

DAL CONVEGNO CONCLUSIVO di BERGARE' LA PROPOSTA DELLA CCIA  
Tramontana: "Vogliamo creare l'agrumiturismo,  
sul solco di quanto già si fa per enoturismo e oleoturismo"

L'ultima giornata di BERGARE' si è aperta al Castello Aragonese di Reggio Calabria con il convegno sul tema "**Bergamotto di Reggio Calabria: tra identità locale e attrattività turistica**", organizzato con il contributo tecnico-scientifico dell'**Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART)** al quale hanno preso parte esperti di turismo, docenti universitari e rappresentanti delle istituzioni deputate al turismo e alla animazione territoriale a partire dalla **Camera di Commercio di Reggio Calabria**, promotrice dell'evento.

Ne è uscita un'importante proposta per voce del **Presidente Antonino Tramontana**: creare l'agrumiturismo, sul solco di quanto già si fa per enoturismo e oleoturismo.

I lavori moderati dalla giornalista della Rai Tgr Regione Calabria **Viviana Spinella**, sono stati aperti dal Presidente Tramontana, il quale, ringraziando tutti gli attori istituzionali e di categoria coinvolti a **Bergare' 2024**, ha spiegato l'obiettivo del convegno.

"Vogliamo offrire un momento di riflessione sulle potenzialità turistiche di un prodotto fortemente identitario come il bergamotto". Il convegno è stata l'occasione per offrire una panoramica sul contesto turistico territoriale attuale, sulle tendenze del mercato turistico, sulle buone pratiche e casi di successo nella valorizzazione di prodotti locali per il miglioramento dell'attrattività turistica.

"L'obiettivo è tracciare le strade percorribili per fare del bergamotto un vero e proprio attrattore turistico" ha aggiunto Tramontana.

## GLI INTERVENTI

Tra i saluti istituzionali quelli del  **Rettore dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria**, prof. **Giuseppe Zimbalatti**, che ha subito evidenziato come il bergamotto sia una importante risorsa del territorio. "Anni fa la filiera bergamotticola sembrava in declino, ma ha resistito all'ingresso dell'economia industriale. L'Università è impegnata e disposta ad aprire sempre nuove collaborazioni per la valorizzazione del prodotto".

E' toccato al prof. **Marco Poiana**, Professore ordinario di **Tecnologie alimentari all'Università di Reggio Calabria**, condurre i presenti alla scoperta delle componenti del bergamotto, l'agrumo che profuma il mondo, spiegando ciò che lo rende un frutto unico e speciale.

"Il bergamotto è anzitutto una cultura, che si sviluppa su una costa di 100 km in un areale tipico" ha esordito il docente che ha ricordato la norma Iso che definisce il bouquet dell'essenza secondo range ben precisi. Essi dipendono dall'areale di produzione, dall'andamento stagionale e persino dalle modalità di raccolta che possono incidere nelle caratteristiche dell'essenza. Un dato: solo lo 0,5% dell'intero agrume è dato dall'essenza, il 99,5 è costituito da residui solidi (pastazzo e succo).

"L'uomo ha sempre pensato al riutilizzo delle parti non destinate ad essenza: si produceva pectina e acido citrico, succo, e appunto il residuo. La ricchezza notevole di componenti chimici fa sì che il bergamotto di Reggio Calabria abbia peculiarità speciali e nella comparazione con analoghi frutti persino dello stesso areale di produzione, conserva una sua unicità" ha proseguito Poiana.

Dalle sperimentazioni scientifiche ed agroalimentari studiate con il suo team, il pastazzo può ambire a molto più che l'utilizzo per alimentazione del bestiame: essiccato può essere usato con successo nei biscotti in farina di pastazzo disidratato, piacevole al palato se ben dosato. I componenti nutrizionali vengono esaltati nella pasta fresca se il bergamotto, usato sempre in minima quantità, e la cottura addirittura ne migliora l'assorbimento. Inoltre un film edibile (cioè commestibile) del pastazzo può essere usato per frenare la deperibilità delle fragole, frutto molto delicato. Inoltre se ne può fare burro e aceto. In conclusione si può cambiare la destinazione del residuo".

**Alessandra Arcese**, coordinatrice Area Qualificazione Imprese e Territori ISNART, ha descritto non solo lo scenario, ma anche le motivazioni di un turismo che cambia e transita di generazione in generazione con nuove aspettative. A suo dire la tipicità è davvero la leva per l'attrattività turistica

territoriale.

"Se una volta si parlava di *genius loci* per dire il territorio, oggi possiamo parlare di **GENIUS FRUCTUS**: abbiamo cioè un frutto che è territorio e si può conoscere venendo qui a farne esperienza, ovvero nel *terroir*" ha esordito. "Il settore ricettivo ha sempre dato un sistema di misurazione: i pernottamenti. Entro il 2025 si stima che saranno i *millennials* (28-42 anni) il 50% del mercato turistico. Questi "giovani" vanno su servizi digitali e interattivi e scelgono il luogo dalla rete, è già in atto cioè un cambio culturale: dobbiamo intercettare queste nuove dimensioni" ha detto Arcese. Ciò significa creare occasioni di esperienza. Ha poi sottolineato il valore e l'importanza degli operatori. "La cantina che ti fa fare esperienza di vendemmia non diventa forse un operatore turistico? I dati relativi all'economia regionale dicono che ci sono stati 8 milioni di presenze turistiche nel 2024 ed il 35% era della generazione dei *millennials*. Il 44% delle recensioni sulla Calabria arrivano da Instagram. I *millennials* sono disposti a spendere qualcosa di più e l'uso digitale significa per loro partire sapendo dove andare, quanto spendere e poi condividere sui social una esperienza personale che viene introiettata e prodotta verso altri pari". Nelle interviste di chi ha pernottato gli highlights positivi riferiscono di cortesia e ospitalità della comunità locale, e dunque il rapporto umano è importante. Ma poi conta il valore della ristorazione e il costo: in paragone ad altri territori la Calabria è competitiva e questo aiuta le famiglie a venire. Conta poi offerta culturale e intrattenimento: Bergarè in questo senso è un ottimo esempio. Circa le motivazioni di viaggio l'esperienza appare ottima nell'87% delle recensioni positive. Bisogna invece lavorare sulla qualità dei servizi" ha aggiunto concludendo che certamente si può costruire una destinazione attorno al bergamotto che può diventare una punta di diamante per cambiare la narrazione del territorio che altrimenti diventa statica perchè può variare a seconda della stagione. "Il Bergamotto può essere un tema per tutto l'anno: dalla fioritura della pianta al frutto: ed è dai piccoli comuni dell'areale che dobbiamo partire" ha concluso Arcese.

Per spiegare come i prodotti tipici possono diventare attrattori turistici sono state offerte al pubblico tre esperienze diverse in un confronto interessante dalla Toscana al Trentino, fino alla Sicilia al fine di approfondire come fare di una destinazione una esperienza.

**Elisa Guidi**, Coordinatrice di Artex, Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana, ha spiegato il progetto di "Artour", ovvero di come sia stato possibile fare dell'artigianato turistico fino alle esperienze sensoriali di "Firenze città dei profumi".

"L'artigianato ha un ruolo strategico, ma era settore poco conosciuto e compreso pur essendo fondamentale nel tessuto produttivo italiano e per il *made-in-Italy*. Abbiamo creato l'artigianato dei luoghi per rafforzare il rapporto tra artigianato e turismo. Un tempo era l'Artigianato Artistico che chiedeva aiuto al turismo, ma ora è il Turismo che chiede aiuto e temi all'artigianato. Ci sono studi europei sul rapporto e il ruolo dell'artigianato nel settore turistico: il turista straniero è molto sensibile al prodotto 'a mano'. Ceramica, argento profumi, possono costruire itinerari ad hoc. Artour ha coinvolto 400 attività artigianali compresa la trasformazione agroalimentare come la pasticceria. Il tutto è diventato esperienze guidate per parlare dell'artigianato, trekking dell'artigianato con veri percorsi a tema (Volterra per l'alabastro ad esempio o Cetona per la ceramica". Guidi ha poi parlato di Firenze, città dei profumi.

"C'è una forte tradizione, e in questo caso abbiamo coinvolto attività piccole e di nicchia magari legate alle farmacie perchè producono essenze e cosmetica".

E' quindi stata la volta di **Francesco Facinelli**, coordinatore territoriale della Azienda per il Turismo della Val di Non (TAA) che ha spiegato come la mela, prodotto agroalimentare identitario, sia diventato un driver per la diversificazione e la destagionalizzazione grazie all'esperienza della "strada della mela e dei sapori" della Val di Non e Val di Sole: 7000 ettari di terreno con circa 4000 operatori, un angolo di mondo dove il turismo è la quinta voce economica. Qui grazie alle DMO **Destination Management Organization** si studia e si progetta una sorta di chimica del turismo. Interessante il test in diretta fatto tra il pubblico al convegno: solo un era stato in Val di Non ma la gran parte conosceva la mela come prodotto della Val di Non. "Alla base di tutto quel che facciamo ci sono le persone e il territorio deve essere coinvolto. Ma anche il turista vuole conoscere la verità del territorio. I grandi investimenti in testimonials fanno immagine ma non producono numeri" ha detto. "Per i 28 comuni della Val di Non - 45.000 abitanti - la regola è fare bene per il cittadino così lo si fa anche per il turista". La Dmo della Val di Non ha acquistato una radio per comunicare ai residenti ciò che ruota attorno a loro: se i nonesi 'sanno' posso poi conoscere e trasmettere. E poi esperienze per il turista: raccogliere la mela, mostrare loro la fioritura dei meli, fare assaggiare la gastronomia della mela, la 'strada della mela' raduna agriturismi, ristoranti della zona. "Dietro queste cose c'è progettazione, strategia ed eventi che valorizzano il prodotto, come Fiorinda, formazione e un lavoro cospicuo in relazioni. E formazione: al contadino abbiamo spiegato che poteva essere proficuo. "Melacolgo" durante la raccolta chiede al contadino di fermare per un attimo un lavoro per fare comunicazione del suo lavoro. Attorno a tutto

questo ci sono i castelli, il Kayak sui torrenti del Lago di Santa Giustina la cui creazione ha determinato il microclima che ha consentito alle mele di prosperare tra le Dolomiti di Brenta. In conclusione nessuno governa le masse, ma possiamo distrarle e orientarle" ha concluso.

Anche l'esperienza della vicina Sicilia è emblematica. Il progetto "Le vie della Zagara". Federica Argentati, Presidente Distretto degli Agrumi di Sicilia ha parlato degli itinerari per vivere e scoprire il territorio della Sicilia agrumetata: 6 itinerari + 1 percorso che attraversa tutta la regione partendo dagli areali di produzione biologica. Anche in questo caso è servita formazione verso gli imprenditori. "Facciamo arrivare giornalisti da tutte le parti del mondo che hanno scritto in tutte le lingue, fondamentali per fare arrivare le persone, ma sono soprattutto le aziende ad essere fondamentali. Loro possono sapere e comunicare ciò che succede dall'albero alla retina di arance che troviamo al supermercato, abbiamo fatto un lavoro di mediazione con gli operatori turistici. Ma bisogna anche comunicare bene: ad esempio non parlare di "buccia non edibile" ma di "buccia non commestibile". Serve concretezza, insomma.

Il valore del bergamotto nell'economia regionale nella Regione Calabria è stato sottolineato dal dirigente di Regione Calabria Turismo **Cosimo Carmelo Caridi**. "Si deve dire Bergamotto di Reggio Calabria, prodotto che ha un suo fascino ed è fondamentale perchè è alla base della profumeria mondiale. Sulla de-stagionalizzazione stiamo lavorando moltissimo: abbiamo avuto il pieno nel mese di settembre, ciò significa che è possibile promuovere altri turismi diversi da quello balneare, parlare di cammini, valorizzazione dei parchi Pollino Sila e Aspromonte" ha detto Caridi che ha avuto parole di plauso per Bergarè 2024. "Evento che si deve storicizzare. Saremo al TTG di Rimini e il bergamotto ci sarà perchè porteremo i profumi della Calabria in uno stand bellissimo dove diffonderemo il profumo. E' importante per favorire l'immagine di qualcosa che è immateriale ed è bene che piante di bergamotto arrivino sul lungomare e che il prodotto entri in tutti i menu. Abbiamo un capitale enorme: il 30% della biodiversità europea è in Calabria (per questo produciamo buoni amari) il bergamotto è perciò strategico".

A chiusura dei lavori l'importante annuncio del Presidente della CCIA **Antonino Tramontana**: la volontà di creare degli AGRUMITURISMO e sostenere un nuovo bando per percorsi strutturali che valorizzino il turismo legato all'esperienza.

"E' noto quanto la Camera di Commercio di Reggio Calabria abbia non solo compreso l'importanza del bergamotto per il territorio reggino. La prova regina ne è la stessa iniziativa del BERGARÉ, attuata congiuntamente ad altri enti territoriali, giunta alla terza edizione, suscitando sempre maggiore interesse.

Le testimonianze che abbiamo ascoltato ci dimostrano che puntare sulle proprie eccellenze, sui propri prodotti, sulla propria cultura, porta a benefici significativi per il territorio, per le comunità, per gli operatori economici.

Valorizzare il bergamotto sul territorio può creare un impatto positivo per le imprese che si occupano della coltivazione, della trasformazione, dell'accoglienza, della valorizzazione dei beni culturali e paesaggistici.

In questa ottica, il turismo diventa uno strumento al servizio del territorio. Dalle preziose testimonianze emerge l'importanza della rete, del dialogo, stringere relazioni sul territorio e tra i territori. I casi di Trentino Alto Adige, Toscana, Sicilia, ci mostrano come ogni progetto implichi lo sforzo di aggregare, di trasmettere messaggi e valori, di trovare soluzioni nuove e creative per adattarsi alle condizioni di contesto in continua evoluzione.

Auspichiamo anche per il nostro territorio il modello della DMO del Trentino. Serve governance condivisa tra soggetti di natura diversa (pubblici e privati, e appartenenti a diverse filiere). L'esperienza di Firenze Città dei profumi ci incoraggia a lavorare su un "tema forte", che nel nostro caso è quello del bergamotto (e degli agrumi calabresi più in generale) per promuovere un'offerta turistica che vada oltre la città. "Le Vie della Zagara" ci fanno condividere con la Sicilia la realtà degli agrumeti. La Camera di Commercio di Reggio Calabria sta lavorando da alcuni anni sul tema dell'offerta turistica, con il progetto "Reggio Calabria Welcome", che raggruppa, ad oggi, 32 soggetti privati (operatori del settore turistico), che concretamente organizzano proposte turistiche sui temi "cultura" e "outdoor", e 17 Enti territoriali, che sostengono lo sviluppo turistico, impegnandosi a garantire la «fruibilità turistica» del patrimonio sottoposto alla loro gestione e tutela. Questa esperienza identifica già un primo nucleo di soggetti con i quali poter lavorare anche su altre proposte e su altri progetti.

Questo convegno non vuole essere, dunque, uno dei momenti conclusivi del Bergarè 2024, ma l'inizio di un percorso strutturato per configurare il bergamotto, così come altri agrumi importanti per il territorio reggino, come un attrattore turistico.

Il primo passo per fare in modo che ciò possa accadere è lavorare sulla costruzione di un'offerta turistica legata al bergamotto. Lo abbiamo fatto con Bergathon, importantissima tappa dell'evento Bergarè 2024, ha consentito a 6 squadre di confrontarsi su possibili soluzioni innovative per valorizzare la filiera turistica. Da Berga-THON la Camera di commercio è uscita arricchita, non solo da spunti e idee, ma da progetti avanzati che configurano il bergamotto come un attrattore turistico. Più in generale possiamo immaginare un offerta turistica che veda come attrattore distintivo il bergamotto assieme agli altri agrumi, ugualmente eccellenze dei nostri territori, dall'arancia ovale di S.Giuseppe presidio slow food, alle clementine di Calabria igrp, al Cedro e al limone di Rocca Imperiale che si producono nel cosentino.

E perché alla parole seguano anche i fatti, è mia intenzione attivare la Camera di Commercio di Reggio Calabria perché si avvii, in tempi adeguati, una consultazione con gli altri Enti, le altre Camere di Commercio calabresi in primis, la Città Metropolitana di Reggio, la Regione, le Associazioni di categoria territoriali per raccogliere evidenze, esperienze e idee per la costruzione di proposte turistiche o di progetti che potranno trovare attuazione anche grazie alle risorse e agli strumenti messi a disposizione dalla programmazione della Regione Calabria" ha aggiunto Tramontana che ha lanciato una proposta concreta e un sentiero di lavoro.

"Vorremo lanciare una prima piattaforma di lavoro riguardante l'"agrumiturismo" che possa seguire la falsa riga già così ben dettata dall'enoturismo e dall'oleoturismo e che potesse estendersi all'intera Calabria e poi anche a quelle territorialità consorelle accomunate alla nostra dalla fertile e identitaria produzione di agrumi tipici o "a denominazione".

La Camera, coerentemente con il proprio ruolo istituzionale e le proprie finalità statutarie, si preoccuperà costantemente del coinvolgimento delle imprese del territorio.

Contestualmente alle collaborazioni istituzionali a livello regionale e con soggetti al di fuori del territorio calabrese, la Camera lancerà sul territorio reggino nei prossimi mesi un percorso di co-progettazione per le imprese delle diverse filiere (agricola, di trasformazione, turistica), congiuntamente con gli altri Enti e con le associazioni culturali locali. Per fare rete e costruire nuove opportunità è, infatti, necessario dialogare e condividere esperienze, per valorizzare ciò che già esiste e realizzare ciò che emergerà essere necessario.

Questo percorso progettuale non potrà non prevedere la collaborazione e la condivisione di esperienze e iniziative anche con gli altri territori qui presenti.

Così come la strada della mela e dei sapori ha saputo aggregare molti soggetti e due territori limitrofi, il bergamotto vuole essere un "connettore" per gli stakeholder del territorio reggino e tra il territorio reggino e altri territori vocati al "turismo degli agrumi", come quello siciliano.

Confidiamo nel fatto che il Bergarè 2025 si possa già portare i primi frutti di quanto oggi stiamo già immaginando. Coinvolgeremo le imprese del territorio, in una logica di sistema con gli enti del territorio: da qui, oggi, parte un percorso che ci vedrà coinvolti nei mesi futuri e vogliamo che BERGARE diventi non solo un evento della città metropolitana, ma che si diffonda in tutto il territorio regionale e perchè no, nazionale" ha concluso il Presidente Tramontana.

UFFICIO STAMPA Bergare'  
Reggio Calabria, 6 ottobre 2024