

In cifre

Prodotti tipici locali di alta qualità

- + di 70 aziende per 700 posti di lavoro e + di 2 000 occupati nell'indotto sul versante francese
- 30 000 posti di lavoro diretti nel settore alimentare sul versante italiano, + di 25 300 aziende agricole e + di 2 100 aziende agroindustriali

I punti di forza locali

I territori transfrontalieri sono avvantaggiati dalla presenza di un'economia rurale fortemente vocata al settore agroalimentare e caratterizzata dalla presenza di un ampio numero di prodotti locali di qualità. Molti prodotti sono già caratterizzati da un marchio o sono riconosciuti dalle normative nazionali e comunitarie (DOC - Denominazione di Origine Controllata, IGP - Indicazione Geografica Protetta...), che garantiscono il rispetto delle loro tipicità, il legame con il territorio e l'identità locale.

Quali sfide raccogliere?

Se l'economia agroalimentare transalpina è già molto attiva, incontra però ancora differenti ostacoli che oggi deve superare e, in particolare:

- assenza di relazioni fra le filiere agricole e le aziende di trasformazione,
- scarsa conoscenza dei prodotti da parte dei consumatori,
- tendenza alla standardizzazione dei gusti,
- concorrenza in aumento da parte delle grandi marche internazionali,
- mancanza di circuiti di distribuzione di fiducia (filiera corta, vendita di prossimità...),
- scarso utilizzo di prodotti locali nei ristoranti, in occasione di manifestazioni pubbliche, nel commercio di dettaglio...

Quali prodotti transalpini tipici?

Dalle produzioni agricole tradizionali alle attività agroalimentari specializzate (trasformazione, produzione di conserve e marmellate), i territori transalpini contano, tra gli altri, come prodotti chiave: piante aromatiche e medicinali, olive, latte e formaggi, frutta, legumi e cereali (mele, tartufo, mandorle, farro...), carni e salumi, vino e distillati, miele.

PROMO TERROIR

www.promo-terroir.eu



Pays de Haute Provence
www.paysdehauteprovence.com



Università Europea dei Sentori & dei Sapori
www.uess.fr



Provincia di Torino
www.provincia.torino.it



Associazione Slow Food
www.slowfood.it



Conservatoria delle Cucine Mediterranee
www.cuisinesmed.com

Contatti

Pays de Haute Provence
Capofila del progetto PROMO TERROIR
13 Boulevard des Martyrs
BP 41 - 04300 Forcalquier - Francia
Tel.: + 33 (0)4 92 75 23 96
Fax: + 33 (0)4 92 75 27 50
Email: contact@paysdehauteprovence.com
www.paysdehauteprovence.com



© New Deal RC Grenoble - Fonti delle illustrazioni fotografiche: Pays de Haute Provence, X.

Pays de Haute Provence

www.paysdehauteprovence.com

Università Europea dei Sentori & dei Sapori

www.uess.fr

Provincia di Torino

www.provincia.torino.it

Associazione Slow Food

www.slowfood.it

Conservatoria delle Cucine Mediterranee

www.cuisinesmed.com

Partner Finanziatori

Il progetto PROMO TERROIR è sostenuto dall'Unione Europea: Fondo europeo di sviluppo regionale - Programma ALCOTRA 2007-2013 - www.interreg-alcotra.org.

PROMO TERROIR

Prodotti tipici locali di alta qualità

Oggi
& domani,
nutrirsi delle
proprie tradizioni

PROMO TERROIR

Prodotti tipici locali di alta qualità

Il progetto PROMO TERROIR punta sulla valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità, emblematiche dei territori transalpini italo-francesi.

Scommettere sui prodotti tipici locali transfrontalieri, forti della loro stagionalità, del know how tradizionale, di metodi di produzione rispettosi dell'ambiente e della salute, l'obiettivo del progetto consiste quindi nel sostenere le

attività economiche, migliorando la loro notorietà e mirando alla sensibilizzazione del pubblico per un consumo locale, equo e sostenibile.



Perchè questo progetto?

Il progetto PROMO TERROIR ha come obiettivo principale la valorizzazione dell'insieme delle attività agroalimentari di qualità, caratteristiche del territorio transalpino, dalla produzione alla trasformazione, per contribuire allo sviluppo economico rurale dei territori coinvolti. Si tratta in particolare di:

- promuovere i prodotti su scala regionale, nazionale ed europea,
- sviluppare una pratica di certificazione dei prodotti,
- educare il pubblico al gusto e al consumo dei prodotti locali,
- favorire gli scambi fra consumatori e produttori e fra attori del settore per facilitare la condivisione di esperienze e di know how.

Grazie ad azioni diverse come l'organizzazione di manifestazioni, la certificazione e la valorizzazione delle filiere corte e l'educazione al consumo, il progetto PROMO TERROIR mira al miglioramento della conoscenza dei prodotti, al sostegno della loro commercializzazione e del loro utilizzo.

Valorizzando i prodotti agroalimentari di qualità e i prodotti tradizionali, certificati o no, il progetto sostiene lo sviluppo economico rurale del settore transfrontaliero. Consente di rafforzare i legami fra le filiere agricole e l'industria agroalimentare, e di informare meglio i consumatori. Inoltre, contribuisce alla salvaguardia del patrimonio agricolo e culturale transalpino, e favorisce uno sviluppo armonioso e rispettoso dell'identità dei territori. Attraverso queste azioni, partecipa inoltre al mantenimento e alla valorizzazione del turismo locale.



Differenti azioni

Attraverso l'attuazione di azioni e di strumenti di promozione innovativi, come la messa in opera di una procedura di certificazione, lo sviluppo di filiere corte di distribuzione, l'educazione al gusto sui due territori, il progetto PROMO TERROIR intende sensibilizzare e associare il maggior numero di attori locali (cittadini, eletti, professionisti) uniti nella promozione di prodotti tipici transfrontalieri di qualità.



Azione 1 GLI EVENTI TRANSFRONTALIERI

L'organizzazione di eventi mira a far conoscere e ad assicurare la promozione delle produzioni agroalimentari transalpine. Mettendo in collegamento manifestazioni per il grande pubblico e incontri fra professionisti, gli eventi permettono di sensibilizzare i visitatori al consumo dei prodotti locali di qualità, ma anche di federare l'insieme degli attori delle filiere agricole e agroalimentari del territorio transfrontaliero intorno a un progetto comune. Sono previsti 5 eventi principali:

- **Salone Internazionale del Gusto** (Torino), l'appuntamento della gastronomia e del vino con un focus sulle produzioni artigianali da salvaguardare;
- **Semaine des senteurs et des saveurs** (Pays de Haute-Provence) intorno alle specificità locali con manifestazioni, mercato, visite di frutteti e orti e di aziende...
- **Cheese**, l'evento centrato sul mondo del latte e del formaggio, i piccoli produttori da preservare, i mestieri e le tecniche tradizionali da trasmettere...
- **Food market Festival** (Torino), il raduno dedicato ai mercati alimentari con il tema, per il 2009, dei prodotti transalpini del Piemonte e di Haute Provence;
- **Open Days** (Bruxelles), una partecipazione di grande portata per promuovere, intorno alle filiere di produzione, i prodotti tipici...

Ma anche... UN SUPPORTO AUDIOVISIVO

Contemporaneamente alle tre azioni principali, il progetto prevede la realizzazione di un film composto da una decina di brevi documentari. Affidata a uno o più artisti ospitati in loco, la creazione audiovisiva prova a raccontare l'identità locale, la realtà e le sfide dell'economia rurale legata ai sapori e profumi transfrontalieri. Permetterà di conoscere meglio gli attori, i loro mestieri e i loro know how, fra tradizione e processi innovativi. Metterà così in risalto l'insieme delle attività legate alla produzione e alla trasformazione dei prodotti agroalimentari di qualità e dei prodotti tradizionali del territorio transfrontaliero. Aiuterà inoltre a capire le attività agricole, la loro importanza nell'equilibrio del territorio e nella gestione del paesaggio e la necessità di mantenerle. Largamente diffuso localmente, il film servirà inoltre come supporto per tutte le altre azioni del progetto e, in particolare, nell'ambito degli appuntamenti organizzati sul territorio transfrontaliero, ma anche in occasione di altri eventi tematici al di fuori di esso.

Azione 2 LA CERTIFICAZIONE DEI PRODOTTI E LA FILIERA CORTA

Per sostenere la valorizzazione dei prodotti locali tipici transalpini, viene iniziata una pratica di certificazione con la creazione di un « marchio » comune. Grazie a questo segno di riconoscimento, che garantisce la qualità, la rintracciabilità e il legame dei prodotti con il territorio, vengono realizzate delle azioni in favore del loro utilizzo da parte dei professionisti (ristoranti, collettività locali, gastronomie e commercio in dettaglio...) e della vendita diretta al pubblico. Si tratta in particolare di:

- sostenere e sviluppare i circuiti di commercializzazione diretta (vendita presso il produttore, consegna a domicilio da parte del produttore, punti di vendita, ristoranti...),
- creare gli spazi di incontro produttori-consumatori, degli « spazi » permanenti di vendita nel commercio al dettaglio tradizionale e organizzare delle manifestazioni, degustazioni, promozione sui luoghi di vendita,
- sensibilizzare e rafforzare i legami fra professionisti e produttori tramite azioni di segnalazione e di promozione congiunte,
- organizzare i circuiti di distribuzione dei prodotti per i professionisti,
- creare degli strumenti di promozione del marchio: attrezzare dei punti di vendita, piattaforma internet di valorizzazione dei prodotti...

Azione 3 L'EDUCAZIONE AL GUSTO

L'educazione al gusto mira ad aiutare il pubblico ad appropriarsi dei prodotti chiave transalpini e a consumarli. Consiste quindi a far scoprire i prodotti locali, la loro tipicità territoriale e le loro caratteristiche. Attraverso l'esame della geografia, delle fasi di produzione, delle materie prime, della storia e della stagionalità dei prodotti, mira anche a informare meglio il pubblico e a renderlo responsabile nelle proprie scelte di consumo. Con divertimento, curiosità, piacere del gusto, abilità e segreti dei cuochi, le azioni organizzate sono:

- **ateliers del gusto** per scoprire, gustare e comparare i prodotti,
- **masters del gusto** nel fine settimana che associno conoscenze e pratica per imparare a nutrirsi e a cucinare in modo sano, comprando locale e stagionale,
- **appuntamenti del gusto** in cui grandi cuochi realizzano in diretta e con spiegazioni, dei piatti tradizionali utilizzando i prodotti di qualità del territorio transfrontaliero,
- **creazione di percorsi** segnalati per scoprire i prodotti, il legame con il territorio, i paesaggi e per gustare in collaborazione con i ristoranti,
- **attività per i bambini** alla scoperta dei sensi e del gusto attraverso giochi e spazi dedicati durante le grandi manifestazioni.

3



2

