



O Agriturismo como modelo de negócio em propriedades rurais na Itália

Luis Felipe Fregonezi Ferraz. Graduando em Gestão do Agronegócio – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Faculdade de Ciências Aplicadas em Limeira. Bolsista Capes Processo nº 4419120 pelo programa Ciências Sem Fronteiras. Cursando Scienze e Tecnologie Agrarie na Università degli Studi di Padova, PD; Italia.

Orientadora: Profa. Dra. Sandra Francisca Bezerra Gemma

Padova, dezembro de 2012

Introdução

O Agriturismo é um tema bastante atual no contexto das pequenas propriedades agrícolas européias, com destaque para o núcleo formador na Itália, país que detém, atualmente, representativa porcentagem de uso de propriedades rurais visando o desenvolvimento econômico, por meio do turismo e do comércio que passam a representar boa parte da renda dos produtores. Países como Austria, Alemanha, Suíça e França figuram como os grandes *players* do setor, seguidos por Itália, Portugal e Espanha.

Na Europa, o conceito de agriturismo segue a crescente demanda por vida mais saudável pelo conhecimento da origem dos produtos, por uma produção mais sustentável como a orgânica/biológica que objetiva, além da questão da preservação ambiental, o bem estar e a saúde de todos os atores do sistema de produção alimentar (agricultores, consumidores), que muitas vezes acompanham, a forma artesanal e respeitosa, na criação de animais e na produção agropecuária.

Estratégias

Em tempos de crise do sistema financeiro Europeu, com destaque para a zona do Euro, algumas alternativas vem sendo aprimoradas na Itália para a obtenção de renda a partir de ações endógenas (de dentro da porteira), no caso, os novos negócios rurais. Esses negócios, constituídos em sua grande parte por iniciativas próprias e de cooperativas, visam a expansão das atividades de geração de renda de produtores agrícolas, em especial os viticultores, produtores de uva para consumo e vinificação, produtores de variedades de queijos e embutidos, como o *pecorino*, afamado derivado de leite de ovelha produzido na região da Toscana, passando pelo *prosciutto di parma*, da região homônima em Emilia Romagna, e até beneficiadores de azeite de oliva a partir da produção de azeitonas no sul da Itália, em especial na região da Puglia.

A estratégia do turismo rural na Itália consiste, primeiramente, na caracterização das propriedades rurais com a finalidade de promover ao visitante sua total inserção em todas as etapas dos ciclos produtivos. Nas propriedades vinícolas, a jornada começa

pelo acesso aos vinhedos, visita aos tonéis de armazenamento e envelhecimento, degustações de produtos diferenciados por safra e tipologia de uvas, entre outros. Nas propriedades leiteiras, o turista acompanha: a coleta do leite de ovelha para a formação do queijo, no caso o pecorino, os processos de produção, armazenamento, “*staggionamento*” - forma de envelhecimento; a degustação em ambientes que remetem tradição e simplicidade vivida nas belas paisagens toscanas. A apresentação ao visitante de produtos exclusivos, normalmente com alto valor agregado, como por exemplo o oferecimento de degustação de vinhos reserva de produção superior a seis anos, traz a possibilidade de compra de produtos diretamente do local de fabricação; assim como em muitos casos, oferecimento de acomodações em hotel com pensão na qual se utiliza os produtos típicos da fazenda.

Alguns requisitos de mercado para a difusão da atividade turística em pequenas propriedades são atendidos pela Itália, como por exemplo:

- Variedade de recursos naturais a curta distância
- Atrativos históricos, enológicos e gastronômicos
- Acessibilidade e proximidade de zonas gastronômicas
- Oferta hoteleira e acomodações
- Correspondência preço x qualidade

Agregar valor à produção

Nas regiões montanhosas da Toscana, zona central do país, a baixa fertilidade do solo, aliada ao alto índice de terrenos montanhosos, dificulta a difusão de outras culturas. Neste aspecto, os produtores de uva e vinho da região utilizam estratégias comerciais que incrementem a renda proveniente de suas propriedades. É comum observar pequenas fazendas que oferecem, como forma de geração de renda, acomodações e pensões típicas de uma região favorecida por construções medievais dos séculos V e XV.

Devido à sazonalidade da produção vinícola, o complemento de renda através de outras atividades impulsiona o setor, que a cada ano apresenta um crescimento, seja pela difusão por meio de ferramentas de busca na internet, assim como pela constituição de cooperativas de produtores por região, onde observa-se uma forte organização ancorada na gestão compartilhada de recursos.

Conclusão

A Itália pode ser considerada um exemplo de aproveitamento de áreas produtivas para agregar valor junto às atividades primárias das propriedades rurais. No Brasil, o turismo rural ainda é pouco implementado. No entanto poderia ser visto por mais produtores, especialmente os pequenos e familiares, com uma alternativa para superar as dificuldades financeiras. Traçar novos objetivos a partir de formas diferenciadas de otimização da utilização das propriedades, de forma que a população de outras localidades possa ter acesso, poderia trazer ao produtor novas formas de geração de

renda, de divulgação e conscientização dos sistemas agroecológicos, compensando perdas e motivando para a inovação do meio rural por meio da integração com outras atividades e tecnologias apropriadas..Além disso, talvez esta maior integração das pessoas que trabalham no campo com os consumidores possa trazer o resgate de tradições e hábitos alimentares saudáveis e um maior reconhecimento pelo trabalho daqueles que se esforçam para garantir a qualidade da produção agrícola.