

## Il turismo verde nella valorizzazione delle aree collinari: l'esempio della Toscana\*

L'agriturismo<sup>1</sup> ha ormai superato la fase della sperimentazione e comincia a dare buoni risultati, non solo nel Trentino-Alto Adige e in Toscana, due regioni che, sia pure per motivi diversi, sono certamente all'avanguardia in questa nuova attività, ma anche in diverse altre regioni, soprattutto quelle dell'Italia centro-settentrionale. L'importanza del fenomeno, naturalmente, non è sfuggita a economisti, studiosi di scienze sociali ed esperti di programmazione, che spesso lo hanno studiato per conto delle amministrazioni pubbliche e delle associazioni di categoria, prima fra tutte l'Agriturist. Dopo qualche tempo, a completare l'abbondante letteratura sull'argomento, di natura prevalentemente economico-aziendale, hanno contribuito anche i geografi, il cui merito maggiore è stato certamente quello di operare la sintesi che accorda tutti i fattori del fenomeno in un quadro territoriale i cui elementi si fondono, spiegandosi reciprocamente<sup>2</sup>. Le esperienze maturate permettono quindi, ormai, di fare il punto sulla situazione di questa nuova forma di valorizzazione delle aree rurali, e in particolare di quelle collinari, che meglio di quelle pianeggianti e montane si prestano a tale attività integrativa dei redditi agricoli. Più del Trentino-Alto Adige, che gode di una situazione del tutto specifica nell'ambito italiano (lunga tradizione nell'offerta di ospitalità da parte di una popolazione montana di lingua tedesca, e quindi capace di attirare i gruppi etnici affini), è la Tosca-

na la regione che può presentarsi come esempio e modello del resto del paese. L'esperienza toscana si presta pertanto ad alcune considerazioni che ritengo utili non soltanto ai fini pratici, ma anche scientifici, in quanto offre importanti spunti alla ricerca e una chiave per l'interpretazione dei nuovi paesaggi che cominciano ad emergere, per il momento, soprattutto in Toscana.

Comincerò col dire che è necessario evitare il vecchio errore di molti pionieri dell'agriturismo, i quali si preoccuparono prima di tutto e quasi esclusivamente di offrire un prodotto, in attesa della domanda. In Toscana questo errore non ha avuto conseguenze negative nel Chianti e nelle aree finitime, a causa dei rilevanti vantaggi di posizione di questa subregione, ma le ha avute in aree non altrettanto avvantaggiate, come le colline interne e le conche intermontane, i cui imprenditori agrituristici hanno conosciuto fallimenti o, nel migliore dei casi, hanno dovuto riallineare l'offerta alla domanda. Questa domanda si presentava in tali aree con caratteristiche diverse da quelle delle aree nelle quali il turismo verde aveva il sostegno di un turismo tradizionale già consolidato o potenzialmente sfruttabile.

Il primo problema che l'operatore turistico deve risolvere, insomma, è comprendere quale tipo di domanda può essere soddisfatta dall'area in cui si trova. In effetti gli esperti riconoscono che il turismo verde sta passando dalla «dominanza dell'offerta» (propria degli anni '60 e '70) alla «dominanza della domanda», che diventerà sempre più netta. Questa dominanza è imputabile prevalentemente a fattori extra-economici, che in misura crescente influenzano il comportamento

\* Lavoro svolto con un contributo del Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica (fondi 40%), su «Le aree interne nelle strategie di rivalorizzazione territoriale del Mezzogiorno».

del turista e richiedono tipi di offerta adatti alle diverse situazioni ambientali e strutturali. Ebbene, risulta ormai chiaramente dalle inchieste e dai sondaggi svolti in Toscana (anche da me personalmente) che esistono due differenti tipi di domanda. Il primo tipo viene dal turista puro e semplice, che intende visitare i tesori artistico-monumentali della regione \_ città d'arte, borghi medievali, complessi religiosi \_ oppure frequentarne le spiagge, ma preferisce ritirarsi a sera in campagna, non per ragioni economiche (per risparmiare sui costi del soggiorno in albergo), ma per sfuggire almeno a sera alla vita tumultuosa delle città e dei luoghi del turismo di massa. Il secondo tipo è quello che privilegia il soggiorno in campagna e il contatto con la natura.

Secondo il responsabile della maggiore agenzia di intermediazione della Toscana, la Cuendet<sup>3</sup>, esisterebbe solo il primo tipo di domanda: «La richiesta di campagna non è una richiesta di agriturismo come tale, è motivata essenzialmente dai richiami culturali della Toscana» (Telleschi A., 1992, p. 148). Questa affermazione è senz'altro troppo drastica, ma se pensiamo che le agenzie di intermediazione operano di preferenza nelle aree turisticamente già affermate, possiamo comprendere il punto di vista del direttore della Cuendet. Il quale, però, sbaglia certamente quando aggiunge che «un'offerta agrituristica che spinga un turista a fare 1500 km non ha senso; se uno vuol fare dell'agriturismo, lo fa nel suo paese». Purtroppo per gli abitanti dell'Europa settentrionale, quelle campagne non offrono gli stessi ambienti di quelle italiane, ma mancano della caratteristica più attraente per quelle popolazioni: il clima mediterraneo, la possibilità di fare bagni d'aria e di sole ai bordi di una piscina in mezzo al verde. E questo è un punto importante, perché dimostra che il turismo verde può puntare anche su una clientela diversa da quella offerta dal turismo tradizionale. È questa considerazione che dà speranza anche alle aree rurali interne e, comunque, non avvantaggiate dalla vicinanza di flussi turistici tradizionali.

Se fosse vera l'affermazione del direttore della Cuendet, infatti, la domanda di turismo verde riguarderebbe quasi esclusivamente regioni come il Chianti e le colline costiere toscane, certe parti dell'Umbria (la Valle umbra, in particolare, con la sua collana di splendidi centri d'arte) e delle Marche (dintorni di Urbino, la fascia collinare immediatamente prospiciente il mare), la fascia prealpina e pedemontana in genere (i laghi settentrionali, le colline venete), e potrebbe riguardare in futuro le fasce collinari litoranee dell'Ita-

lia centro-meridionale (Abruzzi, Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia ecc.), ma darebbe poche speranze alle altre regioni collinari, specialmente quelle interne, che sono anche le più bisognose di sostegno e di riscatto.

Il tipo di domanda di natura più strettamente turistica chiede infatti all'imprenditore del turismo verde di investire nelle zone percorse o vicine ai flussi turistici tradizionali, perché in queste, naturalmente, è maggiore la remunerazione dell'investimento, indipendentemente dall'attrazione del paesaggio agricolo<sup>4</sup>. Per questo motivo, gli imprenditori che hanno investito nelle aree interne e, comunque, lontane dai centri d'arte e dalle attrazioni naturali (spiagge, laghi), in campagne paesaggistiche povere, sono andati spesso incontro ad amare delusioni, che li hanno scoraggiati e convinti a rinunciare a giocare la carta del turismo verde in genere e dell'agriturismo in particolare, che pure sembra ormai l'unica in grado di salvare certe aree collinari interne, non solo toscane ma di tutta l'Italia peninsulare.

Prima di procedere nel discorso, desidero sgombrare il campo da un pregiudizio che osservo nei confronti dell'agriturismo, pregiudizio che, nel caso delle agenzie di intermediazione, è forse interessato: esse tendono a sottovalutare l'agriturismo e a sopravvalutare il turismo rurale extralbergiero. Si veda ad esempio, quanto afferma il già citato responsabile dell'agenzia Cuendet, il quale propone addirittura di rinunciare al termine agriturismo che «è controproducente... in quanto sinonimo di livelli modesti o modestissimi, e richiama la realtà rurale [... fatta di] odori, rumori, zanzare, scarsa pulizia, polvere» (Telleschi A., 1992, p. 149). Tutti aspetti, però, che a mio avviso caratterizzano anche (e forse meglio) la realtà urbana e quella del turismo di massa. Anche Loda M. (1994, p. 272) afferma che «l'analisi motivazionale condotta presso i turisti tedeschi nella campagna toscana ha evidenziato la loro decisa preferenza per le dimore rurali tradizionali situate nel paese o nelle immediate vicinanze rispetto al campeggio o al soggiorno agrituristico. Il campeggio appare loro inadeguato [...] perché estraneo allo stile dell'ambiente locale. Il soggiorno agrituristico viene invece associato ad un maggior isolamento e a maggiori difficoltà di contatto con gli abitanti del luogo». Si può concordare sulla scarsa attrazione del soggiorno in campeggio, ma stento a credere che esista una preferenza per le case in paese rispetto alle case coloniche in piena campagna, offerte prevalentemente dall'agriturismo<sup>5</sup>. Naturalmente in questo caso non si può parlare di affermazioni interessate<sup>6</sup>. Ai nostri fini, comunque, ciò



che conta è osservare che anche la Loda, diversamente dal dott. Cuendet, riconosce l'esistenza di una clientela che cerca prima di tutto la quiete della vita agricola e il contatto con la natura.

Restituito all'agriturismo il suo giusto peso, è evidente che tutto il turismo verde può essere uno strumento di valorizzazione delle campagne, e non solo di quelle più prossime alle aree turistiche tradizionali, ma anche di quelle interne, e ciò proprio grazie all'esistenza di una domanda alternativa a quella dei turisti tradizionali.

Dalle indagini eseguite nella seconda metà degli anni '80 in Toscana, i cui risultati sono confermati da quella da me condotta nel 1990-91 e da quella che ho in corso attualmente, risulta infatti che la durata media del soggiorno agriturismo è per i due terzi di una-due settimane e per un quarto di oltre due settimane (Telleschi A., 1992, p. 146). Non ci troviamo quindi di fronte a un turista di massa, notoriamente frettoloso e in continuo spostamento. Particolarmente significativa, in quest'ottica, è la ripartizione dell'utilizzazione del tempo: un terzo degli ospiti resta prevalentemente fuori dall'azienda agricola e comunque fuori dal luogo dell'alloggio, un terzo alterna il soggiorno in azienda alle visite ai centri vicini, e un terzo degli ospiti trascorre il proprio tempo prevalentemente in azienda.

Un aspetto altrettanto e forse più importante è rappresentato dal fatto che gli ospiti arrivano prevalentemente in gruppi familiari, che abbastanza spesso comprendono anche bambini molto piccoli e comunque ragazzi sotto i 10-12 anni<sup>7</sup>. Questo consente di operare una distinzione, che è decisiva per la valorizzazione delle aree interne: l'agriturista, non importa se italiano o straniero, che ha figli piccoli, e quindi è scarsamente autonomo, tende a trascorrere la maggior parte del tempo nell'azienda agraria che lo ospita e nel territorio che la circonda. Ciò non esclude, ovviamente, che si rechi in visita a qualche centro d'arte o a qualche spiaggia più o meno vicina, e che il turista vero e proprio trascorra qualche giorno interamente in azienda.

Un'ulteriore considerazione scaturisce dal fatto che una buona parte degli ospiti agrituristici, interpellati nel corso dei sondaggi di opinione, dichiarano di non essere nuovi a questo tipo di vacanza. Ebbene, l'agriturista abituale<sup>8</sup> è quello che ha trovato nell'agriturismo una forma di vacanza alternativa a quella tradizionale e mostra il tipico atteggiamento non solo di «stanzialità» ma anche di fedeltà ai luoghi, tipico del tradizionale «villeggiante». È un tipo di agriturismo, insomma, sul quale si può contare per più anni, fino a quan-

do i figli, divenuti più grandi, non gli consentiranno di cambiare (eventualmente) le abitudini di vacanza; ed è un tipo di agriturismo le cui esigenze meritano di essere soddisfatte investendo non solo nell'alloggio, ma anche nella fornitura di altri servizi nell'azienda e nel territorio circostante. L'agriturista che usa l'agriturismo in modo strumentale, per realizzare altri obiettivi di vacanza (in sostanza per fare del turismo tradizionale), è invece un tipo di agriturismo che chiede soprattutto un buon livello di comfort delle strutture ricettive e, poiché trascorre gran parte del suo tempo di vacanza lontano dall'azienda, utilizza molto poco i servizi dell'azienda stessa e del territorio che la circonda.

In effetti, gli agrituristi stranieri, i più interessati alle escursioni, consumano il pranzo fuori azienda più spesso degli italiani. Considerato che circa i due terzi degli agrituristi ospiti della Toscana sono stranieri (Telleschi A., 1992, p. 146) si comprende benissimo perché una parte significativa delle aziende agrituristiche toscane si sia specializzata nell'offerta di alloggio, spesso in appartamenti indipendenti, con servizi minimi di ristorazione e con offerta minima di prodotti tipici e di attrezzature per le attività sportive e ricreative. Le aziende, però, che possono contare su una domanda «stanziale» (prevalente, ovviamente, nelle aree interne) si impegnano anche nella prestazione di altri servizi e in attività ad elevato valore aggiunto (ristorazione, vendita di prodotti) e investono persino, almeno le maggiori (in termini di posti letto), in attrezzature per lo sport e per la ricreazione.

Tutte le indagini, dunque, confermano che esiste una clientela anche per le aree collinari interne (che non escludono, ripeto, le visite a centri d'arte e/o a zone turisticamente prestigiose: l'Italia ne è piena e le distanze non sono mai proibitive). Se mai si deve riconoscere che sono soprattutto gli stranieri quelli disposti a lasciare la sede dell'alloggio per tornare soltanto a sera, mentre gli ospiti italiani (ma anche una buona percentuale degli stranieri) sembrano cercare prima di tutto il relax.

Ebbene, è su questa domanda che debbono puntare le aree rurali turisticamente sfavorite. In questo caso l'operatore deve investire non solo nelle attività ricettive (fra le cui attrezzature deve essere sempre considerata la piscina, perché non si può dimenticare che il turismo verde è attivo quasi esclusivamente in estate) ma deve puntare anche sulla presenza di boschi e foreste, di laghetti da pesca, di itinerari di trekking e, anche, perché no? su una buona cucina, che offra anche i piatti tipici locali.

Se la domanda trova l'offerta adatta, si traduce in flussi crescenti, che a loro volta contribuiscono, attraverso i benefici economici che apportano, alla trasformazione del paesaggio, come dimostra l'esempio della Toscana.

«Dopo la desolazione degli anni '60, la campagna toscana ha recuperato la sua antica vitalità, ed è frequentata, soprattutto nella bella stagione, da un gran numero di persone \_ toscani residenti in città, italiani di altre regioni e stranieri \_ che trascorrono dieci-quindici giorni in case e appartamenti affittati, o 2-3 giorni per giocare a golf o per cacciare o pescare, o anche un solo giorno per pranzare in un ristorante di campagna, acquistare prodotti agricoli o dell'allevamento.

Per convincersi della realtà di questa rinascita è sufficiente aggirarsi per le campagne anche per un solo giorno: nelle strade, anche quelle che avremmo pensato essere le più isolate, delle campagne fiorentine, senesi, lucchesi, è frequente e normale incontrare macchine [italiane e straniere] che gremiscono poi i parcheggi dei ristoranti di campagna, ristoranti che diventano sempre più affollati.

Siamo di fronte, insomma, ad una nuova fase dei rapporti città-campagna, una nuova fase che non può essere definita, come qualcuno ha fatto, di neocolonizzazione: si tratta di un vero e proprio rimescolamento della popolazione, che avviene attraverso l'acquisto di immobili, di fattorie e addirittura d'interi borghi rurali, nei quali i cittadini vengono a vivere [...] per rinnovare un rapporto che si credeva inutile e che si era perduto. Certo, questa nuova campagna non è più quella di un tempo, ma sarebbe assurdo, e forse stupido, pretendere di tornare ai vecchi tempi; quello che conta è scoprire che il nostro legame con la natura, e quindi con la campagna, non si può sciogliere, non si può rifiutare.

[...] Noi crediamo che sia doveroso approfittare di questa nuova forza vitale, infusa nelle nostre campagne attraverso apporti esterni, per cercare di avviare ad un cambiamento anche le aree attualmente meno frequentate, che più hanno bisogno di stimoli e che nei flussi del turismo verde potrebbero trovare una via di salvezza».

Scrivo questa pagina nel 1991, quando rivitalizzate da questa nuova linfa erano quasi esclusivamente le aree rurali più accessibili ai flussi del turismo tradizionale, mentre nelle aree interne il turismo verde non sembrava attecchire con lo stesso vigore. Se le cose fossero rimaste in questi termini, non ci sarebbe motivo di insistere sull'importanza del turismo verde per la ripresa delle campagne collinari italiane, perché la situazione

toscana e delle altre regioni turisticamente favorite sarebbe non generalizzabile, in quanto dovuta a fattori specifici e non sempre ripetibili altrove.

A distanza di quattro anni, tuttavia, ho voluto verificare, nel corso di una ricerca che spero di concludere entro pochi mesi, che cosa sta succedendo in un'area interna della Toscana, lontana dai flussi turistici, e che nel 1991 non era ancora molto interessata al turismo verde. L'area che ho preso in esame comprende la Comunità montana dell'Alta Val di Cecina e la media e alta Valdera. La scelta di queste valli non è stata casuale: se dovesse risultare, questo il ragionamento, che anche qui il turismo verde può attecchire, allora l'esperienza è ripetibile in ogni altra regione collinare italiana. La vicenda socio-economica di quest'area collinare è infatti quella \_ ben nota \_ comune ad ogni altra area interna, non solo della Toscana. Al Censimento del 1951, la struttura professionale denunciava il predominio assoluto delle attività agricole, che occupavano, in media, oltre il 70% della popolazione attiva, con punte dell'85% nei comuni più interni (di fronte a una media toscana del 38%). Si trattava di percentuali destinate a ridursi rapidamente, ma questo non avvenne come conseguenza dello sviluppo economico locale ma attraverso l'esodo in massa degli agricoltori, soprattutto mezzadri, attratti dalle industrie del Valdarno inferiore. L'esodo proseguì, inarrestabile, fino ai primi anni '70. Le conseguenze furono quelle note e facilmente immaginabili: invecchiamento demografico con relativa denatalità, invecchiamento della popolazione agricola, degrado delle campagne, abbandono e deterioramento fisico di case coloniche isolate, di nuclei e addirittura di piccoli borghi. Dopo il 1971, le vicende demografiche dell'area in esame registrano una ripresa \_ ovviamente legata allo sviluppo economico \_ che è più accentuata a partire dai primi anni '80 e che ci permette di affermare che ci troviamo di fronte a una tendenza quasi generale alla stabilizzazione della popolazione. Ciò è avvalorato anche dal fatto che la struttura della popolazione attiva non presenta più i forti squilibri del passato.

La mia ricerca mira a verificare il ruolo che il turismo verde ha avuto nel rilancio di questa regione. L'indagine non è ancora conclusa, ma i primi risultati permettono di affermare che anche qui il turismo verde sta prendendo piede: persino l'alta Val di Cecina, la più isolata di quelle da me esaminate, viene scelta per quieti soggiorni da quella categoria di turisti che cercano serenità e recupero dallo stress della vita urbana. Questo esempio deve incoraggiare gli agricoltori delle aree rurali meno favorite di tutta l'Italia ad imboc-



care una via che può essere molto fruttuosa: lo dimostra il fatto che le aziende agrituristiche di quattro comuni della Comunità montana offrono già oltre 300 posti letto, tutti occupati durante l'estate.

Ma come innescare un processo suscettibile di estendersi al resto dell'area? Una risposta articolata può venire solo da uno studio dettagliato, ma una prima risposta viene da un'intervista che ho condotto recentemente con una operatrice agrituristica tedesca trasferitasi nella campagna toscana. Si tratta non solo di un documento perfettamente significativo ai fini delle indagini di questo tipo, ma anche di un esempio da imitare dagli operatori rurali di tutta l'Italia.

Nel 1968, due coniugi tedeschi (di Norimberga) ottengono un mutuo quadriennale da una banca tedesca per acquistare sulle colline a cavallo fra Valdelsa e Valdera un podere abbandonato con casa colonica diroccata. Una volta estinto il debito, nel 1972, la coppia si trasferisce in Italia. La signora è già pratica di turismo rurale e intende continuare questa attività. Con otto anni di duro lavoro la coppia ristruttura la casa colonica e riporta a coltura il podere. Le spese sono state enormi – i due coniugi hanno investito tutti i loro risparmi, che tuttavia non sono stati sufficienti, rendendo necessaria l'accensione di altri mutui in Italia – ma finalmente, nel 1980, cominciano ad arrivare i primi ospiti.

Oggi la casa e i rustici sono stati ristrutturati, il podere (8 ha in tutto) è ben coltivato e razionalmente organizzato: 2 ha di vigneto, 1600 olivi e mezzo ettaro di bosco, conservato come spazio verde per gli ospiti, i quali, tutti tedeschi, apprezzano moltissimo l'olio e la cucina dell'azienda. Naturalmente, vista la provenienza esterna, gli ospiti sono venuti anche per visitare i centri d'arte toscani, ma alternano i giorni di visita con quelli di riposo in azienda, nella quale è stata costruita anche una piscina. Questa rappresenta una forte attrattiva, specialmente nei mesi di luglio e di agosto, in particolare per le famiglie con figli piccoli. I due coniugi sono stati i primi ad iniziare l'attività agrituristica nella zona, ma sono stati presto imitati dagli agricoltori italiani. L'attività è ormai remunerativa, la campagna è stata riconquistata e le prospettive sono positive.

Ho scelto questa vera avventura pioniera, fra le tante di cui sono venuto a conoscenza nel corso delle mie ricerche perché, rispetto a quelle vissute dagli operatori italiani, presenta in più le difficoltà di chi si trasferisce in terra straniera. Ma tutte parlano di desiderio di migliorare, di speranze, di capacità imprenditoriali, di duro lavoro, di tena-

cia, e alla fine di successo. Siano di esempio per gli agricoltori di tutte le aree collinari italiane, anche le più difficili da sfruttare, poiché questo tipo di turismo certamente si svilupperà col crescere del disagio della vita urbana. Certo, il compito di recuperare le colline interne non può essere riversato tutto sulle spalle degli agricoltori e dei privati; anche la pubblica amministrazione deve intervenire. Le aziende interessate al turismo familiare stanziale – in sostanza quelle delle colline interne lontane dai flussi turistici tradizionali – si gioverebbero molto, ad esempio, di una politica di servizi per il territorio e di misure di sostegno alle produzioni tipiche valorizzabili nell'agriturismo.

## Bibliografia

- G. Bellencin-Meneghel (a cura di) (1991), *L'agriturismo in Italia*, Bologna, Pàtron.
- Irpet (1994), *Le condizioni per lo sviluppo dell'agriturismo in Toscana*, G. Balestrieri (a cura di). "Materiali di sintesi per la Giornata di studio sull'Agriturismo", (organizzata dalla Regione Toscana) Dipartimento Agricoltura e Foreste, Fortezza da Basso, 18 novembre 1994.
- R. Krüger e M. Loda (1993), *Quale turismo per la Toscana minore? Indagine sulla struttura motivazionale dei turisti tedeschi nell'area delle colline pisane*, Milano, Angeli.
- M. Loda (1994), «Il turismo rurale extra-alberghiero nella campagna toscana: caratteristiche strutturali e significato economico», *Riv. Geogr. It.*, 101, pp. 151-276.
- A. Telleschi (1992), *Turismo verde e spazio rurale in Toscana*, Pisa, Ets Editrice.

## Note

<sup>1</sup> Per indicare il complesso delle attività turistiche praticate in campagna si usa l'espressione «turismo verde». Ai fini di studio, ma anche economici, giuridico-fiscali e amministrativi, è tuttavia necessario distinguere fra turismo verde alberghiero ed extralberghiero. Il primo ha gli stessi caratteri e gli stessi problemi del turismo *tout court*. Il turismo verde extralberghiero può utilizzare le strutture ricettive private, oppure appoggiarsi, per l'alloggio ed eventualmente per la ristorazione, alle aziende agrarie. Nel primo caso parleremo di turismo rurale (extralberghiero); nel secondo di *agriturismo* (cfr. Telleschi A., 1992, pp. 15-19).

<sup>2</sup> Per la bibliografia sull'argomento rimandiamo senz'altro a Telleschi A. (1992) e Bellencin-Meneghel G. (1993).

<sup>3</sup> Queste agenzie si incaricano, in cambio di una provvigione, di trovare i clienti per i privati che intendono ospitare turisti.

<sup>4</sup> Che comunque non guasta: i paesaggi rurali del Chianti e della Valle umbra, caratterizzati da vigneti e oliveti alternati a boschi, sono un motivo di attrazione molto forte.

<sup>5</sup> Dico prevalentemente perché, se è vero che l'azienda agrituristica offre ospitalità, per definizione, in case coloniche o rustici ristrutturati, oggi questi alloggi vengono offerti anche, al di fuori dell'attività agrituristica vera e propria, da imprenditori non agricoli, che hanno investito in agricoltura, acquistando

aziende agrarie un tempo condotte a mezzadria e oggi con salariati. In tal modo si sono rese libere le case coloniche abitate in precedenza dai mezzadri.

<sup>6</sup> Tanto più che le ricerche della Loda, condotte secondo criteri scientifici, danno risultati certamente attendibili. Semmai questo giudizio può nascere dal fatto che il campione intervistato sembra distorto in favore della categoria del cosiddetto «turismo soft» (si veda in proposito Krüger R., Loda M., 1993, pp. 9-32): sono cioè turisti di livello culturale elevato e più interessati a conoscere le realtà locali.

<sup>7</sup> Da una mia recente indagine, condotta sulle colline a cavallo fra Valdelsa e Valdera, risulta che nei mesi di luglio e agosto gli ospiti tedeschi sono rappresentati in grandissima maggioranza da famiglie con figli in età scolare. In settembre, ovviamente,

arrivano soltanto famiglie con figli non in età scolare. Com'è naturale, le famiglie con figli piccoli sono più propense (o costrette) a restare in campagna. Certo, gli stranieri sono più interessati degli italiani a compiere qualche visita di un giorno ai centri d'arte, e per realizzare questo desiderio sono soliti organizzarsi: a turno, una famiglia resta in azienda e gli adulti sorvegliano *tutti* i piccoli, anche quelli dei genitori in visita.

<sup>8</sup> Debbo dire che l'ultima indagine dell'Irpet (1994) tende a far coincidere l'agriturista abituale con quello italiano. In realtà, anche nella categoria degli ospiti stranieri sono numerosi gli ospiti abituali: da una indagine che ho condotto presso una grande azienda agrituristica (106 appartamenti con circa 600 posti letto), ben il 16% degli ospiti stranieri era già stato ospite di quella azienda almeno una volta.

