

Verso un'economia della sostenibilità

Lo scenario e le sfide

a cura di Maria Giuseppina Lucia,
Stefano Duglio, Paola Lazzarini



**Innovation
Creativity Setting**

FrancoAngeli

L'editing del volume è stato curato da Cinzia Pagano del Dipartimento DIST del Politecnico di Torino.

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa										Anno									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali (www.clearedi.org; e-mail autorizzazioni@clearedi.org).

Stampa: Geca Industrie Grafiche, Via Monferrato 54, 20098 San Giuliano Milanese.

Indice

Prologo. Il concetto di sostenibilità: una visione di sintesi , di <i>Maria Giuseppina Lucia</i>	pag.	9
Introduzione. La struttura del volume: nuovi paradigmi economici e problemi di coesistenza , di <i>Stefano Duglio e Paola Lazzarini</i>	»	15
Parte I		
Nuovi paradigmi per la sostenibilità del sistema economico		
1. Ripensare la sostenibilità della montagna alla luce dei concetti di ‘urbs’ e ‘civitas’ , di <i>Francesca Silvia Rota</i>	»	21
2. Verso un sistema economico sostenibile: il paradigma della circolarità e della condivisione , di <i>Maria Giuseppina Lucia</i>	»	36
3. La sfida del cambiamento: imprese multinazionali, <i>change management</i> e <i>network</i> dinamici. Il caso Sanofi-Pasteur , di <i>Stefano Valdemarin</i>	»	57
4. Il contributo del Marketing alla crescita sostenibile. Il caso Monnalisa , di <i>Anna Claudia Pellicelli</i>	»	81
5. Turismo sostenibile per lo sviluppo: WWOOFing e volonturismo rurale 2.0 , di <i>Nicola Gabellieri e Antonella Primi</i>	»	93

Parte II
Agricoltura e sostenibilità:
una problematica coesistenza

1. **La sostenibilità alimentare: una sfida ambientale, economica e socioculturale**, di *Pierluigi De Felice* pag. 111
2. **L'innovazione in agricoltura di fronte alle sfide della globalizzazione e della sostenibilità**, di *Amedeo Reyneri* » 134
3. **La contraddittoria svolta delle politiche agricole internazionali verso la sostenibilità del settore agroalimentare**, di *Maria Gemma Grillotti Di Giacomo* » 147
4. **Perdere terreno. La sfida del consumo di suolo in Europa**, di *Giorgia Iovino* » 164
5. **La questione energetica e le sfide delle risorse rinnovabili: solare fotovoltaico e uso del suolo**, di *Stefano Duglio e Maria Beatrice Pairotti* » 196

Parte III
Sostenibilità alimentare
e strategie di intervento

1. **Il diritto dell'umanità a un'alimentazione sicura e adeguata**, di *Monica Orrù* » 213
2. **L'importanza della *Science Dissemination* per la conoscenza e la divulgazione dei progetti di ricerca. Il caso della FAO**, di *Rossella Belluso* » 222
3. **La sostenibilità alimentare nelle prime fasi della vita: il ruolo strategico dell'allattamento materno**, di *Paola Lazzarini* » 236
4. **L'etica del consumo e le questioni dell'allevamento sostenibile**, di *Luigi Bollani e Alessandro Bonadonna* » 249
5. **La riconversione ecologica dell'agricoltura per la transizione verso la sostenibilità**, di *Annunziata Vita* » 264

6. Valorizzazione del locale e sostenibilità. Il caso della vitivinicoltura in Abruzzo, di <i>Valentina Evangelista</i>	pag. 277
--	-----------------

Parte IV

Mobilità delle popolazioni.

Il rischio sociale e geopolitico per la sostenibilità

1. Una sfida per la sostenibilità: complessità, globalizzazione e movimenti di popolazione, di <i>Domenico Maddaloni</i>	» 299
2. La frontiera mediterranea tra mobilità umana e (in)sostenibilità del sistema confinario europeo, di <i>Alfonso Giordano</i>	» 328
3. Insicurezza ambientale e migrazioni nel XXI secolo tra vulnerabilità e resilienza, di <i>Antonietta Pagano</i>	» 348
4. Le nuove frontiere dell'accoglienza dei rifugiati: il modello ugandese, di <i>Giuseppe Terranova</i>	» 362
5. Allentamento dei legami societari e rischi per la sostenibilità sociale, di <i>Guido Lazzarini e Tiziana Stobbione</i>	» 372
Gli autori	» 389

5. Turismo sostenibile per lo sviluppo: WWOOFing e volunturismo rurale 2.0¹

di Nicola Gabellieri e Antonella Primi

1. Turismo, sostenibilità e sviluppo

Si può ripercorrere l'evoluzione dei presupposti teorici e applicativi del turismo sostenibile attraverso le principali tappe internazionali, in ambito politico e strategico, che hanno sostenuto l'affermarsi di una nuova prospettiva di progettazione, offerta e fruizione: a partire dalla Carta di Lanzarote per un Turismo Sostenibile (1995)², per passare alla definizione di un «turismo che tiene pienamente conto dei suoi attuali e futuri impatti economici, sociali e ambientali, indirizzandosi alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti» (UNEP e WTO, 2005, p. 12) e per giungere al 2017 dichiarato dalle Nazioni Unite «Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo».

Nel 2017 l'obiettivo è stato quello di promuovere forme di turismo rispettose dei contesti ambientali e socio-economici in cui si inseriscono e di innescare un effettivo sviluppo sostenibile anche in Paesi e in aree in difficoltà. Le motivazioni a sostegno di tale iniziativa rimandano al fatto che attraverso il turismo sostenibile (nelle sue innumerevoli declinazioni) è possibile contribuire a: crescita economica inclusiva e sostenibile; inclusività sociale, occupazione e riduzione della povertà; efficienza delle risorse, protezione ambientale e lotta al cambiamento climatico; promozione dei valori e del patrimonio culturale; reciproca comprensione, pace e sicurezza³. Come ricorda Varani (c.d.s) il turismo è espressamente menzionato in tre dei diciassette Obiettivi di Sviluppo Sostenibile adottati dall'Agenda 2030 (8°, 12° e 14°). E come è ancor più sottolineato nella *road map* verso

¹ Nonostante l'elaborazione dell'articolo sia il frutto di un lavoro congiunto, i paragrafi 3 e 4 sono riconducibili a Gabellieri, mentre i paragrafi 1, 2 e 5 a Primi.

² Si ricordano anche la Conferenza di Berlino (1997) su Turismo durevole e Sviluppo Sostenibile; la Conferenza Internazionale per il Turismo Sostenibile (2001) con l'approvazione della Carta di Rimini; l'Anno internazionale dell'Ecoturismo (2002).

³ www.tourism4development2017.org (9/01/ 2018).

il 2030 il turismo, avendo interconnessioni praticamente con tutti gli altri settori economici, produce impatti profondi e di ampia portata in tutte le dimensioni (pubbliche e private) dello sviluppo sostenibile, e quindi in tutti i suoi Obiettivi (UNWTO e UNEP, 2017).

Il turismo per assumere una prospettiva di sostenibilità può essere declinato, come già notato, in molteplici forme che, in senso lato e per alcuni aspetti, si possono ricondurre alle prime esperienze di turismo naturalistico e di turismo rurale.

Secondo la periodizzazione di Shaw e Williams (1994) il turismo naturalistico o rurale di massa iniziò a diffondersi nei primi decenni del XX secolo in America del Nord, dove l'*american wilderness* assunse un forte valore identitario (Lozato Giotart, 2003). In Italia il turismo rurale si delineò in modo più organizzato negli anni sessanta; il 1965, con la fondazione dell'associazione Agriturismo, si può considerare come la data di nascita del sistema agriturismo (Telleschi e Tangheroni, 2005). L'associazione si propose di trasmettere una nuova visione che racchiudesse agricoltura, turismo e gestione delle aree rurali. Nel 1985 la Legge Quadro Nazionale n. 730 normò l'attività agriturismo come ospitalità e somministrazione di pasti e bevande propri da parte di un'azienda agricola. Gli agriturismi avevano, quindi, la funzione di garantire un reddito addizionale agli agricoltori e di valorizzare le risorse del territorio, recuperando l'antica edilizia rurale, proteggendo il paesaggio, promuovendo i prodotti tipici.

Secondo Telleschi (1999), per turismo verde si intende qualunque attività ricettiva praticata in campagna, mentre il turismo rurale è gestito da privati non coltivatori, e l'agriturismo è quel sistema di servizi per cui i turisti vengono ospitati presso le aziende agricole. Eppure queste categorie sono insufficienti a descrivere un movimento divenuto oggi, un universo enorme, fluido, eterogeneo; la moltiplicazione dell'offerta turistica, delle esigenze esperienziali dei viaggiatori, dei luoghi e delle modalità di viaggio a livello globale ci restituisce un mondo complesso difficile da racchiudere in rigide catalogazioni. Come scrive Lemmi (2009), non è più possibile utilizzare per le attività turistiche recenti il termine "turismo di massa", mentre diviene necessario parlare di "post-turismo", per indicare un fenomeno che vede il progressivo adeguarsi alle domande e ai bisogni: i cosiddetti "mille turisti".

In questo quadro, il *WOOFing* costituisce un esperimento innovativo di "volonturismo" rurale sostenibile per le aziende agricole, basato sullo scambio non di denaro ma di servizi. Nato nel Regno Unito negli anni settanta, il fenomeno ha visto una forte diffusione a livello internazionale grazie alle possibilità offerte dalle piattaforme web 2.0. Gli esempi di partecipazione e associazione attiva legata al mondo del viaggio e del turismo of-

ferti sul web sono vari; molti di questi si ispirano a pratiche di ospitalità e viaggio sostenibili⁴, rispettose dell'ambiente e della cultura locale.

2. WWOOFing e “volonturismo” rurale

WWOOF (*WorldWide Opportunities on Organic Farms*) è un'associazione strutturata e organizzata attraverso un portale web che mette in comunicazione viaggiatori e volontari con fattorie biologiche. In pratica, i volontari (i cosiddetti *WWOOFers*) vivono nelle fattorie ospitanti e aiutano prestando il loro lavoro per un certo numero di ore; in cambio ottengono ospitalità, vitto ed esperienze in attività legate all'agricoltura biologica. Il sistema è basato sul volontariato e non prevede scambio di denaro. Secondo il sito ufficiale «scopo di WWOOF è di creare conoscenza e interesse verso uno stile di vita biologico e biodinamico. Oltre a ciò WWOOF offre la possibilità di viaggiare in tutto il mondo in modo economico ed allo stesso tempo di dare un aiuto dove è richiesto e dove se ne presenta la necessità»⁵. Le fattorie biologiche sono registrate in network nazionali e accolgono volontari in e da ogni parte del mondo⁶.

Il sito⁷ è di facile e immediata accessibilità: al momento dell'iscrizione nel network nazionale l'azienda deve presentare una breve descrizione delle sue attività e dei compiti che saranno svolti dagli ospiti, specificando se sono richieste precise conoscenze o abilità; per i viaggiatori (i *guest*), l'iscrizione costa 25 euro all'anno e permette di ottenere la lista aggiornata delle aziende ospitanti (gli *host*). L'interessato può quindi selezionare l'esperienza che più si avvicina ai suoi interessi e contattare direttamente la fattoria e organizzare autonomamente il soggiorno. La durata della permanenza può variare da pochi giorni ad addirittura un anno.

Le idee guida sono quindi: incontro, convivialità, sostenibilità, agricoltura biologica. Si tratta di principi che hanno accompagnato l'associazione fin dalla sua nascita, nel 1971 nel Regno Unito; le sue radici sono identificabili nel *Back to the Land Movement*. L'ideatrice, Sue Coppard pensò di mettere in contatto con un annuncio sul giornale le persone che volevano trascorrere qualche giorno in campagna e le fattorie biologiche che

⁴ Come *WorkAway* (www.workaway.info), *Couchsurfing* (www.couchsurfing.com) e varie piattaforme di *car-pooling*.

⁵ Vedi www.woof.it/it/wi-presentazione (27/01/2018).

⁶ Dal 1999 WWOOF Italia è divenuta un'organizzazione volontaria riconosciuta legalmente e, come tale, può fornire ai WWOOFers una copertura assicurativa contro gli incidenti e una tessera associativa per le aziende in accordo alla normativa nazionale.

⁷ Il sito è dotato di un sistema di referaggio, comune a molte piattaforme online basate sullo scambio, che permette un buon monitoraggio condiviso e la possibilità di segnalare infrazioni ai responsabili nazionali. www.woof.it/it/.

avevano bisogno d'aiuto. A offrirle ospitalità furono le *bio-dynamic farms* dell'Emerson College (Pier, 2011). L'iniziativa ebbe successo, divenne un appuntamento organizzato e gradualmente iniziò ad attirare un numero crescente di interessati, attraverso annunci sui periodici e scambi epistolari; nel 1973 venne replicata in Nuova Zelanda e nel 1981 si diffuse in Australia.

La grande rivoluzione per WWOOF è avvenuta negli anni Novanta: l'affermarsi di internet ha portato a un'espansione a livello globale dell'associazione, capace di comprendere e approfittare rapidamente delle possibilità offerte dal nuovo mezzo di comunicazione interpersonale di massa.

Gli stessi cambiamenti del significato dell'acronimo WWOOF permettono di ricostruire la crescita quantitativa e qualitativa del fenomeno: infatti, se inizialmente l'associazione si chiamava *Working Weekends On Organic Farms*, il nome è divenuto dopo pochi anni *Willing Workers on Organic Farms* quando si sono affermate possibilità di soggiorni prolungati. Nel 2000 l'associazione ha adottato il nome tutt'ora in uso, *World Wide Opportunities on Organic Farms*, per sottolinearne il nuovo orizzonte globale.

Il *WWOOFing* è stato oggetto di molte attenzioni da parte del mondo giornalistico o delle riviste ambientaliste, ma solo recentemente è emerso nella letteratura accademica. Nonostante l'ampia bibliografia internazionale e italiana su turismo rurale e volonturismo, è stato reperito un numero limitato di studi analitici e interpretativi su questo fenomeno. Indagini empiriche sono state condotte in Corea del Sud (Choo e Jamal, 2009), Nuova Zelanda (McIntosh e Campbell, 2001; McIntosh e Bonnemann, 2006), Stati Uniti (Maycock, 2008; Yamamoto e Engelsted, 2014), Canada (Ord, 2010) e Hawaii (Azizi e Mostafanezhad, 2014). Per l'Italia, il fenomeno è stato presentato da Luseroni (2010).

A causa della natura non commerciale e ispirata da principi di sostenibilità che caratterizza il *WWOOFing*, classificare queste esperienze come fenomeni esclusivamente turistici incontra a volte l'ostilità dei suoi protagonisti: *WWOOF International*, per esempio, ha eliminato dal proprio statuto qualsiasi termine riconducibile a "turismo". Tuttavia, poiché nella più diffusa definizione di turismo (UNWTO, 1995) mancano riferimenti alla necessità di scambi economico-monetari è possibile estendere tale definizione anche al *WWOOFing*. Su questo tema è stimolante una riflessione di Mosedale (2007), il quale ritiene che il discorso economico dominante, legato al mero scambio di capitali, stia egemonizzando qualsiasi discorso corrente, rendendo difficoltoso, anche a livello epistemologico, lo sviluppo di alternative come il turismo senza transazione monetaria.

Il *WWOOFing* si presenta come un fenomeno alquanto complesso e articolato: McIntosh e Campbell (2001) lo definiscono un "neglected aspect of farm tourism". Maycock (2009) preferisce utilizzare il termine "turismo sostenibile", esaltandone il carattere ambientalista. Holmes e Smith (2009)

hanno introdotto il termine “rural voluntourism” (volonturismo rurale), volendo porre l’accento sull’assenza di scambi di denaro e quindi esaltandone l’aspetto di volontariato. Una definizione ancora più precisa è *eco-organic farm tourism*, proposta da Choo e Jamal (2009, p. 433) per cui il *WWOOFing* è visto come «a strategy for facilitating sustainable agriculture, local development, socio-cultural environmental conservation, wellbeing, and learning».

Per questi ultimi aspetti il *WWOOFing* può essere annoverato nel panorama del turismo sostenibile per lo sviluppo: è caratterizzato da piccoli agricoltori indipendenti, iniziative sensibili all’ambiente ed esperienze di turismo altamente autentiche, dove i turisti hanno un contatto diretto con le attività agricole; si basa su un rapporto paritario e una relazione diretta tra ospitante e ospitato. Proprio l’integrazione paritaria tra lavoro volontario ed esperienza turistica costituisce una delle caratteristiche precipue del *WWOOFing*, e lo rende, di fatto, un caso unico di turismo esperienziale (Primi, c.d.s). Da un lato, il *guest* offre il proprio lavoro ed è tenuto ad essere informale, socievole e poco costoso; dall’altro, è comunemente mosso da un forte desiderio di esperienze autentiche, coinvolgimento diretto, interesse nel viaggio e crescita personale: esigenze che l’*host* è tenuto a soddisfare (Greenman, 2009). In questo caso appaiono del tutto assenti alcuni aspetti evidenziati come criticità per altre forme di *volontourism* praticate in Paesi in via di sviluppo, come il mancato trasferimento di conoscenze e l’atteggiamento paternalistico (Guttentag, 2009).

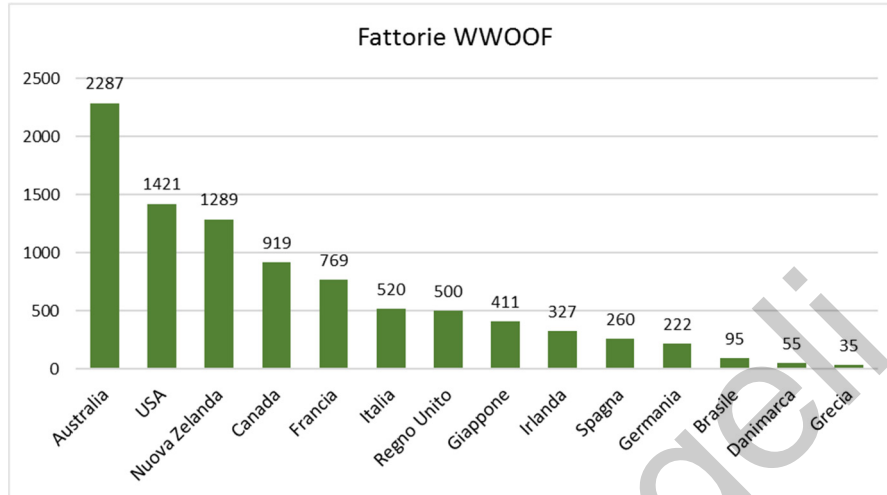
3. WWOOFers: motivazioni

Nel 2018, secondo i dati di WWOOF International, 58 Paesi hanno un’organizzazione nazionale⁸. Il circuito WWOOF Independents raccoglie le fattorie di altri Paesi che non hanno i numeri per costituire associazioni indipendenti. Le informazioni rilasciate dall’associazione parlano di 12.000 fattorie e 80.000 volontari che hanno ospitato o viaggiato nel 2010. I Paesi che contano su un circuito di ospitalità più esteso sono Australia, USA, Nuova Zelanda, Canada e Francia; anche Italia e Regno Unito costituiscono notevoli poli di attrazione (Figg. 1 e 2).

Il primo studio promosso sul *WWOOFing* risale al 2006 e ha avuto come oggetto l’esperienza di 12 viaggiatori in Nuova Zelanda (McIntosh e Bonnemann, 2006). Nonostante singoli viaggiatori superino i 60 anni, i volonturisti sono normalmente molto giovani; nel campione di 120 interviste analizzato da Ord (2010), il 74% degli intervistati ha tra 18 e 28 anni.

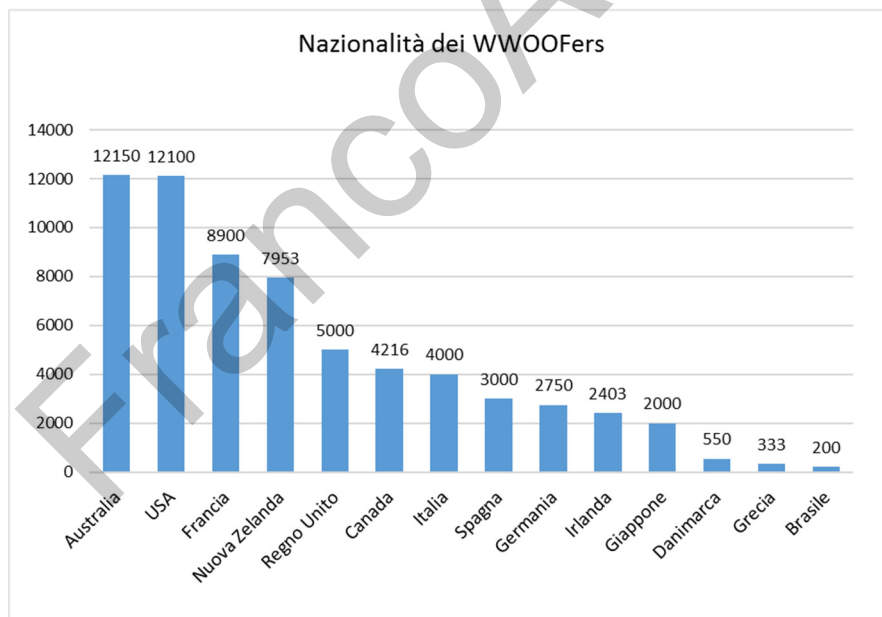
⁸ Vedi wwwoof.net.

Fig. 1 – Distribuzione delle fattorie ospitanti



Fonte: Elaborazione su dati Ord, 2010

Fig. 2 – Paesi di provenienza dei WWOOFers



Fonte: Elaborazione su dati Ord, 2010

Nel campione di 290 viaggiatori intervistato da Hudler in Austria (2011), le più frequenti motivazioni sono lo “sviluppo personale”, “viaggiare” e la ricerca di “avventura”. Per i 75 ospiti intervistati da Lipman in Australia tra il 2009 e il 2010 (2011), invece, maggiore importanza va attribuita a: “soggiornare in aree naturali-rurali”, “sperimentare la vita rurale”, l’opportunità di “acquisire nuove prospettive”.

Un’opportunità aggiuntiva è quella data dall’acquisizione di nuove abilità e saperi. La rappresentante della cooperativa piemontese Valli Unite ha raccontato che molti dei suoi ospiti sono studenti di agraria: «sono un puzzle di tipi sociali. Dai sognatori, ai rivoluzionari [...] se sei giovane, hai studiato agraria, ma non hai accesso alla terra, difficilmente imparerai a lavorarla. WWOOF è un’ottima occasione per avvicinarsi a realtà come la nostra» (Vidano, 2012, pp. 22-23).

Per approfondire il fenomeno è stata condotta tra giugno e agosto 2014 un’indagine circoscritta su un gruppo di 10 *WWOOFers* in viaggio nella Val di Cecina e in Val d’Era, in provincia di Pisa. Data l’esiguità del campione, l’indagine si propone solo come un primo sondaggio, in grado comunque di fornire alcune indicazioni interessanti (Tab. 1)⁹.

Riguardo alla loro principale motivazione, 6 intervistati hanno indicato “viaggiare in modo sostenibile e conviviale”. Tutti sono stati concordi nel definire il loro grado di soddisfazione “alto” (tenendo comunque conto che gran parte delle interviste sono avvenute in presenza dell’*host*) e hanno risposto affermativamente sia circa la volontà di ripetere questa esperienza in futuro, sia sulla possibilità di un ritorno in questa zona, anche come turista tradizionale.

Le risposte ottenute sono state simili a quelle delle ricerche empiriche già citate; tutti i volontari concordano nel definire la loro esperienza “più completa” rispetto al tradizionale soggiorno rurale, perché capace di includere elementi come la convivialità e l’opportunità di apprendere, oltre a offrire una conoscenza di aree e parti della società fino ad ora estranee ai flussi turistici.

⁹ Il questionario prevedeva risposte chiuse sul profilo personale degli intervistati, la loro esperienza e le loro aspettative. Dei 10 intervistati, tutti stranieri e provenienti prevalentemente dalla Germania, solo uno superava 50 anni d’età; gli altri si collocavano nella fascia tra 20 e 30. 6 erano di sesso femminile, 4 maschile. 7 erano alla prima esperienza *WWOOF*; per tutti si trattava del primo viaggio in tale zona.

*Tab. 1 – Intervista a 10 WWOOFers in provincia di Pisa (2014)**Qual è la principale motivazione della tua esperienza WWOOF?*

Viaggiare in modo sostenibile e conviviale	6
Provare nuove esperienze	3
Viaggiare contenendo le spese	1
Apprendere nuovi mestieri legati all'agricoltura	0

Qual è il tuo grado di soddisfazione di questa esperienza?

Basso	0
Medio	0
Alto	10

Quale giudichi il più importante risultato raggiunto?

Nuove amicizie e conoscenze	2
Scoperta di posti altrimenti sconosciuti	4
Crescita personale	3
Nuova visione del mondo rurale	1

Ripeterai questa esperienza in futuro?

Sì	10
No	0
Forse	0

Ritournerai in questa zona (come WWOOFer o come turista)?

Sì	9
No, ci sono così tanti posti da visitare!	1
No, non mi ha soddisfatto	0

Riuscirai a riutilizzare in futuro le competenze pratiche che hai appreso?

Sì	2
No	4
Forse	4

4. Fattorie ospitanti: distribuzione

Anche l'universo degli agricoltori WWOOF è estremamente variegato e comprende aziende agricole, cooperative o semplici privati residenti in campagna; per questo motivo sarebbe preferibile il termine “fattorie” ad “aziende agricole”, in quanto molte di esse non producono per il mercato, ma hanno una dimensione familiare. Gli studi di Ord (2010) indicano la presenza di una forte sovrapposizione con forme di agriturismo più commerciali, sottolineando una potenziale sinergia tra ospitare *WWOOFers* e altre forme più redditizie, come il *B&B*. Secondo McIntosh e Campbell (2009), le motivazioni più comuni riscontrate nei produttori ospitanti sono

il desiderio di una nuova convivialità, la possibilità di conoscere nuove persone e nuove culture, la necessità di un aiuto stagionale.

In Italia si può esaminare la distribuzione spaziale del fenomeno incrociando le statistiche ufficiali di WWOOF Italia con i dati, aggregati per provincia, delle fattorie biologiche e degli agriturismi rilasciati dall'ISTAT. La distribuzione provinciale delle fattorie è stata ottenuta raccogliendo ed esaminando gli annunci pubblicati sul sito nazionale: nel luglio 2017, l'elenco era costituito da 793 fattorie ospitanti.

Nella distribuzione provinciale delle fattorie ospitanti (Fig. 3) appare evidente come la maggior concentrazione sia in corrispondenza di quelle aree che possono contare su paesaggi o produzioni famosi nel mondo, e che costituiscono un *brand* di sicuro richiamo. La provincia con il numero di strutture ospitanti più alto in assoluto è Firenze, con 54 fattorie, seguita da Grosseto (34), Pisa, Siena e Perugia (26), Trento (25), Bologna (24). Ugualmente importante è l'area del basso Piemonte e della Liguria, con Cuneo (19), Torino (17), Alessandria e Genova (16). Nel Sud, raggiungono almeno 10 fattorie solo le province di Salerno, Teramo, Sassari e Cagliari.

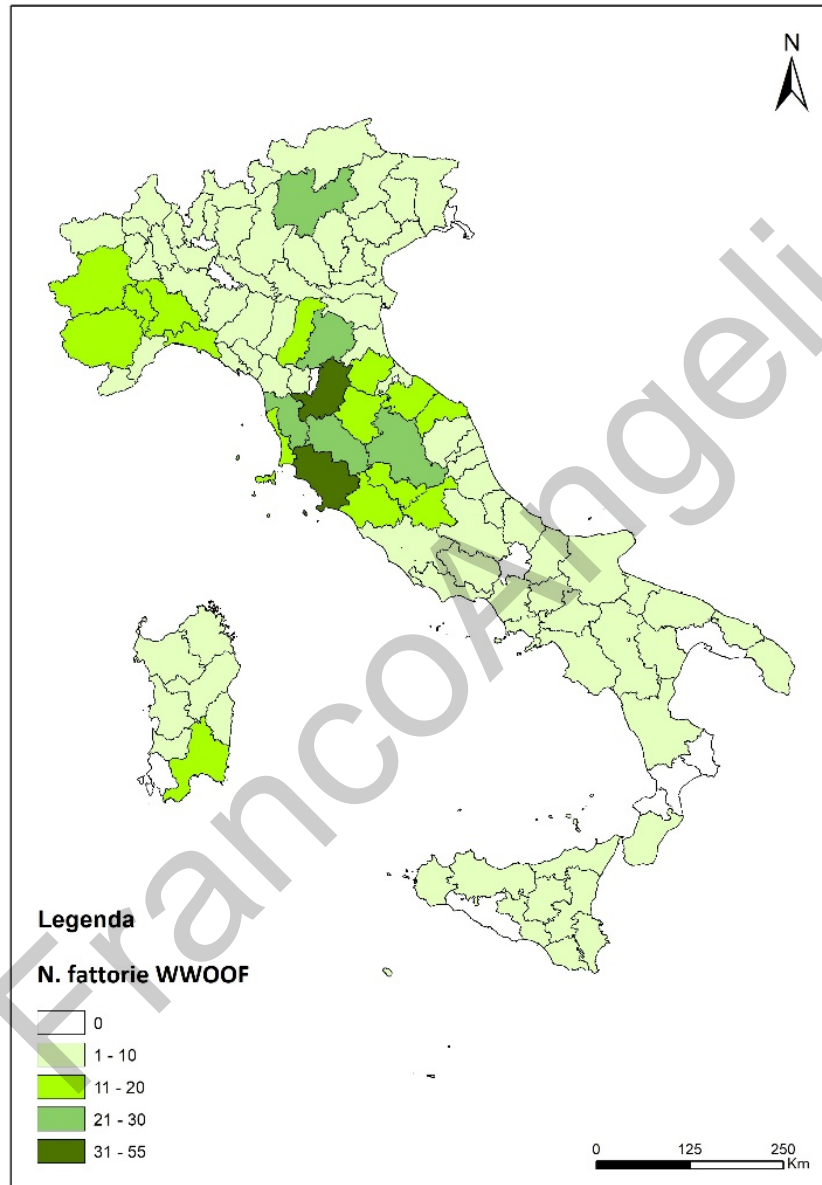
La figura 3 mostra la densità delle fattorie ospitanti secondo la Superficie Agricola Utilizzata (SAU) per provincia¹⁰: sebbene il Centro Italia continui a essere protagonista, valori importanti sono raggiunti anche in Piemonte, Liguria, Emilia-Romagna e Lombardia occidentale.

La comparazione con la distribuzione delle aziende biologiche certificate secondo il Censimento dell'Agricoltura del 2010, evidenzia l'assenza di qualsiasi correlazione diretta, suggerendo l'ipotesi che si tratti di due fenomeni completamente disgiunti; la certificazione biologica costituisce un *asset* per le aziende agricole integrate con il mercato, mentre il *WWOOFing* è praticato da aziende familiari o nuclei produttivi di piccole dimensioni, che spesso sfuggono anche ai rilevamenti ufficiali (Traldi, 2015). Il rapporto di correlazione è invece più forte nel caso della distribuzione provinciale degli agriturismi (Fig. 5)¹¹, dove è presente la stessa forte densità nella fascia centrale rappresentata da Toscana, Umbria e parte della Emilia-Romagna. I rapporti fra i tre gruppi di variabili sono confermati dall'analisi statistica. Infatti le variabili del numero di fattorie WWOOF e di aziende agricole biologiche non sono correlate (coefficiente di correlazione pari a 0,0009) mentre l'indice di correlazione è maggiore (0,45) tra numero di aziende WWOOF e numero di agriturismi.

¹⁰ L'indice P è calcolato dividendo il numero degli *host* per gli ettari di SAU e moltiplicandolo per 100.

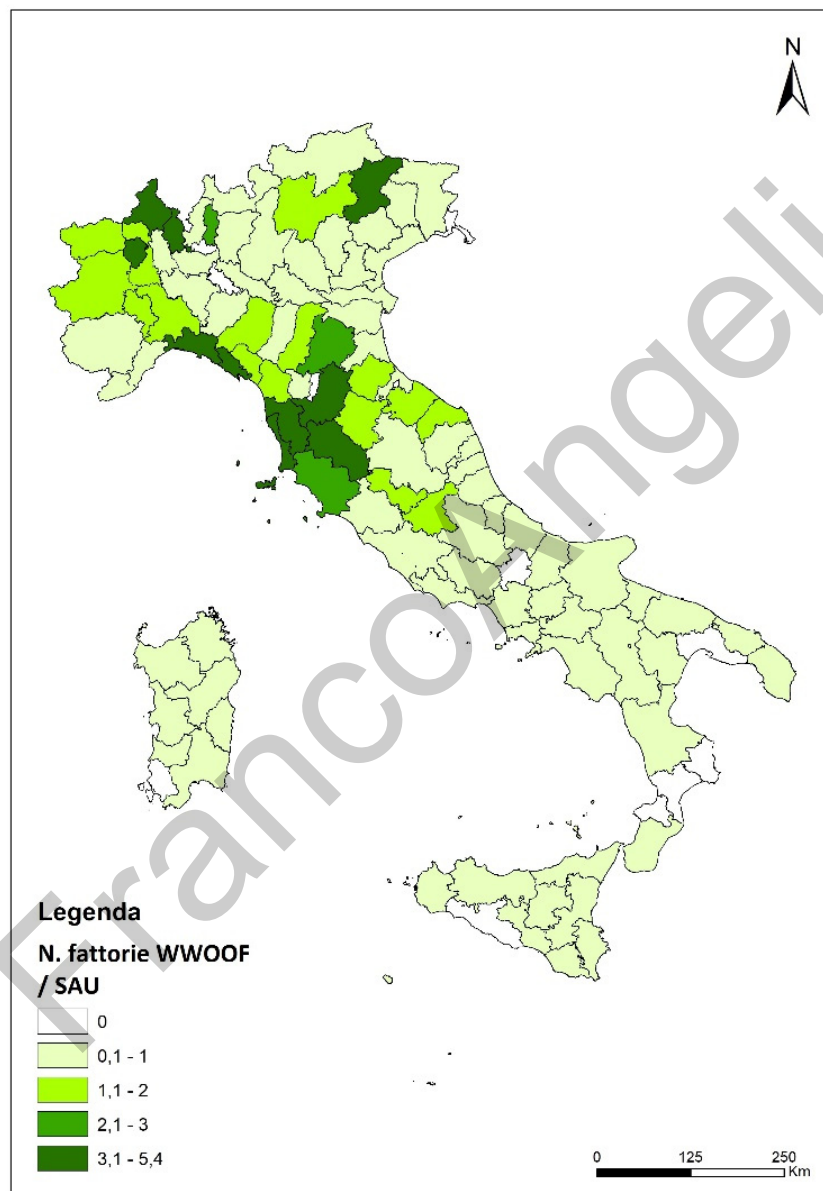
¹¹ AgriIstat, 2016, http://agri.istat.it/sag_is_pdwout/jsp/Introduzione.jsp?id=2A, visitato il 7 gennaio 2018.

Fig. 3 – Distribuzione delle fattorie ospitanti iscritte a WWOOF Italia



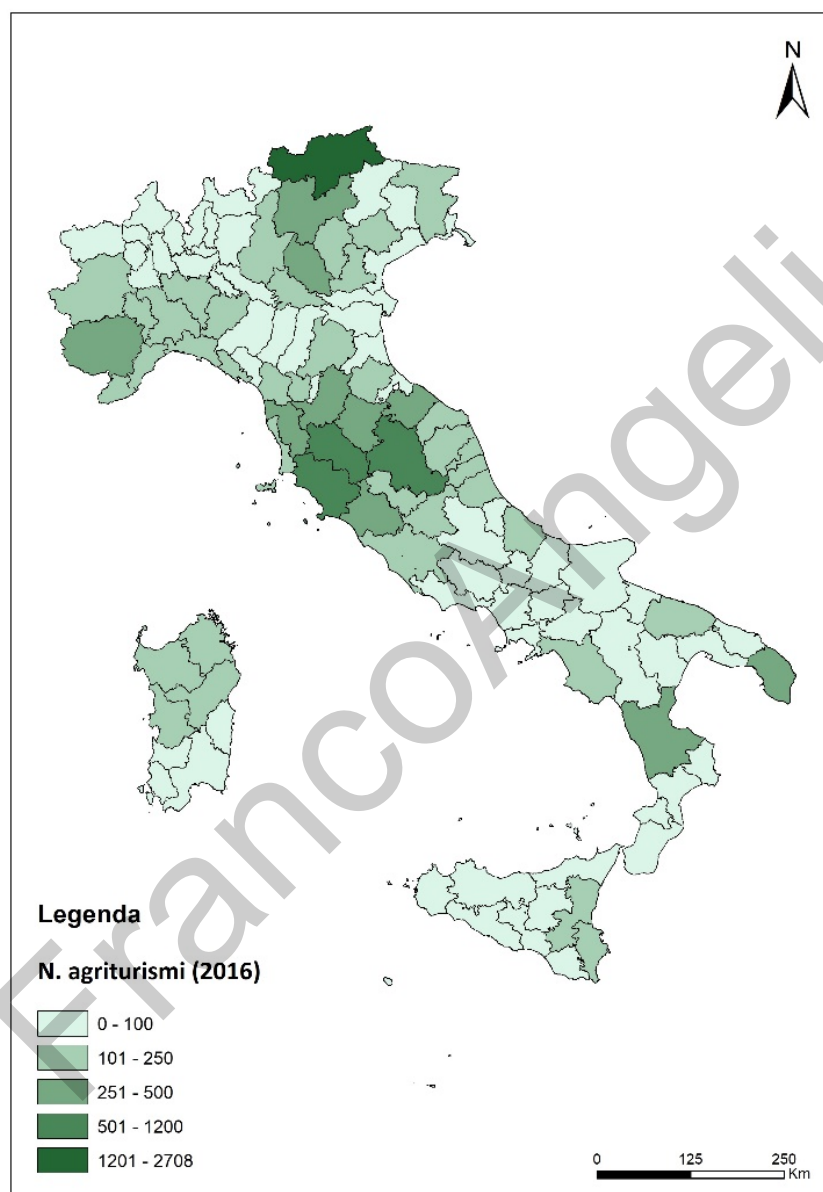
Fonte: Elaborazione su dati WWOOF Italia luglio 2017

Fig. 4 – Distribuzione delle fattorie ospitanti iscritte a WWOOF Italia in rapporto alla Superficie Agricola Utilizzata



Fonte: Elaborazione su dati WWOOF e Istat, 2017, 2010

Fig. 5 – Distribuzione delle aziende agrituristiche in Italia



Fonte: Elaborazione su dati Istat, 2016

L'analisi spaziale delle strutture ospitanti ha comunque messo in luce alcuni nodi critici; in particolare, gli *host* sono spesso localizzati in aree particolarmente rinomate a livello paesaggistico (Toscana, Langhe), con una distribuzione più simile a quella degli agriturismi che a quella delle aziende agricole biologiche certificate; questa tendenza è stata notata anche per gli USA da Yamamoto e Engelsted (2014), che infatti lo definiscono come un fenomeno *bohemien*. Proprio quelle realtà che avrebbero bisogno di nuovi moti propulsivi e collegamenti con il contesto globale, come le aree interne del Sud Italia, sono stati fino ad oggi meno interessate da questo fenomeno.

5. Volonturismo rurale: luci e ombre

Per quanto nel 2017 si parli di turismo sostenibile orientato allo sviluppo non si può sostenere che vi sia stato un capovolgimento di prospettiva, ma piuttosto un'evoluzione; non a caso le Nazioni Unite continuano a riferirsi alle linee guida del 2005 (UNEP e WTO) in cui si ribadiva che le pratiche di gestione per lo sviluppo del turismo sostenibile sono applicabili a tutte le forme di turismo, in tutti i tipi di destinazioni, incluso il turismo di massa e i vari segmenti del turismo di nicchia. Nello specifico, il turismo sostenibile dovrebbe fare un uso ottimale delle risorse ambientali; rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti e garantire operazioni economiche redditizie a lungo termine. Inoltre, dovrebbe mantenere un alto livello di soddisfazione turistica e garantire un'esperienza significativa, aumentando la consapevolezza sui temi della sostenibilità e promuovendo pratiche sostenibili.

In tale prospettiva, il *WWOOFing* rappresenta un movimento spontaneo dal basso, basato sul ritorno alla terra, sulle fattorie biologiche e sull'economia non monetaria. L'indagine effettuata in Toscana ha evidenziato un genuino interesse dei giovani verso il mondo rurale; inoltre, si è riscontrata una esternalità positiva nella possibilità di scoprire aree non comprese nei tradizionali circuiti di viaggio, e che potranno costituire in futuro destinazione di ulteriori esperienze turistiche.

Le aree rurali italiane sono state investite nell'ultima metà del ventesimo secolo da profondi cambiamenti strutturali, capaci di alterarne in profondità le componenti demografiche, sociali, economiche. Le maggiori tendenze evolutive sono riassumibili nell'esodo rurale, con conseguente invecchiamento della popolazione agricola, e nella "modernizzazione aziendale". Ciò sottintende anche la perdita di saperi legati all'attività agricola dovuta al mancato passaggio generazionale. In questo processo il *WWOOFing* può rappresentare un'opportunità di collegamento tra gli abitanti delle città e delle campagne e un momento di trasmissione di saperi, un'introduzione al

mondo rurale e una possibilità di sviluppo per forme sostenibili di turismo e viaggio. Non a caso, se Barberis negli anni sessanta coniava il termine “esodo rurale” (1960), nel 2009 pubblicava invece un volume dal titolo “La rivincita delle campagne”; il processo sembrerebbe in qualche misura invertito, determinando una riscoperta temporanea o stabile del mondo rurale. Esperienze come il *WWOOFing* hanno il merito di incanalare questa riscoperta legandola a valori di rispetto ambientale e sostenibilità, con il suo forte accento sull’agricoltura biologica, la permacultura e la convivialità. Non un turismo “mordi e fuggi”, capace solo di consumare tradizioni e territorio, ma una fruizione fatta di incontro e scambio reciproco e occasione di sviluppo per i territori (Garrod, Wornell e Youell, 2006).

D'altronde, nell'ambito del turismo rurale, il sistema agriturismo sembra essere entrato in una fase critica: la recente diffusione ne ha in qualche modo alterato i caratteri originari. Infatti, con la Legge n. 96/2006, si è riformata la disciplina agrituristica, annullando l'obbligo di somministrare agli ospiti solo i propri prodotti e allargandolo a tutti i prodotti locali. In molti casi l'agriturismo è divenuto un *hotel in campagna*, aziende dove si trascurano proprio le attività agricole che ne dovrebbero essere il fondamento. Parafrasando Barberis (2005), se l'agriturismo ha rappresentato “l'autocritica dell'agricoltura”, il volonturismo rurale potrebbe rappresentare l'autocritica dell'agriturismo, riqualificandolo come momento di accoglienza legato alle attività agricole; uno strumento accessorio, ovviamente, però capace di allontanarlo dalle logiche di un mercato sempre più egemonico.

Riferimenti bibliografici

- Azizi S., Mostafanezhad M. (2014), “The phenomenology of World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) in Hawai'i: Farm host perspectives”, in Dashper K. (ed), *Rural tourism: an international perspective*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle Upon Tyne, pp. 134-150.
- Barberis C. (1960), *Le migrazioni rurali in Italia*, Feltrinelli, Milano.
- Barberis C. (2005), *Dalla campagne alle città andata e ritorno*, «L'Informatore Agrario», 40, pp. 50-61.
- Barberis C. (a cura di) (2009), *La rivincita delle campagne*, Donzelli, Roma.
- Choo H., Jamal T. (2009), *Tourism on organic farms in South Korea: A new form of ecotourism?*, «Journal of Sustainable Tourism», 17, 4, pp. 431-454.
- Garrod B., Wornell R., Youell R. (2006), *Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism*, «Journal of Rural Studies», 22, pp. 117-128.
- Greenman A. (2009), *A practical guide to wwoofing*, Revaluation Book, Exeter.
- Guttentag D.A. (2009), *The possible negative impacts of volunteer tourism*, «International Journal of Tourism Research», 11, pp. 537-551.

- Holmes K., Smith K.A. (2009), *Managing Volunteers in Tourism: Attractions, Destinations and Events*, Taylor & Francis, Oxford.
- Hudler S. (2011), *Die Volunteer Touristen - Analyse des Kundenverhaltens und Ableitung von Kundenprofilen*, Masterarbeit, Innsbruck.
- Lemmi E. (2009), *Dallo spazio "consumato" ai luoghi ritrovati. Verso una geografia del turismo sostenibile*, FrancoAngeli, Milano.
- Lipman M. (2011), *Preliminary WWOOF research results*, wwoof.com.au/images/WWOOF_Research.pdf, visitato il 10 novembre 2017.
- Lozato Giotart J.P. (2003), *Geografia del turismo. Dallo spazio visitato allo spazio consumato*, FrancoAngeli, Milano.
- Luseroni F. (2010), *Vacanze alternative nelle organic farms*, «Locus», 14, pp. 104-106.
- Maycock A. (2009), *World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF)*, «Journal of Agricultural & Food Information», 9/4, pp. 282-288.
- McIntosh A.J., Bonnemann S.M. (2006), *Willing Workers on Organic Farms (WWOOF): The alternative farm stay experience?*, «Journal of Sustainable Tourism», 4, 1, pp. 81-99.
- McIntosh A., Campbell T. (2001), *Willing Workers on Organic Farms (WWOOF): A neglected aspect of farm tourism in New Zealand*, «Journal of Sustainable Tourism», 9, 2, pp. 111-127.
- McIntosh A., Campbell T. (2009), "WWOOF Network, New Zealand. Motivations, Expectations and Experiences of Volunteers and Hosts", in Holmes K., Smith K. (eds), op. cit., pp. 263-289.
- Mosedale J. (2007), "Diverse economies and alternative economic practices in tourism", in Morgan N., Ateljevic I., Pritchard A. (eds), *The critical turn in tourism studies: creating an academy of hope*, Routledge, Londra e New York, pp. 194-207.
- Ord C. (2010), *Contribution of volunteer tourism to organic farms: an analysis of the WWOOF exchange in Canada*, Tesi di laurea, Università delle Isole Baleari (Palma di Maiorca), <https://ecoclub.com/education/articles/502-volunteer-tourism-organic-farms>, visitato il 9 novembre 2017.
- Pier M. (2011), *Peer to Pier: Conversations with fellow travelers*, www.viewfromthepier.com/peertopier/sue-coppard-wwoof/, visitato il 9 novembre 2017.
- Primi A. (in corso di stampa), "Turismo esperienziale e territori: le Mappe esperienziali per l'innovazione territoriale e il turismo a Monastero Bormida (AT)", in Salvatori F. (a cura di), *Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano*, Roma giugno 2017.
- Shaw G., Williams A.M. (1994), *Critical issues in tourism: a geographical perspective*, Blackwell, Oxford.
- Telleschi A. (1999), *Turismo verde e recupero ambientale. Un esempio dalla Toscana*, VERASAS, Lucca.
- Telleschi A., Tangheroni M. (2005), *Agriturismo e agricoltura in Toscana*, WIP Edizioni, Bari.
- Traldi C. (2015), *Genova e le campagne invisibili. Conoscenza e pianificazione dello spazio rurale e il caso di Vesima*, «Quaderni storici», 15, 3, pp. 661-688.
- UNEP, WTO (2005), *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP, Parigi.

- UNWTO (1995), *UNWTO technical manual: collection of Tourism Expenditure Statistics*, World Tourism Organization.
- UNWTO, UNDP (2017), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*, UNWTO, Madrid.
- Varani N. (in corso di stampa), “Dal turismo sostenibile al turismo sostenibile per lo sviluppo”, in Salvatori F. (a cura di), op. cit.
- Vidano V. (2012), *To be a host, le Valli Unite*, «Focus», ottobre, pp. 22-23.
- Yamamoto D., Engelsted A.K. (2014), *World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) in the United States: locations and motivations of volunteer tourism host farms*, «Journal of Sustainable Tourism», 22/6, pp. 964-982.

FrancoAngeli