

# Assemblea Nazionale dei Borghi Autentici

Invito

ASSOCIAZIONE

**BORGHİ AUTENTICI**  
D'ITALIA



*Sestri Levante (Ge)*  
*23 e 24 Marzo 2018*

---

**INCONTRO PUBBLICO 23 Marzo - ore 15.00**  
Convento dell'Annunziata - Via Portobello - Baia del Silenzio

---

*“Il cibo: orgoglio di comunità e risorsa per lo sviluppo locale sostenibile”*

## PROGRAMMA

**Ore 15.00** Intervento di apertura di Valentina Ghio - *Sindaco di Sestri Levante*

**Ore 15.15** Intervento dell'Avv. Giovanni Berrino - *Assessore Regionale al Turismo e tutela consumatori Regione Liguria*

ne parlano:

Sandro Polci	<i>“Cibus in loco: i borghi tra paesaggio, tipicità e realtà sociale”</i>
Luca Falasconi	<i>“Scarto alimentare e buone pratiche nella comunità”</i>
Giovanni Ballarini	<i>“Paesaggi gastronomici, luoghi della memoria, identità e cucina”</i>
Stefano Landi	<i>“Cibo e attrattività dei territori e delle comunità”</i>
Franco Arminio	<i>“Cogliere occasioni formidabili e pensare al futuro”</i>

*Cresme Consulting Srl*

*Docente UNIBO*

*Professore emerito UNIPR*

*Esperto di marketing turistico territoriale*

*Poeta e Paesologo*

Coordina Sandro Polci

Dibattito

Intervento conclusivo Ivan Stomeo - *Presidente Nazionale Associazione Borghi Autentici*

Il cibo è un “*mondo*” interculturale.

C'è la curiosità di assaggiare un gusto nuovo, un sapore particolare, ma sempre di più le persone desiderano “*comprendere*”, vogliono scoprire cosa c'è dietro e attorno al cibo. È l'esigenza di capire e conoscere gli altri attraverso il cibo e di farlo in maniera gioiosa poiché la “*tavola*” è convivio, è relazione e, soprattutto, è esperienza.

Il cibo è strumento di dialogo e favorisce l'integrazione culturale e sociale fra le persone dentro la comunità e fra questa ed il mondo esterno. I sapori e le preparazioni agroalimentari locali, la cucina tipica dei territori, appartengono al “*patrimonio culturale immateriale*” (convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale - UNESCO - Parigi 2003). In questo quadro la comunità locale diviene la base di convivenza civile, ove si praticano azioni di mutualità e solidarietà quali strumenti per lo sviluppo sostenibile, un contesto dove le persone del posto, con “*orgoglio*”, mostrano il loro saper fare e la storia della loro tradizione identitaria. Il “cibo”, quindi, diviene un bene che produce racconto e narrazione, che rappresenta un “*medium*” per tante destinazioni turistiche e culturali minori.

Il “cibo” diventerà sempre più in futuro un mezzo per il raggiungimento di uno “*stato di benessere individuale e collettivo*”, protagonista della “qualità di vita”. Le comunità locali, con la loro visione e i loro saperi, lavorano sempre più per promuovere una nuova gastronomia, fondata sulla tutela della biodiversità, la protezione dell'ambiente e il rispetto delle culture e delle tradizioni locali dei luoghi. Le comunità sono legate a un territorio specifico, non solo dal punto di vista geografico, ma anche dal punto di vista sociale, culturale e storico. Il legame delle produzioni con il territorio è un elemento fondante dell'identità e della qualità dei prodotti realizzati e/o distribuiti e promossi dalle comunità.

Proprio le peculiarità e la qualità produttiva dei territori dei piccoli e medi comuni possono rappresentare un importante fattore di sviluppo e di competitività locale e nazionale: oltre la metà della produzione agroalimentare nazionale, che ha reso celebre il Made in Italy nel mondo, è coltivata o allevata in questi territori.

Sono circa 400.000 le imprese agricole localizzate nei piccoli e medi comuni italiani, impegnate nella salvaguardia delle colture agricole tradizionali, nel mantenimento delle tipicità alimentari, nella tutela del territorio dal dissesto idrogeologico, nella tutela del paesaggio. Con politiche di valorizzazione puntuali ed adeguate, il piccolo medio comune sarebbe in grado di esprimere, come dimostrano diverse esperienze di successo, la sua, del tutto unica, capacità di offrire al visitatore, escursionista o turista, una risposta alla ricerca di comunità, di relazioni umane, di tipicità e di identità in cui essi possono riconoscersi e compiere esperienze gratificanti. Le tipicità generano una domanda di turismo esperienziale nei borghi orientata alla qualità: il viaggiatore interessato ha un livello di sensibilità elevato, acquista volentieri prodotti di qualità ed ha come priorità quella di agire per conoscere nel profondo il prodotto del territorio e non solo di consumarlo.

Questo patrimonio trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalla comunità in funzione del suo ambiente, della sua interazione con la natura e la storia, e dà, alla comunità stessa, un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la biodiversità e la creatività umana. È una visione nuova, una prospettiva che potrebbe concorrere in modo robusto allo sviluppo locale e, nel contempo, a generare occasioni di “*qualità di vita*” per i cittadini dei territori compresi quelli “*temporanei*” ovvero i visitatori.