



NATURA, TRADIZIONI, PRODOTTI GENUINI

IN UNA SOLA PAROLA AGRITURISMO



Borghi antichi, rocche, abbazie, vecchi casali, piccoli comuni ricchi di storia antica e ritualizzata ancor oggi con fiere, sacre tradizioni, mercati e manifestazioni culturali. Questa la migliore conice di una realtà sempre più increscente quale l'agriturismo, un'attività imprenditoriale strappata ad una terra non avara ma dal "carattere" difficile, sapientemente resa accogliente da un innato senso dell'ospitalità, dalla familiarità genuina con cui l'ospite e il visitatore sono ricevuti e dall'incredibile amore per questo lavoro.

A dare questa definizione dell'agriturismo è Mario Pusceddu imprenditore leader del settore agrituristico, nonché responsabile provinciale della Confesercenti settore agriturismo, il quale, reduce da un "seminario" d'approfondimento per imprenditori leader del settore agrituristico "finanziato dalla Comunità Europea porta la sua testimonianza dicendo: quando durante gli incontri svolti con le altre regioni, abbiamo fatto dei confronti,

abbiamo constatato che il Viterbese per la Regione Lazio ha il più alto numero d'aziende operanti e che a livello qualitativo non hanno niente da invidiare alle altre regioni; l'operatore agrituristico del Viterbese continua Mario Pusceddu ha una cultura medio alta, opera nel rispetto delle tradizioni e delle vocazioni del territorio in cui lavora, con grande attenzione per l'ambiente. Insomma questo spiega anche un po' il perché del successo di questa nuova attività imprenditoriale nel Viterbese.

Certo, che a questo punto ci viene da chiedere, c'è qualcosa che non funziona nell'agriturismo? "Ebbene sì - risponde Pusceddu - dal punto di vista promozionale l'imprenditore agrituristico non riesce a stare dietro alle grosse imprese turistico/ricettive le quali investono in pubblicità con meno sforzi di una piccola azienda agrituristica, abbattano e ammortizzano i costi in modo diverso e quindi stanno sul mercato in modo più evidente, nelle altre regioni o provincie d'Italia le amministrazioni sono molto

sensibili verso questo settore. Questo spiega anche un po' perché molte aziende della Tuscia sono fossilizzate sull'agriturismo e vendita prodotti tipici e non allargano la propria attività alla ricettività, le aziende legate alla gastronomia vivono di una clientela del posto che spesso viene a conoscenza di queste realtà per mezzo del passaparola. La ricettività ha bisogno di una pubblicità a più ampio raggio e quindi si propone in modo diverso.

Questo però non deve scoraggiare i bravi imprenditori che in ogni modo trovano sempre soluzioni. Un messaggio che vorrei lanciare - afferma Pusceddu - agli imprenditori turistici/ricettivi ed ai ristoratori, noi come operatori agrituristici riteniamo di vendere un prodotto diverso dal vostro e quindi collaborando insieme potremmo offrire ai consumatori dei nostri servizi una proposta a 360 gradi in grado di saziare qualsiasi richiesta, ritengo che l'unione sia un punto di forza che nel Viterbese manca".

Danilo Piovani