far sì che siano gli attori locali a mettere in piedi il progetto e a portarlo avanti. In questo caso addirittura non c’è stata alcuna forma scritta di concertazione negoziata, di patto terriottiriale, di accordo di programma, di contratto d’area... Abbiamo agito solo facendo perno sull’entusiasmo, sulla voglia e la forza di darsi un destino lavorando assieme. In ultima analisi, abbiamo fatto leva sull’orgoglio di appartenere ad una comunità”*.

La cura nel realizzare ogni obiettivo non ha trascurato nulla. Proprio nulla. Il progetto, sebbene investa tutte le frazioni del Comune, è stato denominato ‘Sieti - Paese Albergo’. Spiega ancora D'Acunto: *“Per posizionarti nella mente e nel sogno del target al quale ti rivolgi devi essere riconoscibile. Il nome è una scelta di marketing. Poiché di Giffoni ce ne sono due e ‘Sei Casali’ non tira, abbiamo individuato la località con il nome più musicale: Sieti. Viene dal latino segetum, terrazzamento, e dà perfettamente l’idea dell’identità del nostro territorio”*.

Fin qui, tutto chiaro? Perfetto. A questo punto avviene il salto di qualità. Perché l’operazione ‘Villaggi d’Europa’ non era bastate.

“Avevamo bisogno che oltre a questo circuito dei Borghi autentici d’Italia (e siamo in 21: un club esclusivo, con partners internazionali), potessimo proiettare in una rete ben più ampia quello che è il percorso virtuoso e strategico che ogni comunità locale deve intraprendere e realizzare per trasformare la propria realtà in ‘territorio del buon vivere’, capace di assicurare i livelli di qualità della vita attesi da chi vi risiede e desiderati da chi viene in villeggiatura. In un settore dove soggetti molto simili si fanno concorrenza fra di loro c’è la necessità di caratterizzarsi, di offrire un ‘plus’. Ebbene, a Giffoni abbiamo diverse coltivazioni a forte contenuto simbolico: l’olio, le castagne, la melannurca, le lumache. Ma il prodotto a più forte contenuto simbolico è certamente la nocciola, attraverso cui ci si può riappropriare di un antico sapore, di un antico sapere. La nocciola, con il suo frutto morbido, con il suo guscio duro, rappresenta la duplicità e la coerenza della nostra progettualità: fatta di accoglienza morbida e aperta, ma anche dello spessore storico del nostro patrimonio e della nostra professionalità.

Ed ecco quindi che interviene l’idea di costituire l’Associazione delle Città della Nocciola: *“Attraverso questa ulteriore riflessione abbiamo avvertito il bisogno di entrare in rete con gli altri comuni che fanno della nocciola il loro prodotto tipico e di impegnarci con essi in azioni di tutela, di difesa, di divulgazione delle consocenze legate al frutto e in progetti di marketing territoriale su di esso centrate”*.

Tutto questo con le nocchie, come le chiamano a Roma? Certo! Perché no? Non è solo che le nocchie sono largamente impiegate nell’industria dolciaria: gelati, torroni, gianduia, baci di cioccolato... Per non parlare della mitica Nutella! Questo business agroalimentare ha la sua ragion d’essere nel fatto che la corilicoltura – così si chiama la coltura delle nocchie – ha tradizioni ben radicate in diverse regioni del nostro Paese: soprattutto Piemonte, Lazio, Campania e Sicilia. Tradizioni tanto ben radicate che fanno dell’Italia il secondo produttore mondiale di questo ghiotto frutto da guscio, dopo la Turchia. E quello nostrano è un prodotto di particolare pregio, fortemente competitivo soprattutto sul piano della qualità. Basti pensare che nell’elenco ufficiale dei prodotti tradizionali, compilato dal Ministero delle politiche agricole su segnalazione delle Regioni, sono ad oggi registrate ben 19 di varietà locali. Di più: già da tempo la Commissione europea ha concesso l’IGP (Identificazione geografica protetta) a due di esse: nel ’97 alla ‘Nocciola del Piemonte’ e nel ’98 alla ‘Nocciola di Giffoni’; per altre due, la Gentile Romana e la Mortarella, è oramai in stato di perfezionamento la pratica per conseguire lo stesso riconoscimento.

Ci siamo, insomma: date le premesse, esistono tutti i requisiti per fare delle nocchie una risorsa strategica per operazioni di marketing territoriale.

“Siamo convinti – conclude D’Acunto – che il turismo enogastronomico è la concreta opportunità di sviluppo di piccole realtà locali come Giffoni Sei Casali e come gli altri dodici già aderenti:

Castiglione di Sicilia e Randazzo, nel catanese; Bosia, Cortemilia e Feisoglio nel cuneese; le picentine Castiglione del Genovesi, Giffoni Valle Piana, Montecorvino Pugliano, Olevano sul Tusciano, San Mango Piemonte, tutte in provincia di Salerno; Capranica e Ronciglione nella Tuscia viterbese. Ma ad essi si possono via via aggiungere molti dei 900 Comuni nei quali è diffusa la corilicoltura. Altri borghi campani del baianese e del nolano stanno preparando un incontro per aderire. Come presidente, nel giro di poche settimane sarò anche nel viterbese e in Sicilia. E ad agosto, proprio nel pieno della stagione della raccolta, a Cortemilia, dove si svolgerà anche una sagra, ci riuniremo di nuovo per fare il punto, definire le prime iniziative, iniziare ad essere operativi”.

L'impegno è notevole, ma il gioco vale la candela: “*Se sulla nocciola si crea un circuito forte, ne possiamo fare l'oggetto del desiderio' per un turismo enogastronomico di qualità*”.

Filippo Radaelli