

Portale: <http://www.itineraridelgustotrapani.it/>

Itinerari del gusto

Il Territorio:



Custonaci



Erice



Favignana



Marsala



Mazara del Vallo



Misiliscemi



Paceco



Pantelleria



Petrosino



San Vito lo Capo



Trapani



Valderice

Gli itinerari del gusto. I motivi di una scelta.

La capacità di valorizzare i prodotti tipici locali rappresenta un elemento decisivo per lo sviluppo endogeno dei sistemi territoriali, in considerazione delle importanti ricadute economiche, sociali e turistiche che esso può produrre. Attraverso la valorizzazione delle tipicità, infatti, la funzione meramente produttiva delle attività viene integrata da nuove e diverse funzioni, tra cui la tutela dell'ambiente marino e del territorio, la conservazione della cultura e delle tradizioni rurali e pescherecce, creando spazi e luoghi interessati da nuove dinamiche di tipo economico e sociale.

Si è assistito, negli ultimi anni, ad una proliferazione delle iniziative volte ad affiancare alla produzione agricola ed alla pesca quella dei servizi (turistici, ricreativi, educativi, sociali, ecc.), anche allo scopo di intercettare e soddisfare nuovi segmenti di consumatori interessati alla fruizione dei prodotti freschi, di provenienza dei territori, al fine di "immergersi" nella cultura dei luoghi e di vivere le esperienze di consumo come occasioni di arricchimento culturale e sociale.

Il contemporaneo affermarsi di un modello di produzione e di consumo non di massa ha inoltre rafforzato e fatto emergere l'interesse per i prodotti agro-alimentari tradizionali e tipici, dando luogo altresì al fenomeno definito da alcuni studiosi di ristrutturazione rurale, rispondente ad una nuova multifunzionalità che caratterizza, nella società odierna, le attività agricole.

La valorizzazione e la promozione della qualità dei prodotti tipici viene così messa al centro dell'attenzione non solo dagli operatori economici ma anche dagli amministratori pubblici, i quali li individuano come un elemento centrale di una strategia complessiva di sviluppo locale che prevede anche la salvaguardia culturale delle tradizioni produttive.

I prodotti tipici sono infatti il risultato di attività a piccola scala, che presentano caratteristiche particolari dovute alla combinazione di materie prime locali e di tecniche tradizionali di produzione e trasformazione (cucina tipica) tramandate nel tempo.

Le imprese, soprattutto quelle di minori dimensione o situate in territori a volte svantaggiati e marginali, intravedono nei prodotti tipici sia una possibilità di trovare un nuovo spazio di competitività nei confronti di mercati sempre più concorrenziali dal punto di vista del prezzo, che di recuperare il valore aggiunto che l'industria e la distribuzione moderna hanno nel tempo limitato. D'altro canto, le amministrazioni pubbliche locali vedono tale prospettiva con interesse anche per rafforzare l'identità e la coesione della comunità locale, stimolando sinergie e legami con altre attività economiche presenti sul territorio (artigianato, turismo, ecc.) per favorire uno sviluppo locale endogeno.

L'attenzione verso le tipicità, in modo particolare i prodotti enogastronomici - oggetto del nostro studio, è stata trainata e sostenuta altresì dalla crescente attenzione dei cittadini alla qualità dei prodotti alimentari, oltre che dalla volontà di valorizzare e tramandare le tradizioni locali e ad una più generale adesione ad uno stile di vita più semplice e naturale. È del resto unanimemente riconosciuto come i prodotti tipici, in quanto forma di espressione della cultura di un territorio, influenzano ampiamente lo sviluppo sociale ed economico dei territori locali rurali, in particolare attraverso il raggiungimento dei seguenti benefici socio-economici:

- l'aumento dei redditi delle piccole imprese, in forma singola o associata;
- l'affermarsi di una occupazione qualificata;
- una maggiore vivacità sociale;
- la rigenerazione, attraverso la valorizzazione e conservazione, delle attività tradizionali;
- lo sviluppo di un turismo enogastronomico a base della tradizione culinaria locale che può contribuire a migliorare la sostenibilità economica dei territori di riferimento.

In riferimento all'ultimo punto, ovvero la valorizzazione in senso turistico del territorio, è bene sottolineare come l'enogastronomia negli ultimi anni abbia assunto un ruolo centrale anche nelle aspettative e nelle motivazioni stesse dei viaggiatori, fintanto da immaginare un processo di "patrimonializzazione" degli alimenti e delle specialità culinarie locali, da considerare vere e proprie attrazioni turistiche capaci di muovere un target di viaggiatori che la letteratura internazionale definisce "foodies". In questo modo la gastronomia, oltre ad essere una piacevole attività sensoriale, si trasforma in un fattore di attrazione e uno strumento di marketing turistico per le destinazioni.

Il prodotto alimentare, in altri termini, diviene punto di unione tra l'autenticità di un territorio e il turista, sempre più desideroso di proposte genuine, partecipative e strettamente collegate alle specificità del territorio che visita. Inoltre i consumatori moderni, specie in campo enogastronomico, sono sempre più alla ricerca di prodotti capaci di soddisfare esigenze di varietà, di novità e di elevati livelli di genuinità, imponendo all'offerta politiche di differenziazione nel rispetto di elevati standard qualitativi sotto il profilo della sicurezza e della salute alimentare.

Da questo punto di vista le produzioni tipiche consentono di soddisfare meglio tali requisiti, disponendo di aspetti di unicità e di differenziazione intrinseca di gran lunga più rilevanti di quelli di origine più "industriale". Si tratta di prodotti che permettono ai consumatori di uscire dai modelli di consumo omologanti della società contemporanea, dando loro l'opportunità di affermarsi, di distinguersi ed, in certo modo, di emanciparsi da comportamenti massificati ed anonimi.

D'altra parte, le produzioni tipiche sono di norma percepite dai consumatori come più naturali e rispettose dell'ecosistema in quanto associate ad attività maggiormente artigianali ed a minore impatto ambientale di quelle industriali, oltre che ricorrenti a materie prime e tecniche produttive più rispettose degli equilibri naturali in termini di uso di additivi, conservanti, coloranti, ecc..

La natura collettiva del prodotto tipico e la sua capacità di valorizzare l'identità, la qualità e la cultura di un territorio sta dunque conducendo alla affermazione di nuove reti di relazioni sociali che orientano, le scelte di sviluppo locale verso questioni che riguardano la sostenibilità dello sviluppo, della qualità della vita delle comunità e la valorizzazione delle identità territoriali.

Il concetto che assumiamo come qualificante, è che il prodotto tipico è legato alla presenza di precisi connotati storico-culturali e materiali radicati nel territorio di origine, oltreché ad un sistema di offerta, proposto da una o più imprese radicate in un territorio geograficamente, culturalmente e storicamente delimitato, che viene percepito dalla domanda come un pacchetto di elementi tangibili (prodotti agroalimentari, prodotti artigianali, manufatti) ed intangibili (informazioni,

cultura, storia, saperi, tradizioni, ecc.) caratterizzato da un'immagine o da un'identità di marca unitaria.

Il legame intimo tra produzioni tipiche locali e territorio va tenuto in estrema considerazione quando si affronta il tema delle strategie di valorizzazione dei prodotti tipici locali, affermandosi – i prodotti tipici - come importanti strumenti di comunicazione e di immagine di marca di un territorio. D'altra parte la presenza di uno spazio delimitato ed identificabile è fondamentale per la creazione di un percorso che valorizzi un particolare prodotto tipico, dal momento che definisce per i suoi produttori un'identità che ne esalta le caratteristiche uniche.

Al fine di qualificare la produzione peschereccia del territorio del GAL della Pesca Trapanese, La Fondazione “Torri e tonnare del litorale trapanese”, ha investito nella creazione di un marchio di qualità, già rilasciato a nr. 15 ristoratori locali: IL MARCHIO **MARE NOSTRO** (Pescato delle marinerie locali)

In questa costruzione, gli itinerari del gusto si propongono di mettere a sistema il ricco patrimonio gastronomico che caratterizza i territori di applicazione, patrimonio che a nostro parere potrebbe rappresentare il punto di forza e di maggiore richiamo nei confronti di soggetti non locali, ovvero uno dei motivi che, a nostro avviso, sono suscettibili di incidere efficacemente nella scelta della destinazione turistica effettuate dal moderno visitatore.

Vero è che il cibo e, più in generale, la gastronomia, vengono sempre più spesso indicati come fattori specifici che rendono attrattiva una meta. Essi, infatti, dopo il clima, la sistemazione ed il paesaggio, occupano il quarto posto nella graduatoria dei fattori specifici di attrattività.

D'altro canto, cibo e gastronomia, rappresentano anche l'ultima cosa sulla quale, il turista decide di spendere meno.

Ecco quindi che, con queste motivazioni, l'elemento della cucina tipica e tradizionale (oltre a rappresentare in se sia una necessità che una piacevole attività sensoriale), diventa uno strumento di marketing turistico per le destinazioni dotate di questo importante patrimonio materiale (materie prime di qualità, prodotti tipici, strumenti di lavoro, ecc) ed immateriale (ricette e metodi di preparazione, tradizioni culinarie, ecc.). In definitiva, materie prime, prodotti tipici, strumentazioni e metodologia di preparazione dei piatti, diventano un fattore qualificante l'autenticità del territorio, ponendosi come elementi di attrattività nei confronti del viaggiatore, sempre più attento nella individuazione di proposte genuine e strettamente legate al territorio che le esprime e che, al contempo, costituiscono il contesto unico di una nuova esperienza emozionale da vivere in modo assolutamente personale.

Facendo riferimento, in prospettiva al moderno viaggiatore, pensato sempre alla ricerca di nuove emozioni e di nuovi modelli di fruizione dei territori, la richiesta di tipicità locale viene coniugata in termini di domanda di nuove occasioni di consumo locale, di nuove esperienze e di nuovi eventi culturali.

E' attraverso queste tre componenti che il nostro viaggiatore, nel periodo anche breve di permanenza sul nostro territorio, combina variamente ed in modo assolutamente personale le

componenti esperienziali che ciascun territorio è capace di esprimere, diventando al contempo attore e regista della propria esperienza (unica) di fruizione del territorio ospitante.

In questo ipotetico set, ciascuno è chiamato a svolgere il proprio ruolo.

Da parte nostra, l'itinerario locale de gusto promosso dal GAL della Pesca Trapanese, si propone di coinvolgere gli attori locali nella realizzazione e nel coordinamento di un complesso di piccole esperienze territoriali fruibili da parte del viaggiatore anche grazie ad una rete locale di ristoranti certificati, nell'ambito dei quali sarà possibile trasformare la tavola in un complesso di singole proposte che esaltino la componente sensoriale gastronomica, promuovendo, al contempo, iniziative di valorizzazione delle pietanze che esaltino la dimensione esperienziale della loro preparazione e della loro degustazione.

Tutto questo, a fare da colonna portante di un'esperienza di viaggio diretta a scoprire tutte le bellezze artistiche, monumentali, culturali, paesaggistiche ed ambientali di cui il buon Dio ha voluto fare dono al nostro meraviglioso territorio.

Attenzione! C'è molto da fare e per farlo al territorio serve l'aiuto di tutte le persone di buona volontà, lasciando da parte supposte supremazie e primati di ogni genere. Certo è che, a determinare il set di questo film, nel bene e nel male concorriamo proprio tutti, per come agiamo, per le scelte che ogni giorno facciamo, per quello che diciamo e scriviamo, per quello che costruiamo o contribuiamo a demolire. Una cosa è certa, nel frattempo i nostri ospiti ci guardano, dando a tutto ciò che vedono, che sentono o che leggono un'interpretazione personale e che contribuirà a qualificare la propria esperienza personale.