CONSORZIO PROMOS RICERCHE

Consorzio Promos Ricerche

VALORIZZAZIONE DELLA TIPICITÀ AGROALIMENTARI E TERRITORIALI

Per la provincia di Napoli

Relativamente alla promozione e valorizzazione dei prodotti tipici napoletani a partire dal 1996 furono effettuati due studi, il primo, in cui è stata sviluppata un’"indagine conoscitiva sulla realtà produttiva della provincia di Napoli, con particolare riferimento ai prodotti tipici agroalimentari ed al vivaismo ornamentale e la loro collocazione all'interno delle aree naturali", che ha portato alla realizzazione del volume ***"Luoghi, Natura, Colori, Sapori di Napoli e della sua provincia"***, sintesi di un nuovo approccio di tipo turistico/gastronomico/ambientale tra prodotti tipici ed aree territoriali del napoletano.

Nel 1999 sulla base del successo riscontrato dal volume, si è proceduto ad elaborare una nuova edizione tradotta e stampata anche in francese, inglese e tedesco, a cui seguì anche l’assegnazione di un finanziamento da parte della Regione Campania per editare una ristampa in formato lusso, che purtroppo non ebbe seguito.

Il secondo studio, che ha riguardato un progetto per "la valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici della Penisola Sorrentina: arance, limoni e limoncello", ha comportato, oltre all'acquisizione di una serie di esperienze sul campo di significativi elementi di valorizzazione economica, anche la realizzazione del marchio ***"Terra delle Sirene"*** con la definizione di un disciplinare tecnico di produzione per il tradizionale "liquore di limoni di Sorrento e Capri" e di una *brochure* illustrativo - promozionale comprensiva di ricette culinarie a base di limone, caratteristiche della Penisola Sorrentina.

Questi studi hanno rappresentato il primo impegno per un più ampio approccio realizzato per l’individuazione, definizione e sviluppo di strumenti di valorizzazione del territorio, in considerazione di specificità e peculiarità in ambito geografico e produttivo omogenee; come lo studio sulle “Opportunità di rilancio dell’agricoltura e dei prodotti tipici nonché delle potenzialità agrituristiche nel Parco Nazionale del Vesuvio”. Tale studio, svolto in collaborazione con il Parco, ha riguardato le preesistenze economiche dell’area, sia di tipo turistico (ristoranti, alberghi, ecc…), sia di tipo produttivo (artigianato tipico e coltivazioni agricole prevalenti).

Dalla raccolta dati effettuata, è seguita la realizzazione di una puntuale mappatura delle produzioni agroalimentari, commerciali ed artigianali: la ***“carta agroturistica dell’area vesuviana”***, edita in italiano ed inglese, dove sono state evidenziate, insieme con le prevalenti attività economiche dell’area, le principali notazioni turistico/ambientali.

Nel corso del 1998 furono attivate, inoltre, una serie di iniziative, di seguito elencate, che completano questa panoramica delle diverse tematiche affrontate ed attinenti al complesso sistema del comparto agroalimentare della provincia, che abbraccia contemporaneamente le problematiche del settore primario, secondario ed anche terziario in un approccio di carattere unitario, come il programma per "l'Acquisizione di tecniche di promozione e di valorizzazione di prodotti tipici e di sensibilizzazione ed orientamento dei produttori agricoli", sinteticamente denominato ***Compratipico***, che ha portato alla registrazione di un marchio con tale nome ed alla sua pubblicizzazione attraverso la partecipazione ad alcune manifestazioni internazionali e nazionali, alla definizione di un regolamento e di un disciplinare produttivo tipo, che sono stati ripresi e fatti propri da un omonimo Consorzio costituito da produttori ed Associazioni.

Le attività di supporto agli operatori sono proseguite fino al 2000, con il progetto per la "Realizzazione di una rete sperimentale telematica da parte di una serie di aziende agricole campane per inserirle in un sistema di informazioni attraverso la rete Internet finalizzato alla gestione aziendale" e fu completata la "Realizzazione di disciplinari di produzione relativi ai prodotti agricoli tipici da valorizzarsi attraverso l'istituzione di un unico marchio di qualità (Compratipico II)".

Per la provincia di Caserta

A partire dal 2000 per conto della Camera di Commercio di Caserta fu realizzato uno studio sulle produzioni vitivinicole di Terra di Lavoro, che partendo da un'analisi delle risorse storico-archeologico-culturali della provincia e dell'insieme delle caratteristiche naturalistiche, portò allo sviluppo di un sito internet ***www.vinicaserta.it*** nonché di una brochure illustrativa. Nel sito, che includeva gran parte del territorio provinciale, sono ancora riportate e stampabili le carte stradali di un itinerario enologico con evidenziate le aziende vinicole ed i loro vigneti, le aree DOC e IGT, gli agriturismi collegati e con il dettaglio per ogni azienda vitivinicola selezionata, delle specificità e della produzione del 2000.

Sulla base di tale esperienza, fu sviluppato nel 2002 un articolato studio, che ha consentito di individuare sette aree di interesse da cui sono stati elaborati gli "Itinerari casertani di cultura storica, architettonica ed enogastronomica", che sono stati raccolti in un omonimo volume ed in una versione multimediale su CD-Rom.